

Das FRIDGE-Projekt zielt darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit von KMU in der Lebensmittelbranche zu steigern, indem relevante Akteure über Informationen zu Produktivität, Marktreichweite und Kapazitätsaufbau informiert werden.

## Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen den 4. FRIDGE Projekt-Newsletter präsentieren zu können. In diesem Newsletter haben wir Neuigkeiten über den Projektfortschritt der letzten Monate gesammelt. Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!

## Unsere vergangenen Veranstaltungen

**1.**

Es war eine spannende, arbeitsreiche und ereignisreiche Zeit seit dem letzten Newsletter. Die meisten Veranstaltungen fanden nach wie vor online statt, aber die Projektpartner hatten auch die Gelegenheit, sich endlich persönlich zu treffen. Um diese Erfahrungen reicher, wurde an der Entwicklung unserer Handlungskonzepte (Action Plans) weitergearbeitet.

### Partnertreffen und Studienbesuch in Kozani

Im September 2021 trafen sich die Projektpartner in Kozani, Griechenland, zu einem gemeinsamen Workshop und zu Meetings der Projektpartner. Der Workshop wurde von der Universität von Westmazedonien organisiert. Es war eine lang erwartete Veranstaltung und bot wertvolle Einblicke in die lokalen Besonderheiten der Region.

Neben dem Treffen und den Diskussionen hatten die Partner die Gelegenheit, vier lokale Unternehmen zu besuchen und mehr über die praktische Umsetzung von Good Practices aus dieser Region zu erfahren, die während des Treffens diskutiert wurden.



### Studie über Produktivität und Investitionen

In diesem Herbst haben die Partner einen Fragebogen ausgearbeitet und die Antworten von Unternehmen in jeder der sechs am FRIDGE-Projekt beteiligten Regionen gesammelt. Dieser einmalige Einblick in die Wahrnehmung der Lage von KMUs und den Umgang mit Investitionsprioritäten und Investitionsinstrumenten gab den Projektpartnern einen direkten Einblick in die eigenen KMUs vor Ort und der Projektpartner.



In der Studie wird untersucht, wie KMU ihre Produktivität durch überlegte Investitionen, Ausbildung und Personalpolitik steigern.

Angesichts der Tatsache, dass seit dem Ausbruch von COVID-19 fast zwei Jahre vergangen sind, wurden einige Aspekte der Auswirkungen der Pandemie angesprochen.

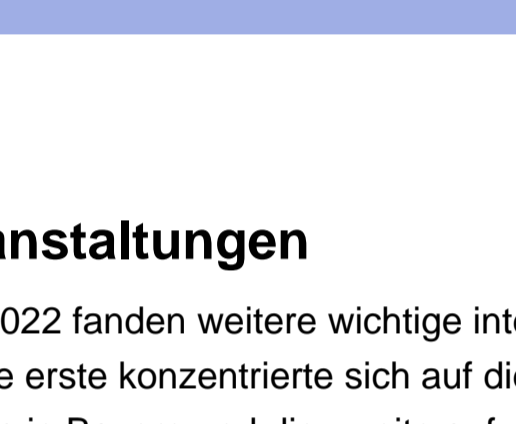
### Regional Branding - FRIDGE Good Practices

September 2021 war auch der Monat, in dem die Interreg Europe Policy Learning Platform on SME Competitiveness einen interessanten Policy Brief on Regional Branding for SME Success Bericht veröffentlichte. Der Policy Brief hat Verbindungen zum FRIDGE-Projekt, da er Themen wie regionale Identität, Produktqualitätssiegel, Zusammenarbeit zwischen KMU in ländlichen Gebieten, Agrartourismus und Co-Creation zur Förderung des kulturellen Erbes behandelt. Zwei der im Rahmen des FRIDGE-Projekts ermittelten bewährten Praktiken wurden in das Papier aufgenommen:

1. Geschmackvolles Ostflandern: Förderung der lokalen Gastronomie
2. Food Province Label of South Ostrobothnia.

### Geschmackvolles Ostflandern - Präsentation für finnische und ungarische Partner

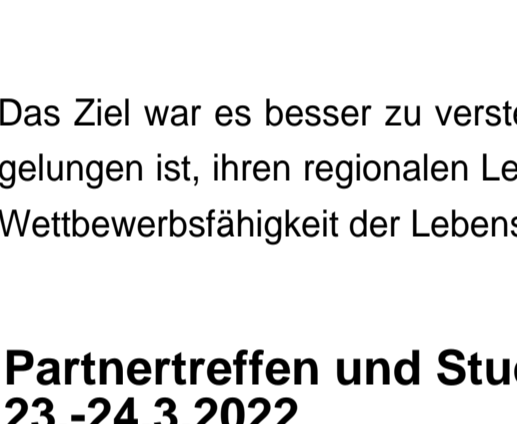
Am 15. November hatten unsere Partner die Gelegenheit, an einem zweistündigen Treffen teilzunehmen, das vom Wirtschaftsrat von Ostflandern organisiert wurde und bei dem "Tasteful East-Flanders" vorgestellt wurde. Dieses bewährte Verfahren aus Belgien hat bei den Partnerregionen große Aufmerksamkeit erregt. Auf der FRIDGE-Homepage (Link unten) finden Sie auch drei vom ECEF vorbereitete Werbevideos, in denen Mitglieder des Geschmackvollen Ostflandern über ihre Erfahrungen als Teil des Netzwerks interviewt wurden.


**2.**

## Weitere Veranstaltungen

Bis zum Sommer 2022 fanden weitere wichtige interregionale Veranstaltungen statt. Die erste konzentrierte sich auf die Entwicklung des Lebensmittelsektors in Bayern und die zweite auf die Entwicklung in der Region Südösterbotten, Finnland.

### Virtueller Studienbesuch in Bayern im Februar



Am 1. Februar fand ein Online-Studienbesuch in Bayern statt, um mehr über die Good Practices in dieser Region zu erfahren. Es handelte sich um einen eintägigen, Studienbesuch, bei dem Präsentationen gehalten und Fragen gestellt werden konnten.

Das Ziel war es besser zu verstehen, wie es den Partnern aus Bayern gelungen ist, ihren regionalen Lebensmittelsektor zu entwickeln und die Wettbewerbsfähigkeit der Lebensmittel-KMU zu stärken.

### Partnertreffen und Studienbesuch in Finnland - 23.-24.3.2022

Kurz nach dem virtuellen Studienbesuch in Deutschland luden die finnischen Projektpartner alle interessierten Partner und Stakeholder zu einem Studienbesuch nach Seinäjoki ein. Ziel war es bei diesem Besuch die Entwicklung der Lebensmittelwirtschaft in Südösterbotten kennen zu lernen. Während des Aufenthalts wurden lokale Restaurants und Unternehmen besucht. Begleitet wurden die Besuche von Präsentationen über Good Practices.

**3.**

## Neuigkeiten aus den FRIDGE Regionen

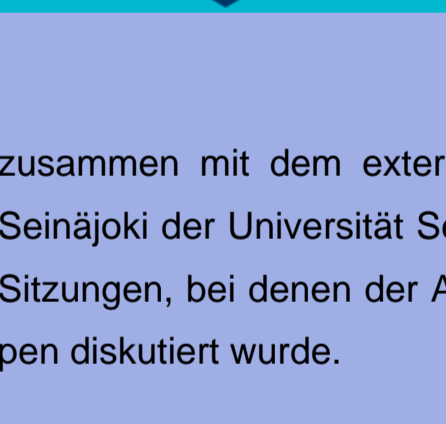
### Bayern: Workshop: Regionale Vermarktung und Unterstützung für Landwirte



Selbst das beste Produkt wird sich nicht verkaufen, wenn die Kunden nicht wissen, dass es existiert. Für viele lokale Erzeuger ist es eine Frage des Überlebens oder des Konkurses, sichtbar zu werden und einen Platz in den Köpfen der Kunden zu gewinnen. Deshalb hat der Food Startup Inkubator

Weihenstephan Triesdorf (FSIWS) zusammen mit dem FRIDGE-Projektpartner aus Bayern und dem Cluster Ernährung ein Online-Seminar organisiert zum Thema Regionalvermarktung und Fördermöglichkeiten für Landwirte.

### "Action Plan" - Entwicklungsprozess in Finnland



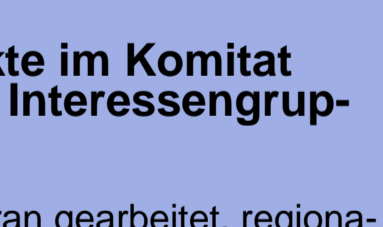
Das FRIDGE-Jahr 2021 in Süd-Österbotten stand ganz im Zeichen der Entwicklung des regionalen Aktionsplans, des Lernens von anderen Regionen und der Einbindung von lokalen Interessensgruppen in den Prozess einzubinden. Im Laufe des Jahres hat der Projektpartner in Finnland RSCO

zusammen mit dem externen Expertenteam der Fachhochschule Seinäjoki der Universität Seinäjoki mehrere Workshops und Online-Sitzungen, bei denen der Aktionsplan mit unseren Interessensgruppen diskutiert wurde.

