



universität
wien

DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„Die Wiederentdeckung des Greisslers“

Über die Bedeutung von Dorfläden für die Daseinsvorsorge in ländlichen Gemeinden am
Beispiel Österreichs

verfasst von / submitted by

Alisa Weinand

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2020 / Vienna, 2020

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 190 456 350

Studienrichtung lt. Studienblatt / Lehramtstudium
degree programme as it appears on UF Geographie und Wirtschaftskunde
the student record sheet: UF Italienisch

Betreut von / Supervisor:

Univ. – Prof. Dr. Axel Priebis

Erklärung

Hiermit versichere ich,

- dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubter Hilfe bedient habe,
- dass ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe
- und dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit vollständig übereinstimmt.

Wien, am 07.01.2020

Alisa Weinand

Kurzzusammenfassung:

Die Revolution im Handel, die in den vergangenen 50 Jahren stattgefunden hat und die sich laufend verändernden gesellschaftlichen Bedingungen, haben das rasche Aus für zahlreiche lokale Nahversorgungsbetriebe, sogenannte „Greißler“, bedeutet. Vor allem in ruralen Gebieten Österreichs fanden sich viele Ortschaften plötzlich mit der Situation konfrontiert, dass mit der Schließung des „Greißlers“ eine Versorgungslücke hinterlassen wurde. (vgl. BMLFUW 1995: 60f)

Während berufstätige Auspendler und -pendlerinnen einfach am Weg zur Arbeit oder am Heimweg die Erledigungen in großen Supermärkten oder Diskontern auf der Grünen Wiese tätigen, bleibt die nicht mobile Bevölkerung unversorgt zurück. (vgl. PRIEBS 2017: 10f)

Betroffene haben darauf reagiert und mithilfe von teilweise unkonventionellen Organisationsstrukturen schlichtweg ihren eigenen Dorfläden eröffnet und somit die Versorgung im Ort wieder sichergestellt. Im Zuge dieser Arbeit wurden vier Dorfläden untersucht. Besonderen Wert wurde auf die Art der Organisation, die Finanzierung und auf die Funktionen, die dieser im Ort einnimmt, gelegt.

Um die Hürde der Finanzierung zu meistern, haben zwei der vier Dorfläden auf Mitgliedsbeiträge in Form einer „Bausteinaktion“ gesetzt, was den Vorteil hatte, dass Kunden und Kundinnen dadurch auch moralisch gebunden wurden. Andere haben sich die nötigen Investitionen durch EU-Förderungen des LEADER-Förderprogramms geholt. Auch die Gemeinden leisten in fast allen untersuchten Dorfläden einen wesentlichen Beitrag zu dessen Fortbestand.

Ein Grund für die bereitwillige Unterstützung durch die Europäische Union sowie durch die Gemeinden ist die Tatsache, dass mit der Eröffnung der Dorfläden die gesamte Wohnbevölkerung wieder mit Lebensmittel versorgt ist. Außerdem wird durch die zahlreichen Dienstleistungen, die ebenfalls im Dorfläden angeboten werden auch weitreichendere Versorgung sichergestellt. Die Dorfläden fungieren auch als Treffpunkte in Orten, in denen deren Kaffeecken oft die einzige Gastronomie darstellen und steigern so die Lebensqualität.

Abstract:

Due to changes in society during the past 50 years, people say that commerce has gone through a revolution. Part of this is the continuing closing of small grocery stores, which concludes in huge gaps of supplies for the population, especially in rural or peripheral areas of Austria.

While commuters can make their grocery shopping on their way to work by stopping at big supermarkets outside the city center and transporting them home by car, less mobile population is being left behind.

This thesis is analysing four interviews of residents, who didn't want to accept the fact of not having any supplier left in their village and have decided on opening one themselves. By doing so, they have thought of quite unconventional methods of establishment, for example by founding an association that includes a big part of the village's population.

While analysing the new village shops, it was found evident, that they play a much bigger role within the social dynamics of a village than just to supply its customers with groceries.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung.....	9
1.1 Problemstellung und Forschungsvorhaben	10
1.2 Beschreibung der Methode zur Beantwortung der Forschungsfragen	12
1.2.1 Kriterien für die Dorfauswahl.....	12
1.2.2 Qualitative Regionalforschung	14
1.3 Quellen und Literatur	15
1.4 Vorstellung der Untersuchungsgebiete	16
1.4.1 Fresach.....	16
1.4.2 Birnbaum.....	17
1.4.3 Strem.....	18
1.4.4 Stuben	19
1.4.5 Gegenüberstellung der Gemeinden.....	20
2. Daseinsvorsorge in ländlichen Räumen.....	22
2.1 Was ist Ländlicher Raum?.....	22
2.1.1 OECD Typologie der Raumstruktur	23
2.1.2 Österreichische Anpassung der OECD Typologie	24
2.2 Was ist Daseinsvorsorge?	25
2.3 Entwicklung der Daseinsvorsorge	27
2.4 Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge – Eine Begriffsdefinition	29
3. Der Lebensmitteleinzelhandel in Österreich.....	30
3.1 Die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels von 1950 bis heute.....	31
3.1.1 Die Reduzierung der Betriebsanzahl und die Gefahr der Unterversorgung	32
3.1.2 Problemfeld Marktkonzentration	34
3.1.3 Folgen der Hohen Marktkonzentration.....	35
3.2 Lokale Nahversorgung „Der Greissler ums Eck“	36
3.3 Das Schwinden der Lokalen Nahversorgung (Das „Greisslersterben“)	36

3.4 Gründe des „Greisslersterbens“	38
4. Und was kommt nach dem Greisslersterben?	46
4.1 Änderungen der Gewerbeordnung und der Raumordnung	46
4.2 Förderungen	47
4.2.1 Förderungen der Nahversorger im Burgenland	48
4.2.2 Förderungen der Nahversorger in Kärnten	49
4.2.3 Förderungen der Europäischen Union	50
5. Der „Greissler 2.0“ oder Die Wiederentdeckung des „Greisslers“	52
5.1 Die neue Generation des Greisslers	52
5.1.1 Dorfladen Birnbaum	53
5.1.2 Dorfladen Fresach	54
5.1.3 Unser G’schäft in Strem.....	55
5.1.4 Dorfladen Stuben	56
5.2 Alternative Organisationsformen	57
5.2.1. Birnbaum.....	58
5.2.2 Strem	59
5.2.3 Stuben	60
5.2.4 Fresach	61
5.2.5 Vergleich.....	61
5.3 Kundennähe als Standortvorteil	63
5.4 Multifunktionalität	65
5.5 Mobile Services	70
5.6 Partnerschaften.....	72
5.7 Qualität vor Quantität	74
5.8 Nahversorgung ist Lebensqualität.....	78
5.8.1 Der Dorfladen als Treffpunkt.....	78
5.8.2 Erreichbarkeit ohne KFZ	80

5.8.3 Arbeits- und Ausbildungsplätze.....	83
5.9 Erfolgsgeheimnisse und Schwierigkeiten	84
6.Ein Blick über die Grenzen.....	90
7. Fazit.....	92
8. Abbildungsverzeichnis.....	96
9. Literaturverzeichnis	99
Anhänge	105
Interview 1: Dorfladen Fresach – Ernst Egger	105
Interview 2: Dorfladen Stuben – Gemeinde Bernstein	113
Interview 3: Unser G’schäft in Strem - Bernhard Deutsch.....	122
Interview 4: Dorfladen Birnbaum – Hemma Hohenwarter	134
Leitfaden ExpertInnenbefragung	141
Auswertung der Interviews	143

1. EINLEITUNG

Die österreichischen Gemeinden Fresach (Bezirk Villach Land), Strem (Bezirk Güssing) und die Ortsteile Stuben und Birnbaum, die politisch zu den Gemeinden Bernstein (Bezirk Oberwart) und Lesachtal (Bezirk Hermagor) gezählt werden, haben auf dem ersten Blick wenig gemeinsam. Während Fresach und Birnbaum im südlichsten Bundesland Österreichs, Kärnten, liegen, befinden sich Strem und Stuben im Osten Österreichs, im Bundesland Burgenland. Trotz der geographischen Distanz zueinander, haben die Orte, von denen keiner mehr als 1500 EinwohnerInnen zählt, Eines gemeinsam: Vor wenigen Jahren standen sie vor der Tatsache, dass der letzte Greißler im Ort seine Türen geschlossen und in der Nahversorgung eine große Lücke hinterlassen hatte.

„Also in Strem selbst haben wir 2 Kaufhäuser gehabt und in einem Ortsteil auch eines, da hat’s immer wieder Betreiberwechsel gegeben dadurch, dass die Leute in Pension gegangen sind und, ah, wie gesagt 2010 haben wir dann den Fall gehabt, dass der letzte Greißler geschlossen hat. Aufgrund auch weil er schon 90 Jahre alt war. Und dann haben wir eben kein Kaufhaus gehabt, dann hat sich die Frage aufgetan: Was machen wir jetzt?“ (DEUTSCH 2019), schildert Strem’s Bürgermeister Bernhard Deutsch die damalige Situation.

Die Gründe für die Schließung der letzten Lebensmittelnahversorger sind vielfältig und werden in dieser Arbeit detailliert diskutiert, resultieren aber zumeist aus demographischen und gesellschaftlichen Veränderungen sowie betriebswirtschaftlichen Entscheidungen der Betreiber und Betreiberinnen. Die 4 Beispielsorte, sowie zahlreiche weitere ländlich-peripher gelegenen Gemeinden, die meistens weniger als 1000 EinwohnerInnen verzeichnen und eine geringe wirtschaftliche Dynamik aufweisen, spüren seit Jahren einen starken Rückbau der sozialen und wirtschaftlichen Infrastruktur (vgl. MACHOLD u. TAMME 2009: 155) und das, obwohl im ÖROK (2002: 72f) die „Herstellung gleichwertiger Lebensbedingungen in allen Teilräumen“ als Leitbild definiert wird. Am stärksten betroffen vom Rückbau sind der öffentliche Nahverkehr, Postdienste sowie der Lebensmittel-Einzelhandel. (vgl. MACHOLD u. TAMME 2009: 155)

Für die Einwohner und Einwohnerinnen der vier genannten Ortschaften bedeutete das Fehlen einer Einkaufsmöglichkeit im Ort teilweise eine Entfernung von rund 10 Kilometern bis zum nächsten Supermarkt, und das bei schlechter bis nicht existenter öffentlicher Anbindung. (vgl.

DEUTSCH 2019, EGGER 2019, HOHENWARTER 2019, WEHOFSCHITSCH 2019) „Während mobile Dorfbewohnerinnen und Dorfbewohner, insbesondere Auspendlerinnen und Auspendler ihre Einkäufe am Arbeitsort oder anderen Standorten erledigen können, sind die weniger mobilen Gruppen vom Rückgang des Einzelhandels massiv betroffen.“ (PRIEBS 2018: 8)

„Es ist ja so, dass sich da keiner mehr getroffen hat im Ort, jetzt ist es so, man sieht dass sich die Leute einfach treffen, jung und alt, und dass da einfach wieder ein Leben ist und die Leute sich austauschen können und sozial wieder miteinander, sprich, sich einfach wieder näher kommen, gel? Das war ja alles verloren schon, die letzten 14 Jahre.“ (EGGER 2019: 2)

Das Fehlen von Nahversorgern hat in kleinen Ortschaften aber oft auch zum Bewusstsein geführt, dass damit nicht nur eine bequeme, wohnortnahe Möglichkeit des Lebensmitteleinkaufes wegfällt, sondern, dass die soziale Dynamik und somit auch die Lebensqualität im Ort massiv darunter leiden (vgl. PRIEBS 2018: 8). Aus diesen Gründen sind die Gemeinden Fresach und Strem und die Ortschaften Birnbaum und Stuben aktiv geworden und haben sich für die Wiedereröffnung eines Greißlers eingesetzt.

1.1 PROBLEMSTELLUNG UND FORSCHUNGSVORHABEN

Im Zuge der Betrachtung von Österreichs Bevölkerungszahlen stellt man fest, dass diese stetig steigen. Von diesem Bevölkerungswachstum sind jedoch nicht alle Teile Österreichs gleichermaßen betroffen. Besonders Gemeinden die peripher, also abseits von großen Ballungsräumen wie Wien oder Graz, liegen, haben seit Jahren die herausfordernde Aufgabe, mit einer schrumpfenden und alternden Bevölkerung umzugehen. (vgl. MACHOLD u. TAMME 2009: 154f)

Becker (2000: 158) sieht keine Defizite in der Versorgung von alltäglichen Grundnahrungsmitteln durch das Fehlen eines lokalen Nahversorgers in kleinen Gemeinden. Er begründet das durch die hohe Mobilität der Bevölkerung (motorisierter Individualverkehr), sozialen Zusammenhalt („mitbringen“ von Lebensmitteln) und fahrenden Verkaufsstellen, die auch als soziale Treffpunkte dienen können.

Hier stellt sich die Frage, warum Gemeinden und Länder dann Reaktivierungsmaßnahmen oder Neuansiedelungen von Nahversorgern mithilfe von Steuersenkungen, kostengünstiger oder -freier Bereitstellung von Mietobjekten, Beratung oder gewerbliche Lösungen wie die Integrierung von Postpartner, Café-Haus, Bäckerei oder Trafik unterstützen. (vgl. GRUBER et al. 2015: 154f)

Fehlende Infrastruktureinrichtungen „schneiden Entwicklungsmöglichkeiten ab, verhindern Kommunikation und Interaktion und verstärken möglicherweise physische, soziale und mentale Immobilität.“ (ÖROK 2002: 72f) Die lokale Nahversorgung hat also offenbar für die Wohnbevölkerung eine weitaus größere Funktion als die reine Versorgung mit Gütern für den alltäglichen Gebrauch.

