



**Interreg**

**Austria-Hungary**

European Union – European Regional Development Fund



**REGIONET Competitive**

# KOOPERÁCIÓS TERÜLETEKET AZONOSTÍTÓ ÁGAZATI FELTÁRÓ JELENTÉS

## KOOPERATIONSGBIETE IDENTIFIZIERENDE SEKTORALER OFFENLEGENDER BERICHT

Az élelmiszeripar, illetve helyi ellátás területén  
megvalósítandó  
bilaterális (kétoldalú) együttműködések kialakításához

Zur Ausgestaltung bilateraler (zweiseitiger) Zusammenarbeit  
auf dem Gebiet der Lebensmittelindustrie und der lokalen  
Versorgung

2018. 05.30.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## Tartalom

1. Bevezetés és módszertan	2
2. A magyar és osztrák oldalon végrehajtott lekérdezések eredményeinek összegzése	3
3. Az ágazati helyzet-és igényfelmérés eredményeinek összefoglalása	5
4. Az ágazati vállalkozások igényeinek elemzése, elsődleges kooperációs lehetőségek azonosítása	15
5. Melléklet	38

## Inhalt

1. Einführung und Methodik	20
2. Zusammenfassung der ergebnisse der auf den ungarischen und österreichischen seiten durchgeführten abfragen	21
3. Zusammenfassung der ergebnisse der sektoralen situations- und bedarfsanalyse	23
4. Analyse der anforderungen der sektoralen unternehmen, identifikation der primären kooperationsmöglichkeiten	33
5. Beilage	38



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## Bevezetés

Jelen feltáró jelentés a REGIONET COMPETITIVE – ATHU007 projekt részeként gazdaságfejlesztési, élelmiszeripari/helyi ellátási és turisztikai bilaterális hálózatok kialakítását és fejlesztését célzó komplex szakértői tevékenység keretében készült. A feltáró jelentés alapja a projekttel érintett területeken, a magyar és osztrák oldalon végrehajtott kérdőíves felmérés.

A kérdőíves felméréssel érintett területek:

**Magyarország:** Kőszegi és Szombathelyi, Soproni, Mosonmagyaróvári, egyéb: Győri járás, Lenti, Zalaegerszegi járás

**Ausztria:** Joglland, Thermenland, Wechselland, Bucklige Welt-Wechselland, Dél-Burgenland, Közép-Burgenland, Észak-Burgenland, Mattersburgi járás, Römerland Carnuntum térsége

## Módszertan

Online kérdőíves kikérdezés a projektben részt vevő területeken. Osztrák oldalon 40 db, magyar oldalon 40 db kérdőív, összesen 80 db. A kérdőívet olyan vállalkozók töltötték ki, akik az élelmiszeripari, illetve a helyi ellátás területén tevékenykednek. A lekérdezés célja az volt, hogy a vállalkozások helyzetét, problémáit, igényeit feltárja, és azonosítsa a határ menti együttműködés lehetőségeit.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## I. A MAGYAR ÉS OSZTRÁK OLDALON VÉGREHAJTOTT LEKÉRDEZÉSEK EREDMÉNYEINEK ÖSSZEGZÉSE

### 1. A vállalkozások főbb jellemzői:

#### *a. A vállalkozások életkora:*

A magyar vállalkozásokat 1990 után alapították, míg az osztrák vállalkozások között hat olyan van, amelyet a II. világháború előtt. A kérdőívek alapján Ausztria területén 17 olyan vállalkozás van, amelyet 2000 után alapítottak.

#### *b. A vállalkozások nagysága:*

A vállalkozások méretére jellemző, hogy többségük egyéni, mikro- és kisvállalkozás, kevés alkalmazottal. Többségük a szakképzésben, diákok alkalmazásában a vállalkozások nagysága miatt nem vesz részt: nincsen rá szüksége, nincsen rá kapacitása.

#### *c. Helyi ellátásban vállalt szerep:*

A megkérdezettek 80%-a környezetének helyi ellátója, 20% ennél nagyobb körben végzi tevékenységét. Az osztrák oldalon helyi ellátóként tekint magára a fodrász, az autókereskedő, a kereskedő, a vendéglátós.

#### *d. A jellemző üzletágak:*

A vállalkozások többségében a mezőgazdasági termékek előállítását, feldolgozását, közvetlen értékesítését, a kiskereskedelmet és a gasztronómiát jelölték meg. A magyar vállalkozások különösen ezeken a területek a jellemzők.

#### *e. A jellemző kihívások:*

A magyar és az osztrák vállalkozásoknak egy azonos, és **közös problémája** van: a megfelelő **munkaerő** megtalálása. A magyar vállalkozásoknak a jövedelmezőség és a hiányzó finanszírozási lehetőségek jelenti a legnagyobb kihívást. A magyar vállalkozásoknak gondot okoz a folyamatosan változó jogi szabályozási környezet, a vállalkozás adminisztrációs terhei, az osztrákoknál ugyancsak megjelenik a bürokrácia, és a munkaerő magas költségei.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

Összességében elmondható, hogy az osztrák vállalkozások sokkal többet tesznek a kihívások ellensúlyozására, mint a magyarok.

#### *f. Jövőkép:*

A vállalkozások jellemzően nagyon sikeresnek és inkább sikeresnek ítélik meg a saját vállalkozásuk jövőjét. A magyar vállalkozások várakozásai optimistábbak az osztrákokénál.

#### *g. Jövőbeni fontos témák:*

A vállalkozásoknak a legfontosabb témái: értékesítés növelése, munkaerő, online jelenlét, a termék/szolgáltatás minőségének megtartása. Magyar oldalon előtérbe kerül a technológiai fejlesztés, osztrák oldalon a marketing, az együttműködés.

#### *h. Együttműködési készség:*

Más térségbeli vállalkozásokkal való együttműködési készség magas, több mint 85%.

#### *i. Az együttműködés lehetőségei:*

A magyar és az osztrák vállalkozások hasonló arányban a **közös tapasztalatcserét** emelték ki, amelynek az igénye szinte egyforma mindkét oldalon, valamint a közös rendezvényeket. Az osztrák vállalkozások igényelnék a közös reklámot, az üzletember találkozót. Összességében az osztrák vállalkozások nyitottabbak az együttműködés különböző lehetőségeire.

#### *j. Üzleti kapcsolatok a másik országgal:*

A magyar vállalkozók aktivitása ezen a területen sokkal nagyobb, mint az osztrákoké. A jellemző üzleti kapcsolatok: értékesítés, beszállító.

#### *k. Érdeklődés a határon átnyúló kapcsolatok kialakítására, tapasztalatcserére:*

A magyar vállalkozások 83%-át érdeklik az új kapcsolatok, a tapasztalatcsere. Az osztrák vállalkozások valamivel több, mint felét nem érdekli. Osztrák oldalon kisebbségben vannak az erre nyitott vállalkozások.

Az érdeklődés iránya: értékesítés (kiugróan sokat említették), az egymás tapasztalatainak megismerése, tudásbővítés, jó gyakorlatok megismerése.



**Interreg**

**Austria-Hungary**

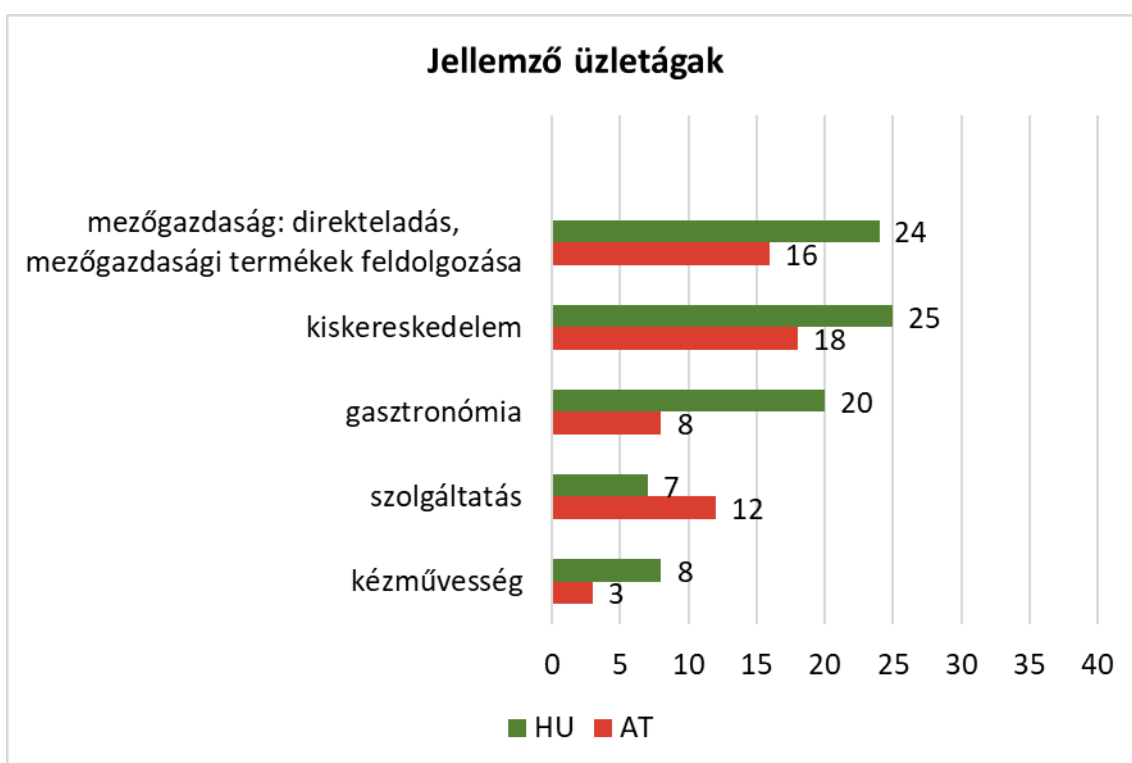
European Union – European Regional Development Fund



**REGIONET Competitive**

## II. AZ ÁGAZATI HELYZET-ÉS IGÉNYFELMÉRÉS EREDMÉNYEINEK ÖSSZEFOGLALÁSA

### 2. Jellemző üzletágak



### 3. Jellemző termékek, szolgáltatások (a gyakoriság sorrendjében)

HU	AT
<b>Termékek</b>	
lekvár, szörp, befőtt, savanyúság	gyümölcs, zöldség
gyümölcs, zöldség	hús, húskészítmények
hús, húskészítmények	tej, tejkészítmények, sajt
méz, méhészeti termékek	bor, italok



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

pékáru, sütemények	befőttek, lekvárok
száraztészta	bio-barack, bio-barack termékek
gomba	helyi borok
tej, tejtermékek, sajt	étrendkiegészítők
tökmagolaj	gyógyvíz
pálinka, must bor	természetes só
bio-zöldség	állati takarmány
gyógynövények, aszalványok	
vesszőkosár	
<b>Szolgáltatások</b>	
kozmetikus, kozmetikumok	kereskedelem: parfüméria, sportszerek, textiliák, optikai és akkusztikai eszközök, építőanyag, papír, szakkönyvek
meleg és hidegkonyhai termékek kiegészítő szolgáltatásokkal	catering, vendéglő; falusi vendégasztal, kávézó
állati takarmány kereskedelme	építés, szigetelés, tatarozás, autókereskedelem és szervíz, posta
pálinkák, bér pálinkafőzés	fodrász
saját készítésű sörök	energetikai tanácsadás, napelem telepítés
	bútor bérbeadás



# Interreg

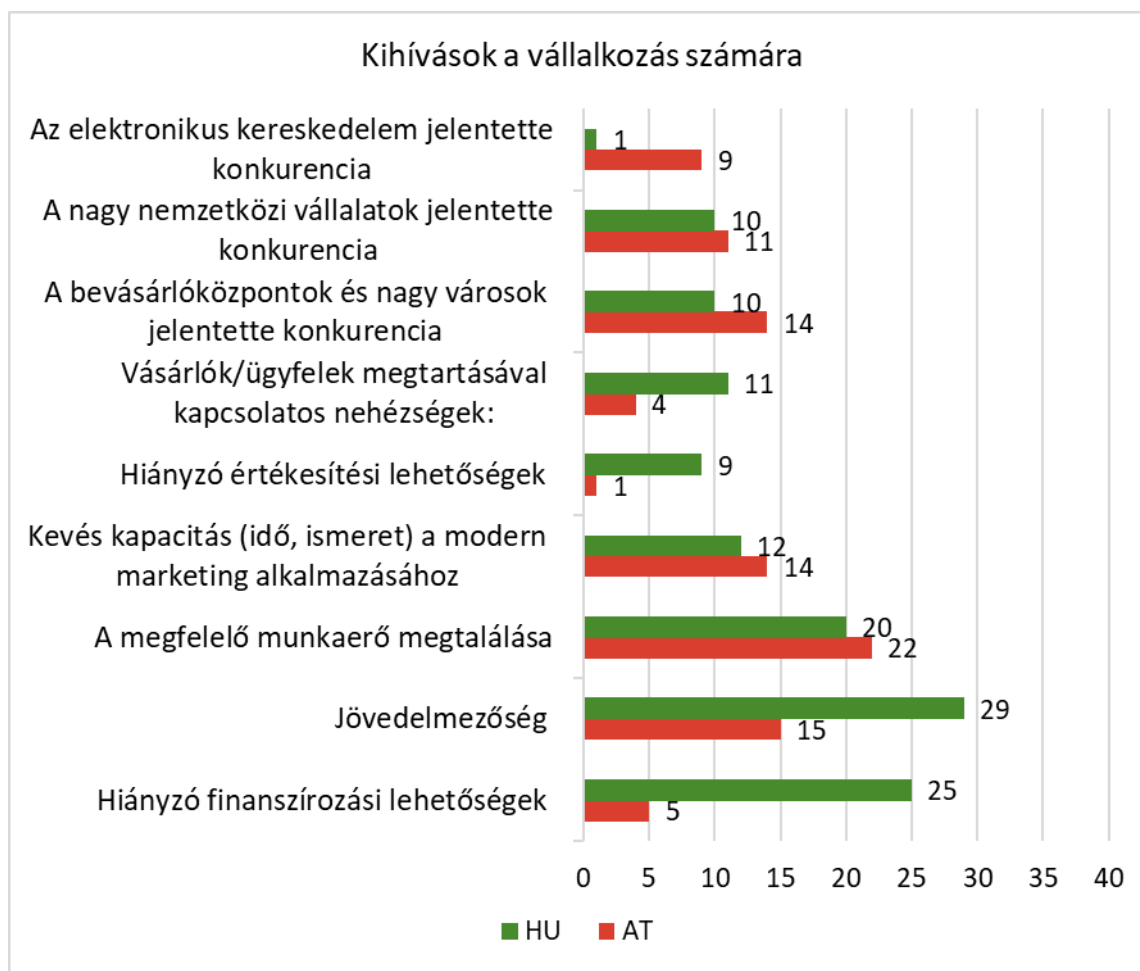
## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

#### 4. Mi jelenti jelenleg a legnagyobb kihívást az Ön vállalkozása számára?



#### 5. Egyéb kihívások

HU	AT
folyamatosan változó jogi, szabályozási környezet; (6-an jelölték meg)	visszafogott vásárlás, kevés vásárló
adminisztrációs terhek (5-en jelölték meg)	rugalmas munkaidő alkalmazása
fizetőképés kereslet kicsi, mert igény van a termékre, de nem tudják megfizetni.	magasak a munkaerő költségei
szállítás mennyiségének korlátja a nagy tételben vásárlók részéről	nehéz a bankolás
	kicsi az ellátott terület





# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

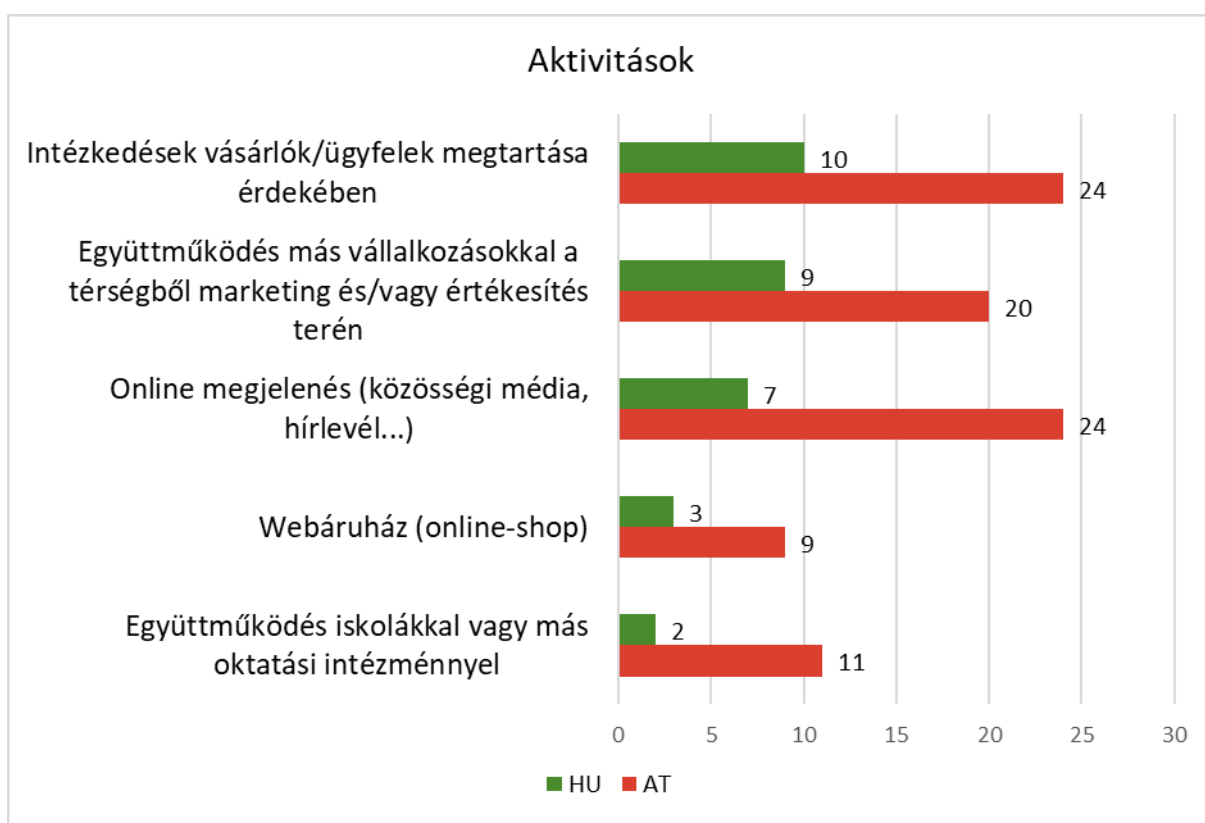


### REGIONET Competitive

	bürokrácia
	nehéz kiépíteni a vásárlói bizalmat
	alacsony a jövedelmezőség
	túl kicsi az ügyfélkör

#### 6. Tett eddig a kihívások ellensúlyozása érdekében?

	HU	AT
igen	20	32
nem	10	6
nem válaszolt	10	2





# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## 7. Egyéb aktivitások

HU	AT
a bevételek visszaforgatása	tagság az ágazati szövetségekben, egyesületekben
vállalkozó, cégvezetői képességek fejlesztése tréningekkel	tulajdonos személyes közreműködése
folyamatosan kiváló minőségű termékek és kiegészítő szolgáltatások	előadások, ismeretterjesztés
szakértők megbízása;	közvetlen marketing
költség és kapacitás optimalizálás	szakmunkásképzés
munkaerő toborzása távoli területeken;	újabb szolgáltatások bevezetése
rugalmas munkaidő biztosítása a munkatársaknak	
piacok, vásárok látogatása	

A vállalkozók intézkedéseit a magyar vállalkozók 50%-a, az osztrák vállalkozók 67% ítélte sikeresnek.

## 8. Egyéni vélemények a siker okairól

HU	AT
a tradicionális viszonteladó partnerekkel szilárd a kapcsolat, a bio-sertéshús forgalmazás bevezetését jól fogadta a piac.	közvetlen, személyes kapcsolat a vásárlókkal (ezt többen kiemelték)
az online megjelenés újabb vevők belépését generálta, az online fejlesztések jól beváltak	meg kellett találni az ügyfeleknek kedvező intézkedéseket
a bio-sertéshús forgalmazás bevezetését jól fogadta a piac	WIN-WIN helyzet kialakítása a vállalkozásoknak és a vásárlóknak
központi intézkedésként az ÁFA csökkentésnek is pozitívak a hatásai;	az ügyfelek lehetőséget kapnak regionális termékek vásárlására egy helyen
a közösségi média népszerűbbé tette a vállalkozást.	online megjelenésre újabb vevők érkeztek
a tanulók a vizsgák után maradtak alkalmazottként.	figyelem felkeltése, szolgáltatások hirdetése
	vásárlói hűségprogramok
	erőfeszítések az ügyfélszerzésre
	a piac vizsgálata



# Interreg

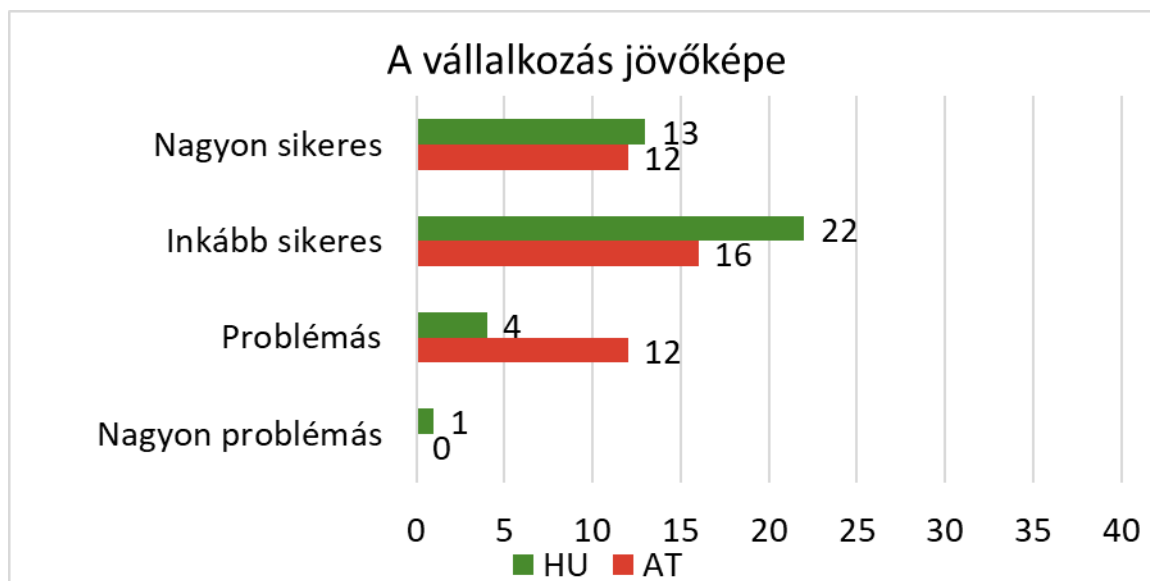
## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

#### 9. Hogyan ítéli meg általánosságban tekintve a vállalkozása jövőjét?



#### 10. Mely témák fognak a jövőben különös fontosságot nyerni a vállalkozása számára?

HU	AT
<b>Legtöbbször előforduló témák</b>	
kapacitás növelése, tevékenységi kör bővítése, termékfejlesztés (különleges termékek, E-mentes termékek)	vásárlói hűség, új vásárlók megtalálása
munkaerőhiány	alkalmazottat találni, szakembert találni, kiképezni
online jelenlét erősítése	online kereskedelem, ami újabb erőforrást igényel
technológia fejlesztés, gépesítés a munkaerőhiány miatt is	minőség
utódlás	utódlás
<b>Egy-egy említés</b>	
szervezetfejlesztés, új munkatársak betanítása	klímaváltozás



# Interreg

## Austria-Hungary

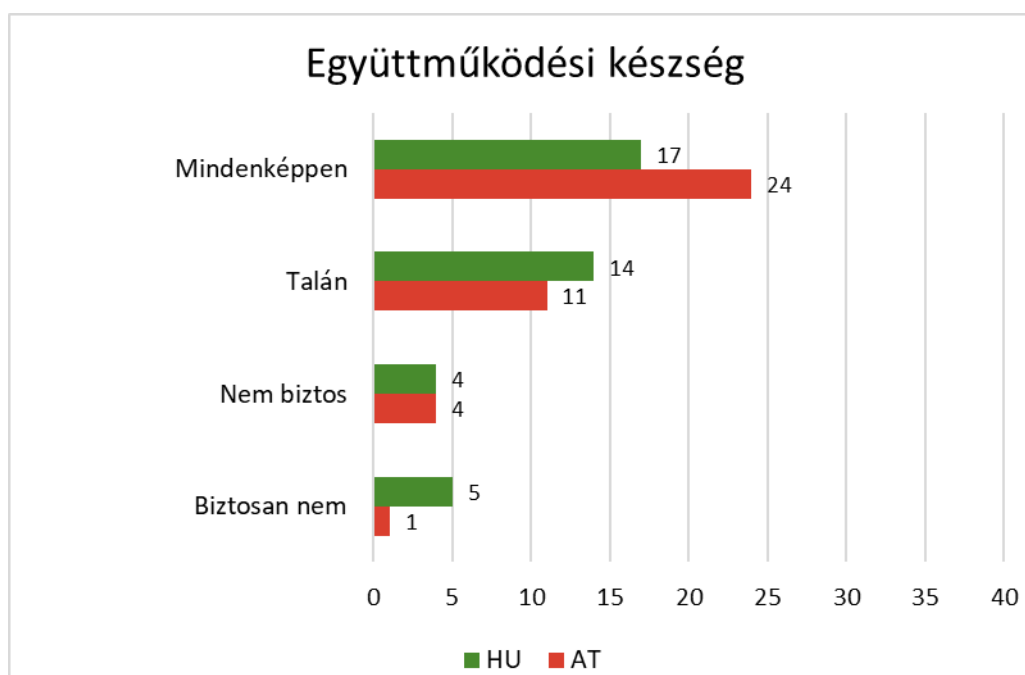
European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

	a régió, a kézműves és regionális termékek imázsának ápolása, regionális piac támogatása
értékesítés erősítése a termék minőségének fenntartása	ügyfelek megtartása kedvezményekkel
	a szakértelem hozzáadott értéket jelent
	a márkaépítés, hálózatépítés más régió érdekeltjeivel
	digitalizáció a rendeléseknél, értékesítésnél
	a jövedelmezőség bővítése
	PR munka, marketing, hirdetés honlapon és Facebook-on
	a régió turizmusa
	az emberek hozzászoktatása a régió minőségi áruhoz
	hatóságokkal konfliktus

11. Érdekes lenne-e az Ön számára más térségbeli vállalkozásokkal együttműködésre lépni annak érdekében, hogy együtt sikeresebbé váljanak?





# Interreg

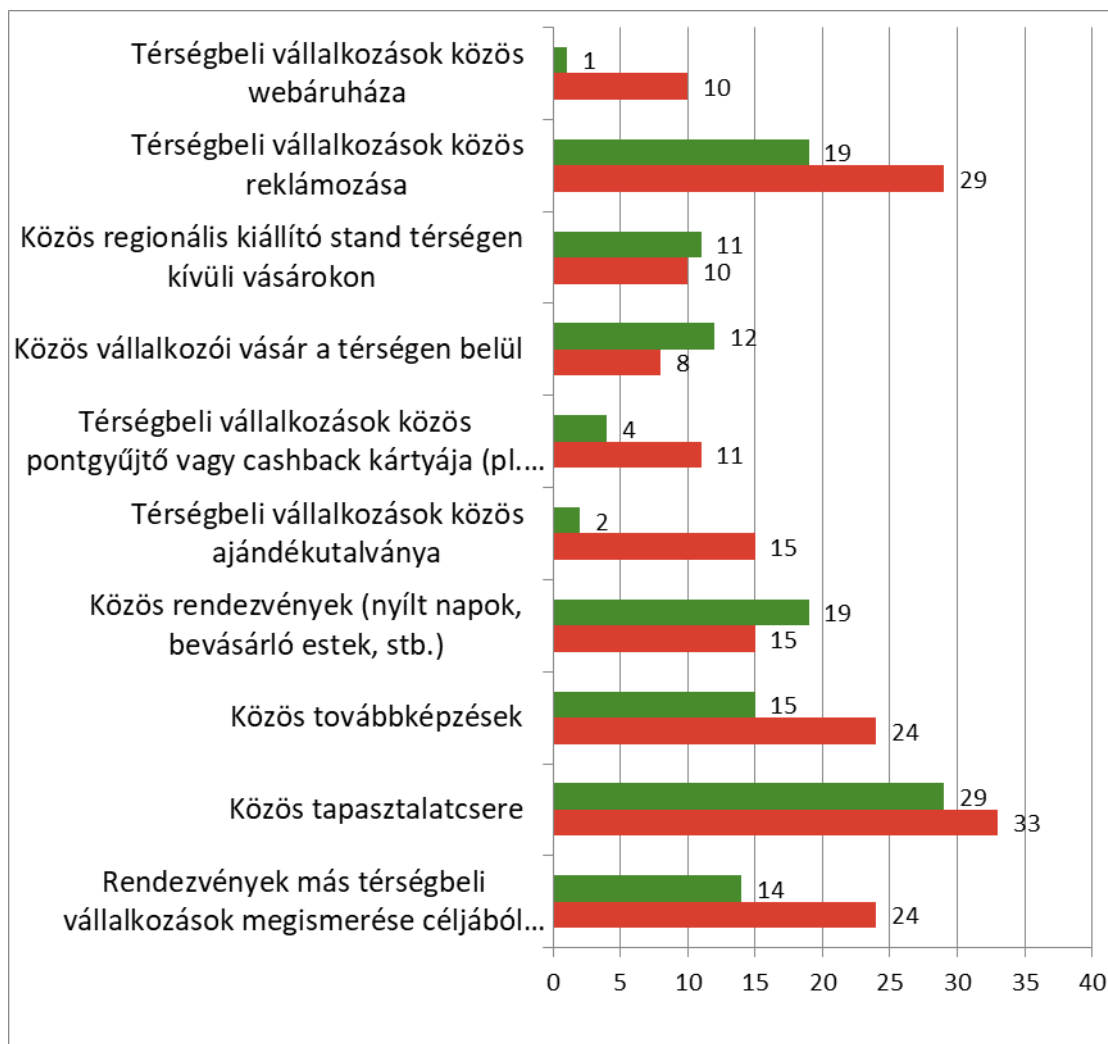
## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## 12. Ha igen, milyen módon?



## 13. Milyen együttműködések ismer, melyek során vállalkozások vagy régiók példaértékű együttműködést folytatnak és sikeresen valósítanak meg tevékenységeket?

