



Shop of Region

Angebotsanalyse regionaler Produkte in Wien

Das Projekt Shop of Region (Reg. Nr. ATHU154) wird im Rahmen des INTERREG V-A Österreich-Ungarn Programmes durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung umgesetzt!



Inhaltsverzeichnis

1. Bedeutung der Angebotsanalyse im Rahmen des Projekts Shop of Region	3
1.1. Vorstellung des Projekts.....	3
1.2. Hauptschritte der Angebotsanalyse in Wien.....	3
2. Ziel und Methodik der Angebotsanalyse	4
2.1. Ziel der Angebotsanalyse.....	4
2.2. Methodik der Angebotsanalyse.....	4
3. Wien, als möglicher Standort des Shop of Region Geschäfts	5
3.1. Wien aus Sicht der Statistiken.....	5
3.2. Nachhaltige Lebensmittelversorgung in Wien.....	5
3.3. Städtische und stadtnahe Landwirtschaft von Wien.....	6
3.4. Ist Wien eine autarke Stadt?.....	7
3.5. Organisationen in Wien, die die Vermarktung regionaler Produkten fördern.....	8
4. Die Zusammensetzung des regionalen Produktangebots in Wien	9
4.1. Ausländische Spezialitäten.....	9
4.2. Die Angebote österreichischer Bundesländer, Regionen.....	9
4.3. Bioprodukte.....	10
4.4. Produkte mit verschiedenen Zertifizierungen, Gütesiegeln.....	11
4.5. Regionale Lebensmittelpaketen - Packerl.....	11
5. Vertriebskanäle regionaler Produkte in Wien	12
5.1. Wiener Märkte.....	12
5.2. Online Marktplatz.....	13
5.3. Regionale Geschäfte, Bio-Laden, kulinarische Geschäfte, die besondere lokale Produkte verkaufen, Kaffeehäuser, Fastfood-Restaurants, Bauernladen.....	14
5.4. Innovative, neuartige Lösungen.....	14
5.5. FOODCOOPS – Food Cooperatives.....	16
5.6. Öffnung der Großhandelsketten für regionale Produkte.....	17
6. Empirische Ergebnisse der Angebotsanalyse	17
6.1. Bewertung der Internetrecherche.....	17
6.2. Während der Studienreise aufgesuchte Geschäfte.....	18
7. Konsumgewohnheiten der ungarischen Bevölkerung in Wien gegenüber lokalen Produkten	24



7.1. Merkmale der Strichprobe	24
7.2. Bewertung der Kaufgewohnheiten und des Angebots ungarischer Produkten	25
7.3. Vertrauen in regionalen Produkten	26
7.4. Zusammenfassung der Ergebnissen der Umfrage	30
8. Zusammenfassung.....	31
9. Quellen	34
10. Anhängen.....	36
Anhang 1: Webshops, die regionalen Produkte vertreiben	36
Anhang 2: Bio-Läden, Regionale Produkte.....	38
Anhang 3: Webshops von Kleinproduzenten in der Nähe von Wien (einige Beispiele)	48
Anhang 4: Liste der Wiener Foodcoops.....	49

1. Bedeutung der Angebotsanalyse im Rahmen des Projekts Shop of Region

1.1. Vorstellung des Projekts

Die Angebotsanalyse wurde im Rahmen des Projekts Shop of Region INTERREG V-A Österreich-Ungarn Programm ATHU154 durchgeführt. Ziel des Projekts ist die Erstellung einer Machbarkeitsstudie für die Einrichtung eines Ladens in einer Großstadt, hauptsächlich in Wien, der oststeirische und ungarische regionale Produkte anbietet.

Langfristiges Ziel ist es, einen gemeinsamen, attraktiven Shop in Wien zu eröffnen, der lokale Lebensmittel, einzigartige handwerkliche Produkte und spezielle Urlaubsangebote aus den Grenzregionen anbietet. Im Laden können die Kunden regionale Spezialitäten kosten, lokale Produkte probieren und authentische Urlaubsangebote entdecken. Die Voraussetzungen dafür werden durch dieses Projekt in Zusammenarbeit mit den relevanten Akteuren aus Wirtschaft, Landwirtschaft und Regionalentwicklung geschaffen.

Im Rahmen des Projekts wird eine breite Partnerschaft mit interessierten lokalen Erzeugern und Unternehmern aufgebaut. Mit Unterstützung von Experten wird eine Marktforschung durchgeführt und ein detailliertes Konzept für ein Modellgeschäft im Raum von Wien entwickelt. Regionale Wirtschaftsförderungsorganisationen und Unternehmen werden eine gemeinsame Betriebsstruktur entwickeln und konkrete Umsetzungs- und Arbeitsschritte festlegen. Auf dieser Grundlage werden sie ein Geschäftsmodell entwickeln, das lokal auch in kleineren regionalen Zentren umgesetzt werden kann. Zur Erarbeitung des Modells wurden ausführliche Interviews mit potenziellen Unternehmern, Produzenten und Dienstleistern, sowie mit Organisationen, die Tourismusdienstleister und Kleinerzeuger zusammenführen, auf der österreichischen und ungarischen Seite der Partnerregion geführt. Es folgte die in dieser Studie erläuterte Angebotsanalyse in Wien, bei der das Angebot an regionalen Produkten in Wien als potenzieller Umsetzungsstandort für den Shop of Region analysiert wurde. Dazu gehörte eine Erhebung des Angebots an ungarischen kleinbäuerlichen Produkten und deren Verfügbarkeit bei den in Wien lebenden Ungarn mittels eines Online-Fragebogens. Ein weiterer Schritt zur Etablierung des Modells wird eine Markterhebung in Wien sein. Bei der Entwicklung des Geschäftsmodells werden bewährte europäische Verfahren mit einem ähnlichen Konzept berücksichtigt.

1.2. Hauptschritte der Angebotsanalyse in Wien

Bei der Analyse des Angebots an regionalen Produkten in Wien wurden zunächst die wirtschaftlichen Merkmale, das Angebot und die Nachfrage, die lokale Entwicklungspolitik und die Offenheit der Bevölkerung für regionale Produkte in der Stadt Wien als potenzieller Standort, untersucht.

Anschließend analysierten wir das lokale Lebensmittelangebot in Wien und die Vertriebskanäle für lokale und regionale Produkte, die in der Stadt erhältlich sind (z. B. Märkte, regionale Geschäfte, Webshops).

Auf der Grundlage der Ergebnisse der Voruntersuchung besuchten wir im Rahmen von drei Studienreisen Geschäfte, sowie verschiedene Organisationen (z. B. eine Organisation für das Management von Einkaufsstraßen), die sich mit dem Vertrieb von lokalen Produkten beschäftigen und für die Umsetzung des Konzepts Shop of Region relevant sind. Während der Studienreise wurden Interviews mit den Geschäftsführern der besuchten Geschäfte geführt, um mehr über ihr Geschäftsmodell, ihre Marketingaktivitäten, ihre Produktpalette und über die angebotenen



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



Dienstleistungen sowie über ihr Logistiksystem zu erfahren. Die gewonnenen Erfahrungen flossen auch in die Analyse ein.

Darüber hinaus haben wir eine Online-Umfrage unter der ungarischen Minderheit in Wien durchgeführt und sie gebeten, das Angebot an ungarischen Produkten in Wien und ihre Einkaufsgewohnheiten für regionale Produkte zu bewerten.

2. Ziel und Methodik der Angebotsanalyse

2.1. Ziel der Angebotsanalyse

Ziel der Angebotsanalyse ist es, zu beurteilen, ob Wien für die Umsetzung des Konzepts geeignet ist, und die Stärke des lokalen Produktangebots in Wien, die Konkurrenz auf dem Markt und die Bezirke der Stadt, in denen das regionale Produktangebot stärker ist, zu untersuchen. Die österreichische Hauptstadt ist eine der innovativsten Städte Europas und verfügt über eine starke lokale Wirtschaftsbasis. Es ist wichtig zu erwähnen, dass das Projekt Shop of Region zu den Nachhaltigkeitszielen der UNO beiträgt, indem es lokalen Produzenten eine Absatzmöglichkeit auf dem Großstadtmarkt von Wien verschafft. Wien hat sich als Unterzeichner von Milan Urban Food Policy Pact und als eine der führenden Smart Cities Europas zum Ziel gesetzt, wirtschaftlich mit den Ressourcen umzugehen, Nachhaltigkeit zu fördern, so die Entstehung kurzer Lieferketten, die lokale Wirtschaft zu stärken und eine nachhaltige Lebensmittelwirtschaft aufzubauen. Die Stärkung des Angebots an lokalen Produkten und die Unterstützung der lokalen Produzenten entspricht somit den Zielen der Programme zur wirtschaftlichen Entwicklung¹.

2.2. Methodik der Angebotsanalyse

Im Zuge der Analyse wurde Wien als potenzieller Shop of Region-Standort, ihr wirtschaftlicher Hintergrund, die urbane Landwirtschaft, die Menge an lokal produziertem Gemüse und Obst, das städtische Angebot sowie die Präsenz und Unterstützung lokaler Produkte und der lokalen Lebensmittelproduktion in der städtischen Wirtschaftsentwicklungspolitik untersucht.

Anschließend haben wir durch Internetrecherche die verschiedenen Vertriebskanäle, die Erscheinung der regionalen Produkte, das Angebot in den Geschäften und Online-Shops sowie die Zusammensetzung des Sortiments analysiert. Aufgrund der Ergebnisse der Internetrecherche wurden mehrere Geschäfte in Absprache mit dem Geschäftsleiter und, falls dieser beschäftigt war, mit dem Personal persönlich aufgesucht, um über das Geschäftsmodell des Geschäfts, über die Herkunft und Art der angebotenen Produkte, über die Nachfrage und über die Marketingaktivitäten zu sprechen.

Von den besuchten Geschäften wurde auch eine Fotodokumentation gemacht. Die Auswahl der Geschäfte erfolgte nach der Herkunft der verkauften Produkte (regionale Produkte von außerhalb des Bundeslandes Wien, z.B. aus Burgenland, Vorarlberg oder der Steiermark, oder aus anderen Ländern, z.B. aus Ungarn, Italien, Portugal), nach der Philosophie des Geschäftes, nach dem Standort des Geschäftes. Während unserer Besuche in Wien haben wir auch einige Märkte besucht (Naschmarkt, Kutschkermarkt). Mit der Managementorganisation der Verkaufsstraßen im 18. Bezirk (Währing) und dem Vertreter des Betreibervereins des Kutschkermarktes haben wir eine Besprechung über das Auftreten regionaler Produkte, über das aktuelle Angebot und über die Möglichkeiten der Einführung neuer Produkte (ungarische und oststeirische) geführt.

¹ Es gibt 400 Unterzeichner des Abkommens, die sich für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion auf städtischer Ebene einsetzen. Die Erklärung von Glasgow (COP26) baut ebenfalls auf der Milan Urban Food Policy Pact.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



Der dritte Teil der Studie wurde in Form einer Online-Umfrage unter der ungarischen Bevölkerung in Wien durchgeführt, bei der die Ungarn gefragt wurden, wie sie das Angebot an ungarischen regionalen Produkten in Wien wahrnehmen und welche Einkaufsgewohnheiten sie haben. Die Antworten vermittelten uns auch einen Eindruck von den Einkaufsgewohnheiten der Ungarn in Bezug auf lokale Produkte und von ihrer Aufgeschlossenheit gegenüber den lokalen Produkten. Die Umfrage wurde zwischen dem 27. Oktober 2021 und dem 24. November 2021 durchgeführt.

3. Wien, als möglicher Standort des Shop of Region Geschäfts

3.1. Wien aus Sicht der Statistiken

Wien ist eine der innovativsten Städte Europas, die bei der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen eine Vorreiterrolle einnimmt. Die Stadt und ihre Region sind das herausragende Wirtschaftszentrum Österreichs und das wirtschaftliche Kraftzentrum der Region Mitteleuropa. Die Einwohnerzahl des Bundeslandes Wien betrug im Jahr 2020 1,915 Millionen. Die Bevölkerung des Bundeslandes wächst stark, in den letzten 10 Jahren um 12 %. Für das Jahr 2040 wird eine Bevölkerung von mehr als 2 Millionen Einwohnern prognostiziert, was auf einen erheblichen jährlichen positiven Wanderungssaldo zurückzuführen ist. Was die Zusammensetzung der Bevölkerung betrifft, so ist der Anteil der gut ausgebildeten Personen mit tertiärem Bildungsabschluss und der jüngeren Altersgruppen höher als durchschnittlich in den österreichischen Bundesländern.

Die Konzentration von Wirtschafts- und Humankapital in der Stadt, das innovative städtische Umfeld und die geeignete Infrastruktur schaffen ein hervorragendes Geschäftsklima. Im Jahr 2020 gab es 114.870 aktive Mitglieder der Wirtschaftskammern auf Bundeslandebene, was einen deutlichen Anstieg der Zahl der Unternehmen zwischen 2010 und 2020 (+18%) bedeutet, aber unter dem nationalen Durchschnitt (+25%) liegt. Die Zahl der neu gegründeten Unternehmen lag 2020 bei 8.503, das gibt 22 % der nationalen Zahl aus und - vermutlich aufgrund der Pandemie - liegt mit 6,9 % unter der Zahl von 2019. 25,4 % der neuen Unternehmen wurden im Bereich des Handels gegründet.

Im Jahr 2019 wurden 25,2 % des österreichischen BIP im Bundesland Wien erwirtschaftet (100.384 Millionen Euro). Ungarn ist der fünftgrößte Exportmarkt, hinsichtlich des Außenhandelsumsatzes der Unternehmen im Bundesland Wien. Die Arbeitslosenquote des Bundeslandes liegt mit 15,1 % über dem österreichischen Durchschnitt (9,9 %) ([WKO Statistik Wien – Zahlen und Fakten zur Wiener Wirtschaft 2021](#)).

3.2. Nachhaltige Lebensmittelversorgung in Wien

Wien, wie auch immer mehrere europäische Großstädte, hat die Notwendigkeit erkannt, den regionalen Ansatz für die Lebensmittelversorgung in der Stadt in Zukunft zu stärken, um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen und die Lebensqualität der Bevölkerung zu verbessern. Die Rolle der lokal erzeugten Lebensmittel hat in der Zeit der Pandemie-Krise an Bedeutung gewonnen. Eine kurze Lebensmittelversorgungskette ist flexibler als eine globale Versorgungskette, sie kann in Zeiten globaler Krisen widerstandsfähiger sein. Einer der Hauptvorteile von regional erzeugten Lebensmitteln besteht darin, dass die Wertschöpfung vor Ort erfolgt und der Gegenwert der Produkte die Region nicht verlässt, was die lokale Wirtschaft stärkt. Die Stadt will die Wirtschaftsakteure dazu ermutigen, die gesamte Wertschöpfungskette in potenziellen Sektoren von der Produktion bis zum Verkauf vor Ort oder im Umkreis von 100 km um Wien zu gewährleisten.



Die Verkürzung der Ketten ist auch gut für die Nachhaltigkeit, da die Produkte weniger reisen und die Transportemissionen geringer sind. Darüber hinaus ist eine der übergreifenden Ziele der EU die Umstellung auf die Kreiswirtschaft, der Green Deal kann gut zur Stärkung lokaler Ketten passen.

Die Unterstützung der kleinbäuerlichen Lebensmittelproduktion ist in Österreich wie auch in anderen Ländern (einschließlich Ungarn) eine Priorität. Kleinerzeuger haben es schwer, mit großen Lebensmittelketten, Supermärkten und mit der Großproduktion von Lebensmitteln zu konkurrieren, sind weniger wettbewerbsfähig, obwohl ihre Produkte von hoher Qualität und sehr vielfältig sind. In Österreich müssen jedes Jahr durchschnittlich 2.500 Klein- und Familienbetriebe schließen und die Produktion einstellen, in Ungarn ist die Situation ähnlich. Gleichzeitig gibt es aber auch positive Trends: Für die neugestarteten Kleinunternehmen und landwirtschaftlichen Betriebe sind junge Lebensalter und nachhaltige Sichtweise bezeichnend.

Die Stadt Wien hat bereits 1998 das Programm "**ÖkoKauf Wien**" ins Leben gerufen, um den Konsum gesunder und lokaler, regionaler Lebensmittel in den städtischen Institutionen zu erhöhen. Infolgedessen bemühen sich Kindergärten, Schulen, Krankenhäuser, soziale und andere Einrichtungen der Stadt, bei der Beschaffung von Lebensmitteln (und anderen Produkten wie Reinigungsmitteln und Baumaterialien) einen ökologischen Ansicht zu verfolgen.² Ziel ist es, dass mindestens 30 % der Lebensmittel in der Gemeinschaftsversorgung und 50 % in Schulen und Kindergärten aus biologischem Anbau stammen. Das bedeutet, dass täglich 100.000 Menschen mit Lebensmitteln aus nachhaltiger Landwirtschaft in ausreichender Qualität versorgt werden, womit Wien im Vergleich zu anderen Ländern eine herausragende Leistung in der nachhaltigen urbanen Lebensmittelproduktion erbringt (Roth-Kromp, 2016). Erwähnenswert ist auch das Programm "**ÖkoEvents**", mit dem die Stadt Wien das Umweltbewusstsein neben den eigenen Veranstaltungen durch empfohlene Kriterien und zertifizierte Veranstaltungsagenturen fördern will, wobei der Schwerpunkt auf biologischen und regionalen Lebensmitteln im Catering liegt. Dies führt zu einer wachsenden Zahl von "nachhaltigen Veranstaltungen" in der Stadt.³

Im Jahr 2020 wurde mit der Entwicklung des **Wiener Lebensmittelaktionsplans (Wien isst G.U.T.)** begonnen, um eine nachhaltige Lebensmittelversorgung zu erreichen und unter anderen die Ziele der Milan Urban Food Policy Pact umzusetzen.⁴

3.3. Städtische und stadtnahe Landwirtschaft von Wien

Wien ist eine der urbansten Region Österreichs. Dennoch gibt es in einigen Gebieten der Stadt viele landwirtschaftliche Betriebe und Höfe. Die Zahl der Bauernhöfe ist in den letzten Jahren zurückgegangen, jeder siebte Hof in Wien hat zwischen 2010 und 2017 geschlossen (Landwirtschaftskammer 2017 - Urbane Landwirtschaft). Laut der Website der Landwirtschaftskammer gibt es derzeit 544 land- und forstwirtschaftliche Betriebe innerhalb der Verwaltungsgrenzen von Wien, davon 38 % Gartenbaubetriebe. In der Stadt Wien werden in diesen Gartenbaubetrieben in den Bezirken Simmering und Donaustadt jährlich rund 72.000 Tonnen Frischgemüse angebaut. Darüber hinaus gibt es einen bedeutenden Zierpflanzenbau, sowohl in Glashäusern als auch im Freiland.⁵

² <https://www.wien.gv.at/umweltschutz/oekokauf/pdf/lebensmittel-positions-papier-lang.pdf>

³ <https://www.wien.gv.at/umweltschutz/veranstaltungstipps.html>

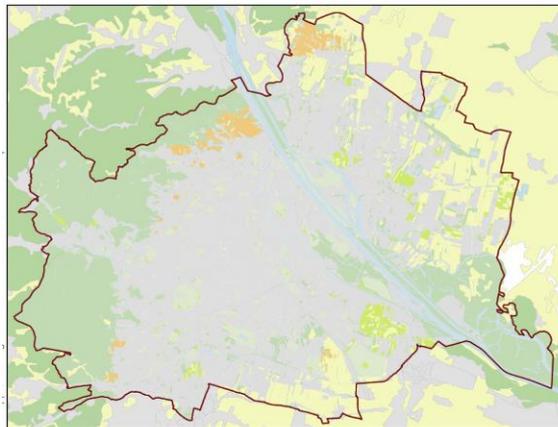
⁴ <https://www.wien.gv.at/umweltschutz/nachhaltigkeit/wien-isst-gut.html>

⁵ <https://wien.lko.at/stadtlandwirtschaft-wien+2400+2578951>



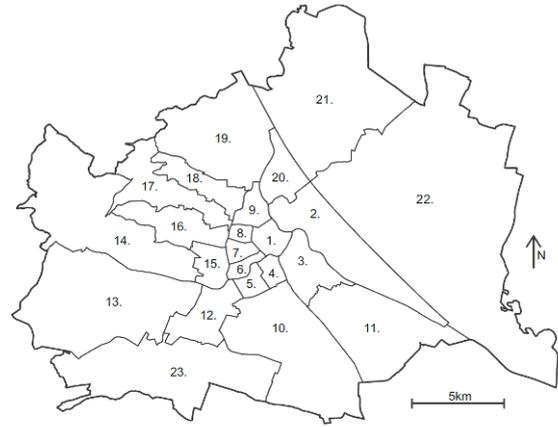
Die landwirtschaftlichen Tätigkeiten sind hauptsächlich in den Bezirken 21. und 22. (Floridsdorf und Donaustadt) entsprechend der geografischen Eigenschaften der Stadt bezeichnend.