Diese Diplomarbeit beschäftigt sich daher mit der Frage, ob lokale Nahversorgung in Zeiten von hoher individueller Mobilität noch notwendig ist und welche Rolle sie für die soziale Dynamik in peripheren, schrumpfenden Österreichischen Gemeinden spielt. Insbesondere wird der Fokus dabei auf die Analyse der Finanzierungsmöglichkeiten der Dorfläden gelegt.

Daraus ergeben sich folgende Unterfragen:

- Welche Vor- und Nachteile bieten die verschiedenen Organisationsformen von Dorfläden?
- Welche Funktionen erfüllt ein Dorfladen?
- Welche Aspekte tragen besonders zum Gelingen eines erfolgreichen Dorfladenkonzepts bei?

Die Untersuchung wird anhand von vier Gemeinden Österreichs, in denen sich jeweils ein Dorfladen befindet, durchgeführt und von folgenden **Hypothesen** geleitet sein:

1. Der Rückbau der infrastrukturellen Versorgung in schrumpfenden Gemeinden Österreichs gefährdet die Versorgungssicherheit und damit die Lebensqualität und das soziale Zusammenleben im Ort.
2. Der Dorfladen erfüllt mehr Funktionen als nur die reine Versorgungsfunktion mit Gütern des alltäglichen Bedarfs und sollte daher mit öffentlichen Mitteln gefördert werden.

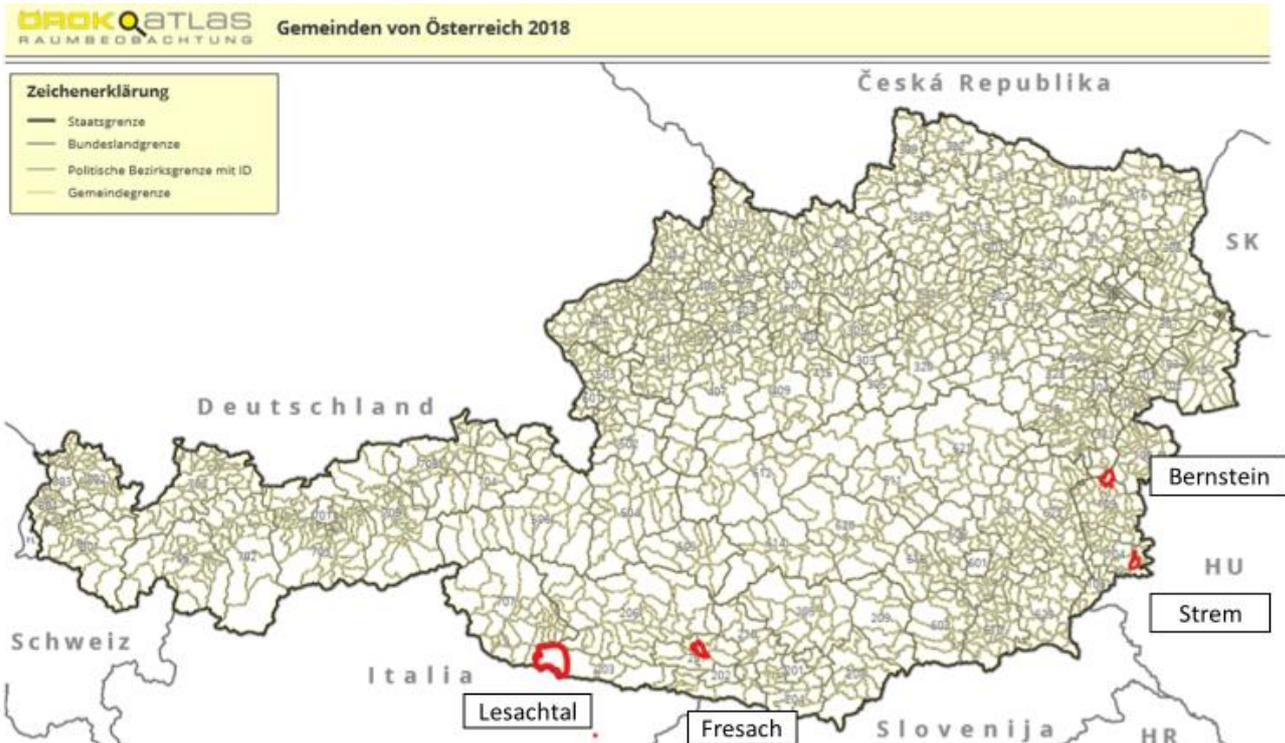
1.2 BESCHREIBUNG DER METHODE ZUR BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN

Für die Beantwortung der Forschungsfragen wurden vier beispielhafte Gemeinden gesucht, deren BetreiberInnen des jeweils neu gegründeten Dorfladens interviewt wurden. Bei der Auswahl der Dörfer wurde auf gewisse Parameter wertgelegt, um möglichst aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten.

1.2.1 KRITERIEN FÜR DIE DORFAUSWAHL

Die für die Untersuchung herangezogenen Orte weisen eine maximale EinwohnerInnenzahl von 1500 auf, weil sie dadurch klein genug sind, um von der Problematik der Unterversorgung betroffen zu sein und außerdem klein genug, sodass die EinwohnerInnen einander gegenseitig kennen und dementsprechend in die soziale Dynamik des Dorfes integriert sind. Ein anderes Kriterium war das Vorhandensein von sozialen Einrichtungen, die das Dorfleben prägen. Jede der ausgewählten Ortschaften verfügt über mehrere Vereine, in denen sich Aktivitäten und Ideen schnell verbreiten. Wichtig war auch, dass die Dörfer vom demographischen und wirtschaftsstrukturellen Wandel betroffen sind um einen Vergleich mit der Literatur unter Rücksichtnahme der statistischen Prognosen anstellen zu können.

Wichtig war auch, dass alle vier Dorfläden unterschiedliche Services anbieten, sowie unterschiedlich organisiert und finanziert sind, sodass Vor- und Nachteile dessen in den Gesprächen thematisiert und verglichen werden können.



Geographisch betrachtet war das wichtigste Auswahlkriterium die räumliche Distanz ins nächste Zentrum zwischen den einzelnen Ortschaften um aufzuzeigen, dass das Phänomen nicht regionspezifisch auftritt, sondern in größerem Maßstab betrachtet werden muss.

Die Gemeinden Bernstein und Strem befinden sich zwar beide im Burgenland, weisen aber dennoch enorme Diversitäten in Bezug auf deren periphere Lage auf.

Auch die Gemeinden Fresach und Lesachtal findet man im selben Bundesland. Lesachtal sticht allerdings durch seine alpine, sehr schwierig zu erreichende Lage hervor. Fresach befindet sich im Bezirk Villach-Land und ist deshalb vom nächsten Zentrum weniger weit entfernt.

Obwohl die Ortschaften viele Gemeinsamkeiten aufweisen, die schlussendlich Kriterium für die Aufnahme in die Untersuchung waren, könnten sie unterschiedlicher nicht sein. Alle 4 weisen eine komplett unterschiedliche Ausgangssituation auf, was die Komplexität der Thematik hervorheben und dem Leser und der Leserin bewusst machen soll.

Die Kontaktaufnahme lief in jedem Ort über den Betreiber des Dorfladens, dessen Kontaktdaten über das Internet leicht eruiert werden konnten. Prinzipiell begegneten mir alle Gesprächspartner mit einer unkomplizierten und auch äußerst spontanen Verfügbarkeit.

1.2.2 QUALITATIVE REGIONALFORSCHUNG

Um die Forschungsfragen beantworten zu können wurde die Methode des qualitativen Interviews gewählt. Qualitative Interviews geben den Informanten und Informantinnen die Möglichkeit Meinungen, Emotionen und Erlebnisse mit ihren eigenen Worten zu beschreiben und haben den Vorteil, dass der Interviewer oder die Interviewerin erkennt, worauf die befragte Person den Fokus legen möchte. Das qualitative Interview erlaubt es Daten zu sammeln, die aus der Observation alleine nicht gewonnen werden können, komplexe Sachverhalte zu fragen, und zeigt außerdem Respekt gegenüber dem Informanten oder der Informantin, der oder die sich die Zeit nimmt und tiefgehende Fragen beantwortet. (vgl. HAY 2010: 150f)

Das qualitative Interview gibt mir auch als einzige Methode die Möglichkeit, Wertschätzung und Respekt den Befragten gegenüber auszudrücken, die sich nicht nur sehr ausführlich für meine Fragen Zeit genommen haben, sondern diese auch sehr ehrlich beantwortet haben und sich im Gespräch auch Aspekte eingestanden haben, die anders gekommen sind, als erwartet und erhofft.

Anfänglich wurde versucht ein strukturiertes Interview durchzuführen, das heißt jedem Interviewpartner und jeder -partnerin dieselben Fragen in derselben Reihenfolge zu stellen. Bereits während des ersten Interviews stellte sich heraus, dass ein semi-strukturiertes Interview weitaus sinnvoller ist, denn so haben die Interviewpartner und -partnerinnen die Möglichkeit, bei den für sie besonders relevanten Fragen auszuholen und oftmals vorzugreifen.

Der Interviewleitfaden, der sich im Anhang dieser Arbeit befindet, stellt ein Kompositum aus primären und sekundären Fragen dar, das sowohl deskriptive, narrative, und kontrastive Impulse gibt.

Als Interviewpartner und -partnerinnen wurden die Betreiber bzw. Betreiberinnen der Dorfläden in den Untersuchungsgebieten ausgewählt. Die Kontaktaufnahme erfolgte erstmals bereits im Frühjahr 2019, um zu erfahren, ob ein Interesse an einer Befragung bestehe. Da die Resonanz sehr positiv war, wurden die genauen Termine telefonisch ungefähr eine Woche vor dem Treffen ausgemacht. Die Interviewpartner und -partnerinnen waren in

- Birnbaum: Stellvertretend für den Obmann des Vereins „Dorfladen Birnbaum“ die Mitarbeiterin der ersten Stunde Hemma Hohenwarter
- Fresach: Der Betreiber des Dorfladens Ernst Egger

- Strem: Obmann des Vereins „Unser Strem - Verein zur Sicherung der Grundversorgung“ und Bürgermeister der Gemeinde Strem Bernhard Deutsch
- Stuben: Obmann des Vereins „Dorfladen Stuben“ Werner Wehofschitsch

Die aus den Interviews erhaltenen Daten wurden sorgfältig nach dem Leitfaden von Dittmar (2004) transkribiert und anschließend wurde für die Analyse der Daten ein Raster vorbereitet. Bei diesem wurden die für diese Arbeit relevanten Schlagwörter definiert und anschließend den Aussagen in den Interviews zugeordnet. Der Analyseraster befindet sich im Anhang der Arbeit.

1.3 QUELLEN UND LITERATUR

Die Dichte an deutschsprachiger Literatur, die zu diesem Thema existiert, zeigt deutlich, dass die Problematik keinesfalls neu ist. Vor allem in Deutschland existieren zahlreiche Best-Practice Regionen und Einzelbeispiele. Allerdings liegt der Fokus zumeist auf der Stadt und nicht in ländlichen Regionen.

Es wurde versucht so viel Literatur aus Österreich wie möglich in Betracht zu ziehen, in Deutschland gab es jedoch schon konkrete, realisierte Projekte, als in Österreich erst das Problem definiert wurde, was einen Blick nach Deutschland daher unbedingt notwendig machte.

1.4 VORSTELLUNG DER UNTERSUCHUNGSGEBIETE

1.4.1 FRESACH



Abbildung 1: Fresach, Quelle: Gemeinde Fresach 2019

Die Gemeinde Fresach gehört zum Kärntner Bezirk Villach-Land, liegt auf 715m Seehöhe und zählt 1206 EinwohnerInnen auf einer Fläche von 38,8km². Die Gemeinde umfasst insgesamt 6 Ortsteile, dazu zählen Amberg, Laas, Mitterberg, Mooswald, Tragenberg und der namensgebende Ortsteil Fresach.

Wirtschaft: Die Gemeinde ist Heimat der Tischlerei Baumgartner, den Unternehmen Technoplan, Land- und Forsttechnik, Go-Mobil und dem Dorfladen Fresach. Des Weiteren gibt es den Direktvermarkter „Stanahof“ und die drei Gasthöfe „Zum Wirth“, „Walder“ und „Steinwender“.

Vereinswesen: Fresach verfügt über ein sehr großes Vereinswesen. Die 1251 EinwohnerInnen haben die Möglichkeit sich bei folgenden Vereinen zu engagieren:

- Bergteufel Fresach
- Singkreis Fresach
- Trachtenfrauen Fresach
- Vokalsolisten Kärnten

- Volkstanzgruppe
- Mirnock Highländer
- Ringergruppe Fresach
- SC Fresach
- TC Fresach
- Pensionistenverband
- und die Feuerwehren Fresach und Mooswald

(vgl. Gemeinde Fresach 2019)

1.4.2 BIRNBAUM

Die Kärntner Gemeinde Lesachtal (Bezirk Hermagor) liegt im namensgebenden Lesachtal, das sich bis nach Osttirol zieht. Im Norden wird das Tal von den Lienzer Dolomiten begrenzt und im Süden von den Karnischen Alpen, die Richtung Süden hin auch die Grenze zu Italien darstellen.

Auf einer Fläche von 190,62km² leben 1333 Personen. Das sehr stark zersiedelte Gemeindegebiet teilt sich in die Ortsteile Liesing, St. Lorenzen, Maria Luggau und Birnbaum, wo sich der Dorfladen befindet. Die Gemeinde Lesachtal ist mit 960m – 1.179m Seehöhe die am Höchsten gelegene der vier Untersuchungsgemeinden. (vgl. Tourismusverband Lesachtal 2019) Der Ortsteil Birnbaum, der 1973 mit den anderen Ortsteilen zur Gemeinde Lesachtal eingegliedert wurde und in dem sich der untersuchte Dorfladen befindet, zählt nur 61 EinwohnerInnen und befindet sich auf 960m Seehöhe.