HU	AT
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rábaközi Termelők Portékái (2-en is említik)</li> <li>- Kereskedelmi és Iparkamara rendezvényei;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt (8 említés)</li> <li>- BNI; Unternehmensnetzwerke mit Branchenschwerpunkt (2 említés)</li> </ul>



# Interreg

## Austria-Hungary

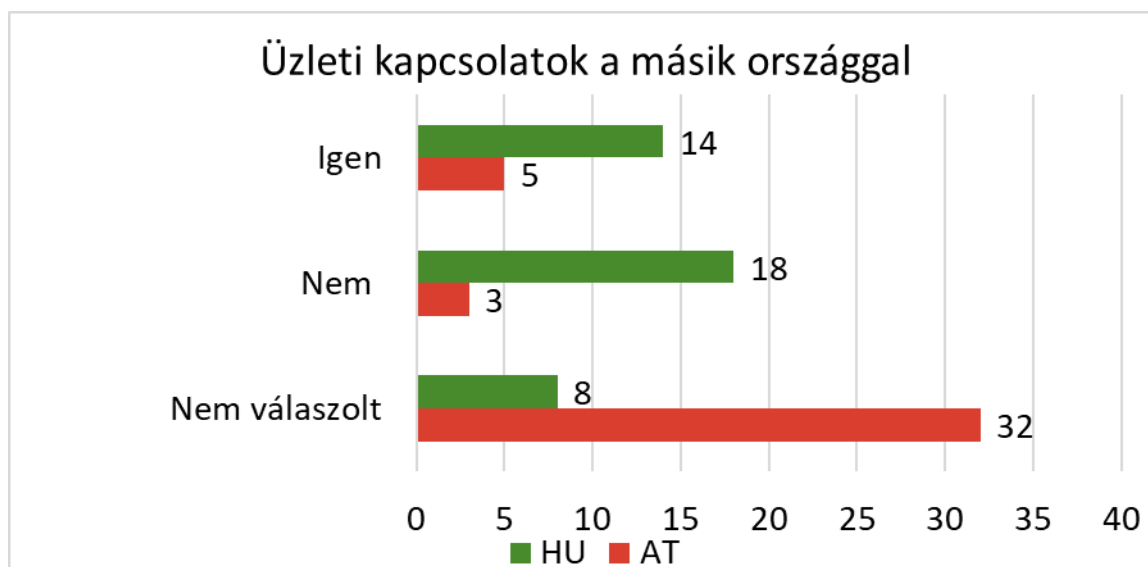
European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pannonhalmi Borvidék meghatározó pincészeteinek összefogása közös rendezvények, borvidéki képviselet terén;</li> <li>- Alpokalja - Fertőd Táj Egyesület (2-en is említik),</li> <li>- Pannon Helyi Klaszter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wirtschaftsplattform Bucklige Welt, - Junge Wirtschaft, Wirtschaftskammer</li> <li>- Weinvermarktung</li> <li>- Bauernladen Pöllau</li> <li>- Wiener Alpen,</li> <li>- Region Bucklige Welt</li> <li>- Wirtschaftsplattform BW</li> <li>- NŐ Produkte</li> <li>- Rubin Carnuntum Winzer</li> <li>- Südsteiermark Junker-Vermarktung</li> </ul>
---	---

#### 14. Vannak már határon átnyúló üzleti kapcsolatai Magyarországgal/Ausztriával (pl. beszállítók)?



Akinek vannak kapcsolatai azok:

- beszállítói
- értékesítési



# Interreg

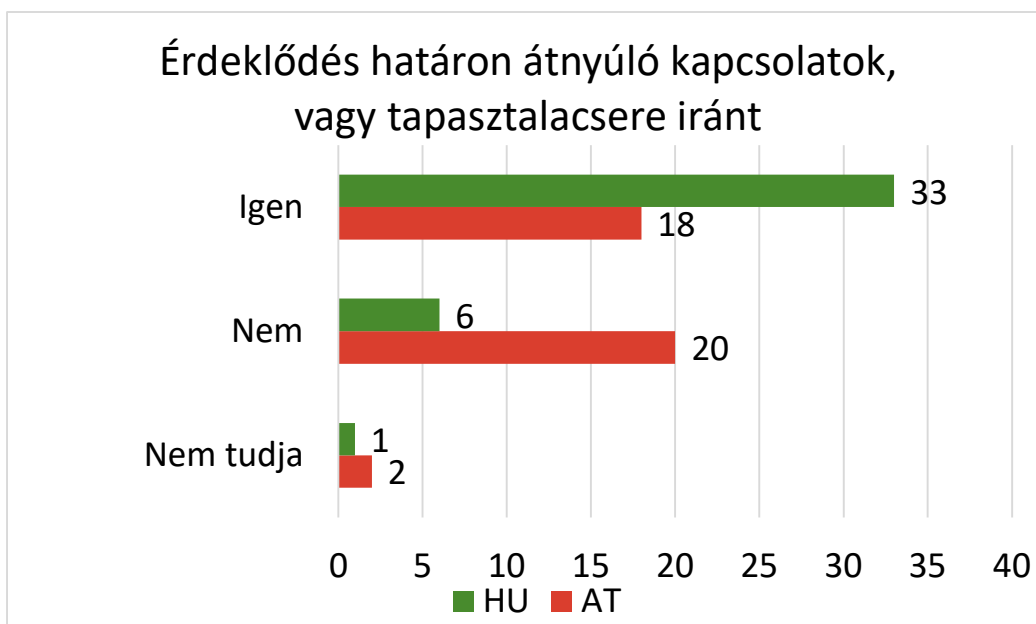
## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

#### 15. Érdeklí-e Önt a határon átnyúló kapcsolatok kialakítása vagy a határon átnyúló tapasztalatcsere?



Akik, az igent választották, azoknak az érdeklődési köre:

HU	AT
értékesítés	értékesítés, beszállítók, vásárlók
határon túli hasonló tevékenységet végző vállalkozás megismerése	céglátogatások
partneri kapcsolatok	különleges élelmiszerek értékesítése
jó gyakorlatok megismerése	tapasztalatcsere azonos iparágban
szakmai tapasztalatcsere: gyümölcstermesztés, méhészet, tejtermék feldolgozás területén, valamint marketing szempontjából	bio- gyümölcsök, és bio gyümölcs feldolgozás
tudásbővítés	régiós hirdetés
biotermék forgalmazás területe	vállalkozásfejlesztés, információk
gasztronómia	marketing
határon átnyúló együttműködés a térségbe látogatók komplex programjának összeállításához	megújuló energia, energiahatékonyság
turizmus	turizmus



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## III. AZ ÁGAZATI VÁLLALKOZÁSOK IGÉNYEINEK ELEMZÉSE, ELSŐDLEGES KOOPERÁCIÓS LEHETŐSÉGEK AZONOSÍTÁSA

### III/1. Az ágazati vállalkozások igényeinek elemzése

A kérdőíves felmérés több kérdése is arra irányult, hogy a válaszokból kiderüljön: az ágazati vállalkozások (élelmiszeripar, helyi ellátás):

- milyen problémákkal állnak szemben,
- azokat hogyan orvosolják,
- milyen a vállalkozásuk jövőképe,
- milyen kihívásokat azonosítanak, amelynek meg kell felelni, ha talpon akarnak maradni.

#### *a. A vállalkozások problémái:*

A legnagyobb probléma a határ mindkét oldalán a **munkaerőhiány**, a **megfelelő munkaerő** megtalálása (HU: 50%, AT: 55%). Ez jelentheti a vállalkozás működésének megfelelő szakképzett, vagy egyéb munkaerőt. Problémát okoz a **meglévő munkaerő megtartása** is, mert változnak a munkavállalói igények: részmunkaidőt, rugalmas munkaidőt szeretnének, amihez a vállalkozásnak igazodnia kell. A munkaerő szempontjából az is fölmerült, hogy drága, sokba kerül, de arra nem tértek ki a válaszadók, hogy a munkavállaló bérét sokallják, vagy a munkavállaló után fizetendő adókat.

A magyar vállalkozások kiemelkedő problémának tartják a vállalkozásuk **jövedelmezőségét** (72%), és a **hiányzó finanszírozási lehetőségeket** (62%).

A **globalizáció**, a nagy nemzetközi vállalatok, valamint a **bevásárlóközpontok és a nagyvárosok** jelentette konkurenciát mind a magyar (26%, 26%), mind az osztrák vállalkozások (27%, 35%) közel egyforma mértékben gondolják problémának.

A **modern marketing** alkalmazásához szükséges kapacitáshiányt a magyarok 30%-a, az osztrákok 35%-a tartja problémának.

Az **elektronikus kereskedelmet** a magyarok nem (2%), az osztrákok nagyobb mértékben találják problémának (22%).





# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



## REGIONET Competitive

A **vásárlók/ügyfelek megtartását** a magyar vállalkozások 27%-a, az osztrák vállalkozások 1%-a tartja problémának.

A **hiányzó értékesítési** lehetőségeket a magyar vállalkozások 22,5%-a tartja problémának, az **osztrákok** nem (2%).

*aa. Az egyedi vélemények alapján azonosítható problémák:*

A magyar vállalkozások a **folyamatosan változó jogszabályi környezetet**, az ebből fakadó tervezhetetlenséget, **bizonytalanságot**, valamint a magas **adminisztrációs** kötelezettségeket, a **bürokráciát** emelték ki. Megemlítették még a magyar vásárlók **alacsony fizetőképességét** is.

Az **osztrákok** ugyancsak említették a **bürokráciát**, valamint a visszafogott vásárlási kedvet, illetve, hogy kicsi az ellátott terület.

*b. A tapasztalt problémák orvoslására tett intézkedések:*

A magyar vállalkozások 50%-a, az osztrák vállalkozások 80%-a igyekezett a problémát megoldani.

Ezen a területen az **osztrák vállalkozások** sokkal **aktívabbak** voltak. A vásárlók megtartása (60%), együttműködés a térségből más vállalkozókkal marketing/értékesítés terén (50%), online megjelenés (közösségi média, hírlevél) (60%), webáruház (22%), együttműködés iskolákkal vagy más oktatási intézménnyel (27%).

A magyar vállalkozások a vásárlók megtartása (25%), együttműködés a térségből más vállalkozókkal marketing/értékesítés terén (22%), online megjelenés (közösségi média, hírlevél) (17%), webáruház (7%), együttműködés iskolákkal vagy más oktatási intézménnyel (5%).

*bb. Az egyedi vélemények alapján tett intézkedések*

A magyar vállalkozások:

- a bevételek visszaforgatása
- vállalkozó, cégvezetői képességek fejlesztése tréningekkel
- folyamatosan kiváló minőségű termékek és kiegészítő szolgáltatások
- szakértők megbízása;
- költség és kapacitás optimalizálás



**Interreg**  
**Austria-Hungary**



European Union – European Regional Development Fund

**REGIONET Competitive**

- munkaerő toborzása távoli területeken;
- rugalmas munkaidő biztosítása a munkatársaknak
- piacok, vásárok látogatása

Az osztrák vállalkozások:

- tagság az ágazati szövetségekben, egyesületekben
- a tulajdonos személyes közreműködése az értékesítésben
- új szolgáltatások bevezetése
- előadások tartása
- direktmarketing
- szakmunkásképzés

#### *c. A vállalkozás jövőképe*

A magyar vállalkozások 87%-a sikeresnek (nagyon sikeres 32%, inkább sikeres 55%), az osztrák vállalkozások 70%-a sikeresnek (nagyon sikeres 30%, inkább sikeres 40%) tartja a vállalkozását.

#### **d. A jövő kihívásai**

A vállalkozók egyedileg fogalmazták meg erre választ, amely sokszínű képet mutat, mégis vannak azonosságok. Mind a magyar, mind pedig az osztrák vállalkozások közül legtöbben:

- a **munkaerőhiányt, a szakemberhiányt** fogalmazták meg.
- az **értékesítés** erősítését, újabb vevőket találni
- ugyancsak mindkét helyen megjelent az **utódlás, a generációváltás**, mint kihívás.
- az **online térben** való megjelenés szükségessége mindkét helyen megjelent.

A **magyar** vállalkozók ezen kívül:

- a **technológiai fejlesztést**
- a **termék minőségének** fenntartását említették.

Az **osztrák** vállalkozók ezen kívül

- a **regionális piac támogatását**
- a **régió termékeinek imázs-növelése**
- **brand építést**
- **hálózatépítést**
- **marketing aktivitást**



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

- a helyi termék fogyasztásának ösztönzését **ismeretterjesztéssel**
- növekvő **turizmust** emelték ki.

#### III/2. Elsődleges kooperációs lehetőségek azonosítása

a. A legfontosabb kooperációs lehetőség a **munkaerőhiány** orvoslása - lenne. Ez nem régiós szintű, hanem országokon átívelő, európai probléma. Vélhetően e projekt erre nem tud gyors megoldást kínálni.

b. Mindkét oldal vállalkozóinak a **saját értékesítése** (termékeladás, szolgáltatás), annak bővítése a jövőbeni fő célkitűzése. Vannak, akik beszállítókat keresnek, de ezt nem konkretizálták, hogy mit: alapanyagot, félkész terméket stb. Vannak, akik konkrét terméket, pl. bio-termékeket forgalmaznának más régiókban, illetve a határon túl.

c. **Tapasztalatcsere** azonos iparágban, a határon túli hasonló tevékenységet végző vállalkozás megismerése: pl. tejtermékek feldolgozása, bio-gyümölcsök feldolgozása, méhészet.

d. **Jó gyakorlatok** megismerése, **tudásbővítés** azonos iparágban, és a **marketing** módszerek megismerése.

e. **Turizmus fejlesztése**: az adott régiókba több legyen a turista, akiknek lehet terméket/szolgáltatást értékesíteni. Jó kooperációs terület lehet a határon átnyúló együttműködés, a térségbe látogatók komplex programjának összeállításához.

f. **Vállalkozásfejlesztés**: a trendek megismerése, alkalmazkodás módszereinek megtanulása; a vállalkozási struktúra fejlesztése; a digitalizáció bevezetése és alkalmazása a vállalkozás működtetése során: költségmegtakarítás, értékesítés a nyitvatartási időn kívül is.

g. **Minőségbiztosítás, brand építés** a régió termékeire.

h. **Hálózatépítés** más régió érdekeltjeivel

i. **Ismeretterjesztés**: a régióban élő fogyasztókat meg kell győzni a régiós termékek/szolgáltatások közösségi előnyeiről, amelyhez megfelelő nyilvánosság munka, online jelenlét is szükséges.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

j. A vállalkozások több térségbeli együttműködést ismernek, és elismerik a tevékenységüket:

- magyar oldalról:

Rábaközi Termelők Portékái, Kereskedelmi és Iparkamara rendezvényei; Pannonhalmi Borvidék meghatározó pincészeteinek összefogása közös rendezvények, borvidéki képviselet terén; Alpokalja - Fertőd Táj, Pannon Helyi Klaszter

- osztrák oldalról:

Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt, BNI; Unternehmensnetzwerke mit Branchenschwerpunkt, Wirtschaftsplattform Bucklige Welt, Junge Wirtschaft, Wirtschaftskammer, Weinvermarktung, Bauernladen Pöllau, Wiener Alpen, Region Bucklige Welt, NÖ Produkte, Rubin Carnuntum Winzer, Südsteiermark Junker-Vermarktung

Ezeknél az együttműködéseknel meglévő tudást és tapasztalatot célszerű a térség fejlesztésére felhasználni, mint a termelést, a beszállítást segítő, tudományos és innovációs bázisokat.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## Einführung

Dieser offenlegende Bericht als Teil des Projektes REGIONET COMPETITIVE – ATHU007 wurde im Rahmen einer komplexen Expertenaktivität gefertigt, die die Gestaltung und Entwicklung von bilateralen Netzen für wirtschaftliche Entwicklung, Lebensmittelindustrie/lokale Versorgung und Tourismus erzielt. Die Grundlage des offenlegenden Berichts in den vom Projekt betroffenen Regionen ist eine auf den ungarischen und österreichischen Seiten durchgeführte Umfrage mittels Fragebogen. Die Regionen, die durch die Fragebogenumfrage betroffen sind:

**Ungarn:** Kreis Kőszeg und Szombathely, Kreis Sopron, Mosonmagyaróvár und andere: Kreis Győr, Lenti und Zalaegerszeg

**Österreich:** Die Regionen Joglland, Thermenland, Wechselland, Bucklige Welt-Wechselland, Südburgenland, Mittelburgenland, Nordburgenland, Bezirk Mattersburg, die Region Römerland Carnuntum

## Methodik

Online-Fragebogenumfrage auf den Projektgebieten. An der österreichischen Seite gibt es 40, an der ungarischen Seite 40 Fragebögen, insgesamt 80 Stück. Der Fragebogen wurde von den Unternehmern ausgefüllt, die im Bereich der Nahrungsmittelindustrie und der lokalen Versorgung tätig sind. Das Ziel der Umfrage war, die Situation, Probleme und Bedürfnisse der Unternehmen offenzulegen und die Möglichkeiten der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zu identifizieren.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## I. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE DER AUF DEN UNGARISCHEN UND ÖSTERREICHISCHEN SEITEN DURCHGEFÜHRTEN ABFRAGEN

### 1. Hauptmerkmale der Unternehmen:

#### *a. Alter der Unternehmen:*

Die ungarischen Unternehmen wurden nach 1990 gegründet, während sechs von den österreichischen Unternehmen vor dem zweiten Weltkrieg gegründet wurden. Aufgrund der Fragebögen gibt es in Österreich 17 Unternehmen, die nach 2000 gegründet wurden.

#### *b. Größe der Unternehmen:*

Für die Größe der Unternehmen ist bezeichnend, dass die meisten von ihnen Einzelunternehmen, Kleinstunternehmen und Kleinunternehmen mit wenig Mitarbeitern sind. Die meisten von ihnen nehmen wegen der Größe der Unternehmen an der Berufsausbildung und an der Beschäftigung von Studenten nicht teil: sie brauchen es nicht, haben dafür keine Kapazität.

#### *c. Die in der lokalen Versorgung übernommene Rolle:*

80% der Befragten sind lokale Nachversorger ihrer Umgebung, 20% sind in einem größeren Kreis tätig. Auf der österreichischen Seite betrachten sich Friseur, Autohändler, Händler und Gastwirt als lokale Nachversorger.

