

2010. április 7-10. Ausztria

FEELS projekt

Graz

2010. 04.07.

A mai napom este 6-kor érkeztünk meg a szállásra Grazba, mely 400 km-re van Budapeستől.

Megkaptuk a részletes programtervet a FEELS találkozóval kapcsolatban rögtön a hotelbe való bejelentkezés után. A mappában nem csak a kidolgozott programterv, de egy Graz térkép is helyet kapott, melyen a főbb nevezetességek és látnivalók is fel voltak tüntetve.

Majd beültünk egy kellemes kis helyre, ahol csapatépítésbe fogtunk. Az új Második Hullám tagok bemutatkoztak, de a régiek is beszéltek pár szót magukról és az MH programról. A kellemes beszélgetést hamar befejeztük, és már indultunk is vissza a szállásra, mert másnap korán kezdődött a hivatalos program.

2010. 04.08.

A reggeli után a grazi tömegközlekedéssel az FH-Joanneum University of Applied Sciences épületéhez mentünk, ahol négy előadást hallgattunk meg.

A projekt alaptémaköre a marketing tevékenységek és márkák elhelyezése a terméken volt.

Az első előadás témája Marketing terv a különleges Gazdaboltok létrehozására. Ezen felül az első előadás részletezte a piac, termék, az ár és a hirdetés, vagyis a 4P (place, product, price, promotion) tulajdonságait és összetevőit, valamint a márka fogalmát és ezek egymáshoz való kapcsolatát.

Az egyetemen az elmúlt hónapokban hirdettek egy versenyt, melynek témája egy képzelt védjegy létrehozása, majd erre egy komplett üzleti terv kialakítása volt. Két pályázó csapat mutatkozott be.

Ezek közül az első előadás témája: Steirisch Guat (Styrian Products) volt, melynél elmondták, hogy csak helyi farmokról vásárolnák a terméket. A cég fő elvei: „hagyományos, autentikus, eredeti stájer, természetes és kiváló minőségű termékek előállítása, forgalmazása”.

Bemutatták a cég SWOT-analízisét:

Erősségek:

- shop-in-shop
- kóstoltatás
- saját müzli készítése
- nagy eladási terület
- Gazdák piaca
- Kiváló minőségi termékek

Gyengeségek:

- Logisztikai rendszer
- Magas árak
- Optimista hozzáállás hiánya

- Tapasztalat hiánya a kiskereskedelmi szektorban

Lehetőségek:

- 4 csillagos hotel felépítése a közelben
- napi turizmus növekedése
- „Nah&Frisch” (közeli&friss) üzletlánc
- szakszerű marketing

Veszélyek:

- Alacsony árak a gazdáknál és a szupermarketekben
- Nem fog megvalósulni a 4 csillagos szálloda felépítése
- Csökkenő kereslet a minőségi termékek iránt

Ezután elmondták a marketing és pénzügyi tervüket a következő öt évre levetítve. Bemutatták a bolt látványtervét és a kommunikációs csatornák lehetőségeit is (helyi újság, rádió, szórólapok, weboldalak, rendezvények... stb.).

A második csapat Michel és Katarina a „ Bioeck'n” céget szerették volna megalapítani, akik nemcsak iskolákat, hanem óvodákat is megcélzottak a promóciójukban. Ők is ugyanúgy helyi termékeket szeretnének árulni.

Főbb termékeik: zöldség, gyümölcs, hús, tejtermék, bor, égetett szesz és kézműves termékek. A boltjukat hasonló SWOT elemzés jellemezte, mint az előző csapatét.

A három legfontosabb dolog számukra: a minőség, frissesség és a helyi termékek. Áraikat úgy szeretnék alakítani, hogy magasabbak legyenek, mint a szupermarketé, és alacsonyabbak, mint a versenytársaké. Teljes potenciális bevételük 2 100 000 euro lenne évente, majd körülbelül 200 ezer eurós bevétel növekedést várnának minden évben.

