



## **Lokale Märkte Strategie - Zusammenfassung**

In den letzten Jahrzehnten, mit der Verbreitung der gesundheitsbewussten Ernährung und der Stärkung von Initiativen zur örtlichen Wirtschaftsentwicklung sowie dank entwicklungspolitischer Förderungen ist der Direktverkauf nun auch in Ungarn in den Vordergrund gerückt. Die häufigste Form davon ist der örtliche Markt.

Im Auftrag der Selbstverwaltung der Stadt Lenti besteht das Thema dieser Studie darin, im Rahmen des Projekts City Cooperation II die Strategie zur Förderung und Vernetzung der örtlichen Märkte sowie die verbundenen Tätigkeiten zu erarbeiten.

Das im Rahmen des Programms Interreg V-A Österreich-Ungarn geförderte Projekt CCII will die Zusammenarbeit von 24 Städten im ungarischen-österreichischen-slowenischen Grenzraum auf ein höheres Niveau bringen. Eines der spezifischen Ziele des Projekts ist die Stärkung der Kaufkraft der örtlichen Wirtschaft und des innovativen Systems der Kaufkraftbindung in der Grenzregion. Eines der erwarteten Outputs dieser Zielsetzung ist die Ausgestaltung des Netzwerks der örtlichen Märkte in den kooperierenden Städten der Grenzregion.

Die Entwicklung und das Networking der örtlichen Märkte stärkt die regionale Wettbewerbsfähigkeit. Die örtlichen und Bauernmärkte tragen zur Anziehungskraft der Stadtzentren bei. Die grenzüberschreitende Vernetzung der Märkte führt zur Wissensvermittlung, zum besseren Angebot und zu besseren Vertriebsmöglichkeiten. Die wichtigsten Nutznießer der Outputs sind in erster Linie die KMUs/Unternehmen und die landwirtschaftlichen Erzeuger.

Die Studie besteht aus drei Teilstudien, die ein eigenständiges Ganzes bilden, aber zur komplexen und organischen Entwicklung der Region sind die gemeinsame Deutung aller drei Teile und die Befolgung der Empfehlungen erforderlich. Die Beschreibung des internationalen und nationalen fachliterarischen Hintergrunds, sowie die Forschungsmethodik sind in den Studienteilen identisch. Bei Lenti, Letenye und Zalalövő haben wir die Verkaufspraktiken der lokalen Erzeuger ermittelt (örtliche Märkte, Online-Vertrieb, usw.), sowie die Einstellung der Bevölkerung und die Entwicklungsbedürfnisse in Verbindung mit örtlichen Märkten. Wir haben die wichtigsten Ergebnisse der empirischen Forschung zusammengefasst. In Anlehnung an den fachliterarischen Hintergrund und die Forschung haben wir die SWOT-Analysen der Städte in Verbindung mit der lokalen Erzeugung und dem lokalen Vertrieb einzeln erstellt und die einzuschlagende strategische Entwicklungslinie festgelegt. Wir haben die potentiellen Vorteile und negativen Anreize in den grenzüberschreitenden Netzwerk-Kooperationen der örtlichen Märkte geprüft.



Vor diesem Hintergrund ist es gerechtfertigt, dass Lenti die Rolle der regionalen Koordinationsstelle im Interesse der Abstimmung der Entwicklungen einnimmt. Da die meisten lokalen Erzeuger und die bestimmenden Tourismusattraktionen und Unterkünfte in Lenti zu finden sind da sich auch die bedeutendsten Firmen hier versammeln, wäre zur Befriedigung der zahlungskräftigen Nachfrage die qualitative und quantitative Entwicklung der Regionalprodukte wünschenswert. Wir schlagen vor, neue Verkaufsstellen und -arten an den touristisch frequentierten Orten (z.B. Bad und Hotel) einzuführen.

Zusammenfassend gesagt verfügt die Region über gute Gegebenheiten in Bezug auf Herstellung von Regionalprodukten, aber ohne die Harmonisierung von Entwicklungen ist die Aufsplitterung der Mittel zu befürchten, und die Essenz der strategischen Maßnahmen besteht also in der Konzentrierung von Angebot und Nachfrage, der Errichtung von gemeinsamen Verkaufsstellen und dem Aufbau eines regionalen Marketings.