1. Abbildung: Landwirtschaftliche Tätigkeit in den Bezirken von Wien



Key:

Built up areas	Ackerbau
Water bodies	Weinbau
Recreational areas	Gartenbau
Forest, fields	



S. Viljoen 2018

Die Landnutzungskarte zeigt die Gebiete der Stadt, in denen landwirtschaftliche Tätigkeiten in Gartenbau, Weinbau und Ackerbau innerhalb der Verwaltungsgrenzen der Stadt geführt werden. Diese Flächen machen etwa 14,5 % des Stadtgebiets aus, von denen 73 % für den Ackerbau, 13,5 % für den Gartenbau und 12 % für den Weinbau genutzt werden (S. Viljoen 2018).

Im Bundesland Wien lag der Anteil der Biobetriebe im Jahr 2020 über dem Landesdurchschnitt (Landesdurchschnitt: 22,8%, Bundesdurchschnitt: 29,7%) und der Anteil der biologisch bewirtschafteten Fläche (Landesdurchschnitt: 26,4%, Bundesdurchschnitt: 35%).⁶

In der Stadt gibt es verschiedene Formen der sozial-kooperativen Bewirtschaftung von landwirtschaftlichen Betrieben, es wurde mehrere FoodCoops-Gruppen gegründet. Es gibt die gemeinschaftsunterstützte Landwirtschaft (*Community Supported Agriculture-CSA*) und die gemeinschaftlich betriebene Landwirtschaft (*Community Made Agriculture-CMA*). Es sind mehrere kleine Gartenzonen in der Stadt zu finden, in denen die Bewohner ihr eigenes Gemüse anbauen können, indem sie kleine Gärten mieten.

All dies zeigt, dass lokal angebautes Gemüse und aus denen hergestellten Produkte einen bedeutenden Anteil am lokalen Produktangebot in der Stadt ausmachen. Auch im weiteren Umkreis der Stadt gibt es eine Reihe von Bauernhöfen, deren Landwirte versuchen, ihre Produkte auf dem Markt der Hauptstadt zu verkaufen. Die wichtigsten Vertriebskanäle sind: lokale Märkte in den Städten, spezialisierte Bauernläden, Online-Shops, Kistenlieferungen und - nicht zu vergessen - die zunehmende Präsenz regionaler Produkte in den Regalen der Supermarktketten.

3.4. Ist Wien eine autarke Stadt?

Im Jahr 2017 hat die Stadt Wien eine Studie durchgeführt, um zu ermitteln, ob Wien und ihre Umgebung die Nachfrage nach Gemüse in Wien und ihrer unmittelbaren Umgebung decken

⁶ <https://www.bio-austria.at/bio-bauern/statistik/>



könnten. Die Erhebung ergab, dass die lokal erzeugte Gemüsemenge insgesamt die Nachfrage bei weitem übersteigt (statistisch gesehen 80.000 Tonnen Überschuss). Während jedoch bei einigen Gemüsesorten (z. B. Erbsen, Gurken, Karotten, Kohl, Sellerie, Spargel, Spinat und Zwiebeln) eine Überschussproduktion besteht, kann bei anderen Gemüsesorten die lokale Nachfrage nicht gedeckt werden (z. B. Pilze, Blumenkohl, Paprika, Salat, Zucchini). Die Untersuchungen haben gezeigt, dass saisonale Produkte, zusätzlich zu den in Klammern genannten, Kräutern, Bio-Gemüse und verarbeiteten Produkten mit höherer Wertschöpfung deutlich stärker nachgefragt würden (Schwarzl-Weiß 2017).

Doch lokale Lebensmittel haben es schwer, den Weg zu den lokalen Verbrauchern zu finden. Das gilt auch in Wien, trotz der großen Anzahl von Geschäften und Webseiten, die regionale Produkte anbieten. Die größten Probleme sind die Logistik, die Saisonalität und die fehlende Verbindung zwischen Produzenten und Verbrauchern. Letzteres ist der Mangel an Informationen, die geringere Vermarktungskapazität, das Verbraucherverhalten und der Lebensstil der an Supermärkte gewöhnten Kunden. Aber auch Verbraucher, die bewusst nach regionalen Produkten suchen, haben es oft schwer, das Angebot von Kleinerzeugern zu finden. Die Gemeinschaftsversorgung, die Gastronomie, der Einzelhandel und die Direktvermarktung spielen eine wichtige Rolle im Konzept der autarken Stadtversorgung. Im Einzelhandel sind die kleinen Geschäften bedeutend, die eine Vielzahl von regionalen Lebensmitteln verkaufen, sowie die Online-Shops, die in den letzten Jahren stark zugenommen haben. Der Direktverkauf findet auf dem Markt, beim Bauern (Abhof) oder online vom Bauern statt, sowie wird von verschiedenen NGOs koordiniert, die Erzeuger zusammenbringen.

3.5. Organisationen in Wien, die die Vermarktung regionaler Produkten fördern

Die wirtschaftlichen, sozialen und nachhaltigen Vorteile des Verkaufs regionaler Lebensmittel vor Ort wurden von der Stadt Wien, der Wirtschaftsagentur Wien und anderen wichtigen Organisationen, die die wienerischen Wirtschaft unterstützen, wie der Wirtschaftskammer Wien, erkannt. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von nationalen und regionalen Finanzierungsquellen für die Entwicklung von Nahversorgungssystemen. In den letzten Jahren, insbesondere seit Beginn der Pandemie, gab es auch viele unternehmerische und zivilgesellschaftliche Initiativen und soziale Innovationen. Die verschiedenen Genossenschaften, Verbände und die Unternehmen, einschließlich der Großhandelsketten, spielen eine wichtige Rolle.

Die Organisationen unterstützen lokale Unternehmen und Erzeuger mit verschiedenen Mitteln. Die **Wirtschaftsagentur Wien** hat in den letzten anderthalb-zwei Jahren insgesamt 7 Millionen Euro für den [Förderschwerpunkt Lebensmittel](#) zur Verfügung gestellt. Die Mittel wurden für innovative Projekte bereitgestellt, die zur Verbesserung der lokalen Lebensmittelversorgung beitragen, indem sie die Produktion, Verarbeitung, Verpackung, Qualitätssicherung, Logistik und das Recycling verbessern.

Die Suche nach regionalen Produzenten und die Verbindung lokaler Produkte ist in Wien ein Ziel (z.B. Goji-Beeren aus Wien, Feigen aus Simmering, Ingwer und Reis aus dem Seewinkel, Wassermelonen und Süßkartoffeln aus der Steiermark und dem Burgenland, Haselnüsse aus dem Weinviertel). Einige dieser Produkte sind auch in größeren Lebensmittelgeschäften (z.B. Billa) zu finden, da in den letzten Jahren immer mehr lokale Produkte in den Regalen der Lebensmittelketten vertrieben sind.

Die Wirtschaftsagentur Wien hat in letzter Zeit eine Reihe von Projekten im Zusammenhang mit der nachhaltigen Lebensmittelversorgung unterstützt. Im Rahmen der Projekte wurden nicht nur



Produktionsaktivitäten unterstützt, sondern auch der Marktzugang sowie die Information und Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Zu den erfolgreichen Projekten gehören daher Apps und Informationsseiten (z. B. [Genusspropheten](#)), auf denen sich die Verbraucher auf einer Online-Karte und aus einer übersichtlichen Datenbank über die wichtigsten lokalen Feinkostläden informieren können. Die Agentur unterstützte unter anderen auch den größten regionalen Online-Marktplatz Wiens, [Markta](#), einen 2018 gestarteten digitalen Bauernmarkt mit über 3.000 Produkten von 400 Klein- und Familienbetrieben (siehe unten).

Eine der wichtigsten Aufgaben der Wirtschaftskammer Wien ist es, die Lebensmittelproduzenten in Wien und ihrer Umgebung zu unterstützen und ihre Marktpräsenz zu fördern. Da es für Kleinerzeuger und Kleinunternehmer schwierig ist, im Schatten der großen Unternehmen auf den Markt zu treten und zu überleben, ist die Unterstützung durch die Kammer notwendig. In Februar 2020 wurde aus diesem Ziel die Fachmesse „[Genuss statt Masse – Regionalität und Spezialität](#)“ organisiert. Ziel der Veranstaltung war es, einen Treffpunkt für lokale Erzeuger und die Nachfrage nach ihren Produkten zu schaffen. Fast 40 regionale Erzeuger stellten auf der Messe aus (die meisten Aussteller waren Alkohol- und Spirituosenhersteller, Brauereien, Weinkellereien, aber auch Imker, Sirup- und Safthersteller).

Ziel der Kammer ist die Unterstützung von Unternehmern, die dazu beitragen, Wien zur Hauptstadt des Genusses zu machen. Zu diesem Zweck wurde der „[GENUSS AWARD 2020](#)“ ins Leben gerufen, der in mehreren Kategorien vergeben wird: Feinkost, Süßwaren, Fisch, Naturkost sowie Obst und Gemüse. Die Categoriesieger sind meist Vertreiber regionaler Produkte (z.B. [essenswert.at](#)). Die Landwirtschaftskammer Wien ist eine Organisation, die städtische Landwirte zusammenbringt, die Landwirte unterstützt und die Stadtbevölkerung über das Angebot lokaler Produzenten informiert. Die App "Standtlandwirtschaft Wien" wurde entwickelt, um Verbrauchern die Suche nach städtischen Landwirten zu erleichtern.

4. Die Zusammensetzung des regionalen Produktangebots in Wien

4.1. Ausländische Spezialitäten

Wien ist eine multikulturelle Stadt, in der man nicht nur die regionalen Produkte der österreichischen Bundesländer finden kann. Wie in jeder Großstadt findet man in verschiedenen Bezirken Wiens nationale Spezialitäten wie italienische Produkte (z.B. Crupi's Sicilianisches Geschäft oder Flotte Biene's Geschäft), portugiesische Spezialitäten (z.B. LOJA Portugueza Delikatessengeschäft), ungarische Produkte (Paprika Jancsi Ungarisches Geschäft). Diese Geschäfte bieten auch gerne Produkten kleiner Produzenten an, die das Angebot an regionalen Produkten in Wien erweitern. Auch holländische Käsesorten, französische Weine, belgische Schokolade und andere nationale Spezialitäten sind in Wien erhältlich. Was ausländische Spezialitäten betrifft, so ist der Naschmarkt mit seinen Ständen, an denen Spezialitäten aus fast allen Teilen der Welt verkauft werden, ein bemerkenswertes Beispiel, aber es gibt auch andere Märkte mit ausländischen Produkten (einschließlich ungarischer Verkäufer, die regelmäßig an Wochenendmärkten verkaufen).

4.2. Die Angebote österreichischer Bundesländer, Regionen

An regionalen Geschäften, Märkten und Online-Shops mangelt es in Wien nicht. In jedem Stadtteil gibt es zahlreiche regionale Feinkostläden. Die Produktpalette ist sehr breit gefächert, frisches Obst und Gemüse kommen aus den naheliegenden Obstgärten, aus dem Burgenland, aus Niederösterreich oder von weiter her. Zu den lokalen Produkten gehört eine breite Palette an



Milchprodukten und Käse, von Bio-Ziegenkäse, Joghurt und Büffelkäse bis hin zu Bergkäse, Vorarlberger Spezialitäten und steirischem Stohlenkäse. Außerdem gibt es eine große Auswahl an geräuchertem Fleisch, Schinken, Wurstwaren und anderen Fleischprodukten. Bio-Mangalitza, zum Beispiel aus dem Burgenland oder der Steiermark (z.B. Vulcano), ist in Wien sehr beliebt. Zu den regionalen Produkten zählen neben Schweinefleisch auch Wildfleisch (z.B. Kärntner Hirsch- oder Wildschweinsalami) und Geflügel sowie einige Spezialitäten wie die Straußensalami aus Niederösterreich. Auch bei Fischfleisch gibt es ein großes regionales Angebot (z.B. Forelle aus Niederösterreich). Das Sortiment an Fleischprodukten ist sehr breit gefächert und reicht von verschiedenen Arten von Eintöpfen bis hin zu Pasteten.

Honig aus Wien und der Region Wien ist wichtig in der regionalen Produktpalette. Überraschenderweise werden auch in den Bezirken der Hauptstadt Imkerei betrieben, und der in der Stadt produzierte Honig ist bei den Einheimischen sehr beliebt (z.B. Bio-Honigschmiede, deren Spezialität der Seestadthonig ist, oder Honig aus den Wiener Bezirken, Wiener Bezirk Honig). Neben Marmeladen, Konfitüren und Sirupen gibt es ein breites Angebot an Fruchtsäften. Unter den Wiener Produkten sind die Marmeladen, Kompott und Konserven von Staud erwähnenswert. Das Angebot an verarbeitetem Obst und Gemüse ist sehr vielfältig. Das Gleiche gilt für Tees, Gewürze, Öle und Würzmittel.

Auch alkoholische Produkte sollten erwähnt werden. In und um Wien gibt es mehrere kleine Hersteller von Gin und anderen Spirituosen und Shortdrinks. In einigen Bezirken der Stadt Wien ist die Weinproduktion von Bedeutung, und in den Weinhandlungen der Hauptstadt werden auch Weine aus dem Burgenland oder den umliegenden Regionen verkauft.

Die Liste der lokalen Produkte ist lang. In der Kategorie der Schokoladen und Süßigkeiten werden auch viele lokale Produkte angeboten, wie Tiroler und steirische Schokoladen. Neben Lebensmitteln gibt es auch lokale Handwerksprodukte. Handwerker und Kunsthandwerker herstellen traditionelle oder trendige, innovative Produkte und verkaufen sie online oder in spezialisierten Geschäften (z. B. Fach'l).

Die lokalen Produkten österreichischer Bundesländer, Regionen werden auch in Fachgeschäften verkauft, einige Geschäfte davon:

- Grundbira - Produkte aus Voralberg
- Sonnentor – Bio-Tees und Gewürze aus dem Burgenland
- Waldviertel Dorfladen – Produkte aus dem Waldviertel
- Bauernladen Helene – Produkte aus dem Burgenland
- Gärtnergeschäfl – Genossenschaftliche Produkte aus dem Burgenland, Niederösterreich, Wien und der Steiermark
- Warenhandlung – Produkte aus Niederösterreich und der Steiermark

Eine ausführlichere Beschreibung der auf regionale Produkte spezialisierten Geschäfte findet sich in Kapitel 5 und im Anhang.

4.3. Bioprodukte

Bioprodukte und Produkte mit verschiedenen Gütesiegeln machen einen großen Teil des Angebots regionaler Geschäfte und Webshops aus. Der Anteil der Bio-Lebensmittel ist in Österreich wesentlich höher als in Ungarn. Neben dem Angebot ist auch die Nachfrage nach Bioprodukten viel höher als bei den ungarischen Verbrauchern. Es ist jedoch zu beachten, dass es unter den kleineren Erzeugern und Familienbetrieben viele gibt, die ihre Produkte auf nachhaltige



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



und umweltfreundliche Weise herstellen, aber nicht über eine Bio- oder andere Zertifizierung verfügen (in der Regel aufgrund des hohen bürokratischen Aufwands). Die meisten Geschäfte und Webshops schließen diese Produkte jedoch nicht aus, während Bio- und Naturkostläden nur zertifizierte Produkte verkaufen.

4.4. Produkte mit verschiedenen Zertifizierungen, Gütesiegeln

Die AMA (Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH.) hat für verschiedene Produkte (z.B. AMA-Biosiegel, AMA-Gütesiegel bei Eier, AMA-Gütesiegel bei Fleisch und Fleischerzeugnissen, AMA-Gütesiegel bei Milch und Milchprodukten, AMA-Gütesiegel bei Obst, Gemüse und Speiseerdäpfeln) ein Zertifizierungssystem eingerichtet, das hohe Qualitätsstandards erfüllt, staatlich anerkannt ist und einer laufenden Qualitätskontrolle unterliegt.⁷ Auch in der Gastronomie gelten hohe Qualitätsstandards, so dass Kleinerzeuger nur dann in Restaurants zugelassen werden, wenn sie über ein AMA- oder gleichwertiges Gütesiegel verfügen.

Neben der Qualitätssicherung ist die AMA für die Informierung der Verbraucher, für die Unterstützung der Marktdurchdringung von Produkten, Marketingaktivitäten und für die Organisation verschiedener Kampagnen zuständig. Darüber hinaus hat die AMA das Markenzeichen **AMA GENUSS REGION** geschaffen, das die Qualität und Herkunft lokaler Produkte garantiert und die Direktvermarktung und Förderung regionaler Produkte im Gastronomiebereich unterstützt.⁸ Fast 2.500, in Wien insgesamt 103 lebensmittelverarbeitende Betriebe, Einzelhändler, Märkte und Restaurants tragen das Siegel. Die Marke garantiert, dass das Produkt aus einem regionalen Familienbetrieb stammt, von guter Qualität ist, einen traditionellen Charakter hat und einen kurzen Transportweg hinter sich hat. Eine Online-Datenbank mit Karten, auf denen die Produkte mit Gütesiegel zu finden sind, ist ebenfalls verfügbar. Die Datenbank ist auch auf der Webseite des Bundesministeriums Landwirtschaft, Regionen und Tourismus im Thema Nachhaltigkeit.⁹

Die AMA beobachtet kontinuierlich die Veränderungen im österreichischen Lebensmittelhandel und in den Konsumgewohnheiten. Die Daten der RollAMA (RollAma Motivanalyse 2019-2020) bestätigen, dass die Herkunft von Produkten ein zunehmend wichtiger Faktor beim Einkauf ist. Für österreichische Käufer ist die Herkunft des Produkts wichtig, sie suchen in erster Linie nach österreichischen Produkten und erst in zweiter Linie nach regionalen Produkten. Diese Aspekte sind neben der Frische und der hohen Qualität des Produkts die wichtigsten, und dies hat sich durch die von Corona-Virus verursachten Pandemie noch verstärkt. Es hebt sich von den Ergebnissen der AMA-Umfrage heraus, dass für die österreichischen Konsumenten die nachhaltige Landwirtschaft wichtiger ist als die Bio-Zertifizierung, obwohl Bio-Produkte aus biologischer Landwirtschaft bei den österreichischen Konsumenten sehr beliebt sind. Die Verbraucher bevorzugen es, in Supermärkten regionale Produkte aus der Region zu kaufen. Auch die Verbrauchertrends in Österreich zeigen einen Trend zu bewussterer Ernährung und weniger Fleischkonsum.¹⁰

4.5. Regionale Lebensmittelpaketen - Packerl

Die meisten Online-Shops bieten eine Vielzahl von Paketen und Kombinationen an. Zum Beispiel die Frühstückspakete auf markta.at, die hochwertigen regionalen Produkten für ein herzhaftes

⁷ Die AMA führt jährlich mehrere tausende Qualitätskontrolle durch, deswegen ist das Vertrauen in den Produkten hoch.

⁸ <https://amainfo.at/konsumenten/ueber-uns-3>

⁹ <https://www.nachhaltigkeit.at/>

¹⁰ <https://amainfo.at/konsumenten/marktinfor/marktinformationen/konsumverhalten-daten>



Frühstück bieten. Ähnliche Pakete sind auch für andere Mahlzeiten und Jahreszeiten erhältlich (z.B. Herbstgenuss-Packerl) (in Wert von 30-35 Euro). **Kochboxen**, eine Initiative, die auch im Ausland (z. B. in den Niederlanden) bekannt ist, bieten lokale Produkte für das Kochen zu Hause für eine Familie. Es ist auch möglich, eine Box speziell für ein bestimmtes Gericht zu bestellen, die auf einem Rezept basiert (siehe hellofresh.at). Die Boxen kosten zwischen 35 und 90 €, je nach Familiengröße und Anzahl der Köche pro Woche. **Geschenkkörbe, Geschenkpakete und Geschenkgutscheine** sind wichtige Artikel in den Webshops, aber sie sind auch in den Regalen der regionalen Geschäfte zu finden. Der Grund dafür ist, dass die Produkte von hoher Qualität und Wertigkeit sind und sich daher zum Verschenken eignen. Geschenkpakete werden entweder für einen bestimmten Feiertag oder Anlass zusammengestellt (z. B. ein Muttertagspaket), oder sie können Angebote eines einzigen Herstellers enthalten (z. B. ein Honigpaket), oder, was ebenfalls sehr häufig vorkommt, wenn eine Vielzahl von hochwertigen Produkten in einem einzigen Paket kombiniert wird. **Weihnachtsgeschenkkörbe** werden in der Regel auch von Geschäften und Erzeugern zusammengestellt, die regionale Produkte anbieten. Besonders erwähnenswert sind auch die Weihnachtspakete, die auch in der Geschäftswelt als Weihnachtsgeschenke gegeben werden. Geschenkkörbe können einem Hersteller oder einem Feinkostladen einen beträchtlichen Umsatz bedeuten.