Abbildung 2: Gemeinde Lesachtal, Quelle: Tourismusverband Lesachtal 2019

Wirtschaft: Der Ortsteil Birnbaum, in dem sich der untersuchte Dorfladen befindet, beherbergt zwei Gasthöfe, den „Birnbaumerwirt“ und den „Edelweißhof“, und den Dorfladen.

Vereinswesen: Das Vereinswesen der Gemeinde Lesachtal ist vielfältig, dazu zählen:

- Bauernkapelle
- Freiwillige Feuerwehr
- Kirchenchor
- Dorfgemeinschaft
- Die Karnischen
- Fischerrunde
- Jugend
- Katholische Frauenbewegung
- Pensionistenverband u.v.m.

Obwohl die Gemeinde Lesachtal eine der Gemeinden mit dem größten Vereinswesen ist, konnte kein Verein mit Sitz in Birnbaum gefunden werden. (vgl. Tourismusverband Lesachtal 2019)

1.4.3 STREM



Abbildung 3: Gemeinde Strem, Quelle: Marktgemeinde Strem 2019

Strem ist eine südburgenländische Gemeinde im politischen Bezirk Güssing. Zusätzlich zum namensgebenden Ortsteil Strem bilden die Ortsteile Deutsch Ehrendorf, Steinfurt und Sumetendorf die Gemeinde mit ihren 898 Einwohnern und Einwohnerinnen. Die Gemeinde erstreckt sich über eine Fläche von 23,77km² und liegt auf 207m Seehöhe. (vgl. Marktgemeinde

Strem 2019a) Die Region ist bekannt für den Weinbau, besonders für die Sorte der Uhdler-Traube und die berühmten Kellerviertel. (vgl. ebd 2019c)

Wirtschaft: Insgesamt gibt es 40 Wirtschaftstreibende in Strem, zu denen unter anderem zwei Tischlereien, eine Malerei, ein Friseur, eine Tankstelle, eine Raiffeisenbankfiliale, Heilmassseure, ein Bauunternehmen und der Dorfladen gehören.

Vereinswesen: Mit 43 Vereinen weist Strem ein starkes Vereinsnetz auf, dazu zählen unter anderem:

- Seniorenbund
- Singkreis
- UFC (Union Fußballclub)
- Weinbauverein
- Kriegsoffer- und Behindertenverein
- Freiwillige Feuerwehr
- Unser Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung „Unser G’schäft in Strem“ (vgl. ebd 2019b)

1.4.4 STUBEN



Abbildung 4: Ortsteil Stuben, Quelle: Günter Nikler , Best of

Stuben ist neben Dreihütten, Redlschlag und Rettenbach ein Ortsteil der burgenländischen Gemeinde Bernstein, die sich im Bezirk Oberwart befindet.

Bernstein zählt mit allen Ortsteilen 2111 Einwohner und Einwohnerinnen wobei 389 davon in Stuben gemeldet sind. Stuben erstreckt sich über eine Fläche von 602,91 ha und hat

zahlreiche Mineralquellenvorkommen. (vgl. Marktgemeinde Bernstein 2019a)

Wirtschaft: In Stuben befindet sich der Gasthof der Familie Kappel, ein Fassadenwerk, eine Tischlerei, Möbelmontage und Planung von Parkettböden, ein Schmiedemeister, zwei Gütertransportfirmen und der Dorfladen. (vgl. ebd 2019b)

Vereinswesen: Zum Vereinswesen Stubens gehören der

- Tennisclub
- Sportverein
- Freiwillige Feuerwehr
- Verein Dorfladen
- Burschenklub
- Pensionistenverband (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

1.4.5 GEGENÜBERSTELLUNG DER GEMEINDEN

Beim Vergleich der vier Ortschaften fällt auf, dass die Zahl der Einwohner und Einwohnerinnen mit 61 in Birnbaum am Geringsten und mit 1206 in Fresach am Höchsten ist. Die Entfernung zum nächsten Supermarkt beträgt nie über 8 Kilometer, jedoch ist hier anzumerken, dass die in die Tabelle angegebenen Autominuten bei durchschnittlichem Verkehr berechnet wurden und hier teilweise äußerst schwierig zu passierende Straßenabschnitte konfrontiert werden müssen, wie zum Beispiel die Straße im Lesachtal zwischen Birnbaum und Liesing, die durch zahlreiche Serpentinien charakterisiert ist.

Merkmale/Dorf	Birnbaum	Fresach	Strem	Stuben
Bundesland	Kärnten	Kärnten	Burgenland	Burgenland
Politischer Bezirk	Hermagor	Villach Land	Güssing	Oberwart
EinwohnerInnen	61	1206	898	389
Entfernung zum nächsten Oberzentrum bzw. Zentralen Standort der Stufe 2	Villach: 88,7km (86 Autominuten)	Villach: 22km (28 Autominuten)	Güssing 7,8km (8 Autominuten)	Oberwart: 17,1km (16 Autominuten)

Entfernung zum nächsten Supermarkt	SPAR-Markt in Liesing: 7 km (13 Autominuten)	BILLA in Ferlach: 5,1 km (7 Autominuten)	BILLA in Güssing: 7,8 km (8 Autominuten)	Nah & Frisch in Bernstein: 5,4 km (7 Autominuten)
Öffentliche Verkehrsanbindung zum nächsten Supermarkt (in Minuten)	Keine	32-190 Minuten	Keine	Keine
Anzahl Vereine	-	Mehr als 10	Mehr als 10	6
Gastronomie	2 Gasthäuser	3 Gasthäuser	1 Gasthaus im Ortsteil Steinfurt 1 Kaffeehaus integriert im Generationendorf	1 Gasthaus (Küche nur nach Voranmeldung)
Neue Bürgervereine	Verein Dorfladen Birnbaum (gegründet 1997)	-	Unser Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung „Unser G’schäft in Strem“ (gegründet 2012)	Verein Dorfladen (gegründet 2013)

Tabelle 1: Vergleich der vier Ortschaften

Ausdrücklich zu beachten ist außerdem, dass sich die Autominuten auf den individuellen PKW beziehen und keinesfalls auf öffentliche Verkehrsmittel. Bei der Recherche mit Hilfe des Routenplaners des Geoinformationssystems „GoogleMaps“ konnte zwischen den Orten Birnbaum, Strem und Stuben und deren nächstgelegenen Supermarkt keine einzige öffentliche Verbindung gefunden werden. Eine derartige Situation sichert die Nahversorgung für PKW Besitzer und Besitzerinnen zwar, lässt aber eine enorme Versorgungslücke für die weniger mobile Bevölkerung entstehen.

Die Entfernung ins nächste Oberzentrum gilt für die Orte in Kärnten, denn im Burgenland spricht man von Zentralen Orten der Stufe 2. Auch hier ist eine kritische Betrachtung der Kilometerangaben notwendig, denn die beiden Kategorien sind nicht eins zu eins miteinander vergleichbar, was für die Wohnbevölkerung bedeutet, dass in den beiden Kategorien von Zentren unterschiedliche Dienstleistungen angeboten werden.

2. DASEINSVORSORGE IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

2.1 WAS IST LÄNDLICHER RAUM?

Soziale Ungleichheiten entstehen aufgrund von Stand, Klasse, Schicht, Milieu und Geschlecht (vgl. MACHOLD 2010: 43). Die Komponente des Raumes, der von Löw (2011) als „relationale (An)Ordnung sozialer Güter und Lebewesen an Orten“ (ebd. S.212) definiert wird, spielt jedoch eine nicht unbedeutende Rolle in der Entstehung von Ungleichheit.

Werden Teilhabechancen am gesellschaftlichen Leben durch das erschwerte räumliche Erreichen von Gütern, Dienstleistung, Arbeitsplatz oder gesundheitlicher Versorgung erschwert, so zeigt sich deutlich, dass der Raum einen erheblichen Beitrag am Phänomen sozialer Ungleichheit leistet. Dies ist meist in ländlich peripheren Räumen der Fall, da diese räumlich distanziert von Machtpotenzialen und Kapital sind. Die Verbindung zwischen Ungleichheit und Raum resultiert im Begriff der regionalen Ungleichheit. (vgl. MACHOLD 2010: 41f)

Auf diversen Ebenen wird versucht Raum systematisch einzuteilen um die Prozesse, die in diesem stattfinden mit einer gewissen Logik rechtfertigen zu können. Diese Einteilungen oder Kategorien des Raumes können auch nationalstaatsübergreifend sein. Gesellschaftliche Entwicklungen finden nicht auf dem gesamten Staatsgebiet gleichmäßig statt, wobei in der wissenschaftlichen Diskussion häufig die Unterschiede in der Entwicklung zwischen ländlichem und urbanem Raum beleuchtet werden.

Der ländliche Raum wird oft sehr vage als Gegensatz zum urbanem Raum definiert, was jedoch eine enorme Vereinfachung der Problematik darstellt. Die Definition wird meistens über Indikatoren wie Bevölkerungsdichte, Pendlerquote und Bedeutung des Agrarsektors formuliert. Im globalen Kontext betrachtet, kann EIN Ländlicher Raum als dieser nicht existieren, man benutzt daher den Pluralbegriff der „Ländlichen Räume“. Die Probleme, Ausgangslagen, Entwicklungspotenziale und Möglichkeiten sind so vielfältig, dass es nicht fair scheint, sie zu einer Kategorie zusammenzufassen. (vgl. MACHOLD 2010: 18)

Für die überregionale Raumordnungspolitik ist es jedoch notwendig, eine solche Kategorisierung vorzunehmen, um den Raum in einander ähnliche Einheiten unterteilen zu

können. Das passiert auf Landesebene, auf Nationalstaatsebene, auf EU-Ebene und sogar auf globaler Ebene, wie es zum Beispiel die OECD macht.

2.1.1 OECD TYPOLOGIE DER RAUMSTRUKTUR

Schon zu Beginn der 1990er Jahre wurde von der OECD eine Typologie „aufgrund der Defizite in der internationalen Vergleichbarkeit und einer zunehmenden Wahrnehmung der ländlichen Entwicklungsprobleme“ (ebd. 2010: 18) erarbeitet, die auf den Indikator der Bevölkerungsdichte basiert. Die Typologie basiert auf 2 Ebenen, der lokalen und der regionalen Ebene, die am Ende miteinander verknüpft werden.

Die lokale Ebene unterteilt den Raum zunächst in „ländliche“ (Bevölkerungsdichte liegt unter 150 Einwohner und Einwohnerinnen pro km²) und „städtische“ Gemeinden. Auf Basis dieser Kategorisierung wird auf regionaler Ebene analysiert, wie groß der Anteil der „ländlichen“ Gemeinden in einer Region ist. Das führte zu einem Modell, in dem drei Regionstypen voneinander unterschieden werden können (vgl. ebd. 2010: 19, Dax 1996):

- *überwiegend ländliche Gebiete:* Mehr als 50% der Einwohner und Einwohnerinnen dieser Region leben in ländlichen Gemeinden. Außerdem zeichnen sich diese Gebiete durch niedriges Einkommensniveau, einen hohen Anteil älterer Personen und eine Agrarquote von mehr als 5% aus.
- *maßgeblich ländliche geprägte Gebiete:* In dieser „Übergangsregion“ leben 15 bis 50% aller Einwohner und Einwohnerinnen in ländlichen Gemeinden.
- *überwiegend urbanisierte Gebiete:* In diesen Gebieten findet man meist eine hohe EinpendlerInnenquote vor und weniger als 15% der Bevölkerung wohnt in ländlichen Gemeinden.

Im internationalen OECD Vergleich bedeutet das, dass in Österreich der Großteil der Bevölkerung in „überwiegend ländlichen Gebieten“ lebt. Die anschließende thematische Karte zeigt auch, dass sich alle vier Untersuchungsgemeinden in Regionen befinden, die der Kategorie „überwiegend ländliche Gebiete“ entsprechen. Lediglich die Region Wien und das Rheintal in Vorarlberg fallen in die Kategorie „überwiegend urbanisierte Gebiete“.

