

PRESSEMAPPE



Steiner´s Öko Fragnerei

Österreichs größter Online-Marktplatz für regionale, ökologisch und nachhaltig produzierte Lebensmittel.

Inhalt

<i>Lebensmittel mit Gesichts - Individualität als Erfolgsgeheimnis</i>	<i>Seite 2</i>
<i>Die Marktplatz-Philosophie</i>	<i>Seite 4</i>
<i>Die Fragnerei im Lauf der Zeit</i>	<i>Seite 5</i>
<i>Produzenten, Hersteller und Kooperationen</i>	<i>Seite 6</i>
<i>Der Fragnerei-Gründer Mark-René Uchida und sein Anliegen</i>	<i>Seite 6</i>



Steiner´s Öko Fragnerei

Stand: 2016

Mit einem Angebot von mehr 2.000 Artikel von derzeit 70 Produzenten ist „Steiner´s Öko Fragnerei“ der größte heimische Online-Marktplatz für regionale, ökologisch und nachhaltig produzierte Lebensmittel. Viele Spezialitäten werden hier exklusiv angeboten, das Sortiment laufend erweitert.

„Lebensmittel mit Gesicht“ - Individualität als Erfolgsgeheimnis

Wollen Sie ehrliche, ökologisch und saisonal produzierte Lebensmittel statt gesichtsloser, industriell hergestellter Massenware? Dann schauen Sie bei „Steiner´s Öko Fragnerei“ www.fragnerei.at vorbei, der Webshop mit einer völlig neuen Philosophie: Regionale Produkte von kleinen heimischen Produzenten, welche die Konsumenten auf kürzestem Weg - ohne Lagerhaltung - frisch und ohne Zwischenhändler erreichen. Damit schafft **Fragnerei-Gründer und Mastermind Mark-René Uchida** eine Win-Win-Situation für Produzenten und Konsumenten. Erstere erhalten einen fairen Preis für ihre ökologisch/biologisch produzierten Angebote, während die Konsumenten in den Genuss eines exklusiven, abwechslungsreichen, vielfältigen Sortiments gelangen.

Regionale, schonend und nachhaltig produzierte Lebensmittel aus Österreich

„Wir schaffen eine Plattform mit einer völlig neuen Philosophie für ehrliche Produzenten und bewusste Konsumenten. Wir bieten unseren Kunden ausschließlich Lebensmittel in einer unverwechselbaren Qualität, die ihr individuelles Gesicht zeigen und sich nicht an Monokulturen, industrieller Massentierhaltung, Turbokühen oder ähnlichen Fehlentwicklungen orientieren“, so **Mark-René Uchida**. Der Fokus des Angebotes liegt auf regionalen, schonend und nachhaltig produzierten Lebensmitteln aus Österreich. Alle Produzenten werden, so weit wie möglich, von Uchida persönlich besucht, um sich von den Produkten zu überzeugen und eine klar definierte Qualität sicherzustellen.

Nachhaltig organisierte Logistik / Auslieferung – Fixe Liefertage

Neu ist auch die nachhaltig organisierte Logistik / Auslieferung. Durch den fix festgelegten Liefertag – jeden Donnerstag zwischen 14:00h und 21:00h – möchte „Steiner´s Öko Fragnerei“ die Kunden zu bewussten Bestellungen anregen und nicht zu unüberlegten Spontankäufen verleiten. Alle Bestellungen, die bis Montag um 9:00h online eintreffen, erhalten die Konsumenten bereits drei Tage später an ihren Arbeitsplatz oder nach Hause geliefert. Die Kunden können ihre Bestellung online bezahlen. Befindet sich die Zustelladresse in den Innenstadtbezirken von Wien, werden die Waren umweltfreundlich mit

einem Fahrradbotendienst versandt. Die Ware wird rasch und frisch ohne Zwischenhändler vom Produzenten zum Verbraucher geliefert. Dies macht die angebotenen Produkte zu „Lebensmitteln mit Gesicht“, „be“-greifbar und erhöht so das Vertrauen zwischen den Lieferanten und ihren zufriedenen Kunden - so der Fragnerei-Erfinder: „Mit unserer Plattform wollen wir gleichzeitig für Kleinerzeuger einen Absatzmarkt schaffen, der ihren Anforderungen entspricht. Das Modell des Marktplatzes erlaubt ihnen genau jenes Angebot zu präsentieren, das von den Konsumenten nachgefragt wird“.

