

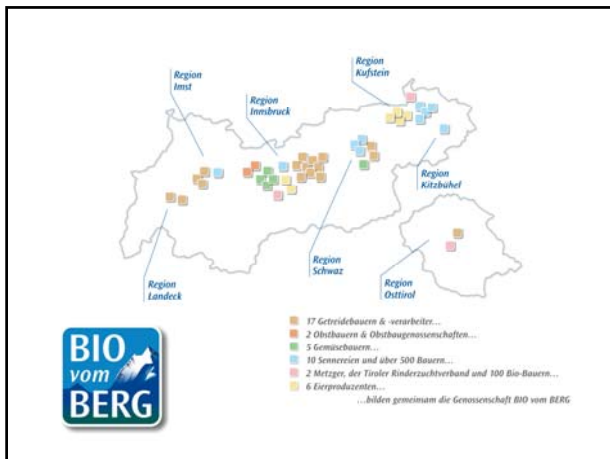


Die Marke der Tiroler Bio-Bergbauern



Hintergrund

- Genossenschaft „Bioalpin“ wurde 2002 gegründet. Marke „BIO vom Berg“ gehört der Genossenschaft
- Mitglieder sind Tiroler Bio-Bauern und Bio-Verarbeiter
- Vermarktungsgenossenschaft im Raiffeisenverbund
- Marketing, Produktentwicklung, Verkauf, Aufbau von Strukturen sind Arbeit von Bioalpin
- Derzeit 50 Mitglieder, 500 zuliefernde Bauern



Erfolgsfaktoren

- *Starke Partner auf Abnehmer- und Produzentenseite gefunden*
- *Verflechtung mit Politik auf Landesebene gesucht*
- *Tirol: Mixtur aus bewusst regional Kaufenden und „Bio-Touristen“ angesprochen*
- *Marke in den Vordergrund stellen und auf Alleinstellung hinarbeiten. Marke hat funktioniert*
- *Immer am Markt orientiert bleiben Besonderheiten suchen. Aus Tirol für Tirol...*



Finanzen

- *Langsames Wachstum wurde bevorzugt Stufenweise in 5 Jahren auf 4 Mio. € Umsatz*
- *Am Anfang starke Bindung an Agrarmarketing Tirol, dann in die Selbstständigkeit*
- *Bioalpin kauft von Mitgliedern, verkauft an den Handel. Klare Verträge und Abmachungen nötig.*
- *Beteiligungen an Maschinen (in Erzeugung und Abpackung) wird ausgebaut*
- *Derzeit 5 Mitarbeiter, 2 Projektbezogene Mitarbeiter*

Zukunft

- *Auf die Gegebenheiten des Marktes reagieren können*
- *Existenzen von möglichst vielen Bio-Bergbauernbetrieben sichern*
- *Weiter langsames Wachstum*
- *Weitere Spezialisierung und Eintritt in die Gastronomiebelieferung*



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