Die Kategorisierung Österreichs nach der OECD Typologie besagt, dass 47% der Staatsbevölkerung in ländlichem Raum und 78% der Bevölkerung in „überwiegend ländlichen Regionen“ leben. Das macht einen ländlichen Anteil an der Gesamtfläche Österreichs von 91% aus. (vgl. ÖROK 2006: 27)

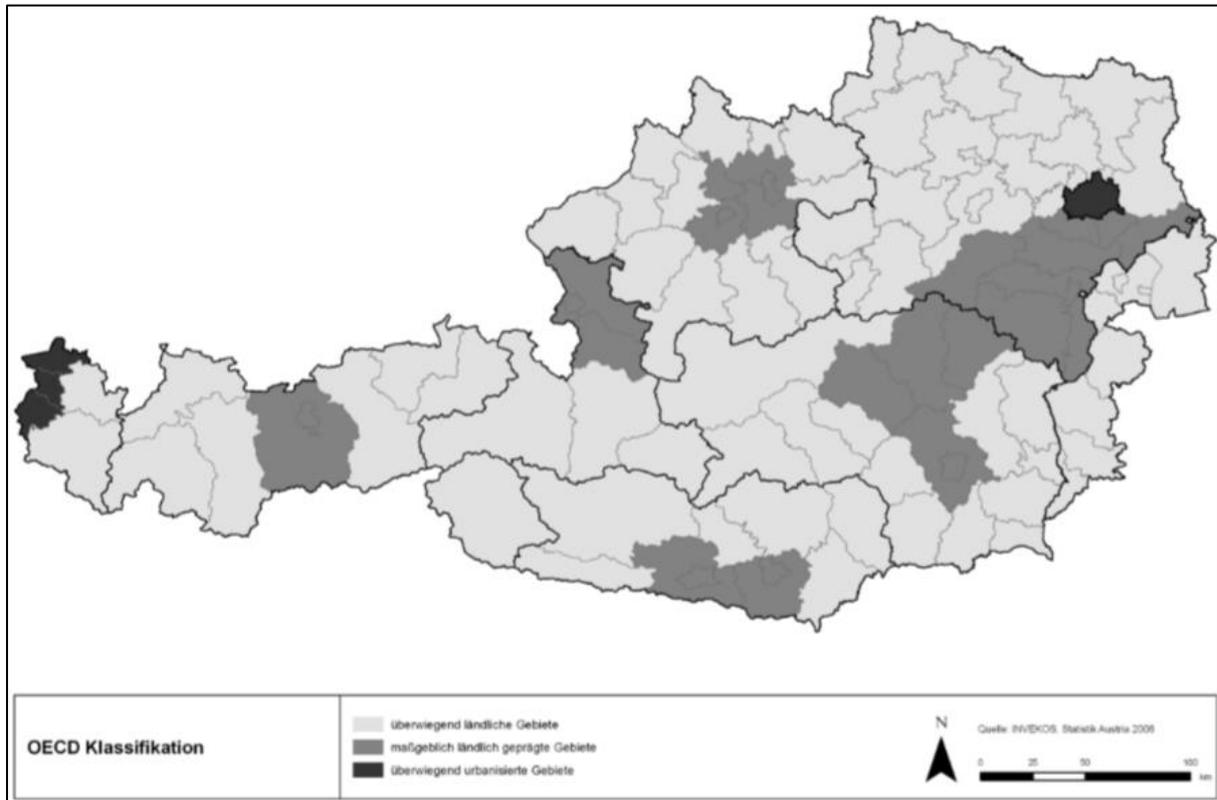


Abbildung 5 OECD Klassifikation Österreichs, Quelle: Machold 2010

2.1.2 ÖSTERREICHISCHE ANPASSUNG DER OECD TYPOLOGIE

Aufgrund der groben Einteilung der Regionen und der sehr unterschiedlichen Entwicklungstendenzen innerhalb dieser, werden von Dax et al. (2009: 27ff), in Anlehnung an die OECD Typologie, folgende Raumtypen für die ländlichen Räume Österreichs unterschieden:

- *Ländliche Gebiete in urbanisierten Regionen:* Diese Gemeinden mit weniger als 30.000 Einwohnern und Einwohnerinnen zählen für gewöhnlich nicht zu den ländlichen Räumen, da sie sich im Umland von großen urbanen Gebieten befinden und durch starke Wechselbeziehungen mit diesen charakterisiert sind. Sie weisen meist eine

dynamische Entwicklung auf und werden deshalb oft als Zwischenstadt oder Zwischenland bezeichnet.

- *Vom Intensivtourismus geprägte ländliche Gebiete:* Die Wirtschaftsentwicklung in diesen Gebieten ist derzeit positiv, allerdings sind sie sehr stark vom Sommer- und Wintertourismus abhängig. Die klimatischen Veränderungen zwingen sie zum daher zum Handeln.
- *Periphere ländliche Gebiete:* Es handelt sich hierbei um strukturschwache Gebiete, die an die nördlichen und östlichen Nachbarländer grenzen (das Südburgenland und somit auch die Untersuchungsgebiete Strem und Stuben) oder die sich in inneralpinen Lagen befinden und durch ungünstige Verkehrsanbindung gekennzeichnet sind (Birnbaum und Fresach). In diesen Gebieten findet man eine geringe Wirtschaftskraft, langanhaltende Bevölkerungsverluste und sozio-ökonomische Benachteiligungen, was oft in einer Abwärtsspirale resultiert.

Die Raumordnung steht in allen Teilräumen Österreichs vor der Herausforderung, wie man peripher ländliche Gebiete trotzdem am gesellschaftlichen Leben teilhaben lassen und ihnen Grundversorgung garantieren kann.

Für eine Annäherung an das Problem findet man in 7 von 9 Raumentwicklungskonzepten der Bundesländer eine Orientierung am Zentrale-Orte Konzept.

2.2 WAS IST DASEINSVORSORGE?

„Daseinsvorsorge sichert die Grundversorgung der Bevölkerung mit öffentlichen Dienstleistungen und öffentlicher Infrastruktur.“ (SCHÄFERS 2015: 167)

Der Begriff wurde im deutschen Sprachraum seit den späten 1920er und bis in die frühen 1970er Jahre stark von Ernst Forsthoff, einem deutschen Staats- und Verfassungsrechtler, geprägt. (vgl. beispielsweise NEU 2009: 9, SCHÄFERS 2015: 167, FOLKERS 2017: 855)

Forsthoff, der als Professor für öffentliches Recht arbeitete, stellte schon in den 1930er Jahren in Deutschland, das zu der Zeit vom Nazi-Regime regiert wurde, sein Konzept vor und forderte, dass der Staat Verantwortung für die Sicherstellung von Infrastrukturgütern in

Industriegesellschaften übernehmen müsse. Auch wenn seine Ideen zu dieser Zeit kaum gehört wurden, war das Stichwort „Daseinsvorsorge“ nach Ende des Zweiten Weltkrieges ein essenzieller Bestandteil des Sozialstaates (vgl. FOLKERS 2017: 855) und leistete einen erheblichen Beitrag für das „Zusammenwachsen und -halten in der Nachkriegs- und Wiedervereinigungsgesellschaft der Bundesrepublik“ (NEU 2009: 10). Daseinsvorsorge hatte in Deutschland also eine weitaus größere Rolle inne als nur die der Versorgung, weil Bürgern und Bürgerinnen flächendeckender Zugang zur gesellschaftlichen Entwicklung des Landes gewährt wurde. Die Legitimierung von Forsthoffs Konzept ergab sich aus den sich veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die durch die zunehmende Entwicklung der Industriegesellschaft und die einhergehende Veränderung des vertrauten Umfeldes der Menschen, der nach sozialer Versorgung und Sicherheit strebt. (vgl. ebd. 2009: 10)

Definierte Forsthoff das Konzept der Daseinsvorsorge in seinem 1937 erschienenen Werk noch als „die Darbietung von Leistungen, auf welche der in die modernen massentümlichen Lebensformen verwiesene Mensch lebensnotwendig angewiesen ist“ (NEU 2009: 10), entwickelte sich seine Einstellung bis zu seinem Werk „Lehrbuch des Verwaltungsrechts“ dahingehend, dass er das Wort „lebensnotwendig“ aus der Definition strich. Vorerst zählte er zur Daseinsvorsorge die Versorgung mit Gas, Wasser, Telekommunikation, Elektrizität und öffentlichem Verkehr sowie die „Vorsorge im Falle von Krankheit, Alter, Invalidität und Arbeitslosigkeit.“ (NEU 2009: 10). Zum späteren Zeitpunkt unterschied er zwischen Leistungen, über die man frei entscheiden kann, ob man sie in Anspruch nimmt (z.B. Theater, Volkshochschule) oder Leistungen, die jeder Haushalt automatisch in Anspruch nimmt (z.B. Gas, Wasser und Elektrizität). (vgl. ebd. 2009: 10)

In fast allen Industriestaaten existiert das Konzept Daseinsvorsorge, auch wenn es unterschiedliche Namen trägt und unterschiedlich umfangreich ausfällt: In den USA und in Australien kennt man die, zum Beispiel, öffentlich bereitgestellte Wasserver- und entsorgung als „universal service“ wohingegen man in Großbritannien von „public service“ oder von „service of general economic interest“ spricht. Diese Bezeichnung setzte sich auch auf EU-Ebene durch, wo man von „Dienstleistungen von allgemeinem (wirtschaftlichem) Interesse“ spricht. (vgl. NEU 2009: 9)

Welche Dienstleistungen vom Staat angeboten werden, ist eine politische Entscheidung, die vom sozialen, ökonomischen und politischen Wandel abhängt (vgl. SCHÄFERS 2015: 167f) und auch die zentrale Aufgabe von Daseinsvorsorge hat sich seit Ernst Forsthoff stark

verändert. Der Staat fungiert nicht mehr nur als Bereitsteller von Infrastruktur, sondern springt vielmehr dort ein, wo eine privatwirtschaftliche und marktorientierte Bereitstellung aus ökonomischen Gründen nicht mehr als rentabel bezeichnet werden kann. (vgl. FOLKERS 2017: 856)

2.3 ENTWICKLUNG DER DASEINSVORSORGE

Die Nachkriegsjahre waren in Österreichs Raumordnungspolitik bis in die 1970er Jahre von dem Glauben daran geprägt, dass es eine verzögerte Entwicklung der Regionen („nachholende Regionen“) gäbe. Mit Hilfe von quantitativ und qualitativ hochwertiger Versorgung von Einrichtungen der Daseinsvorsorge kann diese Entwicklung nachgeholt werden und räumliche Disparitäten können großflächig verschwinden. Das alles geschah unter dem von der Raumordnungspolitik definierten Leitbild der „Herstellung gleichwertiger Lebensbedingungen“. (vgl. MACHOLD 2011: 3)

Im Sinne der Verteilungsgerechtigkeit sollen also auch strukturschwache Regionen, gleichermaßen wie strukturstarke, mit Gütern und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge ausgestattet werden. (vgl. ebd. 2011: 3) Das hatte als Resultat, dass sich das Land immer mehr an die urbane Lebensweise anglich, also urbanisiert wurde. Es wurden Kindergärten, weiterführende Schulen, Dorfgemeinschaftshäuser mit Wasch- und Bügelhäusern und Ähnliches geschaffen, die technische Infrastrukturanpassung dauerte allerdings um Einiges länger. (vgl. STEINFÜHRER 2014: 7f)

Eine „flächendeckende Versorgung mit Einrichtungen der Daseinsvorsorge bei gleichwertiger Qualität und gleichem Preisniveau wird vor allem in ländlich peripheren Regionen zunehmend in Frage gestellt“ (MACHOLD 2011: 2). Grund dafür ist die Tatsache, dass betriebswirtschaftliche Interessen im Vordergrund stehen und von Prozessen wie Marktliberalisierung, Privatisierung und Ausgliederung, die in den letzten Jahrzehnten in Österreich stattgefunden haben, verstärkt wurden. Vor allem ländlich periphere Regionen sind von einem lückenhaften Versorgungsnetz der Daseinsvorsorge betroffen, weil sie durch folgende 4 von der OECD definierten Faktoren erschwert wird:

1. geringe Zugangsmöglichkeiten zu den Einrichtungen der Daseinsvorsorge
2. größere Distanzen zwischen den Gemeinden
3. geringe Bevölkerungsdichte und
4. fehlende kritische Masse der Nutzer und Nutzerinnen

All diese Faktoren erschweren eine betriebswirtschaftliche Rentabilität und erklären, warum Dienstleistungen der Daseinsvorsorge oftmals aus ökonomischen Gründen eingespart werden. (vgl. ebd. 2011: 2)

Die in Österreich beobachtbaren Veränderungen der Altersstruktur, der Bevölkerungszahl und damit einhergehend der Beschäftigungszahlen, sowie leere Staatskassen zwingen den Staat einzugreifen, um die Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse im gesamten Staatsgebiet sicherzustellen (vgl. GRUBER et. al. 2015: 150ff).

In den ländlichen Regionen Österreichs war in den letzten Jahrzehnten eine starke Entwicklungsdynamik zu spüren. Nach dem Leitbild der Herstellung gleichwertiger Lebensbedingungen, wurden sämtliche Teilbereiche der Infrastruktur zur Sicherstellung der Daseinsvorsorge soweit ausgebaut, dass man mancherorts von flächendeckender Vollversorgung sprechen konnte (vgl. MACHOLD u. TAMME 2005: 13). In den letzten Jahren konnte man allerdings eine stark gegenläufige Entwicklung beobachten, von der hauptsächlich periphere Gebiete die sowohl eine geringe Bevölkerungszahl als auch eine geringe wirtschaftliche Dynamik aufweisen, betroffen sind (vgl. ebd. 2009: 154). Der Liberalisierungstrend von staatlichen Institutionen hat vor Österreichs Grenzen nicht Halt gemacht: So wurde beispielsweise das österreichische Postwesen mit 1.5.1996 aus dem Bundeshaushalt ausgegliedert und ist seitdem privatwirtschaftlich organisiert. Seitdem hat sich die Zahl der Postfilialen dramatisch dezimiert. Allein durch die Schließungswelle 2005 gab es in selbigem Jahr nur noch 1283 Postfilialen, das sind um 1067 weniger als noch im Jahr 2001. (vgl. ebd. 2005: 73f)

Ähnliche Entwicklungen lassen sich auch in der Nahversorgung im Lebensmittelbereich beobachten, der von einem massiven Strukturwandel betroffen ist.