Steiner´s Öko Fragnerei – Ja zu A

Schonend und nachhaltig produzierte Lebensmittel aus den angrenzenden Ländern werden nur dann über den Online-Shop angeboten, wenn sie regional (z.B. griechische Oliven) nicht zur Verfügung stehen. „Produkte wie Marchfelder Spargel und Paradeiser stehen nur saisonal zur Verfügung und werden, wenn in Österreich nicht verfügbar, nicht durch Peruanischen Spargel oder Paradeiser aus Spanien ersetzt“, betont Uchida. Produkte wie z.B. Heidelbeeren oder Himbeeren, die von Lebensmittelketten das ganze Jahr über im Sortiment geführt werden, haben in der Fragnerei ebenso keinen Platz außerhalb der Saison, wie problematisch deklarierte Bio-Lebensmittel (etwa große BIO-Schafherde weidet mangels Umzäunungen auch auf benachbarter Nicht-BIO-Weide eines Nicht-BIO-Betriebes der gleichen Holding).

Win-Win Situation für ehrliche Produzenten und bewusste Konsumenten

Das neue Marktkonzept schafft für die Betriebe von „Steiner´s Öko Fragnerei“, viele davon in Familienhand, ein Umfeld, das ihre Vorstellungen nach persönlicher Präsentation und kurzen Absatzkanälen bestmöglich unterstützt. Damit erhalten die ländlichen Produzenten das passende Handwerkzeug, um sich vom Diktat der großen Handelskonzerne abzukoppeln und die Größe des Angebots und die Verkaufspreise selbst zu bestimmen. Da sich die Anbieter keine hohen PR-, Marketing- und Werbekosten leisten können, sind sie auf der Online-Plattform am kostengünstigsten aufgehoben. „Wir wollen den Lebensmittel-Produzenten eine Bühne zur Verfügung stellen, die sie verdienen: Weg von Ausbeutung und billigem Konsum - hin zu natürlicher Esskultur“ verspricht Uchida. Die Produzenten werden dabei unterstützt, durch ihre Produktionsweise Umwelt und Klima zu schonen. Damit tragen sie zum Erhalt der natürlichen Vielfalt und der Biodiversität bei. Die nachhaltige Produktion schont die Umwelt, Böden und das Klima für die nachfolgenden Generationen.

Regionale, dezentrale Kreisläufe mit kurzen Wegen und umweltfreundliche Entsorgung stehen im Mittelpunkt der Angebote. Diese Überlegungen spielten bei der Gründung von „Steiner's Öko Fragnerer“ eine wichtige Rolle. Nicht Handelskonzerne sollen den Output diktieren und Lieferzeitpunkt und Preise nach ihrem Gutdünken festlegen, sondern die bäuerlichen Betriebe selbst sollen die Rahmenbedingungen bestimmen. Die dabei erzielten Spannen liegen deutlich über jenen, die sie in Lebensmittelketten lukrieren könnten. Nur so erhalten die Betriebe ein Einkommen, das ihnen auch in Zukunft erlaubt, Lebensmittel in hoher Qualität anzubieten.

Wen der neue Online-Shop erreichen will

Der Online-Shop richtet sich an Haushalte, Institutionen oder Unternehmen, die wissen wollen, woher die eingekauften Lebensmittel stammen und wer hinter den Produkten steht. Dazu gehört die gehobene Mittelschicht, Feinschmecker, die auf gesundes Essen Wert legen, oder Personen, die in ihrer Beweglichkeit eingeschränkt sind. Ebenso auch Firmen oder Botschaften mit eigener Küche, die ihren Mitarbeitern eine ausgewogene Küche anbieten wollen, aber auch Restaurants und kleine Bio-Lebensmittel-Greissler sind Zielgruppen, die mit dem neuen Shop angesprochen werden sollen. Damit auch Kinder in den Genuß von frischen Lebensmitteln kommen, sind Kindergärten oder Volksschulen eine weitere Zielgruppe.