#### *d. Typische Geschäftsbereiche:*

In den meisten Unternehmen wurden Produktion, Verarbeitung, Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten, Einzelhandel und Gastronomie gekennzeichnet. Die ungarischen Unternehmen sind besonders in diesen Bereichen charakteristisch.

#### *e. Typische Herausforderungen:*

Die ungarischen und österreichischen Unternehmen haben das gleiche **gemeinsame Problem**: die geeignete **Arbeitskraft** zu finden. Für die ungarischen Unternehmen bedeuten die Rentabilität und die mangelnden Finanzierungsmöglichkeiten die größte Herausforderung.



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

Die ungarischen Unternehmen haben Probleme mit den sich ständig ändernden rechtlichen Rahmenbedingungen, der administrativen Belastung der Unternehmen, auch in Österreich erscheinen die Bürokratie und die hohen Lohnkosten der Arbeitskräfte.

Alles in allem kann man sagen, dass die österreichischen Unternehmen viel mehr tun, um die Herausforderungen auszugleichen, als die ungarischen Unternehmen.

#### *f. Visionen:*

Die Unternehmen betrachten die Zukunft ihres eigenen Unternehmens in der Regel als sehr erfolgreich und eher erfolgreich. Die Erwartungen der ungarischen Unternehmen sind optimistischer als die der Österreicher.

#### *g. Zukünftige wichtige Themen:*

Die wichtigsten Geschäftsthemen sind: Umsatzsteigerung, Arbeitskraft, Online-Präsenz, die Aufrechterhaltung der Produkt-/Dienstleistungsqualität. Auf der ungarischen Seite steht die technologische Entwicklung im Vordergrund, das Marketing, die Kooperation auf österreichischer Seite.

#### *h. Kooperationsbereitschaft:*

Die Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen in der Region ist hoch, mehr als 85%.



**Interreg**

**Austria-Hungary**

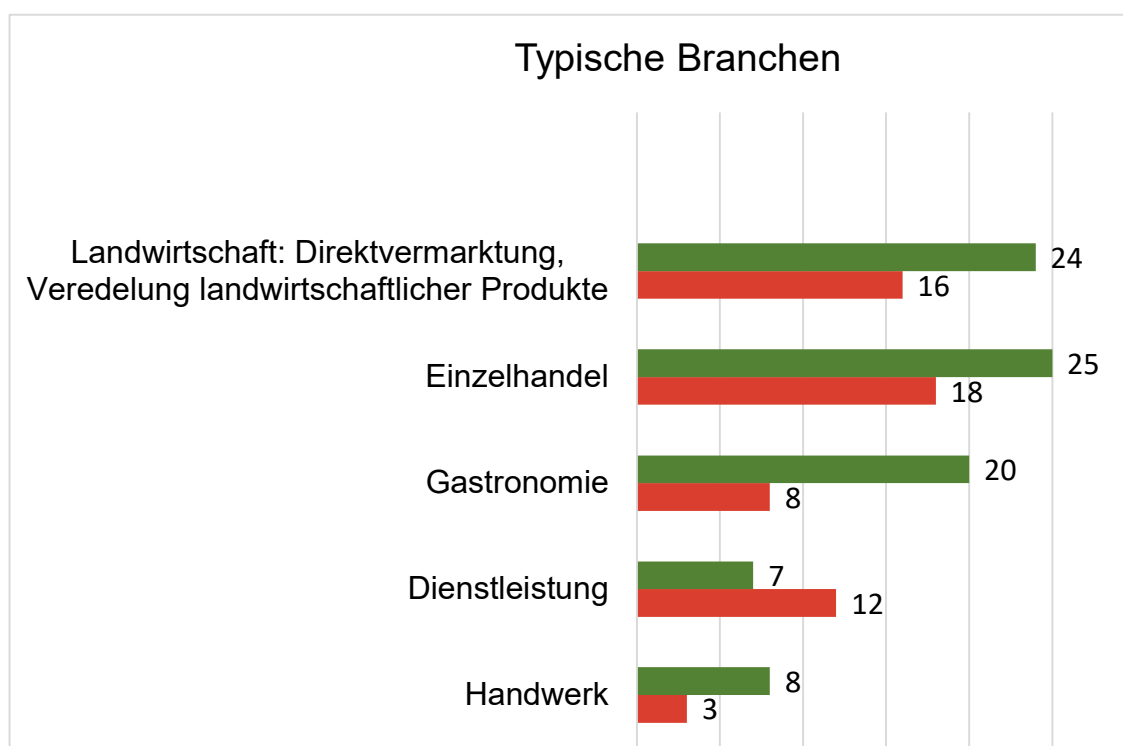
European Union – European Regional Development Fund

**REGIONET Competitive**



## II. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE DER SEKTORALEN SITUATIONS- UND BEDARFSANALYSE

### 2. Typische Branchen



### 3. Typische Produkte und Dienstleistungen (in der Reihenfolge der Häufigkeit)

HU	AT
<b>Produkten</b>	
Marmeladen, Dunstobst, Sirup, Säure	Obst, Gemüse
Obst, Gemüse	Fleisch, Wurstwaren
Fleisch, Wurstwaren	Milch, Milch- und Käseprodukte
Honig, Honig-Produkte	Wein; Getränke





# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

Backware, Kuchen	Konserven
Pasta	Biomarillen, Biomarillenprodukte
Pilz	regionaler Markt Wein
Milch, Milch- und Käseprodukte	Nahrungsergänzungen
Kürbiskernöl	Heilwasser
brandy, Wein	Natursalz
Bio-Gemüse	Tierfutter
Vegetabilien, getrocknete Früchte	
Weidenkorb	
<b>Dienstleistungen</b>	
Kosmetikerin, Kosmetik	Handel: Parfümeriewaren, Sport/Spiel/Schuhe textiliák, Optik und Akkustikgeräte Putz/Reinigungsmittel, Baustoffe; Buch, Papier und Unterhaltung, Textilien
Warme und kalte Küchenprodukte mit zusätzlichen service	catering, Restaurant; Buschenschank, Cafe
Tierfutter	Dämmung, Sanierung, Neubau; Draisinenfahrten; Ausflugskombis, Post
Brandy, Brandy Destillation	Friseur
hausgemachtes Bier	Energieausweisberechnungen, Energieberatungen zu den Themen, PV, Solar
	Mietmöbel



**Interreg**

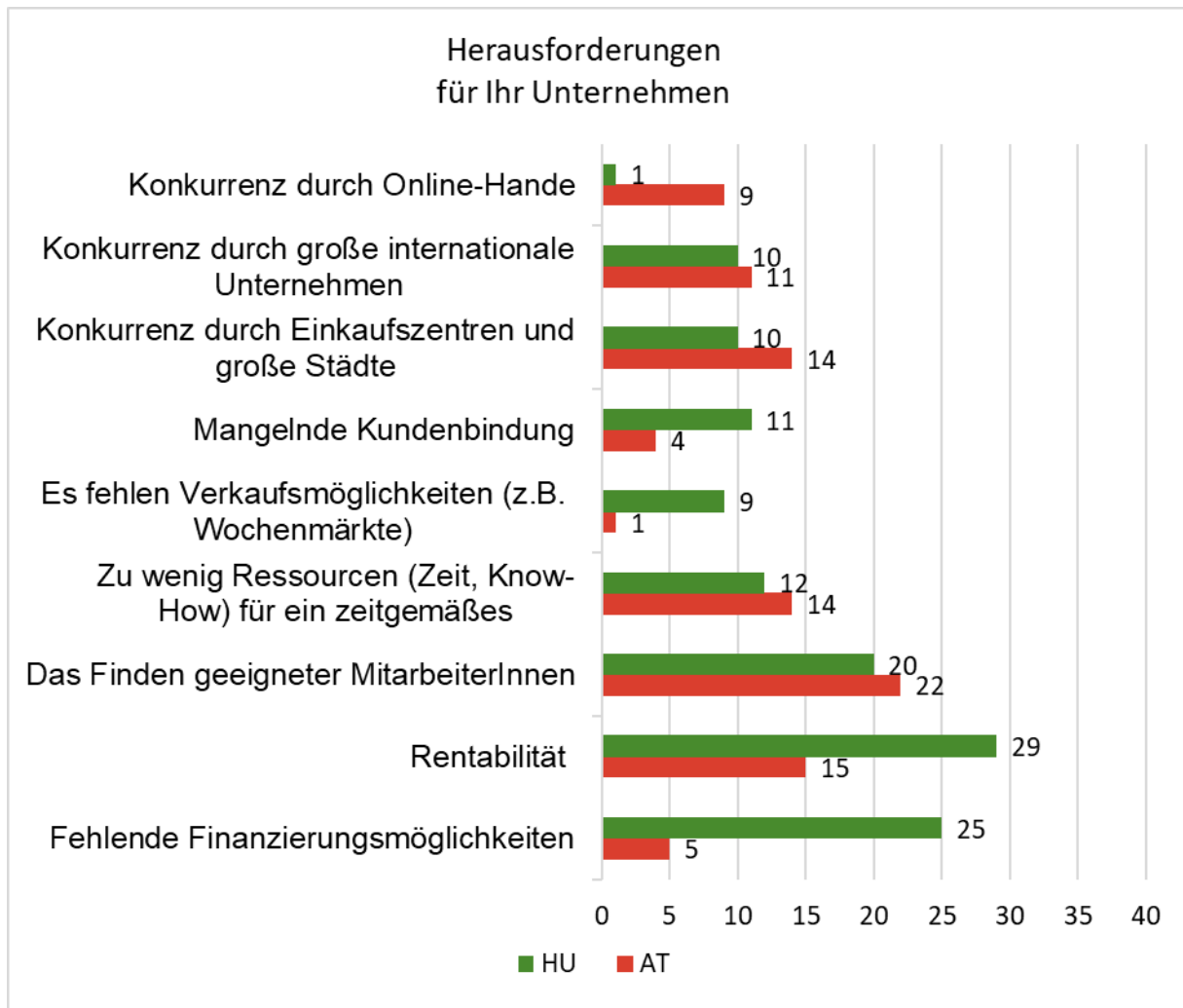
**Austria-Hungary**

European Union – European Regional Development Fund



**REGIONET Competitive**

#### 4. Welches sind die größten aktuellen Herausforderungen für Ihr Unternehmen?



#### 5. Sonstiges Herausforderungen

HU	AT
verändertes rechtliches Umfeld	Einkaufsverhalten
Verwaltungsaufwand	Arbeitszeitflexibilität
wenig zahlungskräftige Nachfrage	Hoher persönlicher Arbeitseinsatz, Personalkosten zu hoch



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

Kapazitätsgrenze	Banken schwierig
	Beratungsresistenz im kleinbetrieblichen Bereich
	Bürokratieaufwand
	hoher Aufwand für den Vertrauensaufbau
	für den erzielbaren Preis
	zu niedrige Kundefrequenz

#### 6. Haben Sie den Herausforderungen bisher gegen gesteuert?

	HU	AT
Ja	20	32
Nein	10	6
N/A	10	2





# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund

### REGIONET Competitive



Die von Unternehmern ergriffenen Maßnahmen wurden von 50% der ungarischen Unternehmer und von 67% der österreichischen Unternehmer als erfolgreich angesehen.

### 8. Individuelle Meinungen über die Erfolgsursachen

HU	AT
Die Beziehung zu den traditionellen Wiederverkäufern ist stabil.	Persönlichkeit und dir. Kundenkontakt
Der Onlineauftritt hat neue Marktteilnehmer hervorgebracht Online-Entwicklungen haben gut funktioniert	mehr Service an den Kunden persönlicher Kontakt
Der Markt gut Bio-Schweinefleisch angenommen	WIN-WIN für Betriebe und auch für Kunden
Die positiven Auswirkungen des Mehrwertsteuerrückgangs	Kunden haben Möglichkeit regionale Produkte an einem Ort zu kaufen
Social Media hat das Geschäft populärer gemacht	Es kommen mehr Kunden und es wird auch mehr online bestellt
Die Studenten blieben nach den Prüfungen als der Mitarbeiter	Trends erkannt, Werbung
	mit Kundenbindungsprogrammen - Kunden können direkter angesprochen werden erregt mehr Aufmerksamkeit
	Kundenbemühungen, starke Kundenbindung durch irrsinnig starke Regionalität
	Marktanalysen

### 9. Wie beurteilen Sie generell die Zukunft Ihres Unternehmens?



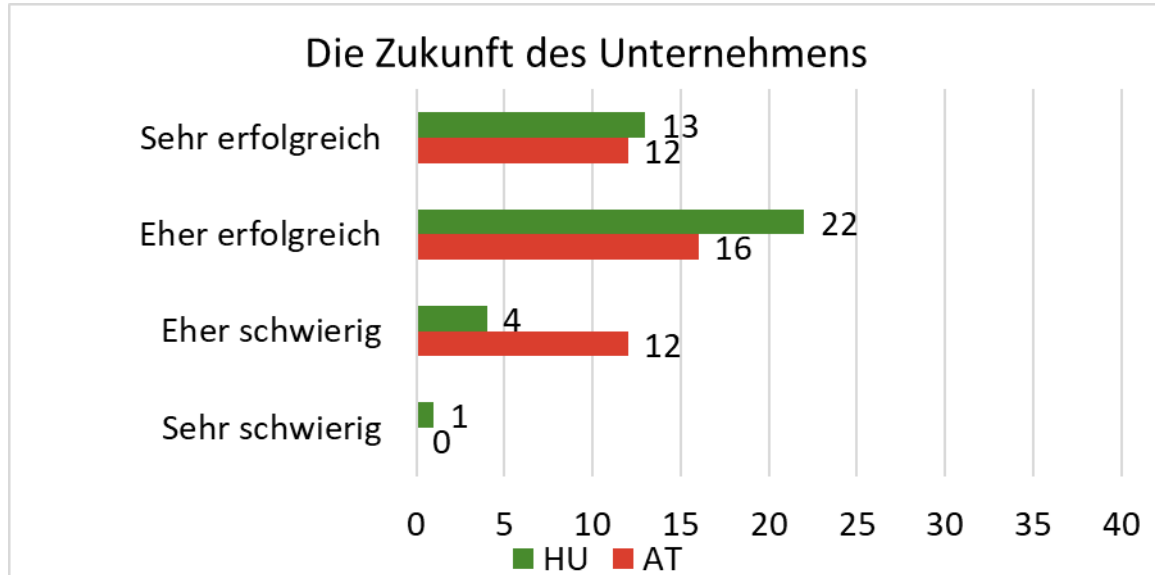
# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive



10. Welche Themen werden in Zukunft für Ihr Unternehmen wichtig sein?

HU	AT
<b>Am häufigsten vorkommende Themen</b>	
Kapazitätserhöhung, Umfang der Aktivitäten, Produktentwicklung (spezielle Produkte, e-freie Produkte)	Kundenbindung; Mehr Kundenkontakt,
Arbeitskräftemangel	Mitarbeiter im Verkauf finden, facharbeiter und gute Leute finden
Stärkung der Online-Präsenz	Online Handel
Technologie-Entwicklung, Automatisierung	Qualität
	Die Entwicklung eines neuen Konzepts
Nachwuchsproblem	Die Nachfolge zu organisieren
<b>Eine-eine Erwähnung</b>	
Organisationsentwicklung, Investitur neuen Mitarbeiter	Klimawandel
	Image für Handwerk und regionale Imagepflege
Vermarktung stärken Produktqualität erhalten	wie man die Kunden behält bzw. abholt die jetzt zum Diskonter gehen
	sie zu überzeugen, dass sie beim Fachgeschäft einen Mehrwert haben durch die Beratung



# Interreg

## Austria-Hungary

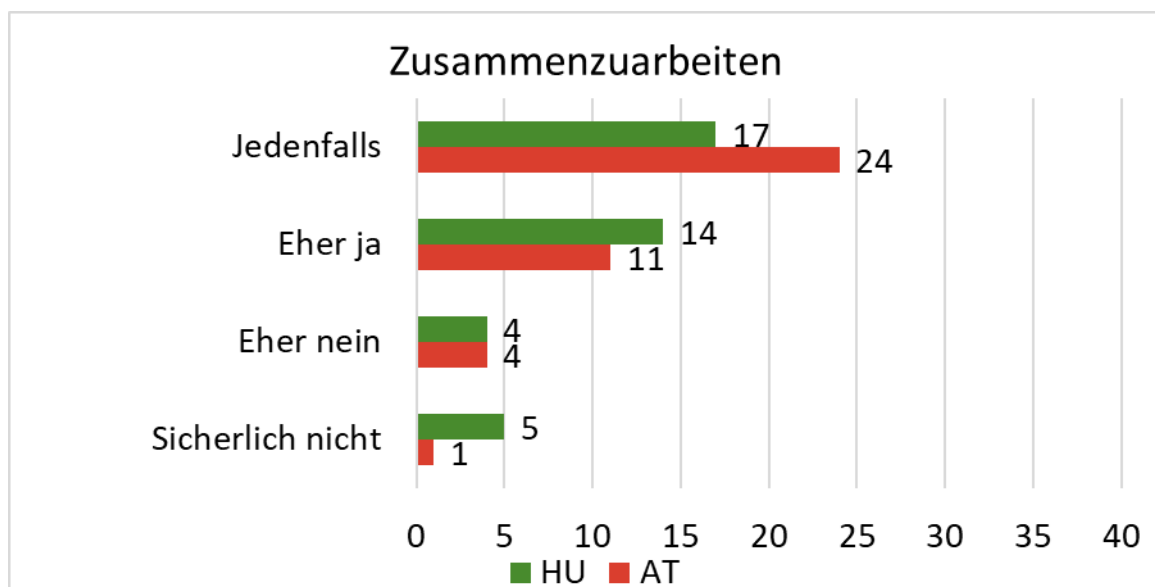
European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

	Rahmenbedingungen die die Markenindustrie vorgibt - wird die Möglichkeit gegeben
	Digitalisierung (Vereinfachung Bestellung, Organisation, Kosteneinsparung, Verkauf auch außerhalb der Öffnungszeiten)
	Mehr Zeitressourcen zur Verfügung zu stellen
	Profitabilität steigern
	Werbung über Homepage und Facebook
	Tourismus in der Region
	Leute in der Region zu halten und das Bewusstsein von Qualitätsprodukten zu schaffen
	Menschen gut und ehrlich informieren ohne mit den Behörden in Konflikt zu kommen

11. Ist es für Sie interessant, mit anderen Unternehmen Ihrer Region enger zusammenzuarbeiten, um gemeinsam erfolgreicher zu sein?