2.4 NAHVERSORGUNG ALS TEIL DER DASEINSVORSORGE – EINE BEGRIFFSDEFINITION

Machold und Tamme (2005: 24) teilen den Begriff Nahversorgung in ihrem Forschungsbericht in 2 Untergruppen: Zum Einen nennen sie die Güter des täglichen Bedarfs, die im Supermarkt oder beim Kaufmann/ bei der Kauffrau bezogen werden, zum Anderen Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, wie zum Beispiel die Post. Der Fokus liegt eindeutig auf der kurzfristigen Bedürfnisbefriedigung des täglichen Bedarfs. Meixner et al (2007) gehen mit ihrer Definition von Nahversorgung mehr in die Tiefe:

Unter Nahversorgung wird die „Distribution materieller und immaterieller Wirtschaftsgüter von relativ geringem Wert (Waren und Dienstleistungen) für die alltägliche Bedarfsdeckung verstanden. Die Versorgungsbetriebe befinden sich nahe dem Wohnort des Verbrauchers, werden mehrmals pro Woche frequentiert und sind ohne Benutzung eines Kraftfahrzeugs oder öffentlichen Verkehrsmittels erreichbar. (MEIXNER et al 2007: 26)

Diese umfangreiche Definition umfasst auch die Tatsache, dass jeder Einwohner und jede Einwohnerin eines Ortes dieses Angebot nutzen kann, unabhängig vom Motorisierungsgrad, denn der Nahversorgungsbetrieb befindet sich räumlich nahe dem Wohnort und kann somit zu Fuß erreicht werden. Dietl et al (2016: 228) erweitern die obenstehende Definition durch „zusätzliche Einrichtungen der Grundversorgung und Dienstleistungen, die die Bevölkerung an der Teilhabe am gesellschaftlichen, kulturellen aber auch wirtschaftlichen Leben unterstützen.“ Sie betonen also nicht nur die rein physische Versorgung, sondern auch die Partizipation an sozialen Dynamiken im Dorf.

3. DER LEBENSMITTELEINZELHANDEL IN ÖSTERREICH

Unter Lebensmitteleinzelhandel versteht man Betriebe, die darauf ausgerichtet sind „Güter an private Haushalte, auch Konsument oder Endverbraucher genannt, in Kleinmengen zu verkaufen, ohne diese Güter in der Regel selbst zu erzeugen oder zu bearbeiten bzw. verarbeiten“. (HENNETMAIER 2005: 13)

Die Mittlerfunktion des Handels kann in unterschiedlichen Maßstäben stattfinden. Man unterscheidet Geschäfte des Lebensmitteleinzelhandels anhand der Größe der Verkaufsfläche, also anhand jener Fläche, die den Kunden und Kundinnen zugänglich ist und eine funktionale Einheit bildet (vgl. ebd. 2005: 14f):

- Verbrauchermärkte mit einer Verkaufsfläche ab 1000m²,
- Supermärkte mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 1000m²,
- große Lebensmittelgeschäfte mit einer Verkaufsfläche zwischen 250 und 400m²,
- kleine Lebensmittelgeschäfte mit einer Verkaufsfläche bis 250m².

Auch unter dem Parameter des Ortes, an dem die Dienstleistung stattfindet, lassen sich Geschäfte des Lebensmitteleinzelhandels unterscheiden:

- stationärer Handel (dazu zählen Supermärkte wie SPAR und Billa, Diskonter wie Hofer und Lidl und auch Greißler),
- nicht-stationärer Handel (z.B. Fahrverkäufer, Zustellservice, ...),
- Versandhandel (z.B. Onlineshop, Katalogversand, Teleshopping, ...). (vgl. ebd. 2005: 13)

Die kleinen Lebensmittelgeschäfte, bis zu einer Fläche von 250m² sind heute nur noch selten anzutreffen, meistens handelt es sich dabei um sogenannte „Gleißler“.

3.1 DIE ENTWICKLUNG DES LEBENSMITTELEINZELHANDELS VON 1950 BIS HEUTE

Mit der Steigerung des Haushaltsbudgets nach dem Zweiten Weltkrieg ging auch eine Steigerung des Konsums einher, was als Konsequenz den Trend der Vergrößerung der Ladenfläche hatte. Damit einhergehend ging aber auch die Zahl der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte zurück. Kamen in Wien Mitte der 1950er Jahre auf eine Fläche von 150m²x150m² noch drei Lebensmittelgeschäfte, so war es in den 1980er Jahren nur noch maximal ein Geschäft (vgl. RATHUSKY 2013: 19). Die sozialistisch ausgerichteten Konsumgenossenschaften, die 1856 in Wien gegründet wurden, waren der Grund dafür, dass im Jahr 1950 in Linz (vgl. EIGNER 2006: 56) der erste Selbstbedienungs-Supermarkt seine Tore öffnete. Geworben wurde mit der Möglichkeit des Preisvergleichs, der eigenständigen Entscheidung über das Einkaufstempo und mit dem Einkauf als Erlebnis (vgl. GRUBER 2018: 26f). In den 1980er Jahren stieg der Aufgabenbereich des Lebensmitteleinzelhandels, denn „er gliederte die Distribution in die eigene Logistik ein, entwickelte eigene Kommunikationsstrategien, übernahm die autonome Sortimentsbildung und erzielte gleichzeitig eine Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses.“ (BMLFUW 1995: 63).

Mit der Vergrößerung der Verkaufsfläche ging auch die Expansion der größer werdenden Filialen auf die „Grüne Wiese“ einher. Die eher abseits gelegenen Filialen hatten flächenmäßig kaum Einschränkungen und konnten den Kunden und Kundinnen außerdem ausreichend Parkplätze zur Verfügung stellen, die notwendig wurden, da Einkäufe nicht mehr täglich, sondern nur noch ein bis zweimal pro Woche gemacht wurden, dafür aber in größeren Mengen. Der gesellschaftliche Wandel hat weitere Einkaufstrends hervorgebracht: Einkaufen wird zum Freizeiterlebnis und stellt den neuen Konsumententypus mit großen „Shopping Cities“ zufrieden, in denen nicht nur zahlreiche Fachmärkte und Lebensmittelgeschäfte, sondern auch Events und Freizeitaktivitäten (Kino, Eislaufplatz, Spieleshalle, Kaffeehaus, ...) kombiniert vorgefunden werden können. (vgl. EIGNER 2006: 44)

3.1.1 DIE REDUZIERUNG DER BETRIEBSANZAHL UND DIE GEFAHR DER UNTERVERSORGUNG

Die flächenmäßig großen Lebensmittelgeschäfte, man spricht von einer Fläche von 400m² bis zu 10.000m², bilden ganze Einkaufsagglomerationen auf der Grünen Wiese, also außerhalb des Ortsgebietes und zumeist nur mit den PKW erreichbar, um den Kunden und Kundinnen ausreichend Platz anbieten zu können. Der ausgeübte Druck auf die flächenmäßig kleinen Lebensmittelgeschäfte zwingt viele BetreiberInnen zur Schließung, weil sie hinsichtlich der Größe des Produktsortiments und der ausgedehnten Öffnungszeiten nicht mithalten konnten. 1980 gab es in Österreich noch rund 13.000 Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel, 1995 waren es jedoch nur noch um die 7.941. Parallel zu der starken Reduzierung der Outlets, fandet beinahe eine Verdoppelung des Jahresumsatzes statt.

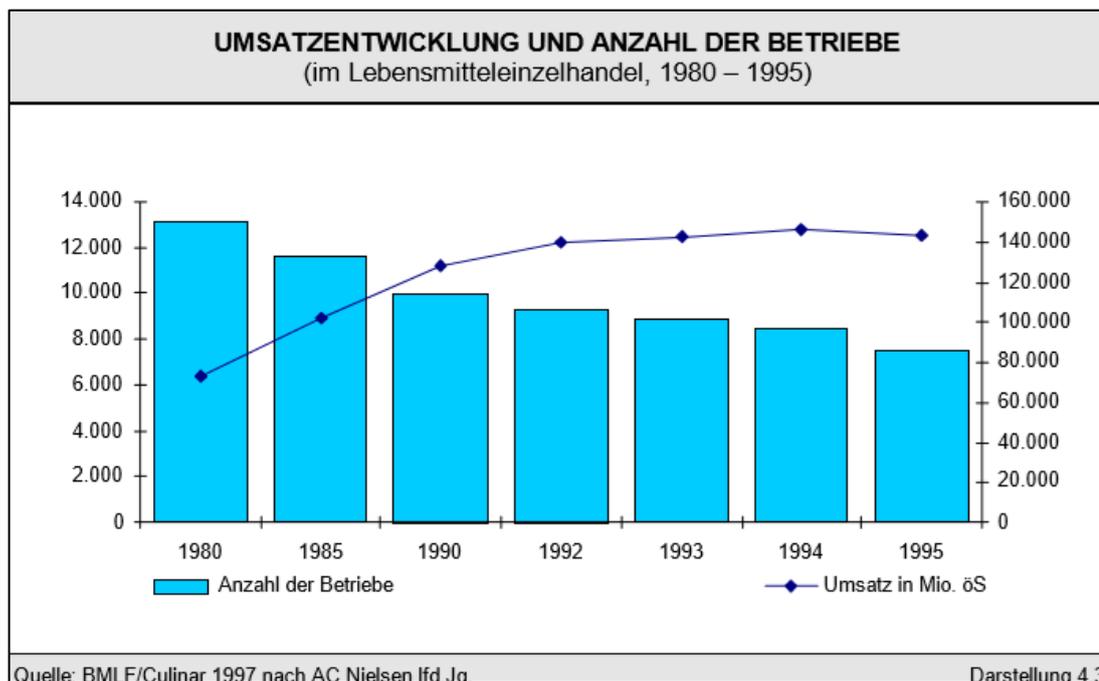


Abbildung 6: Umsatzentwicklung und Anzahl der Betriebe, Quelle: Lebensmittelbericht Österreich

Durch die Reduzierung der Betriebe sank auch die Anzahl der Beschäftigten im Lebensmitteleinzelhandel zwischen 1991 und 1995 von 54.460 auf 50.460, was einer Reduktion von 7,3% in einer sehr kurzen Zeitspanne von 4 Jahren bedeutet.

Die Versorgung der EinwohnerInnen wurde durch diesen Prozess immer lückenhafter und die Distanzen zum nächsten Nahversorger immer größer. 1992 wies der Lebensmitteleinzelhandel

in Österreich einen Konzentrationsgrad von 1,1 auf; Auf 1000 Einwohner kamen also 1,1 Lebensmittelgeschäfte. 1995 war der Konzentrationsgrad auf 1 gesunken, was Österreich im europäischen Vergleich, wie in Abbildung 7 zu sehen ist, schon damals in der unteren Hälfte der untersuchten europäischen Länder ansiedelte.

Nur die Schweiz, Deutschland, Dänemark, Großbritannien, Frankreich und die Niederlande weisen einen niedrigeren Grad an Konzentration auf. Europaweit liegt Polen mit einem Versorgungsgrad von 4,5 deutlich abgehoben an der Spitze, gefolgt von Portugal (3,9) und Griechenland und Italien mit je 2,4. (BMLFUW 1995: 67)

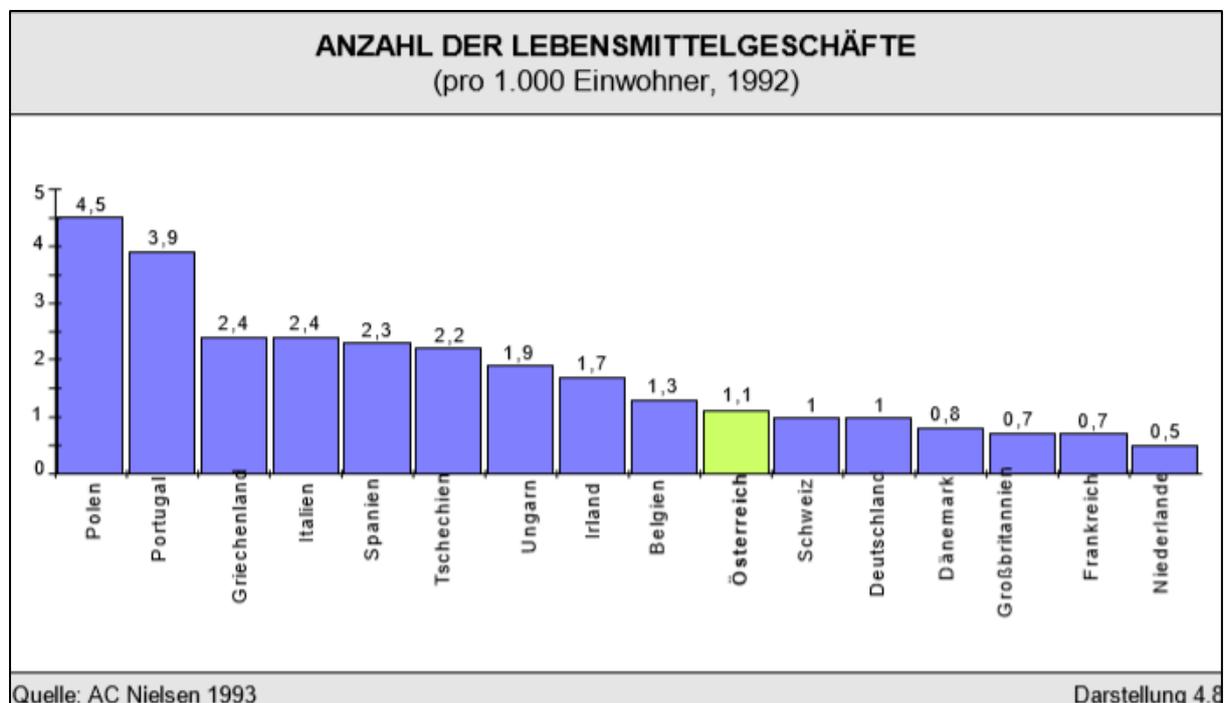


Abbildung 7: Anzahl der Lebensmittelgeschäfte 1992, Quelle: Lebensmittelbericht Österreich

Ein Bericht der ÖROK (2006: 14) zeigt auf, dass „ca. 26% der Bevölkerung im [österreichischen] ländlichen Raum [...] kein Lebensmittelgeschäft im Ort im fußläufigen Einzugsbereich“ haben. Auch in Zukunft wird sich dieser Trend nicht verändern, bedenkt man, dass fast 50% der Bevölkerung der ländlichen Räume in Gebieten wohnen, in denen die Erbringung von Leistungen der Daseinsvorsorge nicht garantiert werden kann. Konkret betroffen sind Orte und Gemeinden mit weniger als 1000 Einwohnern und Einwohnerinnen und schrumpfender Bevölkerungszahl. (vgl. ebd. 2010: 14)

3.1.2 PROBLEMFELD MARKTKONZENTRATION

Der zweite österreichische Lebensmittelbericht, der 2003 vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Wasser und Umwelt (2003: S. 51f) publiziert wurde, sieht die enorme Marktkonzentration, „die mitunter bereits zu prekären marktbeherrschenden Konzentrationen führt“ als zentrales Thema an. 2003 gehörten den vier größten Unternehmen bereits 83% der Marktanteile im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel. Die Marktanteile der drei größten Marktteilnehmer lagen bei 72%, was weit über dem damaligen EU-Durchschnitt von 61% lag.