Kurz zusammengefasst: Kundengruppen für die es wichtig ist, dass die angebotenen Produkte von bäuerlichen Kleinerzeugern stammen, die sich der Produktion von ehrlichen und natürlichen Lebensmittel verschrieben haben.

Die Marktplatz-Philosophie

- Die Lebensmittel stammen aus ökologischem Anbau und wenn möglich aus kontrolliert biologischen Anbau (kbA). Auch Fairtrade-Produkte werden vertrieben.
- Die Produkte kommen von kleinen Bauernhöfen und Manufakturen, die ohne Unterstützung wohl längst verschwunden oder dem Wachstumszwang zum Opfer gefallen wären. Dabei wird auf einen regionalen Lieferservice geachtet.
- Vertrieben werden nur Produkte, die ein nachhaltiges, ökologisches Gleichgewicht zwischen Mensch und Natur garantieren. Die Produzenten werden nicht nur nach ökologischen Gesichtspunkten ausgewählt, auch kleine und ehrliche bäuerliche Betriebe mit hoher Qualität und ohne teure Bio-Zertifizierungen sind willkommen.
- Die kleinen (Familien-) Betriebe verwenden primär regionale Zutaten, verarbeiten diese traditionell-handwerklich und haben eine hohe Eigenleistung bei der Herstellung. So entstehen im Einklang mit der Natur regionale und saisonale Produkte von hoher Qualität.

- Die Herkunft der Lebensmittel kann lückenlos nachvollzogen werden. So entstehen Lebensmittel und Produkte 'mit Gesicht'. Dies schafft ein Klima der Sicherheit und des Vertrauens, was die Kunden mit immer höherer Wertschätzung den Produkten und Produzenten gegenüber goutieren.
- Die bäuerlichen Betriebe erhalten einen äußerst fairen Preis, wodurch die erzielten Spannen deutlich über den bei Großbetrieben, liegen. So kann die hohe Qualität des Angebots auch in Zukunft sicher gestellt werden.
- Last but not least bietet der neue Online- & Versandhandel den Kunden einen Mehrwert, indem sie von überall einkaufen können und die Produkte am gewünschten Ort erhalten.

Die Fragnerei im Lauf der Zeit

Der Name „Fragnerei“ leitet sich von der Berufsbezeichnung des „Fragners“ ab. Vor allem in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts war die Fragnerei eine wichtige Versorgungsquelle von ländlichen Lebensmitteln für die Bevölkerung in Wien. Die Fragner waren am Abhang des Wienerwaldes beheimatet. Heute könnte man einen Fragner als einen fahrenden Viktualien- oder Landesproduktenhändler bezeichnen. Alois Steiner hat am 9. September 1919, fast ein Jahr nach Beendigung des 1. Weltkrieges als Fragner in Wien begonnen und die Kundschaft versorgt. Ab 1925 betrieb Steiner einen Gemischtwarenhandel, der von seiner Witwe Katharina drei Jahre später übernommen wurde. Im zweiten Weltkrieg wurde das Geschäft Ende September 1940 im Zuge von Regulierungsmaßnahmen geschlossen. 75 Jahre später wurde vom Urenkel Mark-René Uchida „Steiners Öko Fragnerei“ eröffnet. Ähnlich der Philosophie seiner Urgroßeltern will Uchida als Online-Fragner die bäuerlichen, ökologisch produzierten Lebensmittel vom Produzenten an die Kundschaft bringen. Heute können die Kunden über seine Online-Plattform mit Online-Bezahlsystem ihre Waren bequem im Internet bestellen und sich zustellen lassen. „Mein Anliegen ist es, das altbewährte Fragnerei-Gewerbe auf moderne Beine zu stellen und das fast ausgestorbene Gewerbe wiederzubeleben. Im Dienste der Kunden, die auf ehrliche Lebensmittel, statt auf Massenware stehen“, schließt Mark-René Uchida.

