

## Handlungsfeld 4 - (Land)Wirtschaft & Tourismus

## 1. Workshop am 12. Februar 2021, 15:00 – 17:00 Resümee

The screenshot shows a Zoom meeting interface with a grid of 10 participants. The participants are:

- Kerstin Martens
- Franz Jöchlinger
- Wolfgang Hohenauer
- Mario Freiberger, WKNÖ, Ast. Schw...
- Julia RLC
- Manuel Kling
- Sara Schaupp - Solidarische Landwir...
- Manfred Edelmann
- Neubauer
- Eva Glatzer

The Zoom control bar at the bottom includes icons for: Stummschalten, Video beenden, Sicherheit, Teilnehmer (10), Umfragen, Chat, Bildschirm freigeben, Aufnehmen, Breakout Session, Reaktionen, and a red Beenden button.

Die Handlungsfelder wurden auf Basis der Vision für 2040 definiert.

Aufgabenstellung in ist es, für das jeweilige Handlungsfeld der Vision entsprechende Projekte zu definieren. Dabei soll die Entwicklung für das Jahr 2027 und für 2040 betrachtet werden.

In Vorbereitung der Definition der Projekte sollen in diesem Workshop die Interessen und Ziele abgesteckt werden.

Als zentrales Thema hat sich in diesem WS der Themenbereich Landwirtschaft etabliert, wobei besonderer Wert auf die Vernetzung der Wirtschaft und des Tourismus mit der Landwirtschaft gelegt wurde.

Wesentlich sind dabei die Nutzung und Weiterentwicklung der bereits bestehenden Strukturen, weiterhin die Konzentration auf regionale Produkte bzw. auf eine regionsspezifische und authentische Landwirtschaft.

Die genannten Interessen und Einzelthemen (siehe nächste Seite) beinhalten schwerpunktmäßig die Kooperation, Vernetzung von Wirtschaft, Landwirtschaft und Tourismus - jeweils mit dem Ziel, die Produktion, die Verteilung und die touristische Nutzung zu optimieren.

Behandelt wurden auch die Weiterentwicklung und Optimierung u.A. der Infrastruktur für die Nächtigung, Radwege, Gastronomie / Heurigen, etc.

Die Weiterentwicklung einer bedarfsgerechten Produktion, der Vertriebswege bzw. Absatzmöglichkeiten mit dem Ziel, sowohl die Direktvermarktung an Bewohner und Touristen als auch den Verkauf im Handel, erfordert die intensive Koordination und Kooperation der Partner aus Wirtschaft, Landwirtschaft und Tourismus.

Koordinierter „Ab Hof Verkauf“, Bauernmärkte, Pop up Stores, Pop up Heurige, etc. und Veranstaltungen im Kontext mit den in der Region typischen Produkten („Wein und Genuss“) sollen zur Belebung des Systems aus Wirtschaft, Landwirtschaft und Tourismus beitragen.

Die Definition von Projekten ist die Aufgabenstellung des nächsten Workshops, wobei sich aus diesem WS folgende Themengruppen abgezeichnet hat:

- Plattform für regionale Lebensmittel, Logistik Vertrieb, bedarfsgerechte Produktion, .....
- Vertrieb generell und in der Region, auch im Kontext mit Tourismus
- Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur, Events / Highlights im Kontext des Themas dieses Handlungsfeldes (Beispiel Carnuntum Experience)

Das nächste WS wurde für Donnerstag, dem 4.3.2021, 15:00 – 17:00 angesetzt.

1. Workshop Handlungsfeld 4  
Freitag 12.2.2021, 15:00

(Land)Wirtschaft und Tourismus  
Themenbereiche des Handlungsfeldes

Brainstorming Interessen / Einzelthemen

Wirtschaft	Landwirtschaft	Tourismus
Flohmärkte als Anziehungspunkt für Wiener Bürger (Sa/So) um sie in die Region zu locken	Regionale Produkte	Förderung Aufenthaltstourismus - Qualität und Quantität
Ortskernbelebung	Partizipative Gesamtsysteme	Alternative Nächtigungsmöglichkeiten "Tiny Houses" und Wohnmobilstellplätze
Bedarfsaufnahme Industrie/Gewerbe/ Handel	Foodcoops	(koordinierte) Öffnungszeiten
Outlets von regionalen Produkten	Regionale Lebensmittel und deren Verteilung	Erholungsgebiet Region Römerland Carnuntum
Landwirtschaft als Wirtschaftskraft	Kistlverteilstandorte als Begegnungsorte (Altenwohnheime, Cafes, ... )	Weintourismus
Wirtschaftsbetriebe als Tourismuspunkt	Vernetzung Konsumenten und Produzenten	Radtourismus fördern, Infrastruktur verbessern
Regionale Logistiklösungen	Förderung von Biodiversität	Ausweitung der Genuss-Initiative (Tourismusangebote beim Produzenten)
Betten bei Winzern und Produzenten schaffen (Urlaub am Bauernhof/Winzerhof)	Klasse statt Masse	Radwegnetz welches aus den großen europäischen Radwegen Leute in die Region bringt
Nachhaltige Wirtschaftsstandorte	Vegan Fokus	Zielgruppe Wien / Bratislava ansprechen für Radtourismus
Vernetzung Wirtschaft, Landwirtschaft, Tourismus	Bildung um Verständnis zu generieren	Heurigenkultur
Einkaufsführer Römerland Carnuntum Spezialitäten	Einbindung von Konsumierenden in die Landwirtschaftliche Produktion -Bewusstsein stärken, Bindung herstellen	Kinderfreundlicher Radtourismus
kleine Geschäfte und Hersteller fördern (Kunst)handwerk etc	Regionsladen samt Aufbau einer Logistik (Verfügbarkeit eines breiten regionalen Angebotes an einem Ort)	Pop-up Heurige in besonders schönen Locations
Solidarökonomie, unternehmerisches Handeln mit sozialer Ausrichtung zu verbinden	Zugang zu regionalen ökologischen Lebensmitteln für einkommensschwache Haushalte	Regionale Events rund um Wein & Genuss
	Bewusstseinschaffung in den jüngeren Generationen	
	unbetreute Selfservice Läden	
	Bestandsaufnahme, was bei uns angebaut werden kann	
	Wertschöpfungsketten bei Herstellern in der Region	
	Gütesiegel	
	Plattform etablieren, damit Produkte leicht bezogen werden können	