**Interreg**

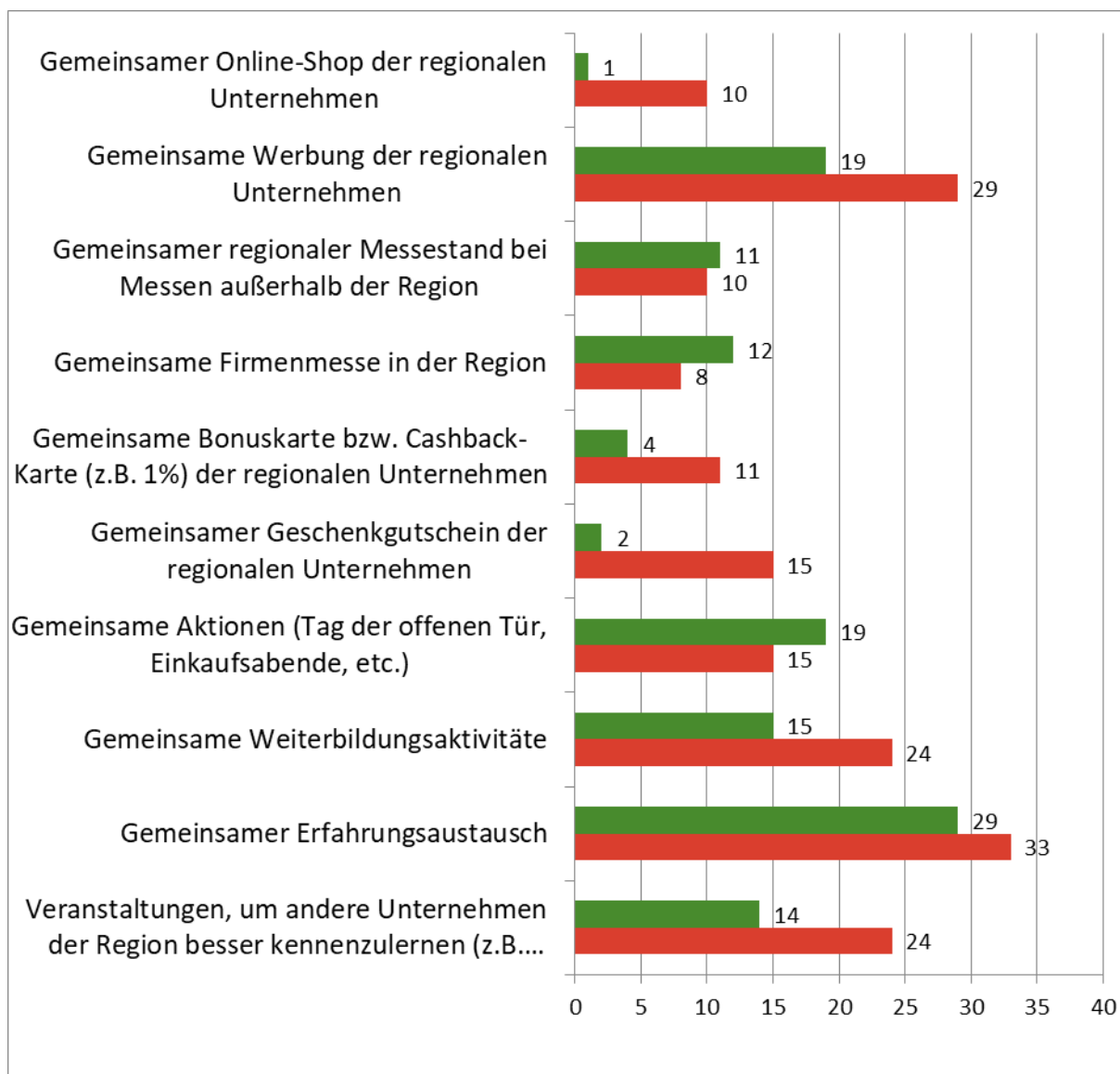
**Austria-Hungary**

European Union – European Regional Development Fund



**REGIONET Competitive**

**12. Welche der folgenden Kooperationsmöglichkeiten mit anderen regionalen Unternehmen wären für Sie interessant?**



**13. Welche Kooperationen kennen Sie, bei denen Unternehmen oder Regionen vorbildhaft zusammenarbeiten und erfolgreich Aktivitäten umsetzen?**



# Interreg

## Austria-Hungary

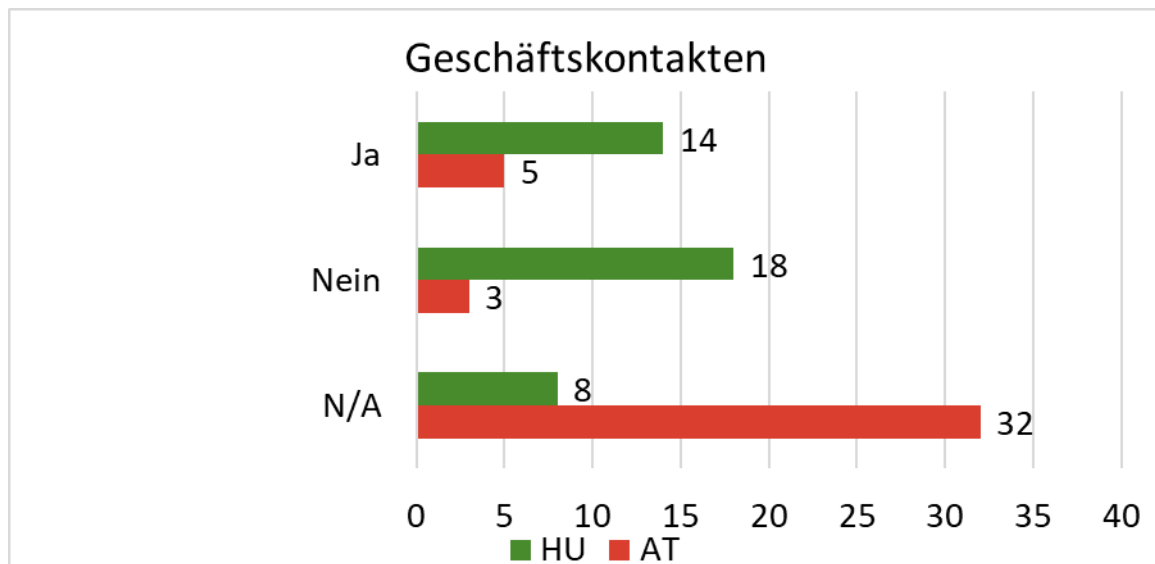
European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

HU	AT
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raab-inter Produzenten Waren</li> <li>- Veranstaltung von Industrie- und Handelskammer</li> <li>- Pannonhalma Weinlage</li> <li>- Alpokalja - Fertőd Táj Verein</li> <li>- Pannon lokales Produkt Klaszter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt</li> <li>- BNI; Unternehmensnetzwerke mit Branchenschwerpunkt</li> <li>- Wirtschaftsplattform Bucklige Welt,</li> <li>- Junge Wirtschaft, Wirtschaftskammer</li> <li>- Weinvermarktung</li> <li>- Bauernladen Pöllau</li> <li>- Wiener Alpen,</li> <li>- Region Bucklige Welt</li> <li>- Wirtschaftsplattform BW</li> <li>- NÖ Produkte</li> <li>- Rubin Carnuntum Winzer</li> <li>- Südsteiermark Junker-Vermarktung</li> </ul>

14. Haben Sie bereits grenzüberschreitende Geschäftskontakte nach Ungarn bzw. Österreich (z.B. Lieferanten)?



Wenn ja, welche?

- Lieferanten
- Verkauf im Nachbarland





# Interreg

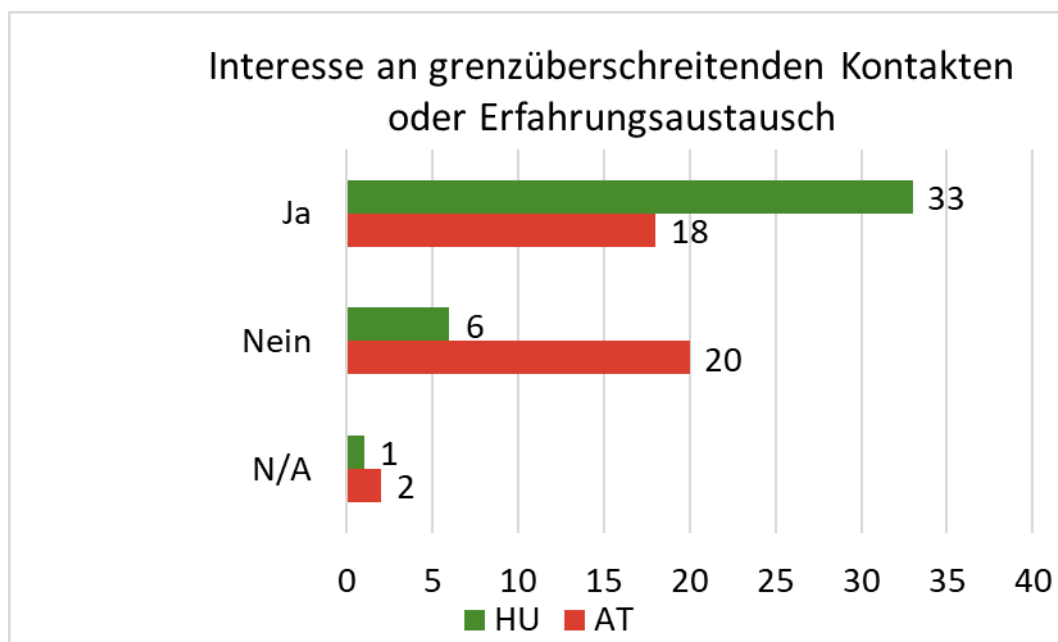
## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

15. Haben Sie Interesse an grenzüberschreitenden Kontakten oder einem grenzüberschreitenden Erfahrungsaustausch?



Wenn ja, vor allem im Bereich ...

HU	AT
Vermarktung	Lieferanten, Kunde, Verkauf im Nachbarland
Firmenbesuche	Firmenbesuche
Die Partnerschaftungen	Branchenschwerpunkte im speziellen Lebensmittelverkauf
Gute Praktiken kennenlernen	Wirtschaftlicher Bereich
Fachlich Erfahrungsaustausch: Obstbau, Bienenwabe, Verarbeitung von Milchprodukten und Marketing	Bio-Obst und Bio-Obst-Verarbeitungsprodukte
wissen-Erweiterung	Regionswerbung
Bio-Produkt verteilung	Unternehmertum, wirtschaftliche Entwicklung
Gastronomie	Marketing
Komplexe Programme	Erneuerbare Energie, Energieeffizienz
Tourismus	Tourismus



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

## III. ANALYSE DER ANFORDERUNGEN DER SEKTORALEN UNTERNEHMEN, IDENTIFIKATION DER PRIMÄREN KOOPERATIONSMÖGLICHKEITEN

### III / 1. Analyse der Bedürfnisse der sektoralen Unternehmen

Mehrere Fragen der Fragebogenumfrage richteten darauf, dass es sich aus den Antworten herausstellt: Die sektoralen Unternehmen (Lebensmittelindustrie, lokale Versorgung):

- Welche Probleme haben sie?
- Wie werden diese Probleme gelöst?
- Wie ist die Vision ihres Unternehmens?
- Welche Herausforderungen müssen erkannt werden, wenn sie aufrecht bleiben wollen?

#### *a. Probleme der Unternehmen:*

Das größte Problem ist auf beiden Seiten der Grenze **der Mangel an Arbeitskräften**, der Fund der **geeigneten Arbeitskraft** (HU: 50%, AT: 55%). Das kann qualifizierte oder andere Arbeitskraft bedeuten, die für den Geschäftsbetrieb geeignet ist. **Die vorhandenen Arbeitskräfte zu erhalten**, bereitet auch ein Problem, weil sich die Ansprüche der Arbeitnehmer ändern: Sie wollen Teilzeitarbeit, flexible Arbeitszeit, an die sich das Unternehmen anpassen muss. Aus dem Aspekt der Arbeitskraft kam es sogar auf, dass es teuer ist, und viel kostet, aber die Befragten gingen darauf nicht ein, ob sie den Lohn des Arbeitnehmers oder die für die Arbeitnehmer zu zahlenden Steuern für zu viel halten.

Die ungarischen Unternehmen halten die **Rentabilität** ihres Unternehmens für ein signifikantes Problem (72%) und die fehlenden **Finanzierungsmöglichkeiten** (62%).

Sowohl die ungarischen (26%, 26%) als auch die österreichischen Unternehmen (27%, 35%) halten die Konkurrenz, die **die Globalisierung**, die großen internationalen Unternehmen, die **Einkaufszentren** und die **Großstädte** bedeuten, nahezu gleichermaßen für ein Problem.

Der Kapazitätsmangel, der für das **moderne Marketing** benötigt wird, wird von 30% der Ungarn und 35% der Österreicher für ein Problem gehalten.

Der **elektronische Handel** ist für die Ungarn kein Problem (2%), die Österreicher halten es in einem größeren Maße für ein Problem (22%).



**Interreg**  
**Austria-Hungary**

European Union – European Regional Development Fund



**REGIONET Competitive**

**Käufer / Kundenbindung** wird von 27% der ungarischen Unternehmen, 1% der österreichischen Unternehmen für ein Problem gehalten.

**Die mangelnden Verkaufsmöglichkeiten** halten 22,5% der **ungarischen** Unternehmen für ein Problem, während die Österreicher nicht (2%).

*aa. Die aufgrund der einzelnen Meinungen identifizierbaren Probleme*

Die **ungarischen** Unternehmen haben das **sich ständig ändernde rechtliche Umfeld**, die daraus resultierende Unfähigkeit im Voraus zu planen, die **Unsicherheit** und die hohen **verwaltungsrechtlichen Verpflichtungen**, die **Bürokratie** betont. Die **geringe Zahlungsfähigkeit** der ungarischen Kunden wurde ebenfalls erwähnt.

Auch die **Österreicher** haben die **Bürokratie** und die niedrige Kaufabsicht und das kleine Versorgungsgebiet erwähnt.

*b. Die für die Lösung der Probleme ergriffenen Maßnahmen:*

50% der ungarischen Unternehmen, 80% der österreichischen Unternehmen versuchten das Problem zu lösen.

Auf diesem Gebiet waren **die österreichischen Unternehmen** viel **aktiver**. Die Kundenbindung (60%), die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmern aus der Region betreffs Marketing/Vermarktung (50%), Online-Präsenz (soziale Medien, Newsletter) (60%), Webshop (22%), Zusammenarbeit mit Schulen oder anderen Bildungseinrichtungen (27%).