RÜCKFRAGEN:

Steiner's Öko Fragnerei
Mark-René Uchida, Gründer
Josefstädterstraße 72/2/2 - 1080 Wien
Tel: +43 1 4087488
Fax +43 1 4085333 – 1215
Email: presse@steiners-oeko-fragnerei.at
www.fragnerei.at

PRESSE-BETREUUNG:

agentur-hai.at - Kommunikation mit Biss
Herbert Aigner, Presse-Service
Landhausgasse 4/1a – 1010 Wien
Tel: +43 1 405 50 52 - 11
Fax: +43 1 405 50 52 – 20
Email: h.aigner@agentur-hai.at
www.agentur-hai.at

Produzenten, Hersteller und Kooperationen

Die Produzenten von A bis Z:

<http://www.steiners-oeko-fragneret.at/index.php?route=product/manufacturere>

Kooperationen: www.bewusstkaufen.at des BMLFUW

Fragneret-Gründer Mark-René Uchida & sein Anliegen „ursprüngliches und gesundes Essen für Jeden“

Mark-René Uchida, Jahrgang 1959, durchgehend seit 1980 selbstständig in der IT tätig, hatte immer schon ein Faible für ursprüngliches und gesundes Essen, „nicht zuletzt auf Grund meiner Familiengeschichte und des guten und bewussten Kochens meiner Mutter“. Uchida: „Auch schon in meinen Jugendjahren, in den 70'ern, war es nicht mehr so leicht gute und ursprüngliche Lebensmittel zu finden, insbesondere wenn man um die Produzenten wissen wollte. Auf den Bauernmärkten in der Stadt kamen sukzessive immer mehr Marktfahrer hinzu, die ihre Waren vom Inzersdorfer Großmarkt bezogen und damit immer mehr aus dem europäischen Ausland.“ Die bäuerlichen Kleinproduzenten kamen damit vermehrt unter Preisdruck und versuchten mit der Masse auszugleichen, worunter natürlich die Qualität zu leiden begann, insbesondere etwa durch Einsatz von Kunstdünger. „Ein fataler Kreislauf, der zwar durch die BIO-Welle wieder mehr in das Bewusstsein der Konsumenten gerückt wurde und für kurze Zeit den BIO Kleinproduzenten neue Möglichkeiten eröffnete, aber jetzt nach einigen Jahren, leider wieder zu einer Agrarindustrie mutierte, um die große Nachfrage befriedigen zu können. Vermehrt engagieren sich in diesem Segment Großbetriebe, die zwar BIO zertifizierte Nahrungsmittel produzieren – über die Nachhaltigkeit der Produktion lässt sich vielfach diskutieren“, so Uchida.

Im Rahmen seiner IT-Tätigkeit bei einem Bio Bauernhof mit Selbsterntefeldern erhielt Uchida eine intensive Einsicht in die agrarischen Abläufe mit allen damit behafteten Problemen, angefangen vom BIO-Saatgut, Fruchtfolgeplanung, Bodenanalysen, nicht-chemischer Unkraut- und Ungezieferbeseitigung und den damit verbundenen hohen Kosten, bis hin zum Absatz der Produkte als Kleinerzeuger und den strengen BIO Prüfungen.

„Aus diesen Erfahrungen resultierte mein Anliegen, Produzenten, die nach ökologischen, sprich insbesondere **nachhaltigen** Aspekten wirtschaften (ob BIO zertifiziert oder nicht), eine moderne Online-Vertriebsplattform zu bieten, in der der Produzent auch entsprechend dargestellt und gewürdigt wird. Damit erhalten die Produkte ein Gesicht, zumal der Konsument weiß, von wem das LEBENSmittel stammt und keine Ware aus der Agrarindustrie zu sich nimmt. Meine Überzeugung ist es, dass vielen Konsumenten genau dies ein Anliegen ist, heute aber in unserer schnelllebigen Zeit wenig Möglichkeiten finden, dies zu praktizieren. Auch dem wollen wir nun Abhilfe schaffen“, schließt Mark-René Uchida.