

# Impulsgeber für Region

## Nominiert für den Regionalitätspreis: TSE möchte die Region durch Projekte positiv weiterentwickeln.

ENNS. „Die Tourismus & Stadtmarketing Enns GmbH steht für ständige, positive Weiterentwicklung der Stadt Enns, des „cittaslow“-Gedankens und für die Schaffung zahlreicher Mehrwerte für die Ennsener Bürger, die Ennsener Wirtschaft und die Gäste, welche Enns besuchen. Weiters soll sie Impulsgeber für die Region sein“, erklärt Max Homolka, Geschäftsführer der TSE. Mit Akteuren aus verschiedensten

Bereichen werden kreative Projekte entwickelt. „Die Zeit für Alleinkämpfer ist vorbei, durch Zusammenarbeit erreicht man erheblich mehr. Wir haben unsere Arbeit, unser Know-How und unsere verschiedenen Projekte auch sehr stark für andere Städte in Österreich und Deutschland geöffnet und wollen mit weiteren Destinationen zusammenarbeiten“, so Homolka. Die Schwierigkeiten seien überall die gleichen und deswegen wäre die Erfolgchance durch Zusammenarbeit wesentlich höher. In den vergangenen Jahren hat die TSE verschiedene Projekte gemeinsam mit der Stadtgemeinde, dem Tourismusverband und dem

Wirtschaftsverein umgesetzt. Das bekannteste: Zeitgeist – Pop-Up-Stores in Enns, welches bereits von einigen Städten in ganz Österreich übernommen und in Brüssel europaweit ausgezeichnet wurde.

### Gemeinsam Probleme lösen

„Wir wollen eine Lobby aufbauen, um die Probleme von Städten gemeinsam zu lösen“, erklärt der Geschäftsführer. Ein weiteres Projekt, welches gemeinsam mit der Ennsener Firma Digital City Solutions umgesetzt wurde, ist die neue Plattform der Stadt Enns. Hier laufen nun alle digitalen Informationen von Gemeinde – Wirtschaft – Tourismus – Kul-



Max Homolka (r.) bei der Preisverleihung. Foto: EU Commission 2019

tur auf der Snoop-Plattform enns erleben auf einzigartige Weise zusammen. „In der heutigen Zeit ist es notwendig ständig am Ball zu bleiben und sich immer wieder neue Herangehensweisen auszudenken und dann in die Tat umzusetzen“, so Homolka.

## REGIONALITÄTSPREIS

Die **Teilnahme** am Regionalitätspreis ist **bis 4. August** möglich. Jetzt bewerben unter: BezirksRundschau GmbH, Dr.-Herbert-Sperl-Ring 1, 4060 Leonding, Kennwort „**Regionalitätspreis**“. Oder online unter [meinbezirk.at/regionalitaetspreis-ooe](http://meinbezirk.at/regionalitaetspreis-ooe)

**Einreichungen** sind in neun Kategorien möglich:

- Dienstleistung und Handel
- Industrie
- Handwerk und Gewerbe
- Vereine, Institutionen, Behörden
- Tourismus
- Gastronomie
- Land- und Forstwirtschaft
- Mobilität und erneuerbare Energien
- „Junge Ideen“

**Sonderpreis** „Oberösterreich von Herzen“

## Nahversorgung weiter ausbauen

Geschäftsführer Andreas Haider über Regionalität bei „Nah&Frisch“

OÖ. Die Unimarkt-Gruppe mit Firmensitz in Traun hat sich zum Ziel gemacht, die Nahversorgung in den ländlichen Regionen zu sichern beziehungsweise auszubauen.

„Das Bewusstsein für regionale Produkte und generell ‚Regi-

### Regionalitätspreis 2019

Eine Aktion der BezirksRundschau  
[meinbezirk.at/regionalitaetspreis-ooe](http://meinbezirk.at/regionalitaetspreis-ooe)



onalität‘ steigt kontinuierlich und das ist auch für uns sehr erfreulich. Als Großhändler für unsere Kaufleute sind wir darauf bedacht, den größtmöglichen Teil der Produktpalette, die den Kaufleuten angeboten wird, von heimischen Produzenten zu beziehen. Die selbstständigen Kaufleute, von denen viele unter der Marke ‚Nah&Frisch‘ und einige unter der Marke ‚Land lebt auf‘ am

Markt auftreten, sind für uns der Inbegriff von Regionalität. Durch ihre tägliche Arbeit leisten sie einen wichtigen Beitrag für die Versorgung der Menschen vor Ort und schaffen auch Arbeitsplätze in der Region. Neben den Warensortimenten, die vom Großhandel bezogen werden, arbeiten die Kaufleute seit Längerem mit vielen Bäckern, Fleisch- und Wurstproduzenten sowie kleinen bäuerlichen Betrieben zusammen und bieten so ihren Kunden regionale Spezialitäten und Schmankerl.“

### Regionales „aus’m Dorf“

„Unter der Marke ‚aus’m Dorf‘ verkaufen unsere Nah&Frisch-Kaufleute gut gekennzeichnete Produkte aus der direkten Nachbarschaft. Die Wertschöpfung soll in der Region bleiben, um auch Transportwege so kurz wie möglich zu halten.



Andreas Haider, Geschäftsführer Unimarkt-Gruppe. Foto: Unimarkt-Gruppe

Unsere Kaufleute kennen die Landwirte der Region und wissen daher auch genau, welche gute Qualität in den Produkten steckt. Das ist ein großer Vorteil für die Konsumenten und alle Beteiligten. Mit dieser Marke wird die Wertschöpfung sogar von regional auf lokal konzentriert. Der Einkauf bei Kaufleuten vor Ort ist ein Gewinn für alle Beteiligten und besonders für die Regionalität.“

Eine Aktion der BezirksRundschau/Werbung