Félórás levegőzés után a Stájer Agrárkamaráról tartott előadást Barbara Reinthmayer, a Joanneum egyik előadója. Előadásából megtudtuk, hogy Ausztriában 187 034 gazdálkodó és erdőtulajdonos van, ebből 42 370 Stájerországban. Beszélt az Európában elfogadott minőségi osztályokról:

1. Biotermékek
2. PGI – Protected Geographical Indication
3. PDO – Protected Designation of Origin
4. TSG – Traditional Speciality Guaranteed

PGI: Legalább egy munkafolyamat egy bizonyos földrajzi egységen belül történik.

PDO: Terület specifikus termékek és azok védelme.

TSG: Hagyományos eljárás, hagyományos módszerek.

Az EU-ban több mint 800 regisztrált PGI, PDO és TSG termék van. Ebből több, mint 150 terméket regisztráltak be Olaszországban. Őket követi Franciaország (140 termék), Portugália (90). Ausztriában mindössze 13 regisztrált termék van.

Az előadás során megismerhettük a különböző helyi termékeket, mint például a tökmagolaj és a torma. Ezeket keresztül mutatták be a különböző logókat, védjegyeket.

Az előadások után a Joanneum menzáján fogyasztottuk el ebédünket, majd kis pihenést követően a többi résztvevővel együtt városnézésre indultunk, ahol az idegenvezetőnkől megtudtuk, hogy Graz Ausztria második legnagyobb és legnépesebb városa.

Graz Stájerország tartományi székhelye. A város központján végigsétálva megtekinthettük főbb nevezetességeit, mint például a Festett Ház, ahol a rangsor alapján voltak felfestve az istenek. Ezután a velencei stílusban épült városházát tekintettük meg, melynek belső udvarán nyaranként ingyenes koncerteket szerveznek. Az udvar háttérében zöld kapun Ausztria jelképe egy fehér sárkány volt felfestve.

A következő állomás a stájerországi konferenciaközpont volt, majd a középkorban „Pokolnak” nevezett teret tekintettük meg. A Pokol nevet onnan kapta, hogy ezt a területet gyakran elárasztotta a folyó, és bűdös, pokolszerű hely alakult ki. Itt egy templom áll, melyhez apró butikok vannak építve.

A főtéren egy szoborcsoport található, középen egy főkalmár áll, aki sokat segített Graz gazdasági fejlesztésében a XIX. században. Körülötte négy női alak, akik Austria négy folyóját jelképezik. A szoborcsoport mellett a Házasságkötő terem található.

A következő állomás keretében egy tradicionális borkóstoláson vettünk részt, Graz egyik borértékesítő boltjában. Több fajta bort kóstoltunk meg, mint például a Muskotályost, Rizlinget és Roset is.

Miután elhaladtunk a Kunsthaus (Buborékház) mellett, átmentünk a Mura folyón egy mesterséges szigeten keresztül. A sziget különlegessége, hogy a folyó szintjével mozog, maximum 4 métert.

Ezután megnéztük Graz óráját, amihez 1500 lépcső vezet. A kereskedők utcáján végighaladva eljutottunk egy Kastélyhoz, majd egy Dómot néztünk meg belülről is.

A mai nap utolsó látványosságaként megnéztünk egy harangjátékot, ami egy hagyományos viseletű, népzeneire táncoló párt ábrázolt.

A nap zárásaként egy helyi különleges étteremben vacsoráztunk, ahol Arnold Schwarzenegger is vendégeskedett több ízben (ő egyébként Stájerországban született, közel Grazhoz). A kellemes vacsora mellett megbeszéltük a nap történéseit, majd tovább folytatva a városnézést a mi kis magyar csoportunk visszaindult a szállásra.

2010.04.09.:

A reggeli után elindultunk a Riegersburgba. Ahol megtekinthettük Josef Zotter családjának a csokoládégyárát és csokoládészínházát. A tulajdonos szakácsként kezdte a pályafutását, majd az 1990-es évek elején kakaóbab feldolgozással kezdett el foglalkozni otthon a garázsában. Ez az üzlete egyre nagyobbra fejlődött. 2006 óta egy több, mint 100 embert foglalkoztató vállalkozást üzemeltet, melynél a vendégek számára kóstolási lehetőség is nyílik. Mér az első pillanatban elnyerte a tetszésünket az az apróság, hogy mikor beléptünk az üzembe, egy kis díszes porcelán kóstolókanalat kaptunk, amit „csók kanálnak” neveztek, és amit az utunk során használhattunk a különböző állomásokon a csokifajták megízleléséhez.