Schweden und Norwegen führen die EU-weite Liste mit jeweils über 85% an, dicht gefolgt von Finnland und Dänemark. Österreich befindet sich, gleich nach den skandinavischen Ländern, auf Platz 5. Am weitesten entfernt von einem „Lebensmitteleinzelhandelsmonopol“ sind Griechenland, Spanien und Großbritannien. (ebd. 2003: 52)

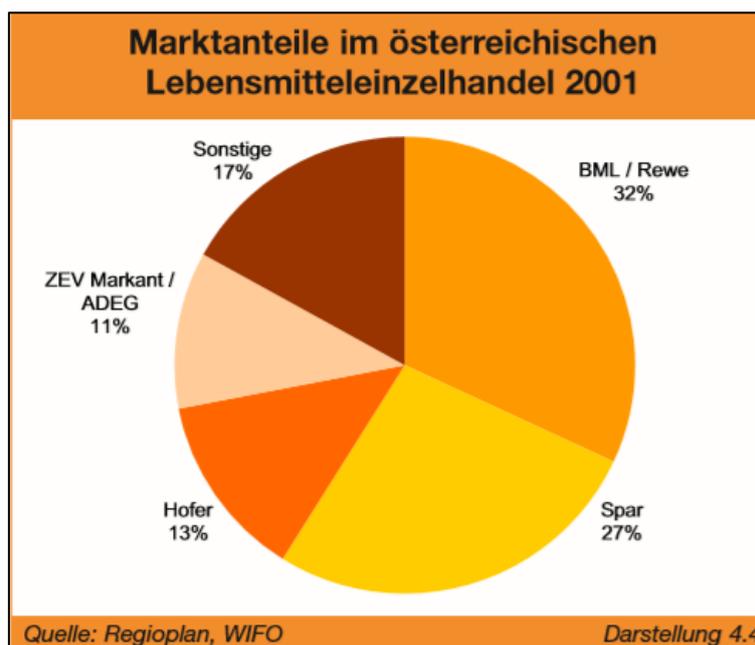


Abbildung 8: Marktanteile im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel, Quelle: 2. Lebensmittelbericht Österreich

Mit 32% Marktanteil im Lebensmitteleinzelhandel ist REWE eindeutig am Stärksten vertreten, gefolgt von SPAR, mit 27%. Der Diskonter hat bereits 2001 schon 13% inne, während sich ADEG und alle anderen Eigentümer die restlichen 28% teilen.

Höhere Konzentrationsraten findet man in der österreichischen Wirtschaft sonst nur im Bereich der Printmedien und der privaten Krankenversicherungen. (vgl. ebd. 2003: 52). Welche Probleme die äußerst hohe Marktkonzentration im Lebensmitteleinzelhandel mit sich bringt, wird im nächsten Kapitel erläutert.

3.1.3 FOLGEN DER HOHEN MARKTKONZENTRATION

„Der hohe Konzentrationsgrad im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel ist in mehrerlei Hinsicht problematisch. Zunächst bedeutet er vor allem für die kleineren und mittleren Lieferanten aus der Landwirtschaft und dem verarbeitenden Gewerbe eine zunehmende wirtschaftliche Abhängigkeit von den großen Handelsketten.“ (BMFLUW 2003: 52)

Wenn es zu einer Marktkonzentration in einem solchen Ausmaß wie in Österreich kommt, tun sich folgende Problemfelder auf:

- *Nachfragekonzentration*: Es entsteht eine Nachfragekonzentration, wenn Lieferanten einen großen Teil ihres Umsatzes mit wenigen Kunden verdienen, was wiederum häufig zu „erzwungenen Rabatterhöhungen, Nachverhandlungen der Konditionen und sogar Auslistungen“ (ebd. 2003: 52) führt.
- *Schwindende Versorgungssicherheit*: Marktkonzentration leistet in Hinblick auf Versorgungssicherheit, vor allem auf lokaler Ebene, einen großen Beitrag zur Entstehung von Versorgungslücken. Im österreichischen Bundesland Burgenland beherrschen, beispielsweise, die drei größten Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel knapp zwei Drittel des regionalen Handelsmarktes. (vgl. ebd. 2003: 52)
- *Flächenexpansion*: „Jedem Österreicher steht heute um durchschnittlich 20% mehr Verkaufsfläche zur Verfügung als in den meisten westeuropäischen Ländern.“ (ebd. 2003: 53) Um die Jahrtausendwende wurden bereits 70% der Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel in Geschäften erzielt, die mehr als 400m² Verkaufsfläche aufweisen. (vgl. ebd. 2003: 53) Um den nötigen Platz anbieten zu können, ziehen die großen und gut sortierten Geschäfte auf die „Grüne Wiese“, sind dort hervorragend an

das Straßennetz angebunden und befinden sich oft in Agglomerationen mit großflächigen Fach- und Verbrauchermärkten. (vgl. EIGNER 2006: 66)

Von den Schließungswellen der flächenmäßig kleinen Lebensmittelgeschäfte, die durch die hohe Marktkonzentration einzelner Unternehmen ausgelöst wurde, waren vor allem lokale Nahversorger betroffen, die man in Österreich auch „Greißler“ nennt.

3.2 LOKALE NAHVERSORGUNG „DER GREISSLER UMS ECK“

Der Greißler ist ein kleines Lebensmittelgeschäft, bei dem man individuelle Bestellungen aufgeben konnte, persönliche Beratung erhielt, „aufschreiben lassen“ konnte (Schulden wurden in ein kleines Buch geschrieben und am Ende des Monats beglichen) und am aller Wichtigsten: Sie sind Orte der Kommunikation und der Zusammenkunft. (vgl. HASLINGER 2016: 10)

Das hat sich auch bei den Besuchen in den Dorfläden der Untersuchungsorte herauskristallisiert. Die Verkäuferin des Dorfladens in Birnbaum, Hemma Hohenwarter (2019: 4), betonte:

„Es trifft sich Jung und Alt, dadurch, dass wir kein Gasthaus haben. (B bedient Kunden). Weißt du, es ist ganz wichtig, dass wir als Verkäufer neutral sind, vor allem politisch. Ich sag immer: Hier herinnen wird nicht politisiert, weil das ist ganz schlecht (B lacht und bedient Kunden).“

Solche Geschäfte gab es in jeder Ortschaft, oftmals sogar mehrere davon. „Diese Orte waren die Basis dafür, dass es in den Kommunen gemeinschaftlich zugeht und das man sich gegenseitig kannte und austauschen konnte. Oft ist man nicht nur zum Einkaufen in diese kleinen Geschäfte gegangen, ein wichtiger Teil dieser Tätigkeit war auch der „Tratsch.“ (DIRNINGER 200: 188ff) Großteils gehören die Greißler der Vergangenheit an. Man spricht von einer „Revolution“ im Handel, die in den 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts gestartet ist.

3.3 DAS SCHWINDEN DER LOKALEN NAHVERSORGUNG (DAS „GREISSLERSTERBEN“)

Im Einzelhandel spricht man von einer Revolution, die vor rund 50 Jahren stattfand, große Auswirkungen auf das Konsumverhalten der KundInnen hatte und maßgeblich für das Phänomen des „Greißlersterbens“, also für die systematische Schließung vieler privater lokaler Nahversorger war. Die Revolution des Handels fand statt, als sich das Einkaufsverhalten nach und nach weg von dem Konzept der persönlichen Bedienung der KundInnen und hin zur Selbstbedienung entwickelte. Der Greißler oder die Greißlerin des Vertrauens, der/die seine/ihre KundInnen persönlich kennt und deren Bedürfnisse scheinbar optimal befriedigen kann, verliert an Bedeutung. Durch die leichtere Ermöglichung des Preisvergleichs wuchs auch die Vielfältigkeit des Angebots und die Bedeutung der Attraktivität des Kaufraums stieg. Im Zuge dieser Revolution wurde der erste große Schritt in Richtung Massenkonsum gemacht, der vielen kleinen privaten Lebensmittelgeschäften das Leben gekostet hat. (vgl. RegioPlan Consulting 2016: 8f)

Die Sortimentszusammenfassung von vielen Artikeln in einem Outlet war nur möglich, indem die ursprünglich gesetzlich geregelte Sortimentsaufteilung abgeschafft wurde. Demnach hatte ein „Greißler“ weder Milch noch Fleisch verkaufen dürfen, um „Greißler“ und Fleischhauer eine Art Monopolstellung zu sichern und deren wirtschaftliches Überleben zu sichern. Mit der Aufhebung der Sortimentsaufteilung wurden nicht nur die großen Supermärkte zur Konkurrenz des „Greißlers“, sondern auch Fleischhauer, Bäckerei, Milchgeschäft und andere lokale Vertrieber, die zuvor mit dem „Greißler“ in symbiotischer Wechselbeziehung gelebt hatten. (vgl. EIGNER 2006: 62f)

Auch mit dem Standortvorteil „Nähe“ konnten lokale Nahversorger bei einer immer größer werdenden Bevölkerungsschicht mit zunehmenden Motorisierungsgrad nicht mehr punkten. Viele sahen sich in die Knie gezwungen und sperrten ihr Geschäft zu, was bald dazu führte, dass ganze Ortschaften schlagartig ohne Nahversorgung auskommen mussten. Da schnell klar wurde, dass dadurch nicht nur eine große Versorgungslücke bei einer breiten Bevölkerungsschicht zurückblieb, sondern auch das kommunikative und soziale Zentrum des Ortes verlorengegangen war, versuchten die Gemeinden mit Krediten für Kleinunternehmer und -unternehmerinnen und anderen Förderinstrumenten der Entwicklung entgegen zu wirken, jedoch zumeist ohne Erfolg. Seit 1970 hat das Phänomen Eingang in die öffentliche Diskussion gefunden und Gründe für das sogenannte „Greißlersterben“ wurden eruiert. (vgl. ebd. 63)

3.4 GRÜNDE DES „GREISSLERSTERBENS“

Dornerauer (1997: 26f) formulierte 6 Gründe, die ihrer Meinung nach ausschlaggebend für das Greißlersterben waren:

- *Die Marktpotenziale für bestehenden Lebensmittel-Einzelhandelsgeschäfte werden geringer:*

Generell findet ein Auseinanderdriften der Lebensbereiche statt (vgl. EIGNER 2006: 62), was vor allem in peripheren Gebieten, wo sich Arbeitsplatz und Wohnort, aber auch Konsum- und Erholungsort, der Bevölkerung uzmeist an unterschiedlichen Orten befindet, weshalb der tägliche Lebensmitteleinkauf häufig am Weg in die Arbeit oder am Heimweg erledigt wird. (vgl. DORNERAUER 1997: 26f)

- *Kleine und kleinste Lebensmittelbetriebe, die „Dorfläden“, entsprechen hinsichtlich des angebotenen Sortiments nicht mehr den Kundenbedürfnissen:*

Die geringe Verkaufsfläche des Greißlers schränkt ihn in Bezug auf Vielfältigkeit des Angebots flächenmäßig ein, weshalb sich das Konsumverhalten distanziert vom täglichen kleinen Einkauf hin zum großen Wocheneinkauf, der dann in breit sortierten Lebensmittelgeschäften getätigt wird (vgl. ebd. 1997: 16f). Es zeigt sich außerdem, dass durch die Sortimentszusammenfassung in flächenmäßig großen Supermärkten und das Aufbrechen der ursprünglich gesetzlich geregelten Sortimentsaufteilung Folgen entstanden: Greißler durften demnach keine Milchprodukte und kein Fleisch verkaufen, was den beiden Bereichen eine Art Monopolstellung bereitet hatte. Der Verkauf der beiden Warengruppen im Supermarkt, also der Erhalt aller benötigter Waren unter einem Dach, machte dem Greißler das Leben schwer. (vgl. EIGNER 2006: 63)

- *Geändertes Konsumverhalten:*

Dornauer (1997: 26) spricht von der steigenden Beliebtheit des „Erlebniseinkaufes“: Das Einkaufen entwickelt sich für Konsumenten und Konsumentinnen zum Erlebnis, für das man gerne Zeit investiert. Gut organisierte Einkaufszentren bieten auf wenig Raum all das, was Konsumenten und Konsumentinnen begehren. Die anfänglich dem Konzept Selbstbedienung noch kritisch gegenüberstehenden Konsumenten und

Konsumentinnen, beginnen das personalisierte und individualisierte Einkaufserlebnis wertzuschätzen. Die Besichtigung der Produkte ohne Kaufverpflichtung und der Preisvergleich machen das Einkaufen zu einer „lustvollen Handlung“ (vgl. EIGNER 2006: 65)

- *Fehlende Ertragssituation:*

Die drei eben genannten Punkte führen dazu, dass es für Privatunternehmer und Privatunternehmerinnen zum betriebswirtschaftlichen Überlebenskampf wird, um neben Diskontern und Einkaufszentren bestehen zu können. (vgl. DORNERAUER 1997: 26f)

- *Zunehmende Mobilität:*

Der ausgeprägte und tendenziell steigende individuelle Motorisierungsgrad der Bevölkerung dazu, dass große Mengen auf einfache Weise über weite Strecken transportiert werden können. Der Komfort, den eigenen PKW zum Einkauf zu benutzen führt im Zuge dessen zu dem Kriterium, dass vor dem Geschäft ausreichend Parkplätze vorhanden sein müssen, was oft innerorts, wo Greißler in der Regel angesiedelt sind, aus Platzmangel nicht möglich ist. (vgl. ebd. 1997: 26f).

