

markta – der online Bauernmarkt für regionale LebensmittelproduzentInnen

markta ist ein digitaler Bauernmarkt, der regionale LebensmittelproduzentInnen mit regionalen KonsumentInnen verbindet. markta ist die nachhaltige, innovative & interaktive Lebensmittelplattform und bringt ein reiches Sortiment an hochwertigen Produkten aus der Region auf den Tisch.

Mit markta startet eine neue Ära für regionale Lebensmittel. Entstanden aus dem Verlangen Qualität und Regionalität in den Vordergrund zu stellen und festgefahrene Handelsstrukturen aufzubrechen, will markta nachhaltige und neue Lösungen der Lebensmittelversorgung schaffen.

markta verbindet als Direkt-Vermarktungsplattform und Community Marktplatz regionale ProduzentInnen mit regionalen KonsumentInnen. In Sinne eines digitalen Bauernmarktes bietet markta ein reiches Sortiment an hochwertigen Produkten, die direkt online von ProduzentInnen bezogen werden können. Ein Hühnerbauer ist mehr als nur eine Adresse auf dem Eierkarton. Auf markta interagieren KonsumentInnen mit ihren ProduzentInnen. ProduzentInnen erzählen die Geschichten hinter den Produkten und können diese auch selbstständig vermarkten. Sie erhalten hierbei Unterstützung durch die regionale Kreativwirtschaft, mit der sie sich auf markta vernetzen können. KonsumentInnen wird das regionale Angebot an Lebensmitteln bewusst und zugänglich gemacht. Sie können auf markta direkt bei regionalen ProduzentInnen Produkte bestellen und sich mit ihnen austauschen, diskutieren und interagieren. markta bildet die wesentliche Basis für ein lokales, vielfältiges und solidarisch vernetztes System und stärkt damit regionale Kreisläufe.

- Mit markta suchen wir eine Antwort auf Überproduktion, Ressourcenknappheit sowie unnötig lange und ressourcenintensive Handelswege unserer Lebensmittel.
- markta ist ein offenes, dezentrales Konzept und baut auf der Vielfalt von Lebensmitteln und Agrarsystemen auf, die an regionale und lokale Bedingungen angepasst sind.
- Mit nachhaltigen Transport- und Logistiklösungen will markta einen wesentlichen Beitrag zur CO₂-Einsparung bei der Lebensmitteldistribution leisten und zum Umdenken bewegen.
- Persönlichkeit, Individualität und Selbstbestimmung bei der Digitalisierung stehen für markta im Vordergrund, darum werden beispielsweise Ansätze von Food-Coops oder Bio-Lieferservices integriert und weiterentwickelt.
- markta stellt Menschen und Geschichten in den Mittelpunkt und schafft im Sinne der Shared Economy eine Community-Plattform, die gemeinschaftlich ein neues Lebensmittel-Netzwerk aufbaut.

Projektbeschreibung

Als unser Food-Blog [Eingebracht & Ausgelöffelt](#) – der sich um regionale, saisonale und biologische Lebensmittel und Gerichte, sowie deren ProduzentInnen dreht – 2015 und 2017 den AMA Food Blog Award gewann, waren wir in aller Munde.

Die Anfragen lokaler LebensmittelproduzentInnen, mit der Bitte ihre Produkte auf dem Blog vorzustellen, ebte seither nicht ab. Die Schwierigkeit für landwirtschaftliche KleinproduzentInnen, begrenzte Stückzahlen auf den von Handelsketten dominierten Markt zu bringen, wurde durch die direkten Erfahrungen umso deutlicher. Aus der Flut an Anfragen entstand die **Idee neue Vermarktungs- & Vertriebsstrukturen für (Klein-) ProduzentInnen zu schaffen**.

markta hat hohe Ansprüche und fördert das Gemeinwohl

Wir haben markta Anfang 2017 mit Sitz in Wien gegründet und sehen markta im Sinne der **Shared Economy**¹ als Plattform, die der Vernetzung und Vermittlung verschiedenster AkteurInnen dient und dem Ansatz der **Ernährungssouveränität**² folgt. Anlassfall für die Unternehmensgründung war somit der geplante Aufbau und Betrieb eines online **Community-Marktplatzes** – dem virtuellen Bauernmarkt – für regionale Lebensmittel-ProduzentInnen, sowie deren Verbindung zur Kreativwirtschaft.

markta nützt das Prinzip der Community-Shared-Plattform

ProduzentInnen – von LandwirtInnen über ImkerInnen hin zu Craftbier-BrauerInnen – können ihre virtuellen

¹ **Ernährungssouveränität** ist das Recht der Völker auf gesunde und kulturell angepasste Nahrung, nachhaltig und unter Achtung der Umwelt hergestellt. Sie ist das Recht auf Schutz vor schädlicher Ernährung. Sie ist das Recht der Bevölkerung, ihre Ernährung und Landwirtschaft selbst zu bestimmen. Ernährungssouveränität stellt die Menschen, die Lebensmittel erzeugen, verteilen und konsumieren, ins Zentrum der Nahrungsmittelsysteme, nicht die Interessen der Märkte und der transnationalen Konzerne.