A csokoládégyárba beérve egy kis filmet vetítettek nekünk, ami arról szólt, hogy a bio kakaóbabból hogyan lesz kakaócserje, milyen a kakaóbab és milyen érési fázisai vannak a babnak. Illetve egy gyorsított felvétel segítségével bemutatták nekünk, hogy hogyan ültetik a kakaócserjét a kakaóbabban található magokból. Csak a legszebb és legegészségesebb cserje

palántákat ültetik el. Bemutatásra került továbbá, hogy hogyan lesz csokoládé a feldolgozás folyamán. A tulajdonos Dél-Amerikában (pl. Peru, Ecuador) termeltette meg a bio kakaóbabjait. Majd a fermentáció és szárítás után saját maga szállította, hozta be Ausztriába. Céljának tekintette, hogy a szegény országban élő emberek becsületes munkáját jobban megfizesse, mint azok a kereskedők, mint akik kizsákmányolják őket. Így az egész vállalkozás alapanyagául szolgáló kakaót a Fair Trade szellemében szerzi be, akár 3-szoros áron, ha kiváló minőségű szállítmányhoz jut.

A délelőttünk abból állt, hogy végigsétáltunk a gyáron egy rádiós idegvezetést követve, ami a kakaóbab beérkezésétől a csokoládé értékesítéséig végigvezetett minket a gyártás összes mozzanatán. A legérdekesebb az volt, hogy a csokoládét minden feldolgozottsági fokánál megkóstolhattuk, ami egyes állomásokon több, mint 50 féle csoki darab elmajszolását tette lehetővé. Találkoztunk az egyszerű kakaómasszával, az alapcsokoládé fajtákkal, majd azok ízesített, kevert és a különböző célnak megfelelően feldolgozott változataival. Egy külön teremben az általunk kiválasztott különböző extravagáns ízű (indiai, esőerdő, fekete halál, stb.) csokoládé darabokból és forró tejből - amit helyben, a saját teheneikből fejtek - ízletes, és néha igen bizarr kakaóitalt készíthettünk és fogyaszthattunk el. A kis csokoládéablák egy hosszú, kosaras szállítószalagon utaztak körbe a teremben, onnan vehettük ki a nekünk tetsző darabot. A következő ponton különböző mogyorófajták és szárított gyümölcsök drázsírozását láthattuk, ami kicsi betonkeverő szerű eszközökben történt, és ahol a legkülönlegesebb falatkát a csokiba forgatott fahéjas tepertőkockák jelentették. A túra végén természetesen egy hatalmas márkaboltba értünk, ahol bármelyik, az utunk során megízlelt csokoládéfajtából vásárolhattunk.

Következő programpontként egy sertéstelepre látogattunk el, ami a Vulkán-régió (Vulcano regio) közponjában volt található. A régió az évszázados vulkanikus tevékenységről kapta a nevét, ami kialakította az itteni hegyeket és felszíni formákat. A vulkanikus felszínnek köszönhetően természeti erőforrásokban igen gazdag a régió, ennek ellenére a terület meglehetősen szegény volt az elmúlt évekig, sem ipar, sem szolgáltatások nem voltak megtalálhatóak. Az itteniek nem ragaszkodtak a helyben maradáshoz, ám néhány éve a meglévő természeti kincsekre alapuló mezőgazdasági termelők, és a kapcsolódó szektorok képviselői kiutat kerestek. Közösen a tagjaik számára önkéntes alapon 8 éve egy képzéssorozatot hirdettek meg a lakosság számára, ahol a kiutat jelentő változtatásokat mutatják be. Ezek alatt közösen próbáltak rájönni, mi a megoldás a jelenlegi helyzetre, és hogyan tudnák a jelenlegi hátrányokat, illetve a meglévő erősségeiket az előnyükre fordítani. Sokat mondó, hogy az első képzés címe „Hogyan hagyjunk fel a panaszkodással?” volt. A képzéssorozat sikeresnek bizonyult, a népességfogyás megállt, sőt elkezdtek beköltözni új lakosok. Jellemzően a hatások minden ágazatnál (gazdák, erdőtulajdonosok, stb.) a termelők csoportokba szerveződésében teljesedtek ki. Ezek a csoportok utána közös rendezvényeket, fesztiválokat bonyolítanak, szezonális és évszakokhoz kötődő alkalmakon tartanak különböző ünnepeket (borfesztivál, sonkaünnep, stb.). Legszebb például, amikor egy egész hegyoldalt fáklyákkal világítanak ki, ezzel szimbolizálva, hogy egy vulkánon vagyunk. A vidéki turizmust kedvelő befektetők is felfigyeltek ezekre az eseményekre, így évről évre több és több tőkét vonzanak a régióba.