5. Vertriebskanäle regionaler Produkte in Wien

5.1. Wiener Märkte

In Wien gibt es 17 tägliche Einzelhandelsmärkte und 5 Wochenmärkte, die hauptsächlich Lebensmittel anbieten. Wien hat eine lange Geschichte von Märkten. Sie sind ein beliebtes Einkaufsziel für Wienerinnen und Wiener sowie für Touristen. Die Stadt Wien hat eine kostenlose Markt-App ([Wiener Märkte App](#)) entwickelt, mit der man sich das Angebot von mehr als 20 Lebensmittelmärkten anschauen kann. Sie bietet detaillierte Informationen über Stände, Öffnungszeiten, Standorte, Veranstaltungen und sogar über das angebotene Produktsortiment.

Tägliche Märkte:

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 1. Brunnenmarkt | 9. Meiselmarkt |
| 2. Floridsdorfer Markt | 10. Naschmarkt |
| 3. Gersthofer Markt | 11. Nußdorfer Markt Rochusmarkt |
| 4. Hannovermarkt | 12. Schwendermarkt |
| 5. Johann-Nepomuk-Vogl-Markt | 13. Sonnbergmarkt |
| 6. Karmelitermarkt | 14. Viktor-Adler-Markt |
| 7. Kutschkermarkt | 15. Volkertmarkt |
| 8. Meidlinger Markt | 16. Vorgartenmarkt |

Temporäre, wöchentliche, privatorganisierte Märkte (Anlassmärkte):

1. Temporärer Markt Altgasse
2. Temporärer Bio-Markt Freyung
3. Temporärer Markt Freyung
4. Temporärer Markt Vorplatz der Kirche Mariahilf
5. Temporärer Markt Wacquantgasse



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



Zu den temporären Märkten gehören auch mehrere Biomärkte, wie der Freyunger Markt. Außerdem gibt es mehrere Festmärkte, wie z. B. Weihnachts-, Silvester- und Ostermärkte.

Der Kutschkermarkt hebt sich von den Märkten ab, ein echter traditioneller Wiener Markt, auf dem das ständige Angebot an den Wochenenden durch die Produkte vieler kleineren Erzeugern ergänzt wird. Der Markt ist sehr beliebt, vor allem bei den Einheimischen, denn hier gibt es alles. In den umliegenden Geschäften werden ergänzend zu den Ständen hochwertige regionale Produkte angeboten. Der Bezirk Währing hat eine starke lokale Identität und zeichnet sich durch eine starke lokale Wirtschaftsentwicklungstätigkeit aus. Das Einkaufsstraßenmanagement legt einen starken Fokus auf die Förderung lokaler Kleinbetriebe.

Auf den Märkten gibt es zwischen den festen Ständen auch mehrere Läden oder Büfets mit regionalen Lebensmitteln (z. B. Waldviertelerei am Schendermarkt, Kaas am Markt am Karmelitermarkt).

Marktlieferung

Die Hauslieferung von den Wiener Märkten ist ab März 2020 möglich, eine Errungenschaft während der Pandemie, um die Versorgung der städtischen Bevölkerung mit Lebensmitteln zu erleichtern ([marktlieferung.wien](#)). Auch Marktstandbesitzer, Erzeuger und Händler können sich an dem Liefersystem beteiligen. Das System wurde auch von der Wirtschaftsagentur Wien unterstützt. Alle Wiener Märkte sind zugänglich, auch saisonale und Bio-Märkte. Allerdings gibt es nicht auf allen Märkten Erzeuger, deren Produkte über die Marktlieferung bestellt werden können (z.B. Biomarkt Freyung, am Karmelitermarkt keine Erzeuger, am Meindlinger Markt 8, am Brunnenmarkt 6, am Floridsdorfer Markt 10 Erzeuger sind im Liefersystem drinnen). Die innovative Plattform bietet auch detaillierte Beschreibungen über die Produkte der Erzeuger.

5.2. Online Marktplatz

Wie weltweit werden auch in Wien Online-Shopping und Hauslieferungen immer beliebter. Lebensmittelkurierere liefern jetzt sehr kurzfristig und umweltfreundlich (z. B. mit dem Fahrrad). Im Hintergrund arbeiten sie mit leistungsstarken Apps und Datenbanken, um die Einkäufe der Verbraucher zu überwachen und ihnen spezielle Angebote zu schicken.

In Wien haben die Verbraucher viele Möglichkeiten, hochwertige lokale Produkte direkt beim Erzeuger oder über eine große Auswahl an Online-Shops zu kaufen.

Online-Shops haben während der Pandemie 2020 von einer Woche zur nächsten einen enormen Anstieg der Nachfrage erfahren. Die Hauslieferung ist eine der bequemsten Möglichkeiten, sicher einzukaufen, und die Bedeutung gesunder Produkte hat mit dem Vormarsch des Virus zugenommen. Und unter den bewussten Käufern entscheiden sich immer mehr für den Direktverkauf, wenn sie online bestellen, um die lokalen Erzeuger in der durch den Virus verursachten schwierigen wirtschaftlichen Lage zu unterstützen.

Auf dem Online-Marktplatz gibt es eine Reihe von Online-Shops, die auf diese Bedürfnisse eingehen, indem sie gesunde Lebensmittel von lokalen, kleinen Bauernhöfen anbieten und dabei auch die Herausforderungen der Nachhaltigkeit berücksichtigen (z. B. Verwendung natürlicher Verpackungsmaterialien). Ein Beispiel dafür ist Markta, ein Online-Marktplatz, der seit März 2018 aktiv ist und in Wien und in ihrer Umgebung nach Hause liefert.

In der Pandemiezeit stieg die Zahl der **Erzeuger-Webshops und der verschiedenen Online-Bestell- und Hauslieferoptionen, der Click&Collect-Lösungen**, dramatisch an. Die Bauern-



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

Webseiten erleichtern es den Menschen in und um Wien, an lokale Lebensmittel zu gelangen. Diese Erzeugerseiten bieten oft nicht nur die Produkte eines Erzeugers, sondern auch die mehrerer regionaler Erzeuger an. Ein Beispiel dafür ist die Website farmgoodies, auf der Produkte direkt von Mühlviertler Biobauernhöfen verkauft werden, wie z.B. natürliche Öle und hausgemachter Bio-Senf. Farmgoodies steht in Kontakt mit 40 Produzenten, die biologische und nachhaltige Betriebe führen. Sie ist eine starke regionale Marke. Vom Webshop aus liefern sie in ganz Österreich und sogar ins Ausland. (Weitere Informationen: <https://www.farmgoodies.net/>)

Auf dem Online-Marktplatz sind auch viele Online-Shops zu finden, deren Schwerpunkt nicht auf lokalen, regionalen Produkten liegt, sondern auf hochwertigen Delikatessen, die das wohlhabende Gourmet-Segment ansprechen. Ein Beispiel dafür ist der Online-Shop von Austrian Limited, in dem mehr als 250 ausschließlich hochwertige österreichische Produkte angeboten werden. Das breite Angebot an Spezialitäten und zum Teil handgefertigten Waren umfasst viele Lebensmittel und Feinkostprodukte. Hier findet man auch eine ausführliche Beschreibung über die Produzenten und über die Produktherstellung. Zusätzlich zu den Produkten werden auch touristische Dienstleistungen angeboten (z. B. Hotelpakete). (Weitere Informationen: austrian-limited.at/kulinarik)

Die Liste weiterer Webshops, die regionale Produkte anbieten, ist im Anhang 1 zu lesen.

5.3. Regionale Geschäfte, Bio-Laden, kulinarische Geschäfte, die besondere lokale Produkte verkaufen, Kaffeehäuser, Fastfood-Restaurants, Bauernladen

Die Wienerinnen und Wiener sind relativ gut mit Fachgeschäften für regionale Produkte versorgt, in denen frische, qualitativ hochwertige Lebensmittel aus der Region erhältlich sind. Mehrere dieser Geschäfte verkaufen auch Bio-Produkte oder ausschließlich Bio-Produkte. Im letzteren Fall liegt der Schwerpunkt weniger auf lokalen Produkten als vielmehr auf der Bio-Zertifizierung.

Regionale Läden und Bioläden verfügen in der Regel auch über einen Webshop mit Hauslieferung oder Click&Collect-Option. Da es bei kulinarischen Produkten wichtig ist, den Geschmack zu vermitteln und Vertrauen in den Erzeugern zu schaffen, bieten kulinarische Läden oft Kostproben und einfache Mahlzeiten an. In diesen Geschäften liegt der Schwerpunkt auf "Qualität", "lokal" und "Nachhaltigkeit". Es gibt auch eine Reihe von verpackungsfreien Geschäften (z. B. Greislerei).

Einige der Geschäfte bieten Vertriebsmöglichkeiten für lokale Erzeuger speziell aus einem bestimmten Region an. So gibt es in Wien viele Geschäfte mit regionalen Produkten aus dem Waldviertel, dem Burgenland oder der Steiermark.

In Wien gibt es eine relativ große Anzahl von Geschäften mit regionalen Produkten. Eine Liste der bei der Internetrecherche gefundenen Geschäfte findet man in Anhang 2. Einige dieser Geschäfte werden in Kapitel 5 ausführlicher vorgestellt. Das Warenangebot der Bauernläden hat einen bedeutenden Anteil im Wiener Warenangebot. Viele Produzenten in Wien oder im Wiener Umland betreiben online Ab Hof Laden, d.h. Bauernläden (z.B. Bio Feigenhof.) Die Produzenten liefern wöchentlich oder sogar täglich, in Kisten oder auf Einzelbestellung, nach Hause oder zu Abholstellen im Zentrum Wiens. Einige Hersteller-Websites im Raum Wien sind in Anhang 3 aufgelistet.

5.4. Innovative, neuartige Lösungen

Unter den regionalen Geschäften sind auch einige innovative Lösungen zu finden, wie zum Beispiel *Tastery* und *das Fach'l*, die nach einem interessanten Geschäftskonzept betrieben sind.



1. Tastery

Tastery ist ein Lebensmitteladen hochwertiger Produkte + Webshop mit einem breiten Produktsortiment. Im Wiener Geschäft geht es vor allem darum, dass die Verbraucher die Produkte vor dem Kauf verkosten können. Zum Geschäft gehört auch ein Café, in dem man auch einfache Mahlzeiten genießen kann. Die Produkte sind Spezialitäten, die in größeren Lebensmittelketten normalerweise nicht erhältlich sind. Das Angebot umfasst auch ausländische Anbieter. Das Unternehmen versucht, Kleinproduzenten Raum zu geben (Video von Tastery: <https://youtu.be/ZEhASmzxZwk>) und hat auch seine eigenen Markenprodukte. Sie stellen auch Geschenkboxen zusammen. Die für Verkostung bereitgestellten Produkte werden in einem einheitlichen "Regal" präsentiert.

2. Abbildung: Das Regalsystem zur Produktpräsentierung in Tastery



<https://www.tastery.at/fuer-unternehmen/>

2. 's Fachl

's Fachl ist ein Franchisemodell zur Regalvermietung für kleine Produzenten und Handwerker in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Jedes Geschäft ist an die Angebots- und Nachfragebedingungen in der Stadt, in der es sich befindet, angepasst. Das Geschäft im Zentrum Wiens bietet ein breites Sortiment an haltbaren Lebensmitteln, Süßwaren, alkoholischen Produkten, Marmeladen, Gemüseprodukten, Honig, Sirup an. Die kunsthandwerklichen Produkte umfassen eine Vielzahl an Kleidung und Accessoires, Schmuck, Spielzeug, Souvenirs und Dekorationen. Das Sortiment ist jedoch weniger regional als vielmehr von der Größe des Produzenten und von dem handwerklichen Charakter der Produkte bestimmt.

Das Geschäftsmodell beruht auf der Möglichkeit für sehr kleine Unternehmen, sich für einen relativ kurzen Zeitraum zu binden, und eine Verkaufsfläche zu mieten (mindestens 5 Wochen Miete, 14 €/Woche, 11 €/Woche für eine Jahresmiete). Außerdem werden 10 % des Umsatzes abgezogen. Das Franchise-System hat den Vorteil, dass es dem Unternehmer Vertriebs- und Marketingunterstützung sowie einen gut funktionierenden IT-Hintergrund und eine Vertriebssoftware bietet. Neue Partner sind willkommen, wobei neben dem deutschsprachigen Raum Italien bevorzugt wird. Eine neue Filiale kann in einer Stadt mit mindestens 800.000 Einwohnern eröffnet werden (weitere Informationen: <https://www.fachl.at/>)



3. Neuartige Lösungen für Nachhaltigkeit

Immer beliebter werden verpackungsfreie Geschäfte und Lösungen, die darauf abzielen, Verpackungsmüll zu reduzieren (z.B. Lieber Ohne Shop im 6. Bezirk, konzept:greissler im 3. Bezirk). Zunehmend werden auch natürliche und wiederverwendbare Verpackungsmaterialien ausprobiert (z. B. Wolle). Das Boxensystem, die Einkaufsgemeinschaften verwenden auch Tauschboxen. Und es werden immer mehr Initiativen und Apps entwickelt, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren (z.B. Wiener Tafel, GenussBox, foodsharing). Das Unternehmen Iss mich! bereitet aus regionalen und/oder Bio-Gemüsesorten, die nicht im Handel erhältlich sind, vor allem aus ästhetischen Gründen, gekochte Mahlzeiten zu und bietet auch Catering-Dienste und die Lieferung an Bürogebäude an.

5.5. FOODCOOPS – Food Cooperatives

Lokale Erzeuger und Verbraucher schließen sich zu verschiedenen NGOs zusammen, um gemeinsam zu vermarkten oder einzukaufen. In Wien gibt es auch mehrere von Gemeinden unterstützte oder betriebene Bauernhöfe.

Diese Gemeinschaften sind in der Regel bestrebt, die Logistik zu koordinieren, die Transportwege zu minimieren, Solidarität zu zeigen und nachhaltige, umweltfreundliche Lösungen zu finden.¹¹ Bei Foodcoops ist es üblich, dass sich Menschen an einem Arbeitsplatz oder in der Nachbarschaft zusammenfinden, um gemeinsam hochwertige lokale Produkte zu beschaffen. Ein Beispiel ist die BOKU FoodCoop, in der Bioprodukte aus Wien, der Region Wien, Niederösterreich und aus einem Teil Oberösterreichs bezogen werden.¹²

Die Foodcoops sind in ganzem Österreich zu finden (<https://foodcoops.at/>). Insgesamt sind 30 solche Kooperationen in Wien und in ihrer direkten Umgebung.

3. Abbildung: FoodCoops in Wien



Quelle: foodcoops.at

Die Liste der Foodcoops sind im Anhang 4 zu lesen.

¹¹ Eine FoodCoop (Food Cooperative, zu Deutsch: Lebensmittelkooperative) ist der Zusammenschluss von Personen und Haushalten, die selbstorganisiert biologische Produkte direkt von lokalen Bauernhöfen, Gärtnereien, Imkereien etc. beziehen. – foodcoops.at

¹² http://foodcoop.boku.ac.at/?page_id=27



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



5.6. Öffnung der Großhandelsketten für regionale Produkte

In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach lokalen Produkten gestiegen, was zu einer stärkeren Aufmerksamkeit auf regionale Produkte geführt hat. Genau das hat Billa mit der Schaffung des so genannten Billa-Box-Netztes getan. Darüber hinaus haben einige Geschäfte (Filiale) jetzt auch kleine lokale Handwerker und lokale Produzenten als Lieferanten. Billa hat mittlerweile mehr als 500 lokale Lieferanten und 1.700 lokale Produkte, und in der Obst- und Gemüseabteilung stammen mehr als 55% der Produkte aus Österreich.¹³

Zur Förderung der Regionalität haben BILLA, MERKUR und ADEG 2014 das Programm „[Da komm ich her](#)“ eingeführt, in dessen Rahmen in Österreich erzeugte regionale Produkte (226 Produkte im Jahr 2020) mit einem speziellen Logo gekennzeichnet werden, das auch die Herkunftsregion angibt. Das Sortiment umfasst Gemüse und Obst aus Wien und der Steiermark (z.B. Paprika, Tomaten, Melanzani, Salat, Kohlrabi, Gurken, Kirschen, Äpfel), diese sind auch online bestellbar. 2020 haben die regionalen Produkte 93 Millionen Kundenkontakte erreicht.

Bereits 2013 hat BILLA das „[Regional Regal](#)“ ins Leben gerufen, in der 600 verschiedene Produkte von 200 Erzeuger aus 32 von BILLA definierten kleinen Regionen angeboten sind. Davon werden durchschnittlich 40 Produkte an jede Filiale geliefert. Die MERKUR-Initiative "Marktplatz Österreich" bietet auch eine Verkaufsplattform für heimische Produzenten, für insgesamt 500 heimische Anbieter mit rund 7.000 verschiedenen Produkten. Die Marke Merkur innerhalb der österreichischen REWE Gruppe wurde im vorigen Jahr aufgehört, dafür werden die sich auf Prämienprodukten fokussierenden Geschäfte unter dem Brand Billa+ weitergeführt. Die Initiative unterstützt die lokalen Erzeuger bei der Vermarktung, der Logistik und der Warenkennzeichnung. Die PENNY-Eigenmarke "[Ich bin Österreich](#)" steht für Produkte aus 100% österreichischen Zutaten und nach österreichischen Rezepten. Im Jahr 2020 hat PENNY 200 Eigenmarkenprodukte im Angebot, die mehr als 107 Millionen Kundenkontakte generiert haben ([NH Bericht 2020](#)).

Die aufgelisteten Großhandelsketten haben auch Geschäfte in Wien, so sind sie auch Teil des Angebots lokaler Produkte in Wien.

6. Empirische Ergebnisse der Angebotsanalyse

6.1. Bewertung der Internetrecherche

In Wien gibt es eine große Auswahl an Geschäften mit regionalen Produkten, die im Internet auch erreicht werden können. Bei einer Google-Suche gibt es eine riesige Anzahl von Ergebnissen, so dass sich städtische Verbraucher, die nach regionalen und saisonalen Produkten suchen, leicht zurechtfinden und finden können, was sie suchen. Viele Geschäfte, die regionale Produkte anbieten, haben eine eigene Website, oft mit einem Webshop, und posten regelmäßig in den sozialen Medien. Auch im Internet lassen sich die Produzenten mit den entsprechenden Suchbegriffen leicht finden. Es gibt eine Reihe von Sammelwebseiten, Sammelapps und Datenbanken.

Regionale Produkte sind in allen Bezirken erhältlich. In einigen Bezirken ist das Angebot größer. Stadtteilmärkte und Biomärkte spielen eine zentrale Rolle in der Versorgung mit regionalen Produkten.

¹³ <https://rewe-group.at/de/newsroom/2020/09/lebensmittelvielfalt-aus-wien-billa-und-stadt-wien-foerdern-lokale-produzenten>



Bei der Internetrecherche wurden mehr als 40 Einzelhandelsgeschäfte mit regionalen Produkten untersucht. Die Palette der in den Geschäften erhältlichen Produkte ist typischerweise breit gefächert. Die meisten Websites verfügen auch über einen Online-Shop mit Hauslieferung oder Click&Collect-Lieferung ins Geschäft. Die meisten Geschäfte, die über eine Website verfügen, sind auch über Social-Media-Plattformen erreichbar, vor allem über Facebook und Instagram. Auf den Websites wird die Unternehmensphilosophie sehr deutlich mit den folgenden Gemeinsamkeiten: Nachhaltigkeit, kurze Transportwege, gesunde Lebensmittel, in vielen Fällen ökologischer Landbau, Unterstützung der kleinbäuerlichen Landwirtschaft, Reduzierung von Lebensmittelabfällen, Verzicht auf Verpackungen, Förderung der biologischen Vielfalt. Die meisten Websites bieten auch Informationen über die Hersteller der von ihnen angebotenen Produkte, und einige bieten die Möglichkeit, direkt bei den Lieferanten zu bestellen.

6.2. Während der Studienreise aufgesuchte Geschäfte

Von den Läden und Geschäften, die wir durch Internetrecherche gefunden haben, haben wir diejenigen persönlich besucht, die konzeptionell zur Zielsetzung des Shop of Region Geschäfts passen könnten. An drei Studienreisen in Wien im Herbst 2021, in den Monaten September und November, haben wir insgesamt 18 Geschäfte, Märkte und Restaurants in mehreren Bezirken besucht.

In der folgenden Tabelle sind die wichtigsten Merkmale und Erfahrungen der von uns besuchten Orte aufgeführt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Regionalität überall ein wichtiges Kriterium ist, die Bio-Zertifizierung ein Vorteil bedeutet, aber ist keine ausschließende Bedingung in den meisten Geschäften, die nicht speziell Bio-Läden sind. Die Händler kennen die Hersteller der Produkte, die sie verkaufen, und haben hohe Qualitätsansprüche. Die Produkte werden von den Geschäftsführern der auf eine bestimmte Region spezialisierten Läden persönlich abgeholt. Im Fall breiteres Produktsortiments liefern die Hersteller die Waren.