### Westmazedonien: Einer der FRIDGE-Akteure erhält die Goldmedaille bei einem internationalen Weinwettbewerb.

Wie uns unsere Partner aus der Region Westmakedonien, Griechenland, mitteilen, wurde einer unserer Stakeholder, das bekannte regionale Weingut Alpha Estate, mit einer Goldmedaille beim renommierten Wettbewerb TOP21 Wettbewerb "Syrahs of 2021" ausgezeichnet, der jedes Jahr vom renommierten Media-Verkaufsstelle thedrinksbusiness.com.

Wir gratulieren Alpha Estate zu dieser guten Leistung!



### Weihnachtsmarkt für lokale Produkte im Komitat Tolna in Szekszárd und Treffen mit Interessengruppen

Die Partner von Tolna Country haben hart daran gearbeitet, regionale Lebensmittel und Marken zu entwickeln und zu fördern. In Szekszárd fand ein Weihnachtsmarkt mit lokal produzierten Lebensmitteln und anderen Spezialitäten statt. Hunderte von Einheimischen und Touristen hatten die Gelegenheit, das Beste zu probieren, was das Komitat Tolna zu bieten hat, und lobten die Qualität der lokalen Delikatessen.

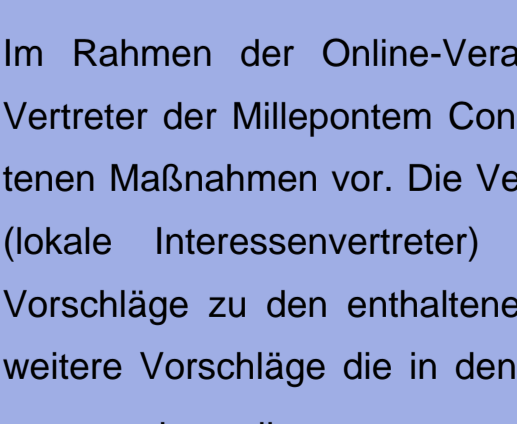
Im Oktober und November hielten unsere Partner außerdem drei Treffen mit Interessengruppen ab, bei denen die Projektergebnisse diskutiert wurden. Dabei wurde auch der Action Plan des Projektpartners aus Ungarn diskutiert und ausgearbeitet.

### Ostflandern: Treffen lokaler digitaler Stakeholder

Am 16. Dezember 2021 organisierte der Wirtschaftsrat von Ostflandern ein lokales Treffen der digitalen Stakeholder. Wir begannen mit einem Überblick über das Treffen in Kozani (Griechenland), die bewährten Verfahren und die Studienbesuche. Darüber hinaus wurde die Präsentation von Tasteful East Flanders für die Partner von The FRIDGE besprochen. Unter anderem wurde der Action Plan der Belgischen Projektpartner besprochen.



### Treffen der lokalen Interessengruppen im Bezirk Harghita



Am 20. Dezember 2021 organisierte der Rat des Kreises Harghita ein Online-Treffen mit lokalen Interessensvertretern, um den Entwurf des Aktionsplanes für das Land Rumänien zu besprechen.

Im Rahmen der Online-Veranstaltung stellte Herr Péter Varga, Vertreter der Millepontem Consulting Srl, die im Aktionsplan enthaltenen Maßnahmen vor. Die Vertreter der spezialisierten Institutionen (lokale Interessensvertreter) äußerten ihre Anmerkungen und Vorschläge zu den enthaltenen Aktionen und machten gleichzeitig weitere Vorschläge die in den Action Plan des Projekts aufgenommen werden sollen.

More on project [websites](#).

Subscribe the project newsletter (English version).

Follow us on social media!



## Kontakt

Lead partner and project manager: **Balázs Kiss**  
[balazs.kiss@tolnamegye.hu](mailto:balazs.kiss@tolnamegye.hu)

Communication manager: **Hanna Meriläinen**  
[hanna.merilainen@etela-pohjanmaa.fi](mailto:hanna.merilainen@etela-pohjanmaa.fi)

Projekt-partner