- *Geänderte Standortplanung:*

Das Platzproblem führt dazu, dass Lebensmittelgeschäfte zunehmen an den Ortsrand gebaut werden, was dem ortskernnahen Greißler wertvolle Kaufkraft nimmt. (vgl. ebd. 1997: 26f) Das Auto vergrößert den Mobilitätsradius, weshalb der Standortvorteil des Greißlers im Wohnort an Relevanz verliert. (vgl. EIGNER 2006: 62) Eigner (2006: 62) nennt noch einen weiteren Grund für das systematische Schließen kleiner Nahversorgungsbetriebe:

- *Pensionierung ohne Nachfolger und Nachfolgerin:*

Sowohl in Birnbaum als auch in Stuben hatte es bereits immer einen Greißler gegeben. In Strem gab es sogar mehrere, wie Bürgermeister Bernhard Deutsch (2019: 2) berichtet: „Also in Strem selbst haben wir 2 Kaufhäuser gehabt und in einem Ortsteil auch eines, da hat's immer wieder Betreiberwechsel gegeben dadurch, dass die Leute in Pension gegangen sind und ah, wie gesagt 2010 haben

wir dann den Fall gehabt, dass der letzte Greißler geschlossen hat. Aufgrund auch weil er schon 90 Jahre alt war. Und dann haben wir eben kein Kaufhaus gehabt, dann hat sich die Frage aufgetan: Was machen wir jetzt?“ Tatsächlich bedeutet die Pensionierung und der Mangel an Nachfolgern und Nachfolgerinnen oft den Schlussstrich für Greißlerbetriebe.

Die Ursachen für diesen radikalen Systemwandel sind vielfältig und basieren, neben den von Dornerauer (1997: 26f) genannten Ursachen, auch auf den gesellschaftlichen Veränderungen und den daraus entstandenen Bedürfnissen der letzten Jahrzehnte, die einen weiteren Grund des Greisstlersterbens ergeben.

- *Bevölkerungsentwicklung:*

„Gesellschaftliche Veränderungsprozesse bilden den Hintergrund lokaler Entwicklungspotenziale und -chancen. Sie treffen in der Region auf jeweils lokale Rahmenbedingungen aus physischen Gegebenheiten, wirtschaftlicher Struktur, sozialen Verhältnissen u.a. und haben dort unterschiedliche Entwicklungstendenzen zur Folge.“ (KASCHLIK 2017: 8)

Gesellschaftliche Veränderungsprozesse, die seit knapp 60 Jahren vor allem im ländlichen Raum zu spüren sind, wie der Prozess der Alterung, der Abwanderung und Schrumpfung oder der zunehmenden Motorisierungsgrad der Bevölkerung, bringen Entwicklung mit sich (vgl. KASCHLIK 2017: 8). Eine der offensichtlichsten gesellschaftlichen Veränderungen ist die der Bevölkerungsstruktur.

Die Bevölkerung Österreichs wächst; in der Zeitspanne von 2006 bis 2016 sogar um 5 Prozent. 2018 ist die Bevölkerung Österreichs bereits bei 8.837.707 Personen angekommen, einerseits resultiert dieses Wachstum aus der positiven Geburtenrate (2018 gab es um 1560 mehr Lebendgeborene als Gestorbene) und andererseits aus dem Wanderungssaldo (Zuzüge aus dem Ausland minus Wegzüge ins Ausland, das 2018 einen Wanderungssaldo von 35.301 Personen ergibt). Die Wachstumsquote der Österreichischen Bevölkerung von 5 Prozent ergibt sich also maßgeblich aus der Zuwanderung aus dem Ausland, denn die derzeitige Fertilitätsrate pro Frau von durchschnittlich 1,48 Kindern liegt deutlich unter dem Bestanderhaltungsniveau. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019)

Diese Wachstumsentwicklung findet allerdings nicht in allen Gebieten Österreichs statt. Die meisten Gemeinden der wirtschaftlich starken Regionen rund um Wien, St. Pölten, dem

Oberösterreichischen Zentralraum, Salzburg, und das Inntal weisen Bevölkerungszuwachs auf, während viele, vor allem inneralpin gelegene Gemeinden von starkem Bevölkerungsrückgang betroffen sind, was durch das Phänomen der Binnenwanderung verstärkt wird. (vgl. ÖROK 2018: 32)

Die untenstehende Karte illustriert die Bevölkerungsentwicklung Österreichs auf Gemeindebasis in den Jahren 2011 bis 2016 in Prozent und zeigt mit der roten Färbung die vorhin genannten Regionen, die von Zuwachs betroffen sind während die Mur-Mürz-Furche, Kärnten (mit Ausnahme des Klagenfurter Beckens) und Osttirol starke Schrumpfungsprozesse konfrontieren.

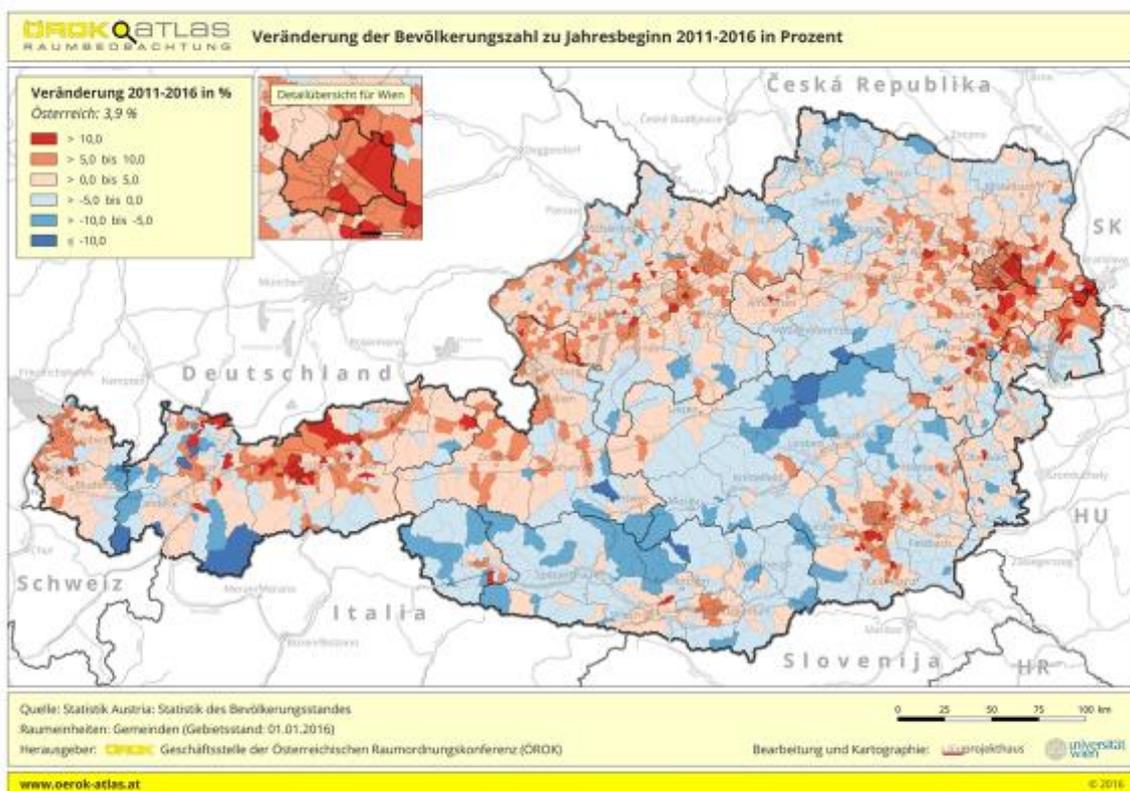


Abbildung 9: Veränderung der Wohnbevölkerung 2011 bis 2016 in %. Quelle: ÖROK 2018

Die Karte lässt auch eindeutig ablesen, dass alle 4 Untersuchungsorte und den zugehörnden Gemeinden von negativer Bevölkerungsentwicklung betroffen sind:

Die beiden burgenländischen Gemeinden weisen zwar zwischen der Registerzählung 2011 und 2019 keinen signifikanten Schrumpfungsprozess auf, ein kontinuierlicher

Bevölkerungsrückgang kann trotzdem erkannt werden. Lebten in Stuben 2011 noch 434 Personen, waren es 2019 nur noch 389. In Strem zählte man 2011 noch 931 Personen zur Wohnbevölkerung, 2019 jedoch nur noch 898. Das ergibt in Stuben einen Bevölkerungsrückgang von **10,15%** in nur 8 Jahren und in Strem einen nicht ganz so hohen Bevölkerungsrückgang von **3,55%**.

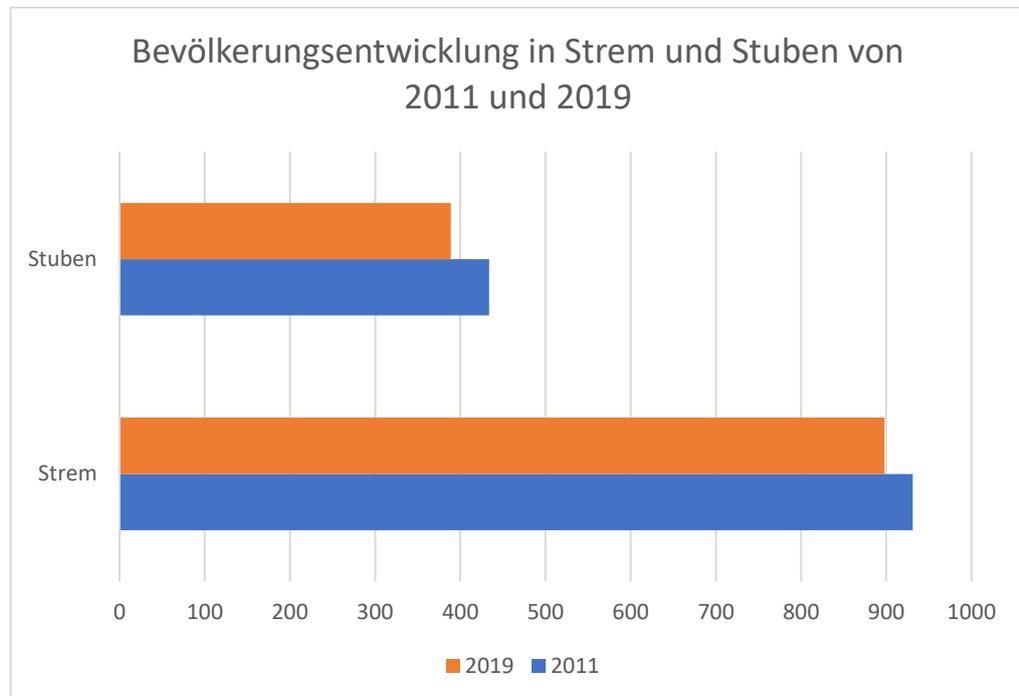


Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung Strem und Stuben, Eigene Darstellung, Quelle: Amt der Burgenländischen Landesregierung

Verglichen mit den Bevölkerungszahlen vom gesamten Bundesland Burgenland, das zwischen 2011 und 2019 ein Wachstum von (vgl. Amt der Burgenländischen Landesregierung 2019)

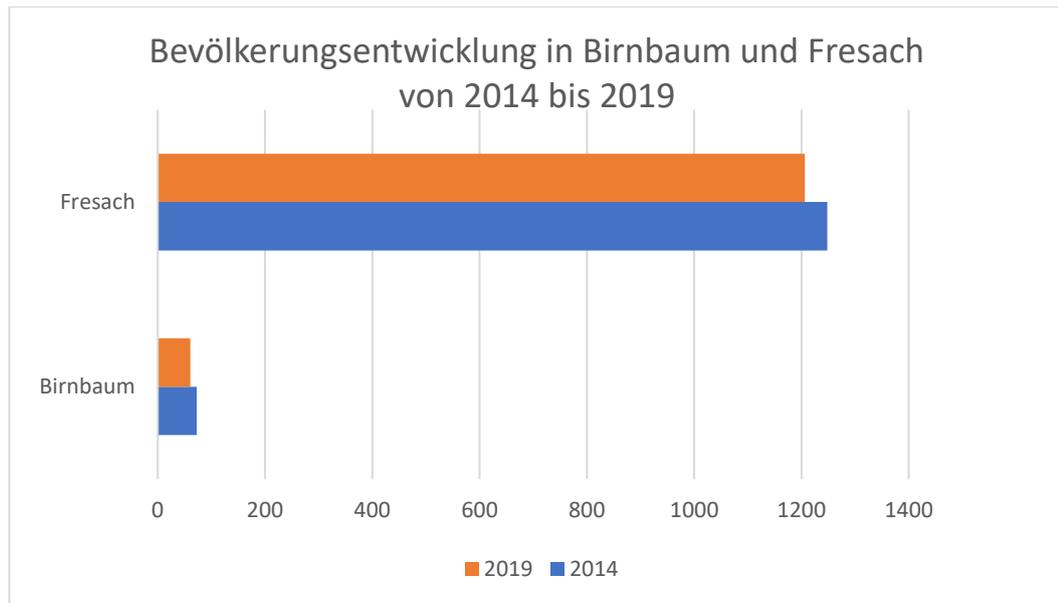


Abbildung 11: Bevölkerungsentwicklung Birnbaum und Fresach, Eigene Darstellung, Quelle: Statistik Austria

Die Gemeinde Fresach ist die Untersuchungsgemeinde mit der größten Bevölkerungszahl: 2014 lebten hier noch 1248 Personen, 2019 waren es 1206, das bedeutet einen Bevölkerungsrückgang von 42 Personen bzw. **3,36%** innerhalb von 5 Jahren. In der Ortschaft Birnbaum gibt es in diesem Zeitraum allerdings einen Bevölkerungsrückgang von **16,44%** bzw. 12 Personen. So sind es 2014 noch 73 Einwohner und Einwohnerinnen, 2019 nur noch 61.