Marktstände selbständig bespielen. Jedes Profil ist gleichzeitig der persönliche Webshop – das „Stand“ auf dem Markt –, über den er bzw. sie seine Produkte zum Verkauf anbietet und sich selbst präsentiert. Der bzw. die KonsumentIn bekommt auf den Profilen der ProduzentInnen **direkte Einblicke** in die Produktionen, den Alltag und Gesichter zu den Menschen, die dahinterstehen. Mittels eines Newsfeeds kann man laufend die Arbeiten der ProduzentInnen z.B. Erdäpfel-Ernte oder Honigabfüllung **mitverfolgen und miterleben**.

Die KonsumentInnen können **standortbezogen nach regionalen ProduzentInnen suchen**, die vielfältigen Angebote kennenlernen und mittels Suchfunktion gezielt nach bestimmten Produkten oder **individuellen Standards** (bio, vegan, etc.) filtern. Sie können sich mit den ProduzentInnen austauschen und dadurch wieder Bezug zu den Produkten und der Herstellung aufbauen.

Den ProduzentInnen stehen eine **Palette an Vertriebskanäle** offen – vom Ab-Hof-Verkauf oder Abholstationen hinzu Kooperationen mit nachhaltigen Vertriebs- und Logistikpartnern. Die tatsächliche Auswahl der möglichen Distributionskanäle, wird frei von den ProduzentInnen bestimmt.

Für den Aufbau und Betrieb der virtuellen Marktstände werden den ProduzentInnen diverse **Hilfestellungen** angeboten. Sie können sich über markta mit regionalen Kreativschaffenden vernetzen, um direkte Unterstützung bei der Vermarktung ihrer Produkte zu bekommen, ohne sich verkaufen zu müssen.

markta finanziert sich über die Masse

Im Gegensatz zu Online-Händlern gibt es bei markta keine Einstellungs-/Listungsgebühren, wodurch auch der Zugang für die kleinsten der ProduzentInnen fair und risikolos ist. markta tritt als Vermittlerin ein und erhält eine **Provision pro Bestellung bzw. beauftragter Dienstleistung**. Die Provision ist im Vergleich zum Wettbewerb deutlich geringer, da markta die Kostenvorteile eines schlanken Verwaltungssystems nutzen kann. Ein Teil der Provision geht an den die Payment-Provider wie z.B. Sofortüberweisung oder Paypal.

Ein möglichst breite Masse, sowohl auf ProduzentInnen- als auch auf KonsumentInnen-Seite, anzusprechen, ist der wesentliche Erfolgsfaktor von markta. Um diesen Prozess zu beschleunigen, nimmt auch das **Geschäftsmodell einen Vermarktungsaspekt** ein. Ein Teil der Provision von markta wird an die KonsumentInnen übertragen, wenn sie sich aktiv beteiligen und dadurch für virales Marketing sorgen. Indem bspw. KonsumentInnen markta mit FreundInnen teilen, haben sie die Möglichkeit bei jeder Bestellung ihre gesammelten Rabatte einzulösen

Wenn ProduzentInnen weitreichendere Unterstützung bei der Direktvermarktung und beim Anlegen der Profile benötigen, bietet markta in Kooperation externen ExpertInnen und DienstleisterInnen der Kreativbranche **standardisierte Starterpakete zu fixen Preisen** an. Die Bepreisung dieser Pakete soll in Q2-2017 in Abstimmung mit KooperationspartnerInnen festgelegt werden.

markta bündelt bestehende Lösungen

markta tritt als Multi-Sided-Marketplace zur Vernetzung und Vermittlung verschiedenster AkteurlInnen auftreten und bedient die Zielgruppen: Lebensmittel-ProduzentInnen, KonsumentInnen, Kreativschaffende sowie bestehende Initiativen und Regionen auf.

1. Lebensmittel-ProduzentInnen

markta bietet ProduzentInnen die Möglichkeit, den Online-Marktplatz für selbstbestimmte Vermarktung, wie Preisgestaltung der Produkte zu nutzen. ProduzentInnen wird Reichweite und Traffic³ der Plattform geboten, um ihren Produkten Sichtbarkeit zu garantieren. Dazu werden Präsentations- und Kommunikationslösungen angeboten, die eine erfolgreiche Vermarktung unterstützen.

Mehrwert für ProduzentInnen:

- Persönliche Vermarktung
- Direkter KundInnenbezug
- Erweiterte Präsenz
- Unabhängiger Vertrieb
- Unterstützung bei Vermarktung durch regionale Kreativwirtschaft

2. KonsumentInnen

Die KonsumentInnen von markta bekommen die Fülle des regionalen Angebots von teilnehmenden ProduzentInnen auf einen Blick gebündelt und aufbereitet. Sie können auf komfortable Art und Weise bestellen und über die Plattform bezahlen. Der direkte Kontakt zu ProduzentInnen sowie ein Austausch über die Produkte ist gewährleistet und wird erwünscht.

