



Interreg



Danube Transnational Programme

CINEMA



Leonding

PRESSEINFORMATION

Erster Leondinger Hackathon: Leonding setzt auf Regionalität

Der Corona-Krise etwas Gutes abzugewinnen, ist nicht ganz einfach. Ein positiver Trend allerdings lässt sich erkennen: Regionalität und Nachhaltigkeit haben während der Pandemie an Stellenwert gewonnen, insbesondere im Lebensmittelhandel. Diesen Wandel gilt es, auch für die Zeit nach Corona aufrechtzuerhalten. Die Stadtgemeinde Leonding und Business Upper Austria luden deshalb vom 24. bis 26. Februar zum virtuellen Ideenwettbewerb „Regional ist nicht egal – Aufbruch im Lockdown“ ein, um gemeinsam Services zu erarbeiten, um die regionale Wirtschaft während der Pandemie und für die Zeit danach zu stärken und den Menschen vor Ort langfristig ein attraktives Angebot an Nahversorgern anbieten zu können.

„Ein Jahr Pandemie hat gezeigt, dass Regionalität enorm an Bedeutung gewonnen hat. Dieser Trend bringt neue Themen und damit auch neue Chancen zur Zusammenarbeit hervor“, ist Ing. DI (FH) Werner Paminger, MBA, Geschäftsführer der oö. Standortagentur Business Upper Austria, überzeugt.

Regionalität boomt in Leonding

Leonding sieht sich in der glücklichen Lage, viele regionale NahversorgerInnen und DirektvermarkterInnen zu beheimaten. Und die Stadtgemeinde will dieses Netzwerk bewusst fördern und sichtbar machen: Das Angebot der Nahversorgenden soll für die gesamte Bevölkerung und die ansässigen Betriebe, die ihre MitarbeiterInnen bei einem nachhaltigen Lebensstil unterstützen wollen, zugänglich sein. *„Regionalität wird in Leonding derzeit großgeschrieben. Ob unser gut*

frequenter Wochenmarkt, die eigens entwickelte InLeondingApp oder die Präsentation von regionalen Direktvermarktern auf unserer Homepage – wir tun viel dafür, dass dieses Angebot auch bei den Menschen ankommt“, erklärt Bürgermeisterin Dr.in Sabine Naderer-Jelinek.

Hofläden wecken Emotionen

Um die 24 TeilnehmerInnen perfekt für den anschließenden Ideenwettbewerb einzustimmen, eröffneten zwei Expertinnen mit spannenden Keynotes die Veranstaltung. Anita Moser beschäftigt sich seit Jahren mit den Themen regionale Lebensmittel, Ernährung und Kochen. Ihre Facebookgruppe „Regional statt global“ ist während der Coronakrise auf 16.000 NutzerInnen angewachsen. Die Linzer Unternehmerin und Foodbloggerin weiß: *„Beim Käuferlebnis soll der emotionale Funke überspringen. Hofladenroasen sind zum großen Renner geworden. Die Leute wollen die Produkte kennenlernen, die letztendlich auf ihren Tellern landen.“* Ein großer Bedarf besteht ihrer Meinung nach an 24-Stunden-Hofläden, wo Konsument*innen rund um die Uhr ihre Produkte einkaufen können. Seit kurzem steht auf Anita Mosers Homepage www.private-taste.at eine eigene Hofladen-Map, auf der jede Menge Infos über regionale Produzenten zu finden sind.

Vernetzung von Land- und Kreativwirtschaft

Theresa Imres Blog „Eingebrockt und Ausgeloeffelt.com“ wurde zweimal mit dem AMA Foodblog Award ausgezeichnet. Landesweit so richtig durchgestartet ist die gebürtige Steirerin aber mit der Gründung ihres digitalen Bauernmarkts markta.at, mit dem sie es geschafft hat, Konsument*innen direkt mit regionalen Produzenten zu vernetzen. KundInnen – egal ob aus Stadt oder Land – können online direkt beim Bauern einkaufen. Und wenn die Zeit zum selber Einkaufen mal nicht reicht, gibt's Abholstellen, wo man mittels Code seine Einkäufe rund um die Uhr abholen kann. Auch Theresa Imre kann bestätigen, *„dass KonsumentInnen sich emotionale Käuferlebnisse wünschen. Sobald du ein Gegenüber hast beim Einkauf, willst du weg von den anonymen Produkten.“* Mit markta.at will sie aber nicht nur Direktvermarktenden eine Plattform bieten, sondern auch zwischen Landwirten und der Kreativwirtschaft vermitteln. *„Um neue Services und die Produktgestaltung gemeinsam zu entwickeln, ist es wichtig, eine Brücke zwischen Kreativ- und Landwirtschaft zu bauen“,* ist Imre überzeugt.

Siegerprojekt Marktplatz Tagesheimstätte

Insgesamt haben 24 TeilnehmerInnen mit unterschiedlichen Hintergründen – LeondingerInnen, Nicht-LeondingerInnen, Direktvermarktende, UnternehmerInnen, Start-ups, Lehrende, Musiker, Medienexperten, MitarbeiterInnen der Stadt Leonding – intensiv und digital in drei Tagen

zukunftsweisende, kreative und vielfältige Ideen entwickelt, wie Leonding das Thema Regionalität denken und leben will.

Als Siegerprojekt ging schließlich die Idee „Marktplatz Tagesheimstätte“ hervor, deren Umsetzung die Stadt Leonding unterstützt und die Machbarkeit prüfen wird. Gemeinsam mit Business Upper Austria wird man beratend zur Seite stehen. Ziel der Idee von Unternehmer Matthias Mayer, Musiker Thomas Mandel, den LandwirtInnen Silke Hofbauer und Josef Gstöttner sowie Leiterin des Stadtmarketings Marlene Siegl, ist es, die fünf vorhandenen Tagesheimstätten zu beleben und dort – als Ergänzung zum gut besuchten Wochenmarkt – das regionale und soziale Angebot für die BewohnerInnen Leondings auszubauen.

Projekt CINEMA

Der Ideenwettbewerb war Teil des Interreg-Projekts CINEMA, in dem die Stadt Leonding, das Beratungsunternehmen CIMA und die OÖ. Standortagentur Business Upper Austria bei der Revitalisierung des 44er Hauses zusammenarbeiten. Ziel ist es, ein Konzept zu schaffen, um das Stadtzentrum Leondings wieder in den Mittelpunkt des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens zu rücken.

- Projektlaufzeit: bis Ende 2022
- Gesamtbudget des Projekts: 2.204.823.50 €; nach OÖ kommen insg. 379.918,90 € (Business Upper Austria, Leonding, CIMA)
- Donaunraumprojekt / Projektpartnerländer: Deutschland, Slowenien, Slowakei, Serbien, Bulgarien, Rumänien, Moldawien, Österreich

Weitere Infos: <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/cinema>



Bildtext: Gewinnerteam mit Bürgermeisterin Sabine Naderer-Jelinek.



Bildtext: Gewinnerteam mit Bürgermeisterin (5.v.l.), öö. Standortagentur und Agentur für Standort und Wirtschaft Leonding.

Kontakt: Stadt Leonding, Stadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit, Mag. Marlene Siegl

E-Mail: marlene.siegl@leonding.at, Telefon: 0732 / 6878-100105