Maga a gazdaság, ahol jártunk, három sertéstartó gazda összefogásával alakult 4 éve. Jelenleg 150 sertést tartanak, ez noble styrian anya és duroc apaállatok keresztezéséből született állatokat jelen. A duroc apa főleg az optimális hús-zsír arány miatt fontos, ami a sonkák ízletességének záloga. A sertéseket 10-12 hónapos korukban vágatják le, 3 hetente a

vágásérett egyedeket elszállítják egy 10 kilométerre található vágóhidra, ahonnan a nyers húst kapják vissza feldolgozásra. Az első évben a hagyományok és tapasztalat hiánya miatt igen silány sonkákat állítottak csak elő, de rájöttek, hogy nagyobbra hízlalt állatok, és hosszabb füstölés illetve szárítás segítségével igen ízletes és magas minőségű termékeket sikerült előállítaniuk. Az állatok tartása igen humánus körülmények között zajlik, hatalmas területű kifutókon mozoghatnak, és a takarmányozásuk során csak természetes alapanyagokat használnak fel. Teljes mértékben betartják az animal welfare előírásait, noha nem kötelezték őket erre.

A termékeiket két módszerrel állítják elő, füstöléssel, illetve levegős szárítással, valamint e kettő keresztezésével. A legrövidebb idő 3 hónap, a legtöbb 71 hónap, amíg a húst érlelik, minden időszak más ízt és színt eredményez. Legfőbb termékeik a sonkafajták, de ugyanígy állítanak elő füstölt szalonnát, császárszalonnát és szalámit is. Különlegesség még, hogy előállítanak különböző aszalt gyümölcsökkel és szarvasgombával kevert sonkatermékeket is. Sonkát csinálnak csontos és csont nélküli kiszerelesben is. Egyik speciális termékük, amit értékesítenek, de nem ők állítanak elő, ami egy ukrán fajta és a mangalica keresztezésével kialakított vastag húsos szélű szalonnát jelenti. A termékeiket nem helyben, hanem az üzlettől nem messze található feldolgozóban állítják elő, amiről egy rövid filmet is láthattunk. Évente 5000 darab sonkát készítenek, ez az üzem kapacitásának 60%-át jelenti, amit szeretnének majd felfejleszteni 80%-ra. Exportálnak Németországba és Svájcba, illetve értékesítenek természetesen Ausztriában is. A kis boltoktól a komoly áruházakig és hotelekig megtalálhatóak a termékeik. Ez a látogatásunk is kóstolással és vásárlással zárult.

Ezután felmáztunk a riegersburg-i várba, amihez mintegy 15 perces hegymászással jutottunk fel. A várból csodálatos kilátás nyílt a környező régióra, Szlovákiát és Magyarországot is láthattuk a műemlék tetejéről.

Kései ebédünket egy vidéki turizmusból élő család éttermében tölthettük el, ahol húsvéti jellegű hidegtálat fogyasztottunk, kizárólag a környező területek gazdáinak termékeiből előállított összetevőkkel. Friss kenyér, zöldségek, tej és hústermékek tették izgalmassá és érdekessé az utolsó közös étkezést.

Tanulságos, és mindnyájunk számára érdekes és izgalmas úton vehettünk részt. Ízelítőt kaptunk arról, mit jelent Ausztriában a helyi termékek védelme és képviselete, és hogy a vidékfejlesztésben milyen szerepet tölthet be egy-egy jó ötlet, termék vagy védjegy. Illetve, hogy ha össze tudnak fogni a gazdák, akkor nem csak a saját érdekeiket tudják érvényesíteni, hanem többet is el tudnak érni, mint például megállítani a vidékről való elvándorlást és a fiatalokat is ott tudják tartani.