Bei **ungarischen** Unternehmen beträgt Kundenbindung (25%), die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmern aus der Region betreffs Marketing / Vermarktung (22%), Online-Präsenz (soziale Medien, Newsletter) (17%), Webshop (7%), Zusammenarbeit mit Schulen oder anderen Bildungseinrichtungen (5%).

*bb. Aufgrund einzelner Meinungen ergriffene Maßnahmen*

Bei ungarischen Unternehmen:

- Das Wiederanlegen der Einnahmen
- Förderung der Führungsfähigkeiten für Unternehmer und Firmenleiter mit Trainings
- anhaltend Produkte hoher Qualität und zusätzliche Dienstleistungen
- Beauftragung von Experten;
- Kosten- und Kapazitätsoptimierung



# Interreg

## Austria-Hungary

European Union – European Regional Development Fund



### REGIONET Competitive

- Rekrutierung der Arbeitskraft auf weitliegenden Gebieten;
- Sicherung flexibler Arbeitszeit für die Mitarbeiter
- Besuch von Märkten und Messen

Bei österreichischen Unternehmen:

- Mitgliedschaft in Branchenverbänden und Vereinigungen
- persönliche Mitwirkung des Besitzers in der Vermarktung
- Einführung neuer Dienstleistungen
- Vortragstätigkeit
- Direktmarketing
- Berufsausbildung

#### c. Vision des Unternehmens

87% der ungarischen Unternehmen halten ihr Unternehmen für erfolgreich (sehr erfolgreich 32%, eher erfolgreich 55%); 70% der österreichischen Unternehmen halten ihr Unternehmen für erfolgreich (sehr erfolgreich 30%, eher erfolgreich 40%).

#### d. Die Herausforderungen der Zukunft

Die Unternehmer haben die Antwort darauf individuell formuliert, die ein vielfarbiges Bild zeigt, aber es gibt Übereinstimmungen. Die meisten ungarischen und österreichischen Unternehmen haben erwähnt:

- **Mangel an Arbeitskraft und Fachleuten.**
- die **Vermarktung** zu stärken und neuere Kunden zu finden
- Bei beiden sind **Nachfolge und Generationswechsel** als Herausforderung erschienen.
- Die Notwendigkeit, im **Online-Raum** zu erscheinen, ist bei beiden aufgetaucht.

Die **ungarischen** Unternehmer haben außerdem

- die **technologische Entwicklung**
- die Erhaltung der **Qualität des Produkts** erwähnt.

Die **österreichischen** Unternehmer haben außerdem

- die **Unterstützung des regionalen Marktes**
- die **Imageverbesserung der Produkte der Region**
- die **Markenbildung**
- den **Aufbau von Netzwerken**
- die **Marketingaktivität**
- die Verkaufsförderung lokaler Produkte durch **Wissensvermittlung**
- den steigenden **Tourismus** betont.



**Interreg**  
**Austria-Hungary**

European Union – European Regional Development Fund



**REGIONET Competitive**

### III /2. Die Identifikation primärer Kooperationsmöglichkeiten

- a. Die wichtigste Kooperationsmöglichkeit wäre die Beseitigung der **Arbeitskräftemangel**. Das ist kein regionales, sondern ein transnationales europäisches Problem. Es ist wahrscheinlich, dass dieses Projekt keine schnelle Lösung dafür bieten kann.
- b. Das zukünftige Hauptziel ist für die Unternehmer beider Seiten die **eigene Vermarktung** (Produktverkauf, Dienstleistung) und deren Erweiterung. Es gibt einige Unternehmer, die Einlieferer suchen, aber sie haben nicht konkretisiert, was sie suchen: Rohmaterialien, Halbfabrikate usw. Es gibt einige, die ein bestimmtes Produkt, z. Bio-Produkte in anderen Regionen oder über die Grenze hinweg vermarkten würden.
- c. **Erfahrungsaustausch** in der gleichen Branche, grenzüberschreitende Unternehmen ähnlicher Tätigkeit kennenlernen: z.B. Verarbeitung von Milchprodukten, Verarbeitung von Biofrüchten, Imkerei.
- d. **Gute Praktiken** kennenlernen, **Wissen** in derselben Branche **erweitern** und die **Marketing**methoden kennenlernen.
- e. **Tourismusförderung**: In den gegebenen Regionen sollen es mehrere Touristen geben, für die Produkte / Dienstleistungen verkauft werden können. Es könnte ein guter kooperativer Bereich die grenzüberschreitende Zusammenarbeit sein, um ein komplexes Programm für die Besucher der Region zusammenzustellen.
- f. **Unternehmensförderung**: Trends kennenlernen, Aneignung der Methoden der Anpassung; die Entwicklung der Unternehmensstruktur; Einführung und Anwendung der Digitalisierung im Betrieb des Unternehmens: Kosteneinsparung, Vermarktung außerhalb der Öffnungszeiten.
- g. **Qualitätssicherung und Markenaufbau** für die Produkte der Region.
- h. **Vernetzung** mit den Beteiligten anderer Regionen.
- i. **Wissensvermittlung**: Die Verbraucher in der Region sollten von den gemeindlichen Vorteilen der regionalen Produkte / Dienstleistungen überzeugt werden, wofür auch entsprechende Öffentlichkeit und Online-Präsenz erforderlich sind.
- j. Die Unternehmen kennen mehrere Zusammenarbeiten in der Region, und akzeptieren ihre Tätigkeit:



**Interreg**  
**Austria-Hungary**



European Union – European Regional Development Fund

**REGIONET Competitive**

- auf der ungarischen Seite:

Die Produkte der Erzeuger von Rábaköz, die Veranstaltungen der Industrie- und Handelskammer; der Zusammenschluss der maßgeblichen Kellerei des Weingebietes von Pannonhalma auf dem Gebiet gemeinsamer Veranstaltungen und der Vertretung auf dem Weingebiet; Alpenvorland - Fertőd Landschaft, Pannon Helyi Klaszter (Pannon Lokale Produkte Non-Profit GmbH).

- auf der österreichischen Seite:

Sooo gut schmeckt die Bucklige Welt, BNI; Unternehmensnetzwerke mit Branchenschwerpunkt, Wirtschaftsplattform Bucklige Welt, Junge Wirtschaft, Wirtschaftskammer, Weinvermarktung, Bauernladen Pöllau, Wiener Alpen, Region Bucklige Welt, NÖ Produkte, Rubin Carnuntum Winzer, Südsteiermark Junker-Vermarktung

Bei dieser Zusammenarbeit ist es zweckmäßig, das vorhandene Wissen und die Erfahrung für die Entwicklung der Region, wie die Produktion und Zulieferung fördernden wissenschaftlichen und innovativen Grundlagen anzuwenden.

REGIONET Competitive Kérdőív -

Kitöltés ID	Küldés dátum	Utolsó lap	Kiindulási nye	Kezdés dátum	Utolsó művelet	1. kérdés: A k	1A: Nem tekir
6	2017-11-02 1:	24	hu	2017-11-02 1:	2017-11-02 1:	Igen	
8	2017-11-07 1:	24	hu	2017-11-07 1:	2017-11-07 1:	Igen	
11	2017-11-09 1:	24	hu	2017-11-09 1:	2017-11-09 1:	Igen	
12	2017-11-14 1:	24	hu	2017-11-14 1:	2017-11-14 1:	Igen	
13	2017-11-14 1:	24	hu	2017-11-14 1:	2017-11-14 1:	Igen	
14	2017-11-15 1:	24	hu	2017-11-15 1:	2017-11-15 1:	Igen	
16	2017-11-16 1:	24	hu	2017-11-16 1:	2017-11-16 1:	Igen	
17	2017-11-16 1:	24	hu	2017-11-16 1:	2017-11-16 1:	Igen	
18	2017-11-21 1:	24	hu	2017-11-21 1:	2017-11-21 1:	Igen	
19	2017-11-21 1:	24	hu	2017-11-21 1:	2017-11-21 1:	Igen	
20	2017-11-21 1:	24	hu	2017-11-21 1:	2017-11-21 1:	Igen	
21	2017-11-29 1:	24	hu	2017-11-29 1:	2017-11-29 1:	Igen	
22	2017-12-06 1:	24	hu	2017-12-06 1:	2017-12-06 1:	Igen	
23	2017-12-08 1:	24	hu	2017-12-08 1:	2017-12-08 1:	Igen	
25	2017-12-12 1:	24	hu	2017-12-12 1:	2017-12-12 1:	Igen	
26	2017-12-15 1:	24	hu	2017-12-15 1:	2017-12-15 1:	Igen	
27	2017-12-15 1:	24	hu	2017-12-15 1:	2017-12-15 1:	Igen	
28	2017-12-17 1:	24	hu	2017-12-17 1:	2017-12-17 1:	Igen	
34	2018-01-12 1:	24	hu	2018-01-12 1:	2018-01-12 1:	Igen	
36	2018-01-15 1:	24	hu	2018-01-15 1:	2018-01-15 1:	Igen	
52	2018-03-05 1:	24	hu	2018-03-05 1:	2018-03-05 1:	Igen	
53	2018-03-05 1:	24	hu	2018-03-05 1:	2018-03-05 1:	Igen	
55	2018-03-05 1:	24	hu	2018-03-05 1:	2018-03-05 1:	Igen	
59		17	hu	2018-03-05 2:	2018-03-05 2:	Igen	
61	2018-03-06 1:	24	hu	2018-03-06 1:	2018-03-06 1:	Nem	Szélesebb kör
63	2018-03-06 1:	24	hu	2018-03-06 1:	2018-03-06 1:	Igen	
64	2018-03-06 1:	24	hu	2018-03-06 1:	2018-03-06 1:	Igen	
65	2018-03-06 1:	24	hu	2018-03-06 1:	2018-03-06 1:	Igen	
66	2018-03-06 1:	24	hu	2018-03-06 1:	2018-03-06 1:	Igen	
67	2018-03-06 1:	24	hu	2018-03-06 1:	2018-03-06 1:	Igen	
69	2018-03-06 2:	24	hu	2018-03-06 2:	2018-03-06 2:	Igen	
70	2018-03-07 1:	24	hu	2018-03-07 1:	2018-03-07 1:	Nem	Mert többen is
71	2018-03-07 2:	24	hu	2018-03-07 2:	2018-03-07 2:	Igen	
72	2018-03-08 1:	24	hu	2018-03-08 1:	2018-03-08 1:	Igen	
73	2018-03-08 1:	24	hu	2018-03-08 1:	2018-03-08 1:	Igen	
74	2018-03-08 1:	24	hu	2018-03-08 1:	2018-03-08 1:	Igen	
75	2018-03-08 2:	24	hu	2018-03-08 2:	2018-03-08 2:	Igen	
76	2018-03-09 1:	24	hu	2018-03-09 1:	2018-03-09 1:	Igen	
77	2018-03-09 1:	24	hu	2018-03-09 1:	2018-03-09 1:	Igen	
78	2018-03-09 1:	24	hu	2018-03-09 1:	2018-03-09 1:	Igen	

REGIONET Competitive Kérdőív -

	2. kérdés: Hol	2. kérdés: Hol	3. kérdés: Me	3. kérdés: Me	3. kérdés: Me	3. kérdés: Me	3. kérdés: Me	3. kérdés: Me
Egyéb	Csorna - Ráb	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen	hagyományos	
Egyéb	Pannonhalma	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen		
Egyéb	Győr	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	húsárú nagyk	
Egyéb	Győri járás	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem		
Egyéb	Győr	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Közétkeztetés	
Egyéb	Rábaköz	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	több termelő	
Egyéb	Győr-Moson-é	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Termelés	
Egyéb	Győr	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen		
Egyéb	Győr	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem		
Egyéb	Győrújbarát	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem		
Egyéb	Győr	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen		
Egyéb	Mezőörs	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem		
Soproni járás		Nem	Igen	Igen	Igen	Igen		
Egyéb	Pannonhalmi	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	szőlő, must, b	
Mosonmagyaróvári járás		Igen	Igen	Igen	Igen	Nem		
Egyéb	Csornai Járás	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	malomipari te	
Kőszegi és Szombathelyi jár		Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	szállítás szolgál	
Egyéb	Győr	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem		
Soproni járás		Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	saját készítés	
Egyéb	Győri járás	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen		
Lenti járás		Igen	Nem	Igen	Nem	Nem		
Lenti járás		Nem	Nem	Nem	Igen	Nem		
Lenti járás		Igen	Nem	Nem	Nem	Nem		
Lenti járás		Igen	Igen	Igen	Nem	Nem		
Lenti járás		Igen	Nem	Nem	Nem	Nem		
Lenti járás		Nem	Nem	Nem	Igen	Igen		
Lenti járás		Igen	Igen	Igen	Nem	Nem		
Lenti járás		Igen	Nem	Igen	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Igen	Nem	Nem	Nem	Nem		
Lenti járás		Igen	Nem	Nem	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Nem	Nem	Nem	Nem	Igen		
Zalaegerszegi járás		Igen	Nem	Igen	Nem	Igen		
Zalaegerszegi járás		Nem	Igen	Nem	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Igen	Igen	Nem	Igen	Nem		
Lenti járás		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem		
Zalaegerszegi járás		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem		



REGIONET Competitive Kérdőív -

4. kérdés: Milyen	4. kérdés: Milyen	4. kérdés: Milyen	5. kérdés: Hány	6. kérdés: Kétféle	6A: Azt válaszolt	7. kérdés: Mikor	
Igen	rábaközi vert	Nem	Egyet sem, e	Nem	Egyrészt még	2007	
Igen	lekvár, szörp	Igen	kozmetikum	1 - 5 alkalmaz	Nem	Még nem kerít	2012
Igen	hentesárú, hú	Nem	több mint 10	ε	Nem	Jelenleg nincs	1990-ben alap
Igen	savanyított ter	Nem	5 - 10 alkalm	ε	Nem	A vállalkozás	A savanyító ü.
Nem		Igen	meleg és hide	több mint 10	ε	Igen	1999.
Igen	tojás, csirke	Nem	több mint 10	ε	Nem	Próbálták, de	1998
Igen	méz	Igen	állati takarmá	Egyet sem, e	Nem	Kezdő méhés	1993
Igen	lekvár, szörp,	Nem		Egyet sem, e	Nem	Még nem lépe	2011
Igen	cukrászsütem	Nem	több mint 10	ε	Igen		2009
Igen	gomba, fagya	Nem	több mint 10	ε	Nem	Kicsi a vállalk	1993
Igen	kenyér, pékár	Nem	több mint 10	ε	Igen		1993
Igen	füstöltáru, alle	Nem	több mint 10	ε	Nem	Próbálkozás v	2008
Igen	szörp, lekvár	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Elérhető távol	2000
Igen	szőlő, must, b	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Az Óvári Egye	1993
Igen		Igen	prémium párl	1 - 5 alkalmaz	Nem	Nincs alkalm	2009
Igen	bio-zöldség, fr	Nem	több mint 10	ε	Nem	nincs a tanuló	1994
Nem		Igen	szállás, élelmi	1 - 5 alkalmaz	Nem	nincs alkalm	1996
Nem		Igen	vetőmag, tápe	1 - 5 alkalmaz	Nem	Nincs rá szük	1991
Nem		Igen	saját készítés	Egyet sem, e	Nem	a vállalkozás	2015
Igen	mézeskalács	Nem		Egyet sem, e	Nem		
Igen	mangalica füs	Nem		Egyet sem, e	Nem	Eddig nem vo	2010
Igen	Szárasztészt	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Nem volt ilyen	2010
Igen	alma (4 fajta -	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Nincs rá igény	2005
Igen		Nem		Egyet sem, e	Nem	Eszembe ser	2012.
Igen	tökmag, tökm	Nem		Egyet sem, e	Nem	Nincs rá igény	1995
Igen	mézeskalács,	Nem		Egyet sem, e	Nem	Bemutatókat t	2017
Igen	lekvár, szörp,	Nem		Egyet sem, e	Nem	Megfelelő köz	2012
Igen	gyümölcs (aln	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Túlságosan k	1992
Igen	pálinkafőzés (	Nem		Egyet sem, e	Igen		1991
Igen	Zöldség,gyüm	Nem		Egyet sem, e	N/A		2005
Igen		Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Nem volt még	2015
Nem		Igen	vessző kosár	Egyet sem, e	Nem		2000-ben
Igen	méz, sajt, tejt	Nem		Egyet sem, e	Nem	Eddig nem vo	2013.
Nem		Igen	virág, koszorú	1 - 5 alkalmaz	Nem	Nem volt ilyen	A KON-TUS Z
Igen	méz, méhészi	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		A tevékenysé	1995
Igen	100%-os olajc	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Ebben az ága	2005
Igen	füstölt áruk, k	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Nem is merült	1995
Igen	méz, méhészi	Nem		Egyet sem, e	Nem	A vállalkozásc	1998
Igen	kecsketej és	Nem		Egyet sem, e	Nem	A vállalkozásc	2008
Igen	tojás, méz, töl	Nem	1 - 5 alkalmaz	Nem		Nincs a térsé	2000