Geschäftsleiter sind offen für neue Wege und betreiben Online-Plattformen. Marketing wurde in der Regel als eine wichtige Prioritäten angesehen. Die Läden haben einen festen Kundenstamm. Der Online-Verkauf ist bis zu einem gewissen Grad fast überall präsent.

Die verschiedenen Workshops, Produktvorführungen und Verkostungen sind sehr beliebt. Kaffee und einfache, kalte Gerichte und Kuchen sind in den meisten Geschäften mit regionalen Produkten erhältlich.

Zusammenfassende Tabelle über die Erfahrungen, die in den persönlich aufgesuchten, mit regionalen Produkten beschäftigten Geschäften, Restaurants, Märkte gesammelt wurden.

	Geschäft/Markt /Restaurant	Adresse	Wichtigste Merkmalen
1	Kutschkermarkt https://www.wienn.gv.at/	Kutschker- gasse 18. Bezirk	Der Kutschkermarkt ist einer der ältesten kulinarischen Märkte Wiens und hat auch heute noch einen ständigen Lebensmittelmarkt. An den Wochenenden ergänzt sich der Markt mit sehr vielen Verkäufern, darunter auch mit burgenländischen und ungarischen Anbietern.
2	Woll-Habitat https://woll-habitat.at	Türkensch- anzstraße 2 18. Bezirke	Woll-Habitat ist ein spezielles Geschäft für Bio-Wolle, in dem man nachhaltig produzierte Wolle aus der ganzen Welt kaufen kann. Das besondere Angebot lockt Kunden von weiter her an, da es in der Stadt nur wenige Woll- und Garngeschäfte dieser Art gibt. Es werden auch Strickkurse und -workshops angeboten, die bei Jugendlichen immer beliebter werden. Das Geschäft ist sehr gut gelegen und die Miete ist



			angemessen. Auch Online-Shopping ist möglich, aber die Menschen ziehen es vor, spezielle Produkte persönlich zu kaufen. Soziale Medien nur auf Instagram.
3	LOJA Portuguez https://www.facebook.com/LojaPortuguez/	Gersthofen Straße 8 18. Bezirke	Ein portugiesisches Delikatessengeschäft, das unter anderem portugiesische Fischkonserven, Gemüseprodukte kleiner Erzeuger und Getränke verkauft. Das Geschäft bietet auch kalte Gerichte, Salate, Fischgerichte, portugiesischen Kaffee und Kuchen. Neben Lebensmitteln bietet das Geschäft auch portugiesisches Porzellan, Keramik, Glaswaren und Textilien an und eignet sich auch für kleine Produktvorführungen.
4	Restaurant Hollerkoch https://www.hollerkoch.at	Gertsthofen straße 14 18. Bezirke	Der junge Restaurantleiter engagiert sich für lokale Produkte und Regionalität, die er mit einem Menü aus traditionellen und internationalen Spezialitäten kombiniert. Das Restaurant verkauft auch seine eigenen Produkte auf der Website (z.B. Hollerkoch Gin, Hollerkoch Hummus, Hollerkoch Chutney) und veranstaltet gerne Workshops und Verkostungen.
5	Giraffenland https://giraffenland.myshopify.com/	Währingerstraße 160 18. Bezirke	Ein gut gestaltetes Geschäft, das Kurzwaren und Handarbeitsprodukte, Kleidung, Schnittmuster, Nähwerkzeuge, Zubehör und Bücher sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel verkauft. Giraffenland ist in Wien und Krams vertreten und betreibt auch einen Online-Shop. Die Nähkurse werden als Dienstleistung organisiert. Sie bieten auch Platz für lokale Kleinerzeuger und Unternehmer und verkaufen auch Eigenmarkenprodukte.
6	Flotte Biene https://www.flottebiene.wien/	Lacknerstraße 63/1 18. Bezirke	Kleines Geschäft für italienische Produkte mit einer breiten Palette von Produkten und Dienstleistungen. Das Angebot umfasst Nudeln, Käse, geräucherte Fleischwaren, Pesto, verschiedene alkoholische Getränke, Weine, Schokolade, Kekse, Kuchen, Kochbücher, Kleidung und Accessoires. Neben der Qualität der Lebensmittel ist auch die Identität des Erzeugers ein wichtiger Aspekt. Der Laden bietet auch Verkostungen, Kochkurse, kleine Partyservice, Catering. Das Geschäft eignet sich für kleine Workshops, Veranstaltungen und funktioniert auch als Gemeinschaftsraum. Die Website fungiert auch als Webshop.
7	Naschmarkt https://www.wienn.gv.at/	6. Bezirke	Der Naschmarkt ist ein wichtiger Bestandteil des kulinarischen Angebots Wiens, der bei Einheimischen und Touristen gleichermaßen bekannt und beliebt ist. Hier kaufen viele Wiener ein, und es dient auch als Treffpunkt. Der Markt hat eine lange Geschichte. Die Gebäude der ständigen Verkäufer erinnern an das 19. Jahrhundert, mit einem breiten Angebot von kleinen Läden und Ständen: frisches Gemüse, türkische Gewürze, Bioläden von hoher Qualität (z. B. Sonnentor). An den Wochenenden erweitert sich der Markt um eine große Anzahl von Verkäufern, wobei der Schwerpunkt auf regionalen Produkten liegt und mehr kleine Erzeuger und lokale Unternehmer ihre Produkte anbieten. In den Straßen in der Nähe von Naschmarkt gibt es mehrere Feinkostläden und regionale Lebensmittelgeschäfte.
8	Markta https://markta.at/	Rechte Wienzeile 39 4. und 6. Bezirke	Markta ist ein Online-Marktplatz, der seit März 2018 aktiv ist und regionale Produkte in Wien und in ihrer Umgebung nach Hause liefert. Der Großteil der Produkte, nämlich 90 %, kommt aus einem Umkreis von 100 km um Wien. Bestellungen können auch direkt beim Hersteller aufgegeben werden. Die Produzenten liefern die Produkte an das Logistikzentrum in Wien, wo sie verpackt und ausgeliefert werden. Sie betreibt zwei kostenlose Abholstellen in Wien (Wien Naschmarkt - Markta Container und Wien myhive, Wienerberger Str. 11). Bis 2021 waren die anfänglichen 150 Bestellungen pro Woche dank der Pandemie auf 2 500 angewachsen, und die Lieferungen erfolgen nun landesweit. Das Logistikzentrum von Markta befindet sich im 21. Bezirk in Wien. 90% der Produzenten befinden sich in einem Umkreis von 100 km um Wien, die am weitesten entfernten Produkte kommen aus einem Umkreis von 200 km. Die Verpackungsmaterialien von Markta (Karton, Dämmmaterial, Kühlakkus,



			<p>Glasflaschen) können zurückgegeben werden. Die Entfernung der Produzenten von Wien ist auf der Website für den bewussten Kunden angegeben.</p> <p>Mehrere steirische Erzeuger sind unter den Lieferanten zu finden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obsthof Retter - Schönegg bei Pöllau • Genusswerkstatt Schweighofer – Unterrohr • BioHof Kerngesund – Voralpe • Essigmanufaktur Oswald/Schaffer - Koglhof bei Birkfeld • Sommerbauer Edelhof - Puch bei Weiz • Weingut Michael am Rosenberg – Weiz • Brunnis Genusshof Kräutermanufaktur - Fischbach
9	<p>LGV Gärtnerschäftl https://www.xn--lgv-grtnergschftl-ugbj.at</p>	<p>Kettenbrück engasse 20 4. Bezirke</p>	<p>LGV Gärtnerschäftl. Der Shop wurde 2016 mit dem Ziel eröffnet, Produkte von Produzenten aus der Umgebung Wiens innerhalb weniger Stunden für Konsumenten in Wien verfügbar zu machen. Neben fast 60 verschiedenen Gemüsesorten und Kräutern wird eine breite Palette regionaler Produkte wie Trockenteigwaren, Ketchup, Honig, Fleisch und lokale Weine angeboten. Erwähnenswert ist, dass es auch frische Backwaren gibt, was neben dem frischen Gemüse eine große Anziehungskraft hat. Molkereiprodukte, Fleischprodukte, Fischfleisch und Fertiggerichte sind ebenfalls in der Kühltheke erhältlich. Es ist nicht nur ein Geschäft, sondern auch ein Café und ein Frühstücksraum und kann auch einfache kalte Gerichte zum Mittagessen servieren. Sandwiches und Salate werden in der kalten Küche des Ladens aus lokalen Produkten zubereitet. Die Gemüse werden alle zwei bis drei Tage geliefert und im Kühlhaus des Ladens frisch gehalten.</p> <p>Die meisten Kunden sind Stammkunden, die den Laden regelmäßig und in kürzeren Zeitperioden für frisches Gemüse besuchen. Viele der Kunden kommen aus der Umgebung, und auch die Backwaren sind sehr beliebt. Auch ältere Menschen schätzen den Laden, weil sie dort kleinere Mengen von Gemüse ohne Verpackung kaufen können. Das Geschäft betreibt keine Online-Shop-Plattform, aber fungiert auch als Übernahmestelle für eine Gruppe von Produzenten. Auch die Gestaltung des Gebäudes ist bemerkenswert. Für die Kunden steht ein relativ großer Raum zur Verfügung, außerdem gibt es viel Platz für Küche, Büro und Lager. Die Decken sind zwei Stockwerke hoch, und eine Galerie im Obergeschoss dient als Treffpunkt für Kaffee und Frühstück. Die Gestaltung erinnert an die alten Markthallen. Die Straßenfront ist breit, bei schönem Wetter betreiben sie auch eine kleine Terrasse gegenüber den großen Glasfenstern.</p>
10	<p>Bauernladen Helene https://bauernladenhelene.at</p>	<p>Kettenbrück engasse 7 4. Bezirke</p>	<p>In der Nähe des Naschmarktes befindet sich auch ein kleines Geschäft mit burgenländischen Produkten. Der Laden verkauft frisches Gemüse, Fleisch, Käse und frischen Fisch (Forelle aus Mariazell). Eine große Auswahl an Tees, getrockneten Kräutern und verarbeitetem Gemüse ist ebenfalls erhältlich. Der Geschäftsinhaber betreibt noch zwei weitere Geschäfte in Wien. Neben den Produkten aus dem eigenen Betrieb werden auch Produkte von anderen Kleinproduzenten aus dem Südburgenland angeboten. Die Hauptzielgruppe ist die lokale Bevölkerung. Es gibt eine aktive Kommunikation auf der Website und der Facebook-Seite des Ladens.</p>
11	<p>Grundbira https://www.grundbira.at</p>	<p>Margaretens traße 78/III 5. Bezirke</p>	<p>Grundbira ist die Verkaufsstelle für Voralberger Produkte im Zentrum von Wien. Der Besitzer des Ladens ist voralbergischer Herkunft. Das Geschäft bietet trotz seiner geringen Fläche eine große Auswahl an Produkten. Das Sortiment umfasst Produkte mit längerer Haltbarkeit, vor allem Käse, geräucherte Fleischwaren und brantweinartige Produkte, aber auch verschiedene Sirups, Schokoladen und trockene Kuchen. Der Inhaber betreibt das Geschäft seit 4 Jahren. Die Wahl des Standorts in der Nähe</p>



			<p>einer belebten Kreuzung wird dadurch begünstigt, dass sich gegenüber dem Geschäft ein Billa befindet.</p> <p>Viele Leute kommen zum Einkaufen in die Umgebung des Ladens. Die Stammkundschaft des Ladens ist bereits entstanden, wobei es sich mehrheitlich um Voralberger handelt (Wien hat eine beträchtliche Anzahl von Einwohnern voralbergischer Herkunft), aber nicht ausschließlich. Der durchschnittliche Tagesumsatz liegt bei 40 Kunden. Es konnte während der Pandemie geöffnet bleiben. Das Geschäft ist von Dienstag bis Freitag von 10:00 bis 19:00 Uhr geöffnet. Das Design des Ladens ist einfach und klar, ebenso wie das Logo und die Straßenfassade. Die Vermarktung erfolgt über eine soziale Plattform. Die lokalen Erzeuger tragen nicht zum Betrieb des Ladens bei. Für die Zukunft ist geplant, das touristische Angebot in Voralberg zu fördern.</p>
12	<p>Waldviertler Dorfladen https://waldviertler-dorfladen.business.site</p>	<p>Neubaugürtel 38/4 7. Bezirk</p>	<p>Der Waldviertler Dorfladen befindet sich in einer ziemlich verkehrsreichen Gegend. Der kleine Laden ist geschmackvoll eingerichtet und spiegelt die Atmosphäre des Waldviertels wider. Die Inhaberin führt das Geschäft, das vor 9 Monaten eröffnet wurde, allein. Montags ist das Geschäft geschlossen (wie die meisten Feinkostläden mit ähnlichem Profil), da dann die Waren beschafft werden. Die Besitzerin des Ladens stammt ebenfalls aus dem Waldviertel und liefert selbst die Produkte von den Erzeugern. Der Laden verkauft Produkte mit längerer Haltbarkeit (z. B. Mohnöl, Honig, Wein, Schnaps, Pestos, Schokolade, Trockenteigwaren), aber auch saisonale Produkte (z. B. Weihnachtsgebäck). Einmal pro Woche gibt es auch frisches Roggenbrot aus dem Waldviertel. Auch Naturkosmetik und handwerkliche Produkte (z.B. Adventskränze) werden angeboten. Das Geschäft ist relativ groß. Einen festen Kundenstamm hat es noch nicht. Die Geschäftsführerin des Ladens hat neben den sozialen Medien auch Flyer erstellt, sagt aber, dass die Mundpropaganda am stärksten ist. Es hat noch kein Webshop. Es ist denkbar, dass die Einführung weiterer Funktionen (z. B. Webshop, Verkostungen, Gemeinschaftsveranstaltungen) den Umsatz des Ladens steigern würde, was notwendig erscheint, um ein ausreichendes Stammpublikum aufzubauen und ihn längerfristig zu erhalten.</p>
13	<p>'s Fachl Wien https://www.fachl.at/de-at/</p>	<p>Alser Straße 43 8. Bezirk</p>	<p>'s Fachl ist ein Franchisemodell mit Regalvermietung, das Waren von Kleinproduzenten und Kunsthandwerkern verkauft. Jedes Geschäft ist an die Angebots- und Nachfragebedingungen der Stadt, in der es sich befindet, angepasst, so dass die Produktpalette nicht in jedem Geschäft identisch ist. Das Geschäft, das wir besuchten, konzentriert sich hauptsächlich auf handwerkliche Produkte, bietet aber auch eine breite Palette an haltbaren Lebensmitteln, Süßwaren, alkoholischen Produkten, Marmeladen, Gemüseprodukten, Honig und Sirup an. Zu den handwerklichen Produkten gehören eine Vielzahl von Kleidungsstücken oder Accessoires, Schmuck, Spielzeug, Souvenirs und Dekorationen. Die Produktpalette ist jedoch weniger regional als vielmehr von der Größe des Unternehmens und dem handwerklichen Charakter des Betriebs abhängig. Es gab mehrere ausländische Produkte, wie deutsche Gemüseprodukte (in Ungarn hergestellt) und englische Süßigkeiten. Das Zielpublikum ist eher die jüngere Altersgruppe und jüngere Familien. Auch Kaffee ist im Laden erhältlich. Das Geschäft, das wir besuchten, hat eine große Fläche und befindet sich in einer frequentierten Lage. Die Zahl der Kunden und der Umsatz sind beträchtlich.</p>
14	<p>Vulcanotheek https://www.vulcanotheek.at/</p>	<p>Palais Ferstl Passage - Herrengasse 14 1. Bezirk</p>	<p>Die Vulcanotheek ist eine Schinken- und Weinbar mit bäuerlichem Hintergrund in der Steiermark. Die Speise- und Weinkarte sowie das Ladendesign sind sehr trendy und anspruchsvoll und richten sich an kaufkräftige Einheimische und Touristen. Bemerkenswert ist auch die Lage des Geschäfts in einer eleganten und prominenten Touristengegend.</p>



			<p>Außerdem verfügt es über eine Terrasse, die den Verkehr erheblich ankurbelt.</p> <p>Das Geschäft blickt auf eine 20-jährige Geschichte zurück, als es mit dem Verkauf von hochwertigen Schinken und verschiedenen Fleischprodukten aus eigener Produktion begann.</p> <p>In der Zwischenzeit wurde der angrenzende Raum an den Laden angebaut, so dass der vergrößerte Raum nun als kleine Bar genutzt werden kann, die für Wein- und Schinkenverkostungen geeignet ist. Das Angebot umfasst Schinken der eigenen Marke und Weine, Käse der steirischer Hersteller. Der Familienbetrieb bietet auch touristische Dienstleistungen an, darunter Führungen und Unterkünfte. In dem beeindruckenden Geschäft in der Innenstadt können die hochwertigen Premium-Schinken mit hohen Gewinnspannen angeboten werden. Die Eigentümer planen, das Geschäftsmodell und die Marke zu franchisen. Der Kernel des Konzepts ist, Vulcano-Schinken zusammen mit anderen hochwertigen regionalen Produkten in einem Geschäft, das ähnlich gestaltet ist und an einem ähnlichen Standort liegt, in einer Großstadt zu verkaufen. Unter den möglichen Städten könnte auch Budapest in Frage kommen.</p>
15	<p>Augustinerkeller , Bitzinger Würstelstand www.bitzinger.wien</p>	<p>Augustinerstraße 1 1. Bezirk</p>	<p>Herr Bitzinger wies auf die Notwendigkeit geeigneter Zertifizierungskriterien hin, die für die Präsenz ungarischer Produkte in der österreichischen Gastronomie unerlässlich sind. Zuvor gab es Schwierigkeiten bei der Bestellung von Würstchen aus Debrecen (2015), da Debreceni nicht über das AMA-Gütesiegel verfügte, das in der Gastronomie vorgeschrieben ist. Dieses Problem könnte durch die Debreceni-Wurst von Wiesbauer-Dunahús in Gönyű gelöst werden. Diese Wurst auf Mangalicabasis wird im Würstelstand-Sortiment nicht als "Debzeiner", sondern als "Seppreziener" verkauft. Herr Bitzinger sagte, dass es eine Nachfrage nach Mangalica-Produkten geben würde, aber nur, wenn sie die richtigen Zertifizierungsanforderungen erfüllen könnten, ein solcher Lieferant würde ihn in der Zukunft interessieren. Neben dem Produkt von Wiesbauer zeigte er Interesse auch an den Produkten von Darnó Fleisch und würde diese in Zukunft (nach Abklingen der Pandemie) sogar besuchen. Das zweite Hauptthema, das wir erörterten, war die Bedeutung und die Rolle der Markenbildung. Herr Bitzinger betonte, dass der Aufbau des richtigen Markennamens entscheidend ist, um auf dem Markt präsent zu sein und zu überleben. Dies ist jedoch ein langer und mühsamer Weg, der nicht überstürzt werden sollte. Wien ist eine konservative Stadt, sie akzeptiert schwierig die Innovationen. Qualität wird erwartet, reicht aber nicht aus.</p>
16	<p>Wiener Christmas Salon www.wienerchristmassalon.at</p>	<p>Franziskanerplatz 6. 1. Bezirk</p>	<p>Bei den Produkten handelt es sich um Qualitäts-Weihnachtsschmuck, unter denen es aber keine ungarischen Produkte gibt (es bestehen Kontakte zu zwei ungarischen Kugelherstellern, die aber nicht die Hauptlieferanten sind). Sie wäre offen für einen ungarischen Lieferant, aber der traditionelle Lebkuchen ist in Wien nicht gefragt (frühere Versuche waren nicht erfolgreich). Das Geschäft kann nur hochwertige Produkte mit einem weihnachtlichen Konzept verkaufen, darf diese aber nicht als ungarische Produkte kennzeichnen, da dies die Kunden "enttäuschen" würde, so die Geschäftsführerin des Geschäfts. 40 % der Kunden, die das Geschäft betreten, sind Einheimische, 60 % sind Touristen. Die Pandemie hat diese Situation für den Laden schwierig gemacht, so dass das Ziel nun darin besteht, das Verhältnis so zu ändern, dass 80 % der Kunden aus der Region kommen. Neben dem Geschäft werden die Weihnachtsschmucke auch über einen Webshop verkauft, und Anita Gosztola vertreibt die Produkte auch im B2B-System.</p> <p>Das Geschäft erwirtschaftet aber auch einen beträchtlichen Teil seines</p>



