

MARKTFORSCHUNGSUMFRAGE

# Verein Mostlandl Hausruck macht Regionalität zum Thema

**GRIESKIRCHEN.** Wo kaufen die Menschen regionale Produkte ein? Was versteht jeder für sich unter Regionalität? Und was verbinden Menschen mit der Marke Mostlandl? Mittels Marktforschungsumfrage möchte sich der Leader Verein Mostlandl Hausruck ein Bild von der Verankerung regionaler Produkte machen.

Die telefonische Befragung startet mit September und betrifft die 33 Mitgliedsgemeinden aber auch darüber hinaus. Ziel ist das Kaufverhalten der Bewohner zu erfahren, welche regionalen Produkte gegenwärtig gekauft werden, ob es genug Angebote gibt aber auch wo Nachfrage besteht. „Es werden 600 Personen befragt. Die Fragen selbst werden schnell und klar zu beantworten sein“, erklärt Marktforschungsexperte Georg Gumpinger von Gut&Co. „Wer nicht angerufen wird, ist herzlich eingeladen, uns im Leader-Büro am Roßmarkt 25 in Grieskirchen zu besuchen und uns seine Erfahrungen mitzuteilen. Ein Fragebo-



Georg Gumpinger (Gut&Co), Martin Dammayr, Obmann des Vereins Mostlandl Hausruck, und Projektleiterin Sabine Reisinger (v. l.) sind gespannt auf das Ergebnis.

gen kann zudem am 2. Oktober am Genussfest in Peuerbach ausgefüllt werden“, betont Projektleiterin Sabine Reisinger. Im Rahmen der Befragung soll auch die Marke Mostlandl hinterfragt werden. „Uns ist es wichtig zu erfahren, was die Menschen mit der Marke Mostlandl verbinden und ob die Befragten beim Thema Regionalität auch an Mostlandl denken“, so Martin Dammayr, Obmann des Vereins Mostlandl Hausruck.

Gleichzeitig dient die Befragung als Bewusstseinsbildung. „Im Rahmen der Befragung machen sich die Menschen Gedanken zum Thema Regionalität, es geistert in ihren Köpfen herum und wir möchten so viele wie möglich dazu motivieren, sich damit zu beschäftigen was ein jeder privat wie auch wirtschaftlich dazu beitragen kann“, so Reisinger. Als Beispiel nennt sie etwa Vereine, die sich bisher vielleicht noch keine Gedanken darüber

gemacht haben, was in ihrer Kantine verkauft wird oder was bei Sitzungen am Tisch steht. Neue Kundengruppen wären auch verstärkt Schulen und Betriebe. Was bei der Befragung letztendlich herauskommt, weiß niemand so genau. Worin sich aber alle Projektbeteiligten einig sind, ist, dass man die Chance ergreifen möchte, in diesem Rahmen ein regionales Netzwerk aufbauen zu wollen. „Wir möchten Direktvermarkter und Handel näher zusammen bringen. Es gibt viele kleine Direktvermarkter, die zwar interessiert wären, den Sprung in den Handel aber noch nicht gewagt haben. Sei es, weil sie befürchten, dass die Abgabemenge zu klein sei oder aus logistischen Gründen. Diesen Direktvermarktern möchten wir helfen die Marktfähigkeit zu erlangen“, so Dammayr. „Mit der Befragung greifen wir den Leader-Gedanken auf, die Menschen bei der Weiterentwicklung unserer Region mitzunehmen, sie daran teilhaben zu lassen“, so Mostlandl Hausruck-Geschäftsführerin Gerlinde Grubauer-Steininger. ■