REGIONET Competitive Kérdőív -

8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j
Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem
Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem
Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem
Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem
Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Igen	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem
Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem
Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen	Igen
Nem	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen	Igen	Igen

REGIONET Competitive Kérdőív -

8. kérdés: Mi j	8. kérdés: Mi j	9. kérdés: Tet	9A: Hogyan el	9A: Hogyan el	9A: Hogyan el	9A: Hogyan el	9A: Hogyan el
Igen	túlzott leterhel	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	
Nem	folyamatosan	Igen	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem
Igen	saját bevallás	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem
Igen	a vállalkozás	Igen	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem	catering terüle	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem	folyamatosan	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem
Nem	Méznél nem e	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem
Nem		Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Nem		Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Nem		Igen	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem
Nem		Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Nem		Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem	Az elért piaci j	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	túlzott adminis	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	szabályozói ki	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	kézimunka-er	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	nyomasztó ad	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem
Nem	adminisztráci	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem
Nem		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem		Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	Nem
Igen		Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem
Nem		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Fizetőképes k	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem
Igen		Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem
Nem		Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem
Nem		Igen	Nem	Igen	Igen	Igen	Igen
Igen		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Szállítás men	Igen	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem		Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem		Igen	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem		Igen	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem
Nem		Nem	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Igen	kiszámítható j	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nem		Nem	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nem		Igen	Igen	Nem	Igen	Igen	Nem
Nem		Igen	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem
Nem		Igen	Igen	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem		Nem	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nem		Nem	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nem		Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem

REGIONET Competitive Kérdőív -

9A: Hogyan el	9B: Sikeresne	9B: Sikeresne	10. kérdés: H	11. kérdés: M	12. kérdés: M	13. kérdés: É	13A: Mely má
a bevételek vi	Igen	A tradicionális	inkább sikere	Kapacitás növelés és ezzel	talán	Igen	
vállalkozó, cég	Igen	az online fejle	nagyon sikere	Tevékenységi néhány külfölk	mindenképp	Nem	
követik a foly	Igen	Jelenleg a mű	nagyon sikere	További gépe nem ismer ily	talán	Nem	
Országos összefogás, tünte	Igen	A vállalkozás	nagyon sikere	közétkeztetés közvetlenül ily	talán	Nem	
	Igen	Részben igen	nagyon sikere	Minőségi áru : Holland cég le	mindenképp	Nem	
	Igen	Iskolákban, kí	inkább sikere	újdonsgok, é	Nem sok váll	mindenképp	Igen
	Igen		inkább sikere	munkaerő utá Zita Kávéház	(talán		Nem
	Igen	A közösségi n	problémás	munkaerő, technológia, vás	nem biztos		Nem
	Igen	Részben sike	nagyon sikere	E mentes termékek gyártás	mindenképp		Nem
folyamatosan	Igen	Mert még pro	nagyon sikere	A rendelkezés egyértelműen	mindenképp		Nem
szakértők me	Igen	Sikeresen mű	nagyon sikere	piaci bizonytal főleg osztrák,	talán		Igen
költség és ka	Igen	Még élnek...	problémás	a szabályozók	inkább csak h	talán	Igen
munkaerő tob	Igen	sikerült folyar	inkább sikere	kézi-munkaer	inkább német	nem biztos	Nem
rugalmas mur	Igen	folyamatosan	nagyon sikere	munkaerő kér	nem ismer ily	mindenképp	Nem
	Igen		inkább sikere	integrációs töi Tutti Kft., Darr	mindenképp		Nem
	Igen	még működik	inkább sikere	A jelenlegi üzlet átalakítása,	talán		Nem
	Igen		inkább sikeres		talán		Nem
	Igen	Sikerült a me	nagyon sikere	Továbbfejlődé Rózsa Péter-	talán		Nem
	Igen		inkább sikere	Vállalkozás fe	Nem ismerek	talán	Nem
Munkaerő kipi	Igen	Igen, folyamati	inkább sikere	Fizetőképés k	Nincs ilyen	Le	talán
	Nem		inkább sikere	Turizmus, terjeszkedés.	talán		N/A
	Igen		inkább sikere	a piac bővítés	Biztos vannak biztosan	nem	N/A
	Igen		inkább sikere	Termékek isr	Vargáné Orbá	mindenképp	Igen
	Igen		inkább sikere	Megújulásra é	Takács Feren	mindenképp	Nem
	Igen		inkább sikere	marketing, pi	Nem ismerek	biztosan	nem
	Igen	Sikerült az ed	inkább sikere	Pálinka, mint i	Hiša vina Cuk	mindenképp	Nem
			inkább sikere	A kapacitás bővítés	nem biztos		Nem
			inkább sikere	Értékesítés, marketing.	mindenképp		Igen
			nagyon problé	Vásárló létszám bővítés,	al	nem biztos	Nem
			nagyon sikere	Termékfejlesztés"	Nyitott múlt	talán	Nem
			inkább sikeres		nem biztos		Nem
	Igen	Az online me	inkább sikere	- szakképzett	Nem foglalkoz	talán	Igen
	Igen	Az online érté	nagyon sikere	további online	Elsősorban kí	mindenképp	Nem
	Igen		inkább sikere	Jelenleg egy	Nem ismerek	mindenképp	Nem
			problémás	a vállalkozás	Nem ismerek	talán	Nem
			inkább sikere	munkaerő me	Nem ismerek	talán	Nem
	Igen	Közvetlen vás	inkább sikere	munkaerőjöv	Sok vállalkozá	talán	Nem

REGIONET Competitive Kérdőív -

13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má	13A: Mely má
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Igen	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Igen	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Nem	Igen
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem	Nem
Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
Igen	Nem	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
Nem	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem
Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Igen
Igen	Igen	Igen	Nem	Nem	Igen	Nem	Nem	Nem

REGIONET Competitive Kérdőív -

13A: Mely má	13A: Mely má	14. kérdés: M	15. kérdés: V	15A: Ha igen,	15A: Ha igen,	15A: Ha igen,	15A: Ha igen,
Nem	további viszor	Rábaközi Ter	Igen	Nem	Igen	Nem	
Nem	viszonteladói	nem ismernek	Igen	Nem	Igen	Nem	
Igen	jó gyakorlatok	nem ismer ilye	Igen	Igen	Nem	Nem	
Igen		nem ismer ilye	Igen	Nem	Igen	Nem	
Igen	osztrák és ma	nem ismer ilye	Igen	Igen	Nem	Nem	néha alapany;
Igen		nem ismer ilye	Nem	Nem	Nem	Nem	
Igen		Inkább a mezi	Nem	Nem	Nem	Nem	
Nem		Leginkább me	Nem	Nem	Nem	Nem	
Nem		Kereskedelmi	Igen	Igen	Nem	Nem	
Nem		Bedő Pékség	Igen	Igen	Igen	Igen	
Nem			Nem	Nem	Nem	Nem	
Nem			Igen	Igen	Igen	Nem	
Nem	több ilyen egy	Alpokalja - Fe	Igen	Igen	Igen	Igen	magyar vállalt
Nem	ha szakmaila	a Pannonhaln	Igen	Igen	Igen	Igen	szakmai rend
Nem	fogyaszd a helyit,	támogasd	Nem	Nem	Nem	Nem	
Nem	a legtöbb egy	Rábaközi Ter	Igen	Igen	Nem	Nem	osztrák malon
Igen	komplex szol	találkozott ilye	Nem	Nem	Nem	Nem	
Igen		Ipari és Keres	Nem	Nem	Nem	Nem	
Nem		nem ismer ilye	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem			Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Térségi klaszt	Igen	Nem	Igen	Nem	
Igen		Nem ismerek	Nem	N/A	N/A	N/A	
Igen		Nem ismer pé	Igen	Nem	Nem	Igen	
N/A			N/A	N/A	N/A	N/A	
N/A		Integrátori tev	Igen	Nem	Igen	Igen	
Igen		Kézműves M	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Az Őrségben	Nem	N/A	N/A	N/A	
N/A		Nem ismerek	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Nem tud jó pé	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem			Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem			Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem			Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem	komplex szolgáltatások,	turi	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem			Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Nem ismerek	Nem	N/A	N/A	N/A	
Igen		Ausztriában lé	Igen	Igen	Igen	Nem	
Nem		Nem ismer ily	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Pannon Helyi	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Nem ismerek	Nem	N/A	N/A	N/A	
Nem		Nem ismerek	Nem	N/A	N/A	N/A	

REGIONET Competitive Kérdőív -

16. kérdés: É: 16A: Ha igen, 17. kérdés: E: 17. kérdés: Ezen kérdőívet [Megjegyzés]
- Igen Szívesen műkölt egy interjúút ké KVA - Cser Ferencné rábaközi vert pereg
- Igen értékesítés, vi egy interjúút ké KVA - Naturhalma - Cassiel & Raffael Kft.
- Igen értékesítési ké egy interjúút ké KVA - Széles Húsüzlet Kft. : a hasonló vállalkozások életében a legnagyobb
- Igen értékesítési le egy interjúút ké KVA - Kermű Ker Kft. : Érdemesnek tűnik visszatérni 1 év múlva, hogy i
- Igen tapasztalatcsé egy interjúút ké KVA - Rábakész Kft. : sok lábbon álló, komplex cég - közétkeztetés, váll
- Igen kuriózum terr egy interjúút ké KVA - Rábaközi Termelők Portékái: német példa alapján a vállalkozásh
- Igen tapasztalatcsé egy interjúút ké KVA - Kisalföldi Méhészek Egyesülete: Nagyon jó kezdeményezésnek t
- Igen tapasztalatcsé egy interjúút ké KVA - Ízeskert Lajer Hajnalka
- Igen értékesítésbe: egy interjúút ké KVA - Bécsi Kávéház
- Igen Kereskedelen egy interjúút ké KVA - Horex Gomba Kft.
- Igen Technológiai l egy interjúút ké KVA - Bedő Pékség
- Igen Füstöltárú, hú egy interjúút ké KVA - Malcsik Hús Kft.
- Nem egy interjúút ké KVA - Fertöd Szörp Bt. : Jelenleg kiegyensúlyozottan, optimális kapacit
- Igen konzultáció - t egy interjúút ké KVA - Babarczi Szőlőbirtok
- Igen akár beszállít egy interjúút ké KVA - Szigetköz Lelke Pálinkaház
- Igen termeltetés, é egy interjúút ké KVA - Rábcakapi Biokertészet és Biomag Malom Kft. : az interjúút alapján
- Igen határon átnyú egy interjúút ké KVA - Írottkő '96 Kft. Malomporta : bár élelmiszeripar - helyi ellátás tekir
- Igen Magyar mező: egy interjúút ké KVA - Primag Kft.
- Igen tapasztalatcsé egy interjúút ké KVA - Kóczán Kézműves Sörök; nagy kérdés a saját sör mennyiségi fel
- Igen tapasztalatcsé egy interjúút ké KVA - Mézers Pátos Stecina Mónika
- Igen Értékesítés, p egy interjúút ké Az interjúút készítő: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Igen Jó gyakorlatol egy interjúút ké Az interjúút készítette: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Igen Szakmai tapa egy interjúút ké Interjúút készítő neve: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- N/A
- Igen Értékesítési te egy interjúút ké Az interjúút készítette: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Igen Tapasztalatcs egy interjúút ké Interjúút készítő neve: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Nem egy interjúút ké Az interjúút készítette: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Nem egy interjúút ké Az interjúút készítette: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Igen Vendéglátás, egy interjúút ké Interjúút kitöltő neve: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Nem én magam töltöttem ki elektronikusan
- Igen Értékesítés, k én magam töltöttem ki elektronikusan
- Igen Szálas anyag: én magam töltöttem ki elektronikusan
- Igen Szakmai tapa én magam töltöttem ki elektronikusan
- Nem én magam töltöttem ki elektronikusan
- Igen Kapcsolattere egy interjúút ké Nincsenek megjegyzéseim.
- Igen konferenciák, én magam töltöttem ki elektronikusan
- Nem egy interjúút ké Az interjúút készítette: Kovácsné Kocsi Zsuzsanna
- Igen Tapasztalatcs egy interjúút készítő töltötte ki
- Igen Értékesítés és egy interjúút készítő töltötte ki
- Igen jövedelmezős egy interjúút készítő töltötte ki

## REGIONET Competitive Kérdőív -

jobb problémát a szabad kapacitások hiánya pl. időtényező jelenti és a napi gondok mellett nehéz stratégiai kérdés megnézzük mi valósult meg a tervekből, hogy folyik a fejlesztés.

alati étkeztetés, catering, üzemi büfék működtetése

ez kötik a 'termőföldtől az asztalig' szlogen használata, mára már a NÉHIB és más vállalkozások is 'sajátjukként' artja ezt a programot.

és kihasználással működnek; mind vevői, mind beszállítói oldalon kiépített kapcsolati hálóval rendelkeznek. Folyam

úgy tűnik nem tudjuk bevonni a vállalkozást a programba, de nyitott és várja az infókat a projekt eseményeiről...

terében interjúztuk a vállalkozást, mégis úgy tűnik a turisztikai ágazati együttműködés keretein belül 'jobb' helye ler

futtatása, de ehhez jelentős befektetés, értékesítési rendszer kellene; a bolt kínálatának átalakítása lehetővé teheti



## REGIONET Competitive Kérdőív -

ekkel foglalkozni; nehéz olyan rendszert kialakítani, amely lehetővé teszi, hogy a cég nem legyen kiszolgáltatottan i

használják...

atosan szondázzák a piacot és rugalmasan képesen változtatni. Nincs növekedési kényszerük, sőt tudatosan nem

rne!

, hogy az alap termék (sör) forgalma is emelkedő lesz; hiányzik a sörkultúra így nagy feladat a különleges sörök ért

ügyvezető-központú

állnak folytonos növekedést igénylő pályára!!!