- *Überalterung der Bevölkerung:*

Die Bevölkerung Österreichs wächst aber nicht nur, sie wird auch älter. Durch die niedrige Geburtenrate und den kontinuierlichen Anstieg der Lebenserwartung beträgt der Anteil der 65 Jahre alten und älteren Wohnbevölkerung 2018 bereits 18,8%. 42,8% all jener lebt in den ostösterreichischen Bundesländern Niederösterreich und Burgenland. 22,4% der betagten Einwohner leben in Südösterreich und 34,8% in Westösterreich. Die Bezirke mit dem höchsten Anteil sind denen der negativen Bevölkerungsentwicklung zum Großteil gleich. Einige Wiener Außenbezirke, das Wald- und Weinviertel, die Mur-Mürz-Furche, das Burgenland und Kärnten zählen zu den Regionen mit dem höchsten Anteil. (vgl. ÖROK 2019) Die hohe mittlere Lebenserwartung der Frau von 84 Jahren steht stark im Kontrast zu jener der Männer (79,3 Jahre) und verschuldet die stark unterschiedliche Geschlechterproportion der Anteile. Kommen die männlichen 65 und Mehrjährigen bundesweit nur auf einen

Anteil von 16,6% an der Wohnbevölkerung, sind es bei den Frauen 21%. (vgl. ebd. 2019)

Das bedeutet für den Staat neue Herausforderungen, da die Alterung der Gesellschaft auch in den kommenden Jahren deutlich voranschreiten soll. Die Bereitstellung Sozialer Infrastruktur wie Betreuung, Freizeitangebote,

Fehlende Mobilitätsangebote und andere fehlende Infrastruktur fordern die öffentliche Hand vor allem in abgelegenen Gebieten Österreichs zum Handeln auf. Kommt es in schrumpfenden und alternden Gebieten auch noch zu Abwanderung von jungen Menschen, bedeutet das eine Abwanderung von Erwerbstätigen und schlussendlich zu Fachkräftemangel, was wiederum zu einer Abwanderung von Betrieben führt. Diese Entwicklungen bewegen sich ungebremst und einander gegenseitig verstärkend in einer Abwärtsspirale. (vgl. KASCHLIK 2017: 8)



Abbildung 12: Leerstand als mögliche Konsequenz veränderter Bevölkerungsstruktur, Quelle: Zollern-Alb-Kurier 2019

- *Paradoxes Kaufverhalten:*

Der Konsument bzw. die Konsumentin ist auf der Suche nach „Schnäppchen“ und wird dadurch zum Angebotskäufer und -käuferin. Dafür ist er bzw. sie bereit, viele Kilometer zu fahren. Das Phänomen nennt sich „Smart Shopping“, und tritt nicht nur bei kaufkraftschwachen Schichten auf. Was der angeblich intelligente Konsument bzw. Konsumentin jedoch paradoxerweise nicht berechnet, sind die Kosten für die zurückgelegten Kilometer. (vgl. JUNGWIRTH 1997: 9)

Auch in den Untersuchungsgebieten, den vier Gemeinden Fresach, Lesachtal, Strem und Stuben, spiegelte sich bei der Registerzählung 2011 der skizzierte Typus der Bevölkerungsstruktur in ländlichen Räumen wider.

Ein Blick auf die Gemeinden ohne Nahversorger nach Bundesländern 2012 zeigt, dass vor allem die Steiermark und Kärnten weit über dem Bundesdurchschnitt von 29% liegen. Im Burgenland, wo zwei der Dorfläden liegen, müssen 2012 34% der Gemeinden ohne Lebensmittelgeschäft auskommen, wie die untenstehende Tabelle zeigt.

In Kärnten sind es nur 11% der Gemeinden, in denen es kein Lebensmittelgeschäft gibt. An dieser Stelle muss erwähnt werden, dass die beiden Untersuchungsorte Birnbaum und Stuben in dieser Tabelle nicht miteingerechnet wurden, da sie nur Ortsteile von Gemeinden sind, in denen ein Lebensmittelgeschäft existiert. Die geographische Distanz der Ortsteile zueinander wurde also ignoriert, weshalb die offiziellen Zahlen die reale Situation nur ansatzweise beschreiben können.

Anzahl der Gemeinden ohne Lebensmittelgeschäft in Österreich 2012		
Bundesland	Anzahl Gemeinden ohne Lebensmittelgeschäft je Bundesland	Anteil der Gemeinden ohne Lebensmittelgeschäft in %
Steiermark	221 von 542	40
Niederösterreich	146 von 573	25
Oberösterreich	125 von 444	28
Tirol	90 von 279	32
Salzburg	18 von 119	15
Kärnten	15 von 132	11
Burgenland	59 von 171	34
Vorarlberg	18 von 96	19
Gesamt	692 von 2356	29

Tabelle 2: Anzahl der Gemeinden ohne Lebensmittelgeschäft 2012, Quelle: REINWALD 2018, S. 18

4. UND WAS KOMMT NACH DEM GREISSLERSTERBEN?

Bereits 1997 hat das österreichische Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten die Problematik erkannt und eigens zwei Fachtagungen einberufen, um die Nahversorgung zu stärken und eine weitere Entwicklung in Richtung Unterversorgung zu vermeiden. Bei diesen Tagungen haben Handelsforscher und -forscherinnen, Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen und Interessensvertreter und -vertreterinnen Strategien erstellt, wie vor allem einwohnerschwache Gebiete ihre Nahversorgungsbetriebe ,insbesondere die Greißlerbetriebe, nicht verlieren. (vgl. BUCHINGER 1997: 3)

„Als Hauptaktionsfelder der Wirtschaftspolitik kristallisieren sich im Verlauf der beiden Enquêtes die sich aus dem Gewerberecht und dem Raumordnungsrecht ergebenden Möglichkeiten zur Sicherung der Nahversorgung sowie Maßnahmen gegen unlauteren Wettbewerb und Förderungsmöglichkeiten für Nahversorger heraus.“ (ebd. 1997: 5)

Die Enquêtes blieben nicht ergebnislos und so wurden im selben Dokument bereits konkrete Ergebnisse präsentiert:

4.1 ÄNDERUNGEN DER GEWERBEORDNUNG UND DER RAUMORDNUNG

Eine neue Gewerbenovelle, die am 1. Juli 1997 in Kraft getreten ist, ermöglicht es den kleinen Lebensmittelhändlern und-händlerinnen nicht mehr nur kalte nichtalkoholische Getränke und Bier zu verkaufen, sondern auch warme wie Kaffee und Tee. Die Verabschiedung der Novelle wird als Stärkung der kleinen Betriebe aber auch der Gastgewerbetreibenden gesehen, weil jenen mit der Zustimmung des Landeshauptmannes erlaubt worden war, Handel mit Artikeln des täglichen Bedarfs auszuüben, um die Nahversorgung in kleinen Gemeinden zu sichern.

Des Weiteren reagierte man mit einer Vereinfachung des gewerblichen Betriebsanlagenrechts, was das Verfahren der Genehmigung von Betriebsanlagen von Nahversorgern beschleunigen sollte. (vgl. BUCHINGER 1997: 5)

Interessant ist auch die Tatsache, dass die besagte Novelle zur Gewerbeordnung auch vorsieht, „daß bei Projekten mit einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 800m² in Hinkunft geprüft wird, ob eine Gefährdung der Nahversorgung der Bevölkerung zu erwarten ist“ (ebd. 1997: 5) und ob dabei negative Beschäftigungseffekte entstehen. In Orts- und Stadtkerngebieten allerdings, gilt nur die Voraussetzung der Widmung derartiger Projekte nach Raumordnungsvorschriften. (ebd. 1997: 5f)

4.2 FÖRDERUNGEN

„Der Markt macht die Starken stärker, er hat kein Herz für die Schwachen!“
(SCHNEDLITZ 1997:15)

Der Vorgänger der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) war die BÜRGES-Förderungsbank des Bundes, die 1954 gegründet wurde und tausende klein- und mittelständische Unternehmen mit Spezialkrediten unterstützt hat. (vgl. AWS 2019) Die BÜRGES-Förderungsbank hat zusammen mit der Wirtschaftskammer Österreich und den Wirtschaftsförderungsinstitute in den Ländern ein Konzept für einen förderbaren multifunktionalen Nahversorger veröffentlicht, der sich stark an dem Vorbild aus Deutschland, dem „Nachbarschaftsladen 2000“ orientiert. (vgl. BUCHINGER 1997: 6)

Auch heute noch gibt es Förderungen für Nahversorgungsbetriebe der Bundesländer, wobei diese in jedem Bundesland sehr unterschiedlich aussehen:

4.2.1 FÖRDERUNGEN DER NAHVERSORGER IM BURGENLAND

„Eine sichere Nahversorgung trägt ganz wesentlich zu einem lebenswerten Umfeld bei.“
(WIRTSCHAFT BURGENLAND GMBH 2019) Nach diesem Leitbild fördert die Wirtschaft Burgenland GmbH Nahversorger im Burgenland:

Wer wird gefördert?

Wir fördern natürliche oder juristische Personen oder eingetragene Personengesellschaften, deren Betriebsstätte im Burgenland zuhause ist. Förderwerber können kleinste und kleine Unternehmen sein, die im Gemischtwarenhandel oder in Buschenschankbetrieben aus der Fachgruppe Gastronomie tätig sind. (ebd. 2019)

Was und wieviel wurde gefördert?

1. Bau und Einrichtungsinvestitionen (Verkaufsräume, Zubauten, Neubauten,...)
2. Betriebs- und Geschäftsausstattungen (Verkaufspulte, Regale, ...)
3. Maschinelle Ausstattung (Kühlvitrinen, Schneidmaschinen, ...)
4. Betriebsnotwendige IT-Hardware und -Software

Die anerkehbaren förderbaren Kosten müssen mindestens 10.000€ und dürfen maximal 100.000€ betragen. 40% der anerkannten förderbaren Kosten ergeben die Förderung in Form eines nicht rückzahlbaren einmaligen Zuschusses. Pro Kalenderjahr und Förderungswerber kann ein Antrag gestellt werden. (vgl. ebd. 2019)

Als Vergabestelle fungiert die Wirtschaft Burgenland GmbH,

Quelle: <https://wirtschaft-burgenland.at/foerderung/nahversorgung/>

4.2.2 FÖRDERUNGEN DER NAHVERSORGER IN KÄRNTEN

Bis zum Jahr 2018 gab es in Kärnten die **Nahversorgungsförderung**:

Wer wurde gefördert?

Lebensmittelnahversorger mit Grund- bzw. Vollsortiment (Lebensmittel des täglichen Bedarfs) mit max. neun MitarbeiterInnen (Vollzeitäquivalenz) und einem max. Nettoumsatz von € 1 Mio; Betriebe aufrechter Gewerbeberechtigung mit Standort in Kärnten und Betriebe mit einer Mitgliedschaft des Landesgremiums Lebensmittelhandel. (Amt der Kärntner Landesregierung 2019)

Was und wieviel wurde gefördert?

1. Betriebsmittelzuschuss: höchstens 2.000€, Gemeinde mindestens 500€

2. Personalkostenzuschuss: 1.000€ pro Vollzeitmitarbeiterin; 500€ pro Teilzeitmitarbeiterin, maximal jedoch 3.000€; Zusicherung der Standortgemeinde über die Förderung von zumindest der gleichen Summe

Als Vergabestelle fungierte das Amt der Kärntner Landesregierung Abteilung 7, die Förderung konnte jährlich beantragt werden.

Quelle: AMT DER KÄRNTNER LANDESREGIERUNG (2019): Nahversorgungsförderung.
Abrufbar auf: www.ktn.gv.at/Themen%2dAZ/Details?thema=13&detail=601

Die Förderung wurde im Laufe des Jahres 2018 für nichtig erklärt. Da keine ähnliche Förderung für Nahversorger folgte, gibt es im Moment vom Land Kärnten keine Möglichkeit der Förderung. Als Alternative kann eine Förderung der Europäischen Union in Betracht gezogen werden. (vgl. telefonische Auskunft des Amt der Kärntner Landesregierung)

4.2.3 FÖRDERUNGEN DER EUROPÄISCHEN UNION

„... anders wäre es auch nicht zu schaffen gewesen, ohne die Förderung.“ (EGGER 2019: 1)

Der Dorfladenbetreiber der Gemeinde Fresach, Herr Egger, hat die Situation in unserem Interview klar beschrieben: Ohne Förderung hätte er sein Projekt nicht realisieren können. Die Gemeinde Fresach ist Teil der LEADER-Region Villach-Umland, die im Oktober 2014 gegründet wurde und 15 Gemeinden aus dem politischen Bezirk Villach-Land einschließt. Bereits im Mai 2015 (Förderperiode 2014-2020) wurde die Region vom zuständigen Bundesministerium genehmigt (vgl. LAG REGION VILLACH UMLAND 2019).

LEADER ist ein Förderprogramm der Europäischen Union und ist die Abkürzung für „Liason entre Actions de Developpement de l'Economie Rurale“, was übersetzt so viel wie „Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft“ bedeutet. Das Besondere an den LEADER Förderungen, die eine Verbindung aus Europäischer Union