			<p>Umsatzes mit Dienstleistungen wie Fotografie, Workshops, kleinen Veranstaltungen, Weihnachtsdekoration, Organisation von Weihnachtsfeiern und Geschenken für Unternehmen. Der Franziskanerplatz, auf dem sich das Geschäft befindet, eignet sich für die Organisation eines kleinen Weihnachtsmarktes. Wenn es möglich wäre, einen kleinen Markt mit ein paar Ständen einzurichten, könnte man auch kleine heimische Erzeuger vorstellen, z. B. Marmeladenhersteller, Siruphersteller und Schmuckhersteller.</p>
17	<p>Cewart Vinotheke www.cewart.at</p>	<p>Rudolfsplatz 7 1. Bezirk</p>	<p>Eine kürzlich eröffnete Weinhandlung im 1. Bezirk, die auf mitteleuropäische Vulkan- und Bioweine spezialisiert ist. Neben Qualitätsweinen aus Mitteleuropa bietet das Geschäft auch einige lokale Produkte an. Die Weinverkostung umfasst ein Degustationsmenü, das auch ungarische Produkte enthält (Soproner Brot - Kovászüzem, Gänseleberpastete, Tebike-Käse). Das Menü für die Weinverkostungen zielt auf ein wirklich hohes Qualitätsniveau ab. Neben Weinverkostung und -verkauf bietet das Geschäft auch einige Feinkostwaren (z.B. Essige, Öle, Essenzen, Firnisse) an, betreibt einen Webshop und gibt Platz für kleine Veranstaltungen. Die Lage des Geschäfts ist sehr günstig. (Das Geschäft nebenan ist SHOKOV - ein steirisches Schokoladengeschäft). Aus dem Gespräch ging hervor, dass nach den bisherigen Erfahrungen (der Weinladen wurde im Februar 2021 eröffnet) die meisten Kunden aus der Region kommen, die sich für Wein interessieren und gezielt Qualitätswein kaufen wollen. Nach der Verkostung ungarischer Weine werden sie oft gelobt, d.h. "mehr als sie erwartet haben". Vielleicht trägt das Geschäft dazu bei, das Image der ungarischen Weine auf dem Wiener und österreichischen Markt zu verbessern. Die Betreiber des Ladens sind gerne bereit, als Vermittler aufzutreten, Flugblätter zu verteilen und zeigten sich offen für eine weitere Zusammenarbeit.</p>
18	<p>Paprika Jancsi Ungarisches Kleinladen</p>	<p>Klosterneuburger Str. 50 20. Bezirk</p>	<p>Das Geschäft im 20. Bezirk ist ein kleines ungarisches Delikatessengeschäft. Der Laden bietet typisch ungarische Produkte an. Das größte Sortiment befindet sich in der Fleischtheke (geräucherte Fleischwaren, Wurstwaren, Grammel) und in den verschiedenen Trockenwaren (Nudeln, „Piros Arany“, Gewürze). Aber auch Süßigkeiten, Sirup, Marmeladen und Weine sind zu finden. Die Produkte reichen von kleinen Herstellern (z. B. siebenbürgischer Sirup) über größere einheimische Produzenten (z. B. Túró Rudi, Gyereimlyi, Unilever) bis hin zu hausgemachten Lebensmitteln (z. B. Letscho, Grammel). Der Kundenstamm des Ladens besteht hauptsächlich aus in Wien lebenden Ungarn und österreichischen Kunden mit geringerem Status (die auch die niedrigen Preise als hoch empfinden). Der Geschäftsführer führt den Laden alleine, er hat keine Energie für Marketing und die Suche nach neuen Produkten. Das Design des Ladens ist nicht sehr anspruchsvoll und die Inhaltsstoffe der Produkte sind nicht in Deutsch angegeben (manchmal nicht einmal in Ungarisch). Das Lieferantensystem ist manchmal "eventuell", d.h. wenn man den Produktlieferanten "auf den Weg ist", bekommt man das Produkt. Geschäfte, die ähnliche ungarische Waren verkauften, wurden in den letzten Jahren geschlossen, aber dieses Geschäft ist immer noch in Betrieb.</p>



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



7. Konsumgewohnheiten der ungarischen Bevölkerung in Wien gegenüber lokalen Produkten

7.1. Merkmale der Strichprobe

Zwischen dem 27. Oktober 2021 und dem 24. November 2021 führten wir eine Online-Fragebogenerhebung unter der ungarischen Bevölkerung in Wien durch, um die Offenheit und die Konsumgewohnheiten der ungarischen Bevölkerung in Wien gegenüber lokalen Produkten, einschließlich lokaler Produkte von ungarischen Produzenten, zu bewerten. Ziel des Projekts Shop of Region ist es, das Angebot an lokalen Produkten in Wien zu untersuchen, inwieweit ein Shop mit regionalen Produkten aus der Oststeiermark und Ungarn in das Wiener Angebot integriert werden könnte und wie offen die in Wien lebenden Ungarn für einen zukünftigen Markteintritt sind. Was den Anteil der in Wien lebenden Minderheiten betrifft, so ist die ungarische Minderheit von Bedeutung. 2021 waren 25.956 Ungarn registriert, das sind 1,35 % der Wiener Bevölkerung. Dieser Anteil ist in den letzten 10 Jahren seit der Öffnung des österreichischen Arbeitsmarktes im Jahr 2011 deutlich angestiegen (zwischen 2011 und 2020 stieg die Zahl der ungarischen Staatsbürger in Wien um 15.362).¹⁴

Der Fragebogen wurde über soziale Medien, in Facebook-Gruppen von Ungarn in Wien, verteilt, indem sie von den Fragebogenausfüllern wie ein Schneeball verteilt wurden. Die Zielgruppe war die ungarischsprachige Bevölkerung, die in Wien und der näheren Umgebung (im Umkreis von 50 km) lebt. Insgesamt 78 Personen füllten den Fragebogen aus, von denen 71 als relevant eingestuft wurden (7 wohnten außerhalb des 50 km-Umgebung von Wien). Die Mehrheit der Befragten (82 %) sind Frauen, was eine deutliche Überrepräsentation darstellt. Das liegt zum Teil daran, dass Frauen Online-Fragebögen lieber ausfüllen, sie eher weiterleiten und eher in Facebook-Gruppen aktiv sind. Andererseits sind Frauen möglicherweise auch stärker an dem Thema des Fragebogens interessiert. Da die Antworten auf Haushaltsbasis interpretiert werden können, ist die Überrepräsentation der weiblichen Befragten kein Problem. Aus diesem Grund und auch im Hinblick auf die Methodik des Fragebogens kann die Stichprobe nicht als repräsentativ angesehen werden, aber die Ergebnisse des Fragebogens können als relevant und akzeptabel betrachtet werden.

84,5 % der Befragten wohnen in Wien, 8,5 % in den Vororten oder in unmittelbarer Nähe von Wien und 7 % im Umkreis von 50 km von Wien. Die Ausfüllung des Fragebogens war gleichmäßig über die Wiener Bezirke verteilt, mit etwas höheren Ausfüllungszahlen in den Bezirken 18 und 19 (10 bzw. 7 Ausfüllungen), 5 Ausfüllungen in Bezirk 21, 4-4 Ausfüllungen in Bezirk 2, 13, 22 und 23, 3-3 Ausfüllungen in den Bezirken 3, 9 und 12, 2-2 Ausfüllungen in den Bezirken 1, 10, 11, 14, 15 und 17, 1-1 Ausfüllung in den Bezirken 7 und 20. Insgesamt wurde der Fragebogen in sieben Bezirken nicht ausgefüllt: die Bezirke 4, 5, 6, 8, 9 und 16. 9 Befragte aus den äußeren Bezirken, aus den Einzugsgebieten.

Der größte Anteil der Befragten war zwischen 35 und 50 Jahre alt (59 %), 20 % der Befragten waren zwischen 21 und 35 Jahre alt und 15,5 % der Befragten waren zwischen 51 und 65 Jahre alt. 25,5 % haben einen Sekundarschulabschluss, 18 % haben einen Hochschulabschluss und 53,5 % einen Universitätsabschluss. Dies bedeutet, dass drei Viertel der Befragten einen Hochschulabschluss haben. 24 % der Befragten sind Unternehmer, 22,5 % arbeiten im öffentlichen Sektor, 18 % in einem multinationalen Unternehmen, 27 % in einem KMU und 4 %

¹⁴ Statistik Austria, 2021

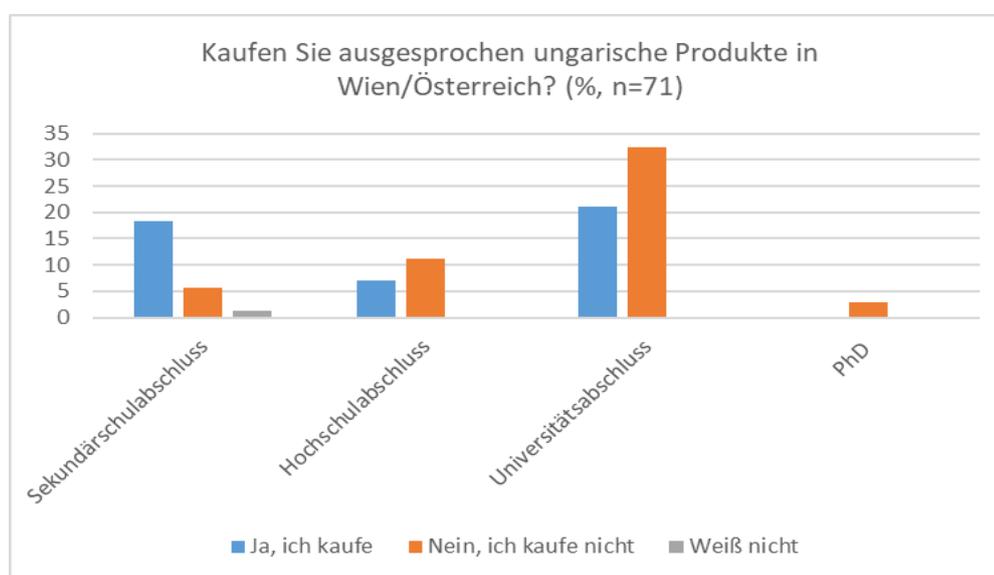


sind im Ruhestand. 56 % sind verheiratet oder leben in einer Partnerschaft, 53,5 % haben 1-2 Kinder, 4 % haben 3-4 oder mehr Kinder und 8,5 % haben schon eigenständige Kinder.

7.2. Bewertung der Kaufgewohnheiten und des Angebots ungarischer Produkten

In der Stichprobe kommt der Kauf ungarischer Produkte bei Personen mit höherer Bildung seltener vor. In einer weiteren Frage des Fragebogens wurde nach dem Kauf von lokalen Produkten und Produkten von Kleinproduzenten gefragt (abgesehen vom ungarischen Ursprung der Produkte). Im Gegensatz zu den Ergebnissen für ungarische Produkte spiegeln die Ergebnisse hier wider, dass ein höherer Anteil der Befragten dazu neigt, lokale Produkte zu kaufen (siehe unten).

4. Abbildung: Verteilung des Kaufs ungarischer Produkte nach Schulabschluss



Quelle: eigene Umfrage, 2021

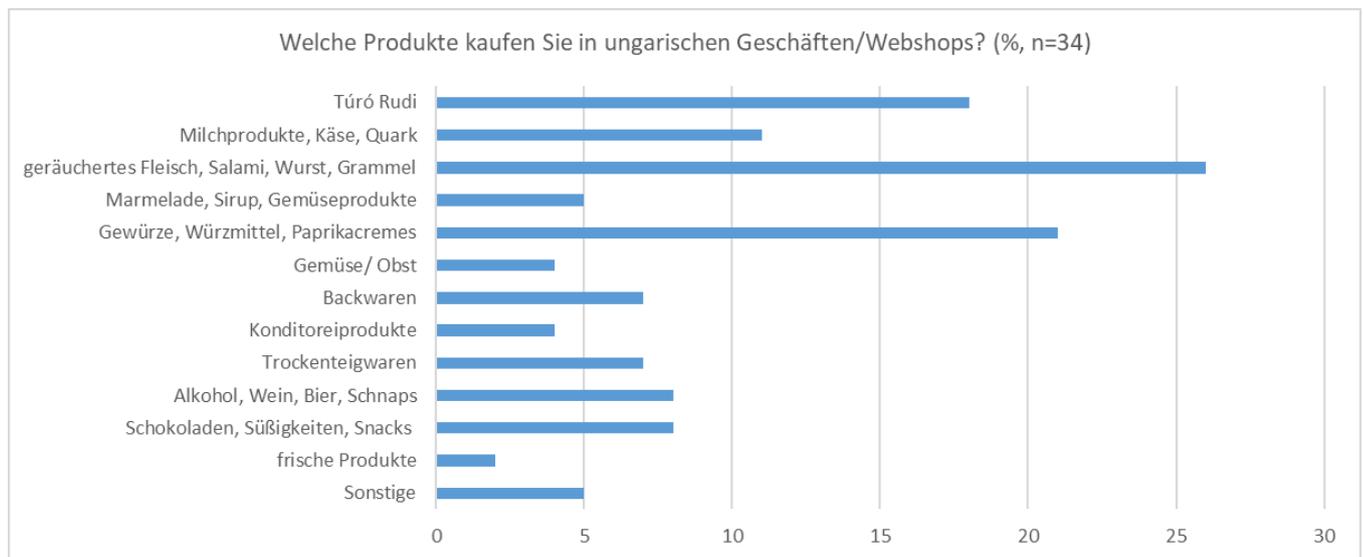
Die Befragten kaufen ungarische Produkte hauptsächlich in einem Geschäft, das ungarische Produkte verkauft (47%) oder von einem Bekannte (38%), und einige kaufen sie auf Märkten in Wien oder in ihrer Umgebung (18%). Insgesamt vier Befragte kauften in einem Online-Shop, der ungarische Produkte verkauft. Billa, Spar, Plus wurden als weitere Antworten genannt (21%).

Ein Drittel der Befragten, die ungarische Produkte kaufen, kaufen gelegentlich oder selten ungarische Produkte, 24 % monatlich, 21 % vierteljährlich und 18 % wöchentlich. Nur 18 % der Befragten sind zufrieden, während 68 % sagen, dass es in Wien nicht genügend ungarische Geschäfte/Einzelhändler gibt, die ungarische Produkte verkaufen. Nach Ansicht der Online-Einkäufer besteht kein Bedarf an mehr Webshops (nur 3 Befragte).

Die wichtigsten ungarischen Produkte sind geräuchertes Fleisch und Fleischerzeugnisse (76 %), Gewürze, Würzmittel und Paprikacremes (62 %), Túró Rudi (53 %) und verschiedene Milchprodukte und Käse (32 %). (Túró Rudi ist eine ungarische Spezialität, mit Schokolade überzogene Quark.) (Bei dieser Frage waren mehrere Antworten möglich.) Andere Antworten waren Pick Salami, Trüffel, Spargel, Senf, Mayonnaise, Ente.



5. Abbildung: Welche Produkte kaufen Sie in ungarischen Geschäften/Webshops?



Quelle: eigene Umfrage, 2021

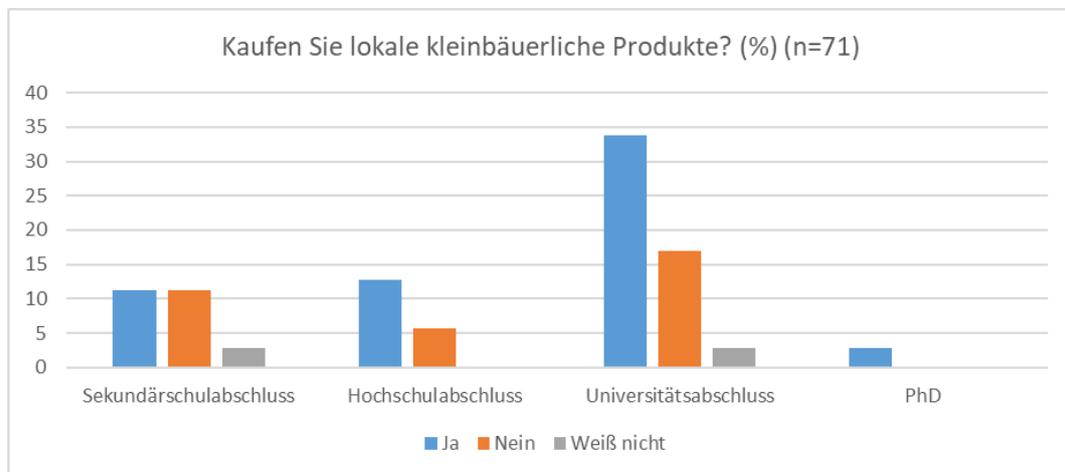
Auf die Frage "Sind Sie mit dem Angebot und der Vielfalt an regionalen Produkten aus der ungarischen Grenzregion in Wien zufrieden?" antworteten nur zwei Befragte mit "Ja, ich kann alles bekommen, was ich will". 38 % der Befragten sind nur teilweise zufrieden und würden mehr Produkte ungarischer Kleinerzeuger kaufen, als sie es derzeit tun. 41 % der Befragten sind mit dem derzeitigen Angebot nicht zufrieden, da es "nicht genug ungarische Lebensmittel aus kleinen Betrieben gibt", während zwei weitere Befragte Produkte von größeren Lebensmittelherstellern bevorzugen.

7.3. Vertrauen in regionalen Produkten

In der nächsten Gruppe von Fragen wollten wir nicht die Kaufgewohnheiten bezüglich der Produkten ungarischer Kleinerzeuger messen, sondern auch die Aufgeschlossenheit gegenüber lokalen, handwerklichen Produkten im Allgemeinen untersuchen. Auf die Frage "Kaufen Sie lokale kleinbäuerliche Produkte?" haben 71 Befragte geantwortet, von denen 61 % lokale Produkte kaufen und 34 % nicht (5 % wussten nicht, ob sie lokale Produkte kaufen). Unter den Befragten mit Hochschulabschluss ist der Anteil derjenigen, die lokale Produkte kaufen, deutlich höher. Was das Alter der Käufer betrifft, so sind die 35- bis 50-Jährigen in der Stichprobe am offensten für lokale Produkte (64 % der Altersgruppe, 38 % der Gesamtstichprobe). Ein ähnlicher Anteil findet sich bei den Personen mit Kindern, wo 70 % lokale Produkte kaufen, was 39 % der gesamten Stichprobe entspricht.



6. Abbildung: Kaufen Sie lokale kleinbäuerliche Produkte?

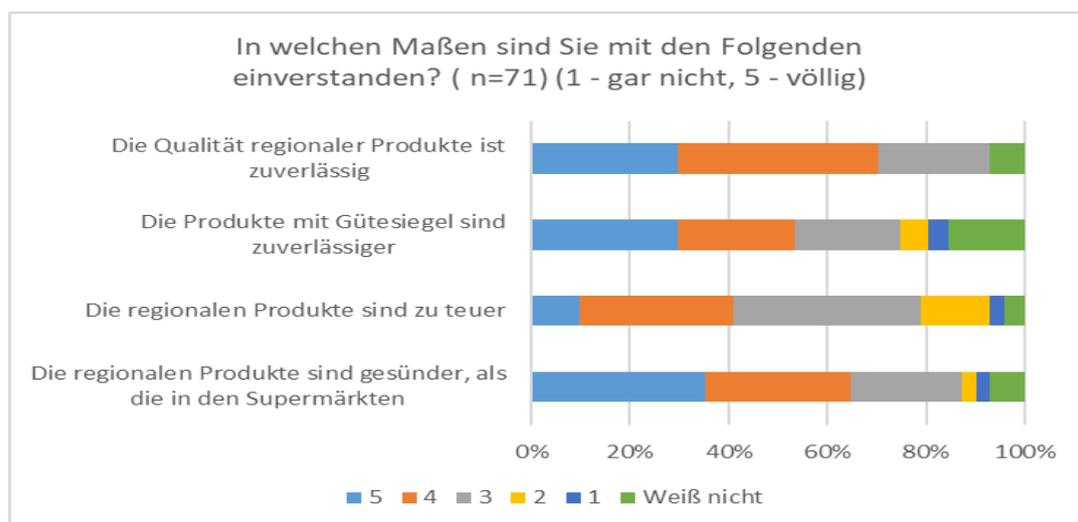


Quelle: eigene Umfrage, 2021

Diejenigen, die regionale Produkte kaufen, kaufen diese Waren eher auf Märkten und Bauernmärkten (64 %). Erwähnenswert ist auch, dass viele Menschen in Supermärkten (26 %) und direkt beim Erzeuger (21 %) kaufen.

Die Meinung der Befragten über regionale Produkte wurde anhand einer Likert-Skala von 1 bis 5 ermittelt. Die Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass regionale Produkte zuverlässiger und gesünder sind als Lebensmittel aus dem Supermarkt. Das Vertrauen in Gütesiegel zeigt sich auch in der folgenden Grafik, in der mehr als die Hälfte der Befragten der Meinung ist, dass Produkte mit einem Gütesiegel zuverlässiger sind.

7. Abbildung: Beurteilung der regionalen Produkte



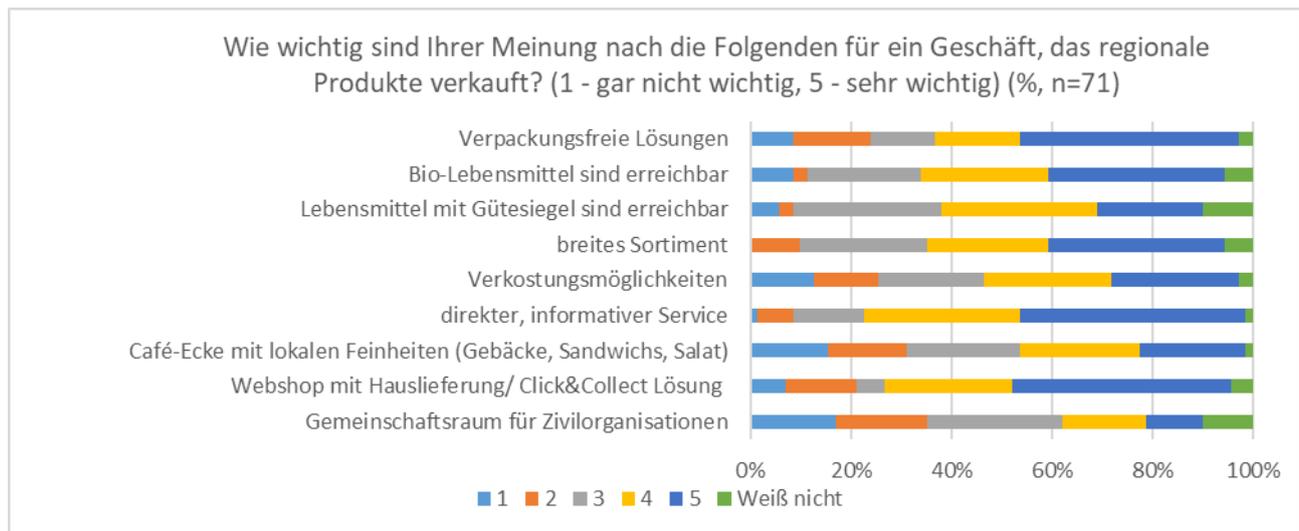
Quelle: eigene Umfrage, 2021

Mehr Menschen sind der Meinung, dass die Preise für regionale Produkte zu teuer sind als diejenige, die sie nicht zu teuer halten, aber nur 40 % der Befragten gaben eine Bewertung von 5 oder 4 ab.



Die nächsten Fragen, ebenfalls auf einer Likert-Skala von 1 bis 5, befassten sich mit den Erwartungen an Geschäfte, die lokale Produkte verkaufen. Für die Befragten ist der direkte und informative Service am wichtigsten (76 % gaben die Note 4 oder 5), der Webshop mit Hauslieferung oder Click&Collect (69 %), der Wunsch nach verpackungsfreien Lösungen und die Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln (60,5 %-60,5 %).

8. Abbildung: Erwartungen an Geschäfte, die lokale Produkte verkaufen



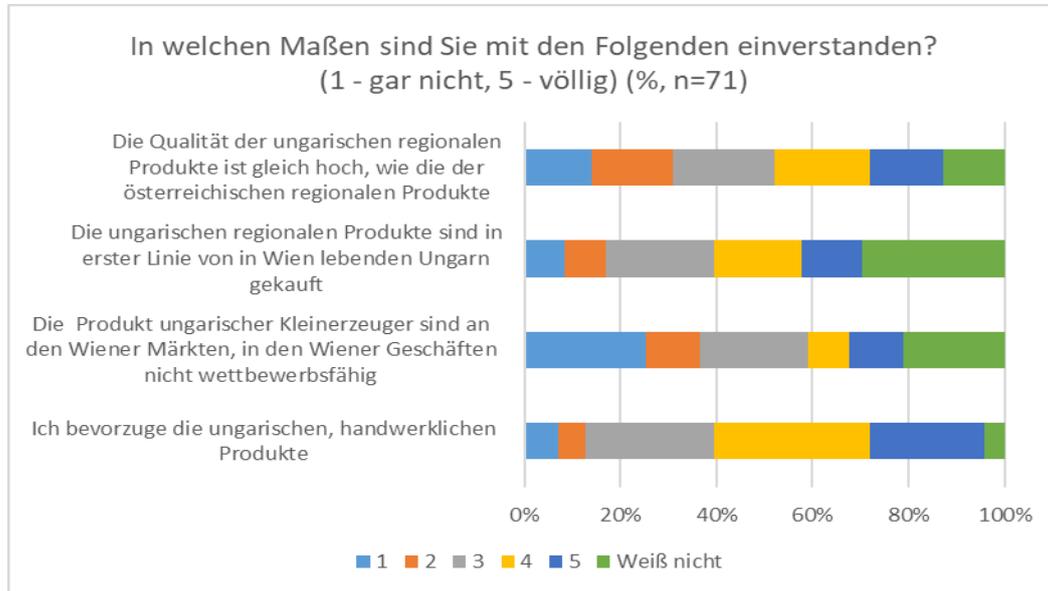
Quelle: eigene Umfrage, 2021

In der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit (basierend auf der Summe der Bewertungen 4 und 5) sind breites Produktsortiment (59 %), Gütesiegelprodukte (52 %), Verkostungsmöglichkeiten (51 %), eine Café-Ecke (45 %) und ein Treffpunkt für NGOs (28 %) die Wichtigsten.

In einer weiteren Fragengruppe mit Likert-Skala wurden Aussagen zum Vergleich von Produkten ungarischer und österreichischer Kleinproduzenten gemacht. Die Ergebnisse sind in der nachstehenden Abbildung dargestellt. Die Bewertungen der Befragten waren bei mehreren Fragen gleichmäßig verteilt. Mehr Befragte (37 % der Befragten antworteten „nicht wettbewerbsfähig“, 20% der Befragte „wettbewerbsfähig“) hielten ungarische Produkte für weniger wettbewerbsfähig als österreichische Produkte in den Regalen der Wiener Geschäfte, obwohl es eine beträchtliche Anzahl der Befragten mit "weiß nicht" geantwortet haben. Noch unsicherer war man bei der Frage, ob "ungarische Produkte hauptsächlich von in Wien lebenden Ungarn gekauft werden", denn fast ein Drittel der Befragten (30 %) antwortete mit "weiß nicht". 30 % stimmten der Aussage zu oder stimmten ihr stark zu, 17 % stimmten ihr nicht zu oder stimmten ihr gar nicht zu. 56 % der Befragten bevorzugten Produkte ungarischer Kleinerzeuger gegenüber österreichischen Produkten.



9. Abbildung: Vergleichsbewertung von Produkten ungarischer und österreichischer Kleinproduzenten



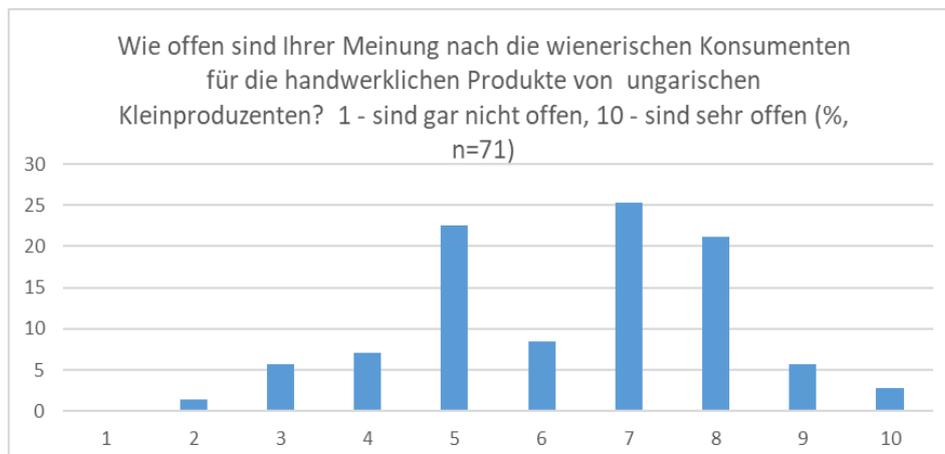
Quelle: eigene Umfrage, 2021

Die Fragen 13 und 14 bezogen sich darauf, ob die Befragten bereit sind, an einem 7/24-Automaten einzukaufen, der regionale Lebensmittel anbietet, und wie offen sie für Korbgemeinschaften und Kistlmodelle sind. Diese Vertriebskanäle sind neu und bei den Befragten weniger bekannt. Weniger als 20 % der Befragten haben schon einmal an einem Automaten eingekauft, und keiner von ihnen ist Mitglied in einem Kistlprogramm. Im letzteren Fall würden jedoch 35 % der Befragten die Waren ungarischer Kleinerzeuger kaufen, wenn ihnen ein solcher Vertriebsweg zur Verfügung stünde, während ein Drittel der Befragten mit der Funktionsweise von Einkaufsgemeinschaften nicht vertraut ist.

Die letzte Likert-Skala Frage des Fragebogens bezog sich darauf, wie offen die Wiener KonsumentInnen nach Meinung der Befragten für ungarische handwerkliche Lebensmittel sind. Die Likert-Skala reichte von 1 bis 10 (1 - überhaupt nicht offen, 10 - völlig offen). Die durchschnittliche Bewertung der Befragten lag bei 6,37 (71 Befragte). Die meisten Befragten, nämlich 18 gaben die Note 7 (25 %), 16 gaben die Note 5 (23 %), 15 gaben die Note 8 (21 %), die übrigen Noten wurden von 5 oder weniger Personen gegeben.



10. Abbildung: Offenheit Wiener KonsumentInnen für Produkte ungarischer Kleinproduzenten



Quelle: eigene Umfrage, 2021

Die letzte Frage des Fragebogens war eine offene Frage, in der die Befragten gefragt wurden, welche Bezirke oder Stadtteile Wiens sich am besten für ein Geschäft regionaler, ungarischer, handwerklicher Produkte eignen würden. Der Bezirk 1 erhielt die meisten Nominierungen (insgesamt 16), gefolgt von Währing, Favoriten und Döbling (Bezirke 18, 9 und 19), dann die Bezirke 8 und 22. Viele schlugen Standorte in der Nähe größerer öffentlicher Verkehrsknotenpunkte, U-Bahn-Stationen oder in Vierteln mit hoher ungarischer Bevölkerungsdichte vor. Neben den innerstädtischen Bezirken wurden auch Vorstadtbezirke vorgeschlagen.

7.4. Zusammenfassung der Ergebnissen der Umfrage

Obwohl die Stichprobe nicht repräsentativ ist, verdeutlichen die Ergebnisse der Umfrage die Offenheit der ungarischen Bevölkerung in Wien gegenüber lokalen und ungarischen Produkten. Die Antworten zeigen, dass zwei Drittel der Befragten mit dem derzeitigen Angebot an ungarischen Produkten nicht zufrieden sind, es gibt in Wien nicht genügend Geschäfte, die ungarische Produkte verkaufen. Die begehrtesten ungarischen Produkte sind geräuchertes Fleisch, Fleischprodukte, Gewürze, Würzmittel, Paprikacremes, verschiedene Milchprodukte, Käse und natürlich Túró Rudi und ähnliche Produkte, die in der Regel nur in den Regalen der ungarischen Lebensmittel-Kleinhandelungen erhältlich sind. Sie sind aber auch mit der Produktpalette nicht zufrieden und würden gerne mehr ungarische kleinbäuerliche Produkte kaufen als bisher.

Die Befragten sind im Allgemeinen offen für kleinbäuerliche (d. h. nicht spezifisch ungarische) Produkte. Fast drei Viertel von ihnen kaufen kleinbäuerliche Produkte, die meisten sind zwischen 35 und 50 Jahre alt und haben meist Kinder. Während es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Käufern ungarischer Produkte gibt, ist der Anteil derjenigen, die kleinbäuerliche Produkte kaufen, bei Personen mit Hochschulabschluss höher als bei Personen mit Sekundarschulbildung.

Regionale Produkte werden in der Regel auf Märkten und Bauernmärkten gekauft, aber ein Viertel der Befragten kauft in Supermärkten und ein Fünftel direkt beim Erzeuger. Nonstop-Automaten sind nur einem Fünftel der Befragten bekannt, während ein Drittel die verschiedenen Einkaufsgemeinschaften und Kistl nicht kennt. Es ist jedoch erwähnenswert, dass 35 % der Befragten gerne ungarische kleinbäuerliche Produkte über ein Kistensystem kaufen würden, wenn



es ein solches gäbe. Die Hälfte der Befragten bevorzugt ungarische kleinbäuerliche Produkte gegenüber österreichischen Produkten.

Die Mehrheit der Befragten gab an, dass regionale Produkte zuverlässig und gesünder sind als Lebensmittel aus dem Supermarkt. Das Vertrauen in Produkten mit Gütesiegel ist weniger eindeutig, aber die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass zertifizierte Produkte zuverlässiger sind. Für die Befragten ist ein direkter und informativer Service am wichtigsten, und im Einklang mit dem allgemeinen Trend ist es wichtig, dass die Produkte auch über Webshop-Bestellung, Hauslieferung oder Click&Collect erhältlich sind. Auch das Bewusstsein ist ein Merkmal der Stichprobe: 60 % der Befragten gaben an, dass es für ein Geschäft, das regionale Produkte verkauft, wichtig ist, verpackungsfreie Lösungen anzustreben. Ebenso wichtig wie die Nachhaltigkeit war die Bedeutung der Bio-Zertifizierung, was auch dem nationalen Trend entspricht.

8. Zusammenfassung

Die Nachfrage nach hochwertigen, gesunden und nachhaltig erzeugten Produkten steigt in ganz Europa, insbesondere in den Städten. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren durch den Ausbruch der Pandemie noch verschärft, wodurch die Nachfrage nach regionalen Produkten erheblich gestiegen ist. Schon vor dem Virus gab es in der österreichischen Hauptstadt eine starke Nachfrage und ein großes Angebot an regionalen Produkten, was nicht nur auf die Nachfrage der Verbraucher zurückzuführen ist, sondern auch auf die klimabewusste und regional ausgerichtete Ernährungs- und Wirtschaftsentwicklungspolitik der Stadt. Die Kleinerzeuger sind sehr daran interessiert, ihre Produkte in die österreichische Hauptstadt zu transportieren, wo die Kaufkraft stark konzentriert ist und die Stadt offen für lokale Produkte ist. Positiv zu vermerken ist, dass die Bevölkerung stark wächst, was einen wachsenden Kaufmarkt bedeutet.

Wien ist ein Mekka für regionale Produkte, so das Fazit der Angebotsanalyse. Das ist keine Übertreibung, denn Wien ist weltweit führend bei heimischem Gemüse und Getreide: Die großen Gärten, Bauernhöfe und Weinberge prädestinieren die auf Nachhaltigkeit bedachte Metropole dazu, der Stadtbevölkerung heimische Lebensmittel, die zu etwa einem Viertel aus biologischem Anbau stammen, zur Verfügung zu stellen. Zu diesem Zweck unterstützt die Stadt neben staatlichen Förder- und Anreizsystemen und den Aktivitäten von Institutionen auf nationaler Ebene (z.B. AMA) auch den Konsum und die Produktion lokaler Lebensmittel sowie deren Zugang zu Märkten durch eine Reihe von Maßnahmen. Diese Initiativen haben Vorbildcharakter für Städte in anderen Ländern.

Die Innovation von Wien und das Engagement der Bevölkerung für regionale Produkte zeigt sich in der Präsenz von regionalen Geschäften und Lebensmittelgemeinschaften in jedem Bezirk. In einigen Bezirken hat die Wertschätzung lokaler Produkte eine längere Tradition, in anderen Bezirken ist die zahlungsfähige Nachfrage nach regionalen und/oder biologischen Produkten höher (z. B. in den Bezirken 1 und 5), insbesondere dort, wo es Touristen gibt. Aber nicht nur in Einkaufsstraßen und touristisch geprägten Stadtteilen (z.B. in der Nähe von Biomärkten, Tagesmärkten oder Supermärkten) gibt es ein wachsendes Angebot, sondern auch in Wohngebieten, Bürovierteln, im Umfeld von Universitäten und in weniger wohlhabenden Stadtteilen.

Bei der Analyse des Angebots an regionalen Produkten findet sich ein sehr breites Sortiment, das Milchprodukte, Käse, Fleisch, Fleischprodukte, frisches und verarbeitetes Obst und Gemüse, lokalen Honig, Kräuter, Backwaren und alkoholische Produkte sowie Fertiggerichte und



Eintopfgerichte aus lokalen Zutaten umfasst. Regionale Lebensmittelläden und Webshops in Wien bieten hauptsächlich Lebensmittel aus der näheren Umgebung an, einige Produkte kommen aber auch aus benachbarten Bundesländern oder aus 150-200 km Entfernung, was vom städtischen klima- und gesundheitsbewussten Konsumenten akzeptiert wird. So lässt sich die Vermarktung von kleinbäuerlichen Produkten aus den Grenzregionen der Oststeiermark und Ungarns in Wien noch mit der Philosophie der Regionalität vereinbaren.

Es ist wichtig zu betonen, dass das Angebot an regionalen Produkten nicht nur über die traditionellen Vertriebskanäle (Märkte, Einzelhandelsgeschäfte, Bioläden, Supermärkte) erhältlich ist. Wichtig ist der Direktverkauf, bei dem der Verbraucher direkt oder allenfalls über einen Zwischenhändler Zugang zu den lokalen Produkten hat (neben dem traditionellen Marktverkauf ist hier an Online-Shops zu denken, die von Landwirten betrieben werden, an Hofläden, Kistensysteme, Verkaufsautomaten oder Verkäufswagen). Der Anteil des Online-Verkaufs ist im Zuge der Pandemie mit dem Entstehen zahlreicher Online-Marktplätze für regionale Produkte rasant gestiegen. Bioprodukte und zertifizierte lokale Produkte werden auch in der Gastronomie verwendet, viele kleine und große Restaurants und Fast-Food-Läden bauen auf regionale Zutaten.

Unter Berücksichtigung all dessen lässt sich sagen, dass die österreichische Hauptstadt über ein bedeutendes Angebot an regionalen Produkten verfügt, mit einem hohen Anteil an Produkten aus den lokalen und benachbarten Bundesländern. Eine günstige Marketingkommunikation auf städtischer und nationaler Ebene, ein starkes wirtschaftliches Potenzial und eine solvente Nachfrage sowie ein verändertes Verbraucherverhalten infolge der Pandemie bieten günstige Voraussetzungen für eine weitere Verbreitung regionaler Produkte.

Vorschläge für die Umsetzung der Projektziele

Das übergeordnete Ziel des Projekts Shop of Region ist die gemeinsame Förderung und Schaffung eines gemeinsamen Vertriebskanals für Kleinproduzenten und touristische Dienstleister in der Oststeiermark und im Komitat Győr-Moson-Sopron sowie im Komitat Vas. Das Konzept von Shop of Region zielt darauf ab, eine Verkaufsstelle in einer Großstadt außerhalb der Region zu schaffen, in der bewusste städtische Verbraucher Zugang zu gesunden, vielfältigen und hochwertigen Produkten und touristischen Angeboten haben.

Wien ist der ideale Standort für das Shop of Region Geschäft. Die Größe der Stadt und das dort konzentrierte wirtschaftliche Potenzial und die zahlungsfähige Nachfrage sowie die vorbildliche städtische Lebensmittelversorgung und lokale Wirtschaftsförderungspolitik machen sie zu einem geeigneten Standort. Darüber hinaus ist die geografische Nähe und Erreichbarkeit der Stadt ein nicht zu vernachlässigender Faktor.

Für das Konzept Shop of Region gibt es in Wien genügend bewusste und einkommensstarke KonsumentInnen, die offen für lokale Produkte sind und gesunde, lokale, kleinbäuerliche und nicht unbedingt Bio Lebensmittel bevorzugen. Das derzeitige Angebot ist im Vergleich zu anderen europäischen Städten hervorragend, so dass ein **starker Wettbewerb zwischen regionalen Geschäften und verschiedenen Vertriebskanälen** besteht. Auf der Grundlage unserer Internetrecherche und unserer persönlichen Besuche sind wir der Meinung, dass es für den erfolgreichen und wirtschaftlich nachhaltigen Betrieb eines Shop of Region Geschäfts entscheidend ist, dass sich das zukünftige Geschäft **in einem geeigneten Teil der Stadt befindet, an einem prominenten und leicht zugänglichen Ort** (z.B. in der Nähe eines Marktes, Supermarktes). Neben der Wahl des Standorts ist auch die Wahl der Produkte und der Lieferanten von entscheidender Bedeutung, denn aufgrund des starken Wettbewerbs und der **hohen**



Verbrauchernachfrage muss die **richtige Qualität** gewährleistet sein. Es lohnt sich daher die Produkte, die in den Regalen des Shop of Region Geschäfts angeboten werden, sorgfältig auszuwählen: Neben dem Besuch der Erzeuger und der vorherigen Verkostung der Produkte sollten bei der Auswahl der Lieferanten **zertifizierte, markengeschützte oder Bio- Produkte bevorzugt werden**.

Die Geschäfte, die in Wien regionale Produkte verkaufen, haben einen sehr hohen Standard, nicht nur was die Qualität der Waren betrifft, sondern auch in Bezug auf **das Marketing und die Philosophie**. Der Wettbewerb erfordert ein **professionelles, sauberes und modernes Erscheinungsbild** und eine gut durchdachte Philosophie. Es muss eine Marke entwickelt werden, die Regionalität, Nachhaltigkeit, kleine Erzeuger und grenzüberschreitende Zusammenarbeit fördert. Bewusste KonsumentInnen in Wien erwarten, dass sich das Geschäft **Nachhaltigkeit** nicht nur zum Ziel setzt, sondern auf allen Ebenen umsetzt (z.B. verpackungsfreie Lösungen, klimabewusster Transport).

Die Analyse ergab auch, dass ein weiterer Schlüsselfaktor für den Betrieb eines Ladens ein **entsprechendes Warenangebot** ist, das auch **Produkte mit täglichem Wechsel** umfasst (z. B. frische Backwaren, Obst und Gemüse). Da der Kauf regionaler Produkte für den Verbraucher ein **Erlebnis** sein sollte, sollten Verkostungen von Produkten und **einfache Snacks und Kaffee vor Ort** angeboten werden. Zu diesem Zweck ist es von Vorteil, wenn die Ladeneinrichtung eine kleine **Café-Ecke oder eine Terrasse** hat, die den Kunden zur Verfügung steht. Dadurch wird eine gemütliche und trendige Umgebung geschaffen, in der die Kunden gerne Zeit verbringen und wiederkommen. **Eine Vielzahl von Zusatzleistungen wie Workshops, Schulungen, Produktvorführungen und kleine Veranstaltungen** spielen ebenfalls eine wichtige Rolle beim Aufbau eines treuen Kundenstamms.

Der **Online-Verkauf** ist heute unerlässlich. Die überwiegende Mehrheit der untersuchten Geschäfte verfügt über einen eigenen Webshop, über den Produkte bestellt werden können, die dann nach Hause, in das Geschäft oder an eine Abholstelle geliefert werden. Geschäfte mit geringerem Umsatz bieten in der Regel nur an 1-2 Tagen in der Woche eine Hauslieferung an. **Auch die Logistik des Shops (Lagerhaltung, Bevorratung, Auslieferung über den Webshop) sollte auf Nachhaltigkeitsprinzipien beruhen**.

Das Herzstück eines Ladens sind die **richtigen Mitarbeiter, die sich engagieren, die Region, die Lieferanten und die Produkte kennen**. Sie können die Kunden über die Produkte, über die Inhaltsstoffe und vielleicht auch über den Erzeuger selbst informieren. Wenn es eine kalte Küche oder ein Café gibt, sollte das Personal auch über **Gastronomiekenntnisse** verfügen. Darüber hinaus sollten sie Änderungen, Aktionen und Veranstaltungen im Angebot des Shops in den **sozialen Medien** kommunizieren.

Die nächste Phase des Projekts erfordert eine tiefere Marktforschung, die Ermittlung möglicher Standorte in der Stadt und die Ausarbeitung der Einzelheiten des Geschäftsmodells. Es sollte ein Unternehmenskonzept entwickelt werden, das sich an den Ergebnissen der europäischen Best-Practice-Studie orientiert und die Unterschiede in der Gesetzgebung der beiden Länder berücksichtigt. Es ist wichtig, dass das zu entwickelnde Konzept für die Mitglieder der Partnerschaft realistische Ziele setzt und den Lieferanten günstige Absatzmöglichkeiten bietet.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



9. Quellen

Agenda Donaustadt (2020): Von Zebratomen, Elefantenrüsselchili und Honigmenschen. Nahrungsquelle Donaustadt – Höfe – Märkte – Gärten – Initiativen

Glasgow Food & Climate Declaration (2021) <https://www.glasgowdeclaration.org/the-glasgow-declaration>

Landwirtschaftskammer 2017

Milan Urban Food Policy Pact (2015) <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/wp-content/uploads/2020/12/Milan-Urban-Food-Policy-Pact-EN.pdf>

ÖkoKauf Wien (2016): Nachhaltiger Einkauf von Lebensmitteln und Speisen durch die Stadt Wien. Positionspapier. <https://www.wien.gv.at/umweltschutz/oekokauf/pdf/lebensmittel-positionspapier-lang.pdf>

ÖkoKauf Wien - Programm für die ökologische Beschaffung der Stadt Wien

Roth, K., Kromp, B. (2016): Green Public Food Procurement in Wien: Status Quo und Optionen im Vergleich europäischer Großstädte. Projektbericht. Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22

Schwarzl, B., Weiß, M. (2017): Regionale Lebensmittelpfade am Beispiel der Stadt Wien für die Produktgruppe Gemüse. SUM-Food Projekt. Umweltbundesamt GmbH. Wien

Statistik Austria (2021): Statistisches Jahrbuch der Stadt Wien 2021.

Viljoen, S. (2018): UrbanFarming: Vienna. Urban Farming as a Component of Urban Development Strategies with reference to Vienna, Austria. (Urbanfarming als Bestandteil von Stadtentwicklungsstrategien mit Bezug auf Wien, Österreich) Diplomarbeit. TU Wien

Wirtschaftsagentur Wien: Let's talk about Lebensmittel. Der aktuelle Förderschwerpunkt der Wirtschaftsagentur Wien

WKO Statistik Wien – Zahlen und Fakten zur Wiener Wirtschaft 2021

Internetquellen

austrian-limited.at/kulinarik

http://foodcoop.boku.ac.at/?page_id=27

http://www.dakommichher.at/wien_42

<http://www.marktlieferung.wien/>

<https://amainfo.at/konsumenten/marktinfo/marktinformationen/konsumverhalten-daten>

<https://amainfo.at/konsumenten/ueber-uns-3>

<https://foodcoops.at/>

<https://foodsharing.at/>

<https://markta.at/>

<https://www.nachhaltigkeit.at/>



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

https://rewe-group.at/assets/download/NH_Bericht_2020.pdf

<https://rewe-group.at/de/newsroom/2020/09/lebensmittelvielfalt-aus-wien-billa-und-stadt-wien-foerdern-lokale-produzenten>

<https://shop.billa.at/sonderkapitel/seiten/regional-regal>

<https://wien.lko.at/stadtlandwirtschaft-wien+2400+2578951>

<https://wienertafel.at/unsere-vision/>

<https://wirtschaftsagentur.at/foerderungen/aktuelle-programme/neu-foerderschwerpunkt-lebensmittel-138/>

<https://www.austrian-limited.at/kulinarik/>

<https://www.bio-austria.at/bio-bauern/statistik/>

<https://www.fachl.at/>

<https://www.farmgoodies.net/>

<https://www.genussbox.at/wien>

<https://www.heimat-laden.at/>

<https://www.hellofresh.at/plans?locale=de-AT>

<https://www.lgv-gärtnergshäftl.at/>

<https://www.penny.at/sortiment/meine-marken/ich-bin-oesterreich>

<https://www.tastery.at/fuer-unternehmen/>

<https://www.wien.gv.at/bezirke/donaustadt/pdf/nahrungsmittel-broschuere.pdf>

<https://www.wien.gv.at/kontakte/ma59/marktapp.html>

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/nachhaltigkeit/wien-isst-gut.html>

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/oekokauf/pdf/lebensmittel-positions-papier-lang.pdf>

<https://www.wien.gv.at/umweltschutz/veranstaltungstipps.html>

<https://www.wko.at/service/w/zahlen-daten-fakten/Wiener-Wirtschaft-in-Zahlen-2021.pdf>

<https://www.wko.at/site/genuss-award/start.html>

<https://www.wko.at/site/genuss-statt-masse/start.html>

<https://www.xn--lgv-grtnergshftl-ugbj.at/>

<https://youtu.be/ZEHASmzxZwk>

[marktlieferung.wien](#)

[NH Bericht 2020](#)



10. Anhängen

Anhang 1: Webshops, die regionalen Produkte vertreiben

AbHof Laden	https://www.abhofladen.at/abhof-partner	Obst und Gemüse direkt vom Erzeuger. Der Online-Shop arbeitet mit einer Reihe von lokalen Produzenten zusammen. Außerdem wurde eine App entwickelt, mit der sich die Verbraucher noch leichter in den Produkten zurechtfinden können. Auf Anfrage unterstützen sie die Erzeuger auch bei Werbung und Marketing. Sie organisieren Workshops und Verkostungen und nehmen auch an Märkten teil. Die Produkte kommen aus ganz Österreich.
Obsthaus	https://obsthaus.at/	Kisterl in verschiedenen Größen und Zusammensetzungen werden in Wien und in ihrer Umgebung ausgeliefert. Die Hauslieferung, Lieferung ins Büro und zur Abholstelle sind möglich. Die Mehrheit der Erzeugern sind regionale Erzeuger. Sie liefern auch an Restaurants, Geschäfte (Großhändler-Tätigkeiten).
Paradeisa	https://paradeisa.at/	Paradeisa in Wien liefert Produkte von lokalen Produzenten an Sammelstellen. Es gibt mehrere Abholstellen in Wien, aber man kann die Produkte auch im Wiener Umland abholen.
Hay GmbH	https://www.hye.at/	Das Online-Geschäft in der Nähe von Wien (Vösendorf) wurde 2005 gegründet, um für Spitzengastronomie zu liefern. Unter den Produkten befinden sich viele qualitativ hochwertige und Bio-Produkte lokaler Erzeuger. Sie liefern in Wien und Teilen des Bezirks Mödling nach Hause. Sie verkaufen auch Obst- und Gemüseboxen.
Frisch zu mir – AMA Genuss Region Online Shop	https://myproduct.at/	Sehr breite Produktpalette aus dem ganzen Land. Die Kunden können auch nach Bundesland von den Produzenten wählen.
Bio-Vegan-Versand	https://www.biovegaversand.at/	Eine große Auswahl an veganen und vegetarischen Bio-Lebensmitteln, die zum größten Teil aus Österreich stammen. Zu den Produkten gehören auch kleinbäuerliche Produkte (z.B. Kürbiskerne aus der Steiermark, Sonnenblumen). Bei kleinbäuerlichen Produkten wird besonders darauf geachtet, dass die Aufmerksamkeit darauf geweckt wird, dass man mit dem Kauf ein kleinen landwirtschaftlichen Betrieb unterstützt.
Ögreissler	https://www.oegreissler.at/	Unter dem Motto "Ögreissler - der regionale Lieferservice!" ist es das Ziel des Online-Shops, regionale Lebensmittel noch am Tag der Bestellung an Konsumenten in Wien und in ihrer Umgebung zu liefern. Das bedeutet, dass es keine langen Lieferwege gibt. Je nach Saison bieten sie eine Auswahl von 40 Produzenten, die meisten davon in und um Wien. Abholstellen oder Hauslieferung sind in allen Bezirken Wiens möglich.
Gurkerl.at	https://www.gurkerl.at/	Der Webshop bietet eine sehr breite Palette von Produkten. Sie liefern in erster Linie nicht regionale Produkte. Auch frisches Gemüse ist erhältlich. Kleine Produzenten werden mit einer kurzen Beschreibung und Fotos aufgeführt. Es werden insgesamt 7500 Qualitätsprodukte angeboten.
Bauernladen	https://bauernladen.at/	Sehr breites Angebot (17.000 Produkte) und Regionalität spielt eine wichtige Rolle. Nach Bundesland kann man die Produzenten auswählen. Es gibt eine ausführliche Beschreibung über die Produzenten. Sie liefern in mehrere europäische Länder.

Shop of Region

a vidék íze határok nélkül -
grenzenloser Genuss vom Land



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

Sovillo	https://www.sovillo.com/	Spezielle Feinkostprodukte, z.B. Staud's Marmeladen, Gegenbauer Essig, sehr breites Sortiment. Der Webshop wird von Wien aus betrieben und liefert auch ins Ausland. Es sind auch verschiedene Wiener Produkte erhältlich.
Biomitter	https://www.biomitter.at/	Der Webshop hat seinen Sitz in Breiteinfurt bei Wien und liefert nach Wien und in die nähere Umgebung (Wiener Neustadt, Sankt Pölten). Die Produktpalette ist breit gefächert, umfasst aber keine regionalen Produkte.
Bauernstandl	https://shop.bauernstadl.at/	Bauernstandl aus Feldbach liefert landesweit die regionalen Produkte.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



Anhang 2: Bio-Läden, Regionale Produkte

1010	Staindl's Handgemachte Delikatessen	Führichgasse 4	claudia@staindl.at	https://www.staindl.at/	Marmeladen und Chutneys. Verwendung von Bio-Früchten. Online-Shop hat zwei Verkaufsstellen, eine davon in Wien.
	HAAS&HAAS WEIN & FEINKOST	Ertlgasse 4	shop@wein-feinkost.at	https://wein-feinkost.at/	Weinhändler, aber von Marmelade bis Schokolade gibt es allerlei Köstlichkeiten. Weine, Marmeladen, Pestos, Essige, Öle stammen von kleinen österreichischen Erzeugern.
	Mörwald Kochamt	Herrengasse 14	kochamt@moerwald.at	www.moerwald.at/kochamt/	Das Kochamt führt hauptsächlich vom Sternenkoch und vom Autor Toni Mörwald entwickelte Eigenprodukte. Das Sortiment wechselt abhängig von der Saison und beinhaltet auch Produkte von anderen Herstellern, ausgewählt von Mörwald selbst.
	Vulcanotheke	Palais Ferstl Passage Herrengasse 14	vulcanotheke@vulcano.at	https://www.vulcanotheke.at/	Vulcanotheke, die Schinken- und Weinbar in Wien. Die gesamte Produktvielfalt wie Schinken, Weine oder Antipasti gibt es auch zum Mitnehmen. Die Vulcanotheke ist ein Shop für Liebhaber steirischer Spitzenqualität: Ausgewählte Edelbrände, Essige, geräucherte Produkte, deftigen Speck, Salami, Speckfrüchte, Trüffel-Filet und vieles mehr. Weiter Informationen siehe oben.
	felzl bäckereicafe	Helferstorferstraße 2	office@felzl.at	https://felzl.at	Eine Bäckerei und ein Café mit regionalen Zutaten, die in mehreren Bezirken vertreten sind, darunter zwei Geschäfte im 7. Bezirk. Auf der Website gibt es auch einen Webshop. Nachts werden dort Produkte, die tagsüber nicht verkauft werden, in Automaten verkauft. Eine Besonderheit ist, dass nur regionale Zutaten verwendet werden (z.B. Weizen aus dem Pielachtal, Roggen und Dinkel aus dem Waldviertel, Kürbiskerne aus der Steiermark). Der Webshop liefert in 10 Bezirke der Stadt.
1020	Lunzers Maß-Greißlerei	Heinestraße 35	info@mass-greisslerei.at	http://mass-greisslerei.at/produzenten	Verpackungsfrei, vertreibt Bio-Produkte, verkauft Produkte burgenländischer Produzenten, breites Sortiment .
	Bioviertel Vorgartenmarkt	Ennsgasse 8, Stand 38		https://www.facebook.com/bio4telvorgartenmarkt	BIO KLEINBAUERNGEMEINSCHAFT - Waldviertel - Hentes



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

1030	Warenhandlung	Marxergasse 13	info@warenhandlung.at	https://www.warenhandlung.at/de/ueber-uns/	Verpackungsfreies Geschäft, Breites Sortiment: Milchprodukten: Froihof (Steiermark), Milchhof Langschlag (Niederösterreich), Biohof Familie Österreicher- Natur leben (Niederösterreich), Hiegesberger (Niederösterreich)... sie vertreiben die Produkte von vielen österreichischen Kleinunternehmen aus verschiedenen Bundesländern, daneben haben sie auch ausländische Produkte.
	Feinkost Gromes	Fasangasse 18	feinkost.gromes@aon.at		Eine große Auswahl an Genussprodukten werden hier auf kleinem Raum geboten. Die Auswahl an Spezialitäten aus den Genussregionen ist überragend und reicht vom Bregenzerwälder Alp- und Bergkäse über Waldviertler Erdäpfel bis zu Marchfeldspargel, Wiener Gemüse und Kittseer Marille.
	konzept:greissler	Neulinggasse 34-36	shop@konzept-greissler.at	http://www.konzept-greissler.at	Regionale Produkte werden bevorzugt. Das Sortiment umfasst frische Backwaren, verarbeitete Obst- und Gemüseprodukte mit längerer Haltbarkeit sowie Trockenteigwaren. Ebenfalls erhältlich sind verpackungsfreie Trockenwaren und Eier. Süßes Gebäck und Kaffee sind ebenfalls vor Ort konsumierbar.
1040	Der Greißler	Margaretenstraße 44	post@der-greissler.at	https://www.der-greissler.at/	Verpackungsfreier Laden mit Backwaren, regionalem Gemüse, sehr breites Sortiment.
	GÄRTNERGSCHÄFTL	Kettenbrückengasse 20	hallo@lgy-gaertnerschaftl.at	https://www.xn--lgy-grtnergshftl-ugbj.at/	Genossenschaft LGV Sonnengemüse- Burgenland Steiermark, Wien und Niederösterreich. Rund 160 Gärtnerfamilien und Bauern der beiden Marken LGV Gärtnergemüse und Seewinkler Sonnengemüse vereint in der Genossenschaft LGV Sonnengemüse. In den Familienbetrieben in Wien, Niederösterreich, dem Burgenland und seit 2020 auch in der Steiermark werden 60 Sorten Frischgemüse und Gartenkräuter kultiviert. Gemüseeritäten und lokal und nachhaltig produzierten Lebensmitteln sind in dem Gärtnergshftl in Wien erreichbar – in Wieden nahe dem Naschmarkt. Für mehrere Informationen siehe oben.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



	Genuss im Bus	Heumühlgasse 8	office@genussimbus.at	http://www.genussimbus.at/	Im Sortiment des Geschäfts von Brigitte Macho stehen Artikel österreichischer Betriebe, die nicht in den großen Geschäften zu finden sind. Qualität ist oberstes Gebot, und die streut die freundliche Dame in ihr ganzes Geschäft, das kurioserweise gleichzeitig ein Copy-Shop ist. Bio und Demeter Waren sind zu kaufen und kosten.
	Käseschatztruhe	Kettenbrückengasse 10/6	info@kaeseschatztruhe.at	www.kaeseschatztruhe.at	In Käseschatztruhe im 4. Bezirk in Wien sind Käsespezialitäten aus allen Bundesländern Österreichs, handwerklich hergestellt von kleineren Käsereien, Käsekünstlern und Familienbetrieben, Slow Food und Demeter Produzenten erreichbar.
	Erde gut – Alles gut	Favoritenstrasse 37/2	aronchristian@erdegut-allesgut.at	www.erdegut-allesgut.at/	Gemüse kommt von österreichischen Kleinbauern, auch das Brot und das Fleisch. Vieles aus dem Waldviertel, so auch der Besitzer Aron Christian Rainer. Bauern aus dem Waldviertel sind dafür verlässliche Lieferanten, die ebenso für das Brot und die Fleischwaren sorgen.
1050	Schrei und Söhne	Schönbrunner Strasse 48	servus@schrei.wien	https://www.schrei.wien/	„Schrei & Söhne“ steht für hochwertige Lebensmittel, Weine, Frischware, Craftbiere und Nicht-Alkoholische Getränke, die mit höchster Sorgfalt ausgewählt wurden und nicht im Supermarktregal zu finden sind. Neben dem Verkauf bietet Antipastiplatten, Weine, Bier und Spirituosen an, die im Geschäftslokal konsumiert werden können. So bietet Prosciutto, Mortadella, Pecorino, Oliven, Burrata. Auch österreichische Produzenten sind dabei.
	Bauernladen Helene (Zur Helene Ziniel)	Kettenbrückengasse 7	office@bauernladenhelene.at	www.bauernladenhelene.at	Seit ein paar Jahren verkauft sie auch in dem von ihr geführten Gemeinschafts-Geschäft in der Kettenbrückengasse ihr Obst und Gemüse. Daneben findet man Waren von befreundeten Kleinproduzenten. Ein Laden mit weitem Sortiment, wo regionale Waren auch leistbar sind. Die Betreiberin ist in einer durch die Landwirtschaft geprägten Familie aufgewachsen.
	Grundbira	Margaretenstraße 78/III	office@grundbira.at	https://www.grundbira.at/	DAS VORARLBERGER SPEZIALITÄTEN-GESCHÄFT IN WIEN - im Grundbira ausschließlich in Vorarlberg produzierte Spezialitäten gibt: Vorarlberger Bergkäse (g.U.), Rässkäse, Sura Käs, Spätzlemehl, Riebelgrieß, Kalbsbratwurst, Lustenauer Senf, Subirer Edelbrand und viele weitere kulinarische Schätze gibt es zu entdecken. Es wurde in Oktober 2017 geöffnet. Qualitative, kleinbäuerliche Produkte, viele



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



					Käsesorten, Fleischwaren, Alkohol, Senf, Pesto, Marmeladen. Online-Shop ist auch erreichbar.
1060	Martka - Naschmarkt	markta Container, Rechte Wienzeile 39 Adresse des markta Büros: Julius-Tandler-Platz 7/11 1090 Wien	support@markta.at	https://markta.at/lieferung-und-abholung	markta ist Österreichs erster digitaler Bauernmarkt, der regionale LebensmittelproduzentInnen und DirektvermarkterInnen mit Menschen zusammenbringt. markta ist eine Alternative zum Supermarkt und dem globalen Handel von Lebensmitteln, um allen den Zugang zu hochwertigem Essen aus der Region zu ermöglichen. Für mehrere Informationen siehe oben.
	Naschmarkt - Helene	Naschmarkt	office@bauernladenhelene.at	https://bauernladenhelene.at/geschaeft-im-17ten/	Bauernladen Helene betreibt auch einen kleinen Stand am Naschmarkt.
	Lieber Ohne	Otto-Bauer-Gasse 10	hallo@lieberohne.at	https://lieberohne.at/	Ein verpackungsfreier Bioladen, der sich auf regionale Produkte konzentriert. Der Laden verfügt auch über eine Bio-Küche, in der man Essen zum Mitnehmen kaufen oder an Liferando bestellen kann. Eine sehr breite Produktpalette: Frische Backwaren, Obst und Gemüse, Bio-Fleisch und Fleischprodukte (aus dem Waldviertel), Milchprodukte, Käse, Marmeladen, Kompott, Chutneys, Getreide, Hülsenfrüchte, Nüsse, Trockenteigwaren, Gewürze, Tees, Öle, Säfte, Weine, Reinigungsmittel. Das Geschäft betreibt auch einen Online-Shop mit Click&Collect.
1070	Tonis Genussladen	Antal Agoston e.U. Burggasse 81	tonisgenussladen@gmail.com	http://www.tonisgenussladen.at/Startseite/	Er bietet hauptsächlich saisonale Produkte aus der Steiermark, dem Burgenland, Niederösterreich, Ungarn und Italien, wie z.B. Gemüse, Obst.
	Waldviertler Dorfladen	Neubaugürtel 38/4	waldviertler.dorfladen@gmail.com	https://waldviertler-dorfladen.business.sit/?utm_source=google&utm_medium=referral&fbclid=IwAR1uvU8qsz3UYXvZ7tuluHwBb_eIAMH3PnsN_GnQY5-1QN7Tlme9MPKh8QHM	LECKERE SCHMANKERL QUER AUS DEM WALDVIERTEL Diese Schmankerl sind zu kaufen: Mohnprodukte vom Mohnzelten, Mohnschokolade bis hin zum Mohnöl. Bio-Schafkäse: Weichkäse und Frischkäse. Diverse Milchprodukte, Bio Freiland Eier, verschiedene Käse, Aufstriche und Knödel. Bio - Sonnenblumen-, Raps- und Leinöl. Hanföl und Leindotteröl. Diverses Fleisch, auf das Wohl des Tieres geachtet wurde. Darunter Schwein-, Puten-, Rind-, und Mangalicafleisch. Verschiedene Bio-Getreideprodukte aus alten Getreidesorten. Auch einige vegane Teigwaren. Tees, Kräuter, Salze, Bienenhonig, viele verschiedene Fruchtaufstriche und ausgefallene



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

					Sirupe. Zum Trinken: Aronia-, Apfel-, Birnen-, Johannisbeersaft, Pfirsich-, Marillen-, und Kriecherl Nektar, Weine, Liköre, Whisky und Gin. Glutenfreies Gebäck und Mehlspeisen. Obst und Gemüse. Schokolade und Mehlspeisen. Handgebastelte Deko und Körperpflegeprodukte.
	Firmann's Bauernkörberl Regional 100 % Bio	Westbahnstraße 2	firmanns.bauernkoerberl@gmail.com	www.firmanns-bauernkoerberl.at	Morgens erwartet der Laden die Konsumenten mit einem Biofrühstück nach Wahl, der Bio Shop wird regelmäßig von Biobauern aus der Region mit frischen Produkten beliefert: Fleisch, Wurst, Selchwaren von eigenen Fleischhauer aus dem Waldviertel. Frische Fische aus Österreichs Gewässern. Bio-Hühner aus echter Freilandhaltung. Edler Käse von Schaf, Ziege und Kuh aus der Region. Heimisches Obst und Gemüse. Bio-Wein von ausgewählten burgenländischen und niederösterreichischen Winzern. Waldviertler Bauernbrote aus Sauerteig. Handgemachte Mehlspeisen von der Waldviertler Bäuerin.
	Ab Hof Laden 1070	Bandgasse 26		http://www.artenvielfalt.bio/ab-hof-laden-1070/	Neben knackigem Gemüse und frischem Obst findet man in dem Ab Hof Laden, u.a.: Weine, Fruchtsäfte, Mehl, Eier, Honig, Käse, Fruchtaufstriche, uvm.
	Naturkost Spittelberg	Spittelberggasse 24	naturkost@gmx.at	www.naturkost-spittelberg.at	Ausgehend von einer selbst organisierten Erzeuger- und Verbraucherinitiative ist dieses Geschäft am beschaulichen Spittelberg in den 80er Jahren entstanden. In dem Geschäft kann man über 1500 Naturwaren und Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft kaufen. Neben den hier angebotenen Produkten bekommt man auch viele regionale Produkte direkt vom Bauern wie frisches Sauerkraut, Schaf- und Ziegenkäse- spezialitäten, viel frisches Obst und Gemüse, Holzofenbauernbrot usw.
1080	Der Greißler	Albertgasse 19	post@der-greissler.at	https://www.der-greissler.at/albertgasse/	Shop ohne Verpackung, mit Backwaren, regionalem Gemüse, sehr breites Sortiment. Dieser Laden erscheint kleiner als der 4. Bezirk.
	s Fachl Wien	Alser Straße 43	wien@fachl.at	https://www.fachl.at/de-at/Standorte/%C3%96sterreich/s-Fachl-Wien#	Kreativität, Individualität, Genuss und Qualität vereint das 's Fachl. 's Fachl unterscheidet hier nicht Jung oder Alt - ob Kleinunternehmer oder Hobbybastler. Mehrere Informationen oben.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

	essenswert.at	Schlüsselgasse 20	office@essenswert.at	essenswert.at	essenswert.at vertreibt Produkte von regionalen Erzeugern, man kann frisches Obst und Gemüse nur auf Vorbestellung kaufen. Es gibt ein ständiges Angebot an Chutneys, Gemüseprodukten, Weinen, Marmeladen, Teigwaren, Getreideprodukten und vielem mehr. Der Laden ist bestrebt, die Lebensmittelabfälle zu minimieren. Die Produkte stammen aus den benachbarten Bundesländern, vor allem aus Wien und Niederösterreich.
1090	Hofladen dazu	Liechtensteinstraße 73/3	hofladen@dazu.at	https://www.dazu.at/hofladen	Dieser Greißler führt Produkte aus der eigenen Produktion und von Herstellern, die sie persönlich kennen. Das Sortiment ist gezielt ausgewählt und baut sich um ihre selbst erstellten Spezialitäten herum auf, Senf und Honig.
	Monika Adam	Porzellangasse 50	adam.monika@chello.at		Authentisches Greißlerflair gibt bei Monika Adam. Lebensmittel werden hier als Mittel zum Leben verstanden und das Geschäft als Ort des sozialen Kontaktes gepflegt. Die Besitzerin bevorzugt regionale Produzenten und holt einige Waren direkt von den Herstellern. Seit 25 Jahren hat sie die Greißlerei.
1100	Bio Mio	Sissy Löwinger Weg 5, Sonnwendviertel	post@biomio.li	https://www.biomio.li/	Das Sonnwendviertel ist ein neues Wohngebiet in Wien, in dem 5.000 neue Wohnungen und viele neue Büros gebaut werden. In diesem neu errichteten, innerstädtischen Wohngebiet hat ein vor 4 Jahren gegründeter Bioladen mit Lastenfahrrädern den Autoverkehr in der Logistik erheblich reduziert. Das Sortiment ist breit gefächert und umfasst Bio-Brot, Fleischprodukte (Rind, Schwein, Lamm, Fisch), Milchprodukte (einschließlich Ziegenkäse) und Getreiden. Einige Produkte sind auch ohne Verpackung erhältlich. Das Geschäft bevorzugt vor allem österreichische, aus der Nähe stammende Produkte, aber es gibt auch einige italienische Anbieter in der Kategorie Obst und Gemüse.
1120	Biofisch	Hetzendorferstraße 59	markt@biofisch.at	http://www.biofisch.at	Das Biofisch ist der Vertriebsgeschäft der Bio-Fischzucht in Hetzendorf. Der Bio-Fisch ist auch an mehreren Biomärkten in Wien erhältlich (Freyung, Karmelitermarkt, Neubaumarkt, Josefstadt, Servitenmarkt, Yppenmarkt, Kutschkermarkt). Neben frischem und geräuchertem



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



					Fisch bietet der Laden auch eine Vielzahl regionaler Produkte wie Weine aus dem Weinviertel, Bio-Fruchtsäfte aus der Steiermark, Bio-Honig aus Neusiedl am See, Tees und Gewürze aus dem Waldviertel. Die Fischzucht ist die erste Demeter-Zertifizierte. Neben dem eigenen Bio-Fisch werden auch andere Fische (z. B. norwegischer Lachs) verkauft. Auf der Website ist auch ein Webshop verfügbar.
	Kern und Anna am Markt KG	Meidlinger Markt 25/27	stand@anna-ammarkt.at	www.anna-ammarkt.at	Der ständige Stand am Meidlinger Markt bietet als ein Feinkostgeschäft Backwaren, Milchprodukten, Fleischwaren, Weinen, Gemüseprodukten, Wiener Honig. Auch ausländische Produkte sind erhältlich.
1130	das Kisterl	Hummelgasse 2	servus@daskisterl.at	https://www.daskisterl.at/	Ein Feinkostladen, der sich vor allem auf den Online-Verkauf in Boxen spezialisiert hat. Sie bieten spezielle Angebote für Firmengeschenkpakete mit österreichischen, regionalen, nachhaltigen, hochwertigen, Gourmet- und Exklusivprodukten. Sie verkaufen auch österreichisches Bio-Gemüse. Lokale Produkte werden bevorzugt (z. B. Bio-Gin, Bezirkshonig). Sie liefern auch in europäische Länder außerhalb Österreichs, ihr Geschäft befindet sich im Bezirk 13.
1140	s Fachl Wien AUHOFCENTER	Albert Schweitzer Gasse 6, Ost-Eingang 1.OG	auhofcenter@fachl.at	-	Siehe oben
1150	Weinviertlerie	Am Schwendermarkt – Stand 13	office@weinviertlerie.at	https://www.weinviertlerie.at	Geschäft mit Produkten aus dem Weinviertel. Bei den Erzeugern handelt es sich in der Regel um Familienbetriebe, über die man von der Webseite ausführlich informiert werden kann. Das Angebot ist breit gefächert und umfasst Backwaren, Milchprodukte, Gemüse, Obst, Eier, Fleisch, Fleischprodukte, Wein und Biokosmetik. Es ist ein ständiges Geschäft auf dem Schendenmarkt. Kein Webshop ist verfügbar.
1170	Bioviertel	Jörgerstrasse 56-58 (beim Elterleinplatz)			Ein Stück Waldviertel in der Jörgerstraße. "bioviertel" ist ein Zusammenschluss von fünf Bauern aus dem Yspertal im südlichen Waldviertel. Mit selbstgemachten Würsteln, Leberkäse und Gulasch hat der neue Ab-Hof-Laden "bioviertel" in Hernals eröffnet. Die fünf Geschäftsinhaber bieten nicht nur Bioqualität beim Fleisch, auch Fisch ist im Sortiment.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



	Bauernladen Helene	Hernalser Hauptstraße 45	office@bauernladenhelene.at	https://bauernladenhelene.at/geschaeft-im-17ten/	Die zentrale Lage sorgt dafür, dass die Hernalser Bürgerinnen und Bürger zu uns kurze Wege haben. Die Straßenbahnlinien 1 und 43 halten in der Nähe. Das Geschäft im 17. Bezirk ist ein typischer Nahversorger
1180	Sonnentor	Währingerstraße 120	WIEN-WAEHRINGERSTRASSE@SONNENTOR-SHOP.AT	http://www.sonnentor.com/wien-waehringerstrasse	Es wurde im September 2021 als 7. Sonnentor-Laden in Währing eröffnet. Sonnentor arbeitet im Rahmen eines Franchisesystems. In dem Geschäft werden Tees, Gewürze und Süßigkeiten verkauft. Ein wichtiger Aspekt ist, dass die Produkte von biologisch wirtschaftenden Familienbetrieben aus Österreich stammen, aber sie haben Lieferanten auch aus Deutschland und vertreiben fast 1.000 Produkte. Die Eigenmarke ist sehr stark, Sonnentor gehört zu den drei größten Bio-Lebensmittelketten und ist Marktführer in Österreich. Nachhaltigkeit ist die Grundlage der Unternehmensphilosophie. Franchisepartner werden bei der Wahl des richtigen Standorts, in finanziellen Angelegenheiten, mit Ausbildung und beim Marketing unterstützt. Für die Gastronomie und Hotellerie bieten sie ein Teepaket zum Frühstück an. Sie stellen auch Geschenkpakete für Unternehmen zusammen. Die zentrale Website verfügt auch über einen Online-Shop, der Lieferungen in europäische Länder ermöglicht.
1190	Bernhart u. Stix Bauernladen KEG	Döblinger Hauptstraße 62 1190 Wien Döbling	office@bauernladendoebbling.at	https://www.bauernladendoebbling.at/	Auf der Tafel steht Wein- und Waldviertel. Das Geschäft gibt es bereits seit 1998 in Wien Ortsteil Döbling. Damals begann alles als erweiterter Ab-Hof-Verkauf, wo die Produkte für die Einwohner der Stadt Wien leicht erreichbar erreichbar wurde. Später wurde das Angebot ständig erweitert und an die individuellen Bedürfnisse der Kundschaft angepasst. Dinkelbrot oder Schafsmilchprodukte sowie Ziegenmilchprodukte und biologisches Gemüse stellen dabei nur einen Teil einer großen Auswahl dar. Besonders wichtig ist, dass die meisten Produkte von heimischen Erzeugern beziehen und dadurch Frische und hohen Qualitätsstandard garantiert werden kann.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region



	Johanna's feiner Laden	Cobenzlgasse 6	laden@johannas.wie n	https://johannas.wien/	Johanna's feiner Laden bietet besondere kleinbäuerliche Produkte an. Das Sortiment umfasst einen hohen Anteil an regionalen Produkten, vor allem aus dem Wein- und Waldviertel, aber auch Produkte aus dem Mühlviertel, dem Burgenland und Wien. Italienische und französische Delikatessen kommen aus dem Ausland. Es werden auch Verkostungen angeboten. Die Website bietet einen Online-Shop mit zwei Liefertagen pro Woche. Es gibt kein frisches Obst und Gemüse im Online Shop. Lieferung nur in Wien.
1200	Naturkost Liola	Karl-Meissl Str. 6	office@naturkostliola.at	https://www.naturkostliola.at/	Der Laden verkauft Bio-Lebensmittel, wobei regionale und saisonale Produkte bevorzugt werden. Zu den lokalen Produkten gehören auch Wiener Produkte (z.B. Bezirkshonig). Frische Backwaren, Obst und Gemüse, verpackungsfreie Trockenware, Bio-Baumwolle und andere Produkte sind ebenfalls erhältlich. Die Küche bietet ein Tagesmenü, ein Frühstücksmenü, Sandwiches, vor Ort gebackene Kuchen und Gebäck an, die in dem kleinen Café genossen werden können. Zum Laden gehört auch eine Terasse. Der Bioladen im Hippie-Stil ist neuartig im Bezirk 20 und die Nachfrage ist höher als erwartet, was auf ein verändertes Verbraucherverhalten aufgrund der Pandemie zurückzuführen ist (https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wirtschaft/oesterreich/2129128-Wer-profitiert-vom-Lockdown.html). Der Laden liefert zweimal wöchentlich Bio-Lebensmittel per Lastenfahrrad an einige kleine Kindergärten und Schulen, die zu 50 % von der AMA subventioniert werden. Neben der Website sind sie auch in den sozialen Medien auf mehreren Plattformen präsent. Sie sind Haltestation der kulinarischen Touren von GustoGerilla. Sie veranstalten häufig Lebensmittelverkostungen mit ihren Lieferanten.
1210	Tasty Retro	Prager Str. 12			Lebensmittel von hoher Qualität (Feinkost) gibt es im Tasty Retro Shop, wo vor allem Fleischbrot (auch mit Pferdefleisch - Wiener Pferdeleberkäse) und Fleischprodukte von kleinen Produzenten angeboten werden. Darüber hinaus sind auch Sauergemüse, Gemüseprodukte, Essig und Bio-Honig erhältlich, sogar in einem Online-Shop.



Interreg

Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



Shop of Region

1220	Guggi's Bioladen	Hirschstettner Str. 85	info@guggis-bioladen.at	http://www.guggis-bioladen.at/	2015 ist der erste Guggis Bioladen geöffnet, indem eigenes Bio-Gemüse und auserwählte Produkte anderer Bio-Produzenten verkauft wird. Es ist wichtig die kleine Produzenten zu unterstützen, aber auch für den Kunden die qualitativ besten Produkte anzubieten. Heute bietet der Biohof Radl: die Möglichkeit der Mitgliedschaft einer Solidarischen Landwirtschaft (CSA), Selbsternteparzellen an 5 verschiedenen Standorten und den Einkauf des Biogemüses von Manfred Radl jun. in Guggis Bioladen an.
	Blün GmbH	Schafflerhofstrasse 156	michael@bluen.at	http://www.bluen.at	Wiener Aquaponik, in dem Gemüse (z.B. Tomaten) angebaut, Fische gezüchtet und eine breite Palette an pflanzlichen Produkten hergestellt und verkauft werden. In ihrem Webshop und in ihren Verkaufsstellen verkaufen sie nicht nur ihre eigenen Produkte, sondern auch Produkte von anderen Partnererzeugern, die sie mit ihrem eigenen Logo versehen, sofern sie den Anforderungen der Blün Philosophie (biologisch, transparent und lokal) entsprechen. Ihre Produkte werden in einer Reihe von Einzelhandelsgeschäften verkauft (Fischhändler, regionale Geschäfte (z.B. Weinviertelerie, Gärtnergeschäftl), Online-Händler (z.B. markta) und sie haben einen eigenen Laden und Stand am Karmelitermarkt. Auch in der Gastronomie sind sie präsent, und zwar in den Küchen mehrerer Wiener Restaurants und Cafés, über die man sich auf der Website informieren kann. Sie haben auch einen Online-Shop.



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



Anhang 3: Webshops von Kleinproduzenten in der Nähe von Wien (einige Beispiele)

- bluen.at/pages/versand
- landgarten.at/shop – biosoja aus Bruck an der Leitha
- spezerey.at/shop - Gols
- mikesfarm.at
- sengers.at
- moerwald-shop.at
- hofladen.mirli.at



Anhang 4: Liste der Wiener Foodcoops

Bezirk 2	Schraubenfabrik	http://www.schraubenfabrik.at/space/
	Möhrengasse	https://www.moehrengasse.at
Bezirk 3	Klappertopf	https://www.klappertopf.at/
	Markhof	https://foodcoop.markhof.wien
Bezirk 4	Vorratskammer	https://foodcoop1040.at
Bezirk 5	Herz und Rübe	https://herzruabn.fcoop.at
Bezirk 6	Pumpkin	https://foodcoops.at/2013/10/31/pumpkin/
Bezirk 7	Neubauer Foodcoop	https://neubauer.fcoop.at
Bezirk 8	Mia Pastinaken	https://miapastinaken.fcoop.at/
Bezirk 9	Kukuruz	https://kukuruz-foodcoop.org
Bezirk 10	FoodX	http://www.foodx.at
	Kollerabi	https://kollerabi.fcoop.at
Bezirk 12	Meidling Löwenzahn	https://loewenzahn.fcoop.at
Bezirk 13	BioHamster	https://www.biohamster.at
Bezirk 14	Fresskorb	https://foodcoops.at/2013/03/13/der-fresskorb/
Bezirk 15	d'Speis	https://speis.org
	Allmunde	https://allmunde.org
	Vegan Foodcoop	https://www.veganfoodcoop.at
Bezirk 16	Einkorn	https://1korn.at
	Die Gabln	https://diegabln.at
Bezirk 17	Radieschenbund	http://radieschenbund.at
	Rübezahl 17	http://rübezahl17.at
Bezirk 18	Bioparadeis	https://bioparadeis.org
Bezirk 19	BOKU foodcoop	http://foodcoop.boku.ac.at
Bezirk 20	Briquitta	https://briquitta.fcoop.at
Bezirk 21	FairNaWi	https://fairnawi.org/
	Floridsdorf	http://fc-floridsdorf.at
Bezirk 22	Butz & Stingl	https://butzundstingl.wien
	SeeFoodCoop	http://www.seefoodcoop.eu/

Quelle: Eigene Sammlung an foodcoops.at

Das Projekt Shop of Region (Reg. Nr. ATHU154) wird im Rahmen des INTERREG V-A Österreich-Ungarn Programmes durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung umgesetzt!