ékesítése

## REGIONET competitive Fragebogen

Antwort ID	Datum Abges	Letzte Seite	Start-Sprache	Datum gestar	Datum letzte	Frage 1: Sehe	Frage 1a: Sie
2	2017-09-27 1:	24	de	2017-09-27 1:	2017-09-27 1:	Ja	
3	2017-09-27 1:	24	de	2017-09-27 1:	2017-09-27 1:	Ja	
4	2017-09-27 1:	24	de	2017-09-27 1:	2017-09-27 1:	Ja	
5	2017-09-27 1:	24	de	2017-09-27 1:	2017-09-27 1:	Ja	
8	2017-11-28 1:	24	de	2017-11-28 1:	2017-11-28 1:	Ja	
12	2017-12-15 1:	24	de	2017-12-15 1:	2017-12-15 1:	Ja	
13	2017-12-15 1:	24	de	2017-12-15 1:	2017-12-15 1:	Ja	
14	2017-12-16 1:	24	de	2017-12-16 1:	2017-12-16 1:	Ja	
15	2017-12-19 1:	24	de	2017-12-19 1:	2017-12-19 1:	Nein	... meine Kunc
16	2017-12-19 1:	24	de	2017-12-19 1:	2017-12-19 1:	Ja	
18	2017-12-19 1:	24	de	2017-12-19 1:	2017-12-19 1:	Nein	wir Energieau
19	2017-12-19 1:	24	de	2017-12-19 1:	2017-12-19 1:	Ja	
21	2017-12-21 1:	24	de	2017-12-21 1:	2017-12-21 1:	Ja	
22	2017-12-21 1:	24	de	2017-12-21 1:	2017-12-21 1:	Ja	
23	2017-12-22 1:	24	de	2017-12-22 1:	2017-12-22 1:	Nein	Gastrobetrieb
25	2018-01-02 1:	24	de	2018-01-02 1:	2018-01-02 1:	Ja	
26	2018-01-07 1:	24	de	2018-01-07 1:	2018-01-07 1:	Ja	
28	2018-01-15 1:	24	de	2018-01-15 1:	2018-01-15 1:	Ja	
29	2018-01-15 1:	24	de	2018-01-15 1:	2018-01-15 1:	Ja	
30	2018-01-16 1:	24	de	2018-01-16 1:	2018-01-16 1:	Ja	
31	2018-01-16 1:	24	de	2018-01-16 1:	2018-01-16 1:	Ja	
32	2018-01-16 1:	24	de	2018-01-16 1:	2018-01-16 1:	Ja	
33	2018-01-16 1:	24	de	2018-01-16 1:	2018-01-16 1:	Ja	
34	2018-01-17 1:	24	de	2018-01-17 1:	2018-01-17 1:	Ja	
35	2018-01-17 1:	24	de	2018-01-17 1:	2018-01-17 1:	Ja	
36	2018-01-17 1:	24	de	2018-01-17 1:	2018-01-17 1:	Ja	
37	2018-01-17 1:	24	de	2018-01-17 1:	2018-01-17 1:	Ja	
39	2018-01-19 1:	24	de	2018-01-19 1:	2018-01-19 1:	Ja	
48	2018-01-24 1:	24	de	2018-01-24 1:	2018-01-24 1:	Ja	
49	2018-01-24 1:	24	de	2018-01-24 1:	2018-01-24 1:	Ja	
50	2018-01-24 1:	24	de	2018-01-24 1:	2018-01-24 1:	Ja	
51	2018-01-24 1:	24	de	2018-01-24 1:	2018-01-24 1:	Nein	meine Gäste l
52	2018-01-24 1:	24	de	2018-01-24 1:	2018-01-24 1:	Ja	
53	2018-01-24 1:	24	de	2018-01-24 1:	2018-01-24 1:	Ja	
61	2018-01-25 1:	24	de	2018-01-25 1:	2018-01-25 1:	Nein	Wir produzier
64	2018-01-26 0:	24	de	2018-01-26 0:	2018-01-26 0:	Nein	kein Umsatz i
66	2018-01-29 1:	24	de	2018-01-29 1:	2018-01-29 1:	Ja	
68	2018-02-05 1:	24	de	2018-02-05 1:	2018-02-05 1:	Ja	
69	2018-02-05 1:	24	de	2018-02-05 1:	2018-02-05 1:	Ja	
70	2018-02-12 1:	24	de	2018-02-12 1:	2018-02-12 1:	Nein	ich spezielle F

## REGIONET competitive Fragebogen

Frage 2: Wo t	Frage 2: Wo t	Frage 3: In we	Frage 3: In we	Frage 3: In we	Frage 3: In we	Frage 3: In we
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	
Region Bucklige Welt-Wech	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja	
Region Römerland Carnunt	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Lebensmittel
Region Bucklige Welt-Wech	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	
Nordburgenland	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Tourismus
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	
Region Römerland Carnunt	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	
Region Joglland	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Brauerei
Region Bucklige Welt-Wech	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	
Region Joglland	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Joglland	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	
Region Joglland	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Joglland	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	
Region Römerland Carnunt	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	
Region Bucklige Welt-Wech	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	
Region Römerland Carnunt	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	

## REGIONET competitive Fragebogen

Frage 4: Welc	Frage 4: Welc	Frage 4: Welc	Frage 4: Welc	Frage 5: Wiev	Frage 6: Bilde	Frage 6a: Sie	Frage 7: Wan
Ja		Nein		mehr als 10 B	Ja		1981
Nein		Ja	Sport/Spiel/Sc	mehr als 10 B	Ja		1980
Ja	Fleischer	Nein		mehr als 10 B	Ja		1987
Ja		Nein		1 bis 5 Besch:	Nein	nicht erlaubt, c	2010
Nein		Ja	Optik und Akk	6 bis 10 Besch:	Ja		1979
Nein		Ja	Kleidung	6 bis 10 Besch:	Ja		1908
Ja		Nein		mehr als 10 B	Ja		1934
Ja	volles Sortime	Ja	Putz/Reinigun	1 bis 5 Besch:	Nein	kein Bedarf de	2012
Nein		Ja	Unternehmen	Keine, ich bin	Nein	Weil es im Be	2005
Ja	Supermarkt --	Nein		mehr als 10 B	Ja		1932
Nein		Ja	Energieauswe	6 bis 10 Besch:	Nein	k.a.	1995
Nein		Ja	Draisinenfahrt	1 bis 5 Besch:	Nein	nicht passend	2010
Ja		Nein		mehr als 10 B	Ja		2011
Ja	Biomarillen, B	Nein		Keine, ich bin	Nein	Ich führe eine	2010
Nein		Nein		mehr als 10 B	Ja		2006
Nein		Ja	Catering, Mita	6 bis 10 Besch:	Ja		2005
Ja	Bio Eier,Bio	Nein		1 bis 5 Besch:	Ja	vor 1900	
Nein		Ja	KFZ Handel u	mehr als 10 B	Ja		1972
Ja		Ja	Post Partner	1 bis 5 Besch:	Nein	Unternehmen	1953
Ja		Nein		mehr als 10 B	Nein	Keine Sinnhaf	2011
Ja		Nein		1 bis 5 Besch:	Nein	Zeitressource	2011
Ja		Ja	Baustoffe	mehr als 10 B	Nein	Zeitfaktor, ab	1922
Ja		Nein		1 bis 5 Besch:	Nein	nicht möglich	2006
Ja		Ja	Cafe	Keine, ich bin	Nein		2012
Ja		Ja	Cafe	1 bis 5 Besch:	Nein	Ich war bis vo	1930
Nein		Ja	Friseur	1 bis 5 Besch:	Nein	Geschäft ist z	1991
Ja	Fleischproduk	Nein		Keine, ich bin	Nein	Betriebsgröße	2012
Nein		Ja	Buch, Papier	1 bis 5 Besch:	Nein	Weil es keine	2002
Ja	Wurstwaren, I	Nein		1 bis 5 Besch:	Nein	Lehrlingsausb	1992
Ja		Nein			Ja		2004
Ja	Milch- und Kä	Nein		6 bis 10 Besch:	Ja		1986
Nein		Ja	Restaurant	6 bis 10 Besch:	Ja		1916
Ja	Fleischerei W	Nein		1 bis 5 Besch:	Nein	Der Standort i	1946
Ja	aller Art (Kauf	Nein		6 bis 10 Besch:	Ja		1993
Ja	Wein	Ja	Buschenschaf	Keine, ich bin	Nein	Der Betrieb is	1994
Ja	Getränke	Ja	Mietmöbel	6 bis 10 Besch:	Nein		2003
Ja		Nein		1 bis 5 Besch:	Nein	Betrieb einfac	1950
Ja		Nein		mehr als 10 B	Nein	zu hohe Spez	1958
Ja		Ja	Textilien	mehr als 10 B	Ja		1997
Ja	Nahrungsergä	Ja	Wasserfilter, I	Keine, ich bin	Nein	Weil ich ein E	2016

REGIONET competitive Fragebogen

Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 8: Welc
Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein
Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein
Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Nein	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein

## REGIONET competitive Fragebogen

Frage 8: Welc	Frage 8: Welc	Frage 9: Hab	Frage 9a: Wie	Frage 9a: Wie	Frage 9a: Wie	Frage 9a: Wie	Frage 9a: Wie
Nein	Einkaufsverh	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja
Nein	Arbeitszeitflex	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Nein	hoher persönl	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
Nein	Diskonter	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja
Nein	Omni-Chanel	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
Ja	BANKen schw	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja
Nein		Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
Nein	Beratungsresi	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja
Nein		Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Ja
Ja		Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein
Nein		Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein
Nein		Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja
Ja		Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein		Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein
Nein	Bürokratieauf	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Ja		Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
Nein		Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein		Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein
Nein		Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein	Zeitnot	Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein		Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein	Personalkoste	Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein	zu niedrige Kl	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja
Nein		Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja
Nein		Nein	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Nein		Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Ja
Nein		Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein
Ja		Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein
Nein		Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja
Nein		Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein

## REGIONET competitive Fragebogen

Frage 9a: Wie	Frage 9b: Wa	Frage 9b: Wa	Frage 10: Wie	Frage 11: We	Frage 12: We	Frage 13: Ist €	Frage 13a: W
Ja			Eher erfolgreich	Kundenbindung -		Jedenfalls	Nein
Mitglied in Brä	Ja	Marktanalyse	Eher schwierig	Online Handel -		Jedenfalls	Ja
persönliche H	Ja	Persönlichkeit	Eher erfolgreich	facharbeiter u -		Eher ja	Ja
	Ja		Sehr erfolgreich	Mitarbeiter fin -		Jedenfalls	Nein
Serviceleistung	Ja	mit Kundenbir	Eher erfolgreich	wie man die K	Unternehmen	Jedenfalls	Nein
	Ja	mehr Service	Eher schwierig	Rahmenbedin	Betriebe die r	Eher ja	Nein
	Ja	starke Kunden	Eher erfolgreich	Regionalität	Se ADEG - alle R	Jedenfalls	Nein
	Ja	Kundenanzahl	Eher erfolgreich	Nutzung der	Digitalisierung (	Jedenfalls	Nein
Vortragstätigkeit	Ja	Vertrauensauf	Sehr erfolgreich	Digitalisierung	Unternehmen	Jedenfalls	Nein
	Ja		Eher erfolgreich	Kunden und Umsatz steigern		Eher ja	Nein
			Eher schwierig	k.a. n.n.		Eher ja	Nein
			Eher erfolgreich	Vernetzung m	Archäologiepæ	Jedenfalls	Nein
	Ja		Sehr erfolgreich	Mitarbeiter finden, Kooperation		Jedenfalls	Nein
			Eher erfolgreich	- Vor allem bei	Im Nebenerwerb	Jedenfalls	Ja
		nicht zufrieden	Eher schwierig	wohin geht der Trend, wie k		Jedenfalls	Nein
			Sehr erfolgreich			Eher ja	Ja
	Ja		Eher schwierig	Bestehendes Labonka Bioh		Eher ja	Nein
Lehrlingsausbildung	Ja		Sehr erfolgreich	Mehr Kunden	Hotellerie Brai	Jedenfalls	Nein
Post Kooperations	Ja		Eher schwierig	Weiterentwicklung, Kunden		Eher ja	Ja
	Ja		Eher erfolgreich	Mitarbeiter finden, Kooperations		Jedenfalls	Nein
	Ja		Sehr erfolgreich	Spezialisierung/Qualität/		Jedenfalls	Nein
			Sehr erfolgreich	Kompetenz, Internetangebot		Eher ja	Nein
	Nein		Eher schwierig	Vermarktung/ Mandl Ziegen		Jedenfalls	Ja
			Eher schwierig	Tourismus in der Region	Mar	Eher nein	Nein
			Eher schwierig	Die Entwicklung	Sommersgute	Eher nein	Nein
			Eher erfolgreich	Tourismus in der Region	Kon	Sicherlich nicht	N/A
			Eher erfolgreich	Qualitätssicherung	Arbeitseir	Jedenfalls	Nein
	Nein		Eher erfolgreich	Kundenfrequenz erhöhen		Jedenfalls	Ja
	Ja	WIN-WIN für	Eher erfolgreich	Kalkulation, V	DerJungwirtJi	Jedenfalls	Nein
	Ja	Direkter Kontakt	Sehr erfolgreich	Qualität, direk	Firma Landga	Eher ja	Ja
			Eher erfolgreich	Verkaufsmöglichkeiten für r		Jedenfalls	Nein
		Teilweise - die	Eher erfolgreich	Viele Touristen ins	Joglland	Eher ja	Nein
	Nein		Eher schwierig	Leute in der Region zu halte		Jedenfalls	Ja
	Ja	Schon erfolgre	Eher schwierig	Kundenbindung und Neukur		Jedenfalls	Nein
	Ja	Das direkte K	Eher schwierig	Die Nachfolge	Rubin Carnun	Eher nein	Nein
	Ja		Eher erfolgreich			Jedenfalls	Nein
	Ja		Sehr erfolgreich			Eher nein	Nein
	Ja		Eher erfolgreich	Mitarbeiter finden		Eher ja	Nein
	Ja	und nein, mus	Eher erfolgreich	klare Positionierung, Abgrer		Jedenfalls	Nein
	Ja	Es kommen n	Sehr erfolgreich	Menschen gut	Andere Shops	Jedenfalls	Nein



REGIONET competitive Fragebogen

Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 13a: W
Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein
Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja
Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Ja
Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja
Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein
Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja
Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja

REGIONET competitive Fragebogen

Frage 13a: W	Frage 13a: W	Frage 14: We	Frage 15: Hat	Frage 15a: W	Frage 15a: W	Frage 15a: W	Frage 15a: W
Ja		Sooo gut schr Ja	Ja	Nein	Nein		
Ja		BNI; Unterneß	Ja	Nein	Nein		
Nein	Buckltaler	Sooo gut schr Ja	Ja	Nein	Nein		nur Österreich
Ja		Sooo gut schr Nein	N/A	N/A	N/A		
Nein		BNI - Busines	Nein	N/A	N/A		
Nein	Gutschein ver	Abendeinkäuf	Nein	N/A	N/A		
Ja		Rubin Carnun	Nein	N/A	N/A		
Ja		Wirtschaftspl	Nein	N/A	N/A		
Ja	Aufbau einer	: Weinbau/vern	Nein	N/A	N/A		
Ja			Nein	N/A	N/A		
Nein		n.n.	Ja	Nein	Nein		Ja
Nein		k.a.	Nein	N/A	N/A		N/A
Nein		Sooo gut schr	Nein	N/A	N/A		N/A
Nein		Carnuntum W	Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Nein			Nein	N/A	N/A		N/A
Nein		Weinvermarkl	Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja		Bauernladen I	Nein	N/A	N/A		N/A
Ja		Sooo gut schr	Nein	N/A	N/A		N/A
Nein		Wiener Alpen	Nein	N/A	N/A		N/A
Nein		Sooo gut und	Nein	N/A	N/A		N/A
Ja		NÖ Produkte,	Ja	Nein	Ja		Nein
Nein			Nein	N/A	N/A		N/A
Nein			Nein	N/A	N/A		N/A
N/A			Nein	N/A	N/A		N/A
Nein		Joglland	Nein	N/A	N/A		N/A
Nein			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja		Aus unseren I	Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja		Rubin Carnun	Nein	N/A	N/A		N/A
Ja			Ja	Ja	Nein		Nein
Nein			Ja	Nein	Ja		Nein
Ja			Nein	N/A	N/A		N/A
Ja		Südsteiermarl	Ja	Ja	Ja		Nein
Ja		Wirtschaftspl	Nein	N/A	N/A		N/A

## REGIONET competitive Fragebogen

Frage 16: Hat Frage 16a: W Frage 17: Die Frage 17: Dieser Fragebogen wurde ... [Kommentar]

Ja	Firmenbesuch	von einem Interviewer ausgefüllt
Ja	Erfahrungsaufbau	von einem Interviewer ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer ausgefüllt
Ja	Optik und Akkord	von einem Interviewer ausgefüllt
Ja	Regionswerbung	von einem Interviewer ausgefüllt
Ja	Lebensmittel	von einem Interviewer ausgefüllt
Nein		von mir online ausgefüllt
Ja	Wirtschaftlich	von mir online ausgefüllt
Ja	Marketing, Un	von mir online ausgefüllt
Ja	Erneuerbare E	von mir online ausgefüllt
Ja	Tourismus	von mir online ausgefüllt
Ja		von mir online ausgefüllt
Ja	Bio-Obst und	von mir online ausgefüllt
Ja		von mir online ausgefüllt
Nein		von mir online ausgefüllt
Nein		von mir online ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz.
N/A		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz durchgeführt.
Ja	Informationen	von einem Interviewer ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer ausgefüllt
Ja	Lebensmittel	von einem Interviewer ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz ausgefüllt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz ausgefüllt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt. Aktionen die das Image der Region stärkt und die Wertschätzung für die Region
Nein		von mir online ausgefüllt
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Ja	Tourismus	von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von einem Interviewer durchgeführt von Arrigo Kurz geführt.
Nein		von mir online ausgefüllt
Ja	Mietmöbel	von mir online ausgefüllt
Nein		von mir online ausgefüllt
Ja	Allgemein	von einem Interviewer ausgefüllt
Ja	Allgemein un	von einem Interviewer ausgefüllt
N/A		von mir online Ich möchte mich für das späte Ausfüllen entschuldigen - hatte vorher le

## REGIONET competitive Fragebogen

↻ Leistungen sind positiv!Leben und Leben lassen - Bewusstsein entwickeln, das wir uns in der Region gegenseitig

ider keine Zeit!

fördern können - auch in der Region konsumieren