³ Traffic – Anzahl der die Zugriffe auf eine Seite.

Mehrwert für KonsumentInnen:

- Bündelung aller regionalen Angebote auf einer Seite
- Persönliche Anpassung auf Basis der eigenen Bedürfnissen
- Direkter Kontakt zu ProduzentInnen
- Direkte Bestell- und Bezahlungsmöglichkeit
- Standort-Suche & Mapping des regionalen Angebotes

3. Kreativschaffende

Der Kreativindustrie wird direkt online auf markta die Möglichkeit der Vernetzung und Geschäftsanbahnung mit ProduzentInnen geboten. Kreative Kollaboration und Austausch mit unterschiedlichen AkteurInnen wird durch markta neu gestaltet. Durch standardisierte Pakete ist der Leistungsumfang klar definiert und kann direkt beauftragt werden. Darüber hinaus – dies ist uns ein wichtiges Anliegen und steht im Einklang der gesamten Strategie – können individuelle Angebote erstellt werden.

Mehrwert für Kreativschaffende:

- Selbstvermarktungsplattform
- Erleichterte Kommunikation und Kontaktaufnahme
- Standardisierbarer Leistungsumfang
- Individuelle Preisgestaltung
- Abwicklung der Rechnungslegung und Bezahlung durch markta

4. Bestehende Initiativen und Regionen

Zusammenarbeit und Kooperation mit Klima- und Energiemodellregionen im Bereich der nachhaltigen Distribution und Logistik sowie bei der Ansprache von ProduzentInnen und KonsumentInnen werden angestrebt. Die Integration von bestehenden Initiativen im Bereich der Bewusstseinsgenerierung und Stärkung von Regionen, Tourismusverbänden und alternativen Lebensmittelnetzwerken sind ein logisches Teilziel.

Mehrwert für bestehende Initiativen und Regionen:

- Breiter Zugang zu alternativen Lebensmittelnetzwerken
- Integration von Know-how und Netzwerken von Klima- und Energiemodellregionen
- Vermeidung von Doppelstrukturen
- forciertes Auftritt von (Tourismus-) Regionen

markta positioniert sich als Vertreterin der Ökosozialen Marktwirtschaft⁴

Übergeordnetes Ziel und Vision von markta ist es, **globale Strukturen beim Lebensmittelkonsum zu vermeiden** sowie **Bewusstsein** für regionale ProduzentInnen und Produkte zu schaffen und damit **Treibhausgase sowie CO₂-Emissionen einzusparen**. Nachhaltiger Konsum lässt sich bei Lebensmitteln einfach und bodenständig vermitteln, da ein hoher direkter Bezug der KonsumentInnen gegeben ist.

Eine zunehmende Vernetzung der Lebensmittelverteilung, wie die Bereitstellung einer vertrieblichen Versorgung, hat eine **Demokratisierung des Lebensmittelmarktes** zur Folge. Menschen mit eingeschränkter Mobilität, ältere Menschen, Menschen ohne Auto, wird der Zugang zu Lebensmitteln einfach ermöglicht und ein Beschaffungsproblem gelöst. **Alternative Bezugsformen** neben der konventionellen Landwirtschaft werden der allgemeinen Bevölkerung zugänglich gemacht.

Eine Perspektive der Ernährungssouveränität als Maxime von markta offenbart sich in den Kämpfen um ein „**globalisiertes**“ **Lebensmittelsystem** – d.h. ein System, das lokal, vor Ort verankert ist, sich aber gleichzeitig in Richtung globaler Gerechtigkeit orientiert und sie aufbaut.

In der Wachstumsphase ist geplant, stärker in gänzlich CO₂ neutrale Lieferung und Logistik einzusteigen und **greenjobs⁵** mit Vorzeigeprojekten unter Einbindung von am Arbeitsmarkt benachteiligten Personen zu schaffen. Wir setzen uns stark für **Gender Equality** ein und bemühen uns um ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis. Wir fördern den Austausch von Ideen und setzen uns die direkte Schaffung von Arbeitsplätzen zum Ziel.

markta sieht sich als Teil emanzipatorischer, auf **Befreiung, Gleichheit und Solidarität** hin orientierter sozialer Bewegungen, um die Bedingungen für ein gutes Leben für alle zu schaffen.

⁴ Die **Ökosoziale Marktwirtschaft**, ist eine wirtschafts-, umwelt- und gesellschaftspolitische Zielvorstellung, die ein nachhaltiges Wirtschaften und den Umweltschutz als politische Kategorien in die Soziale Marktwirtschaft mit einbezieht. Sie sieht sich als eine Weiterentwicklung der Sozialen Marktwirtschaft und soll einen Ausgleich zwischen ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen bringen.

⁵ **green jobs** sind Arbeitsplätze in der Herstellung von Produkten, Technologien und Dienstleistungen, die Umweltschäden vermeiden und natürliche Ressourcen erhalten. Der Hauptzweck von green jobs ist der Beitrag zum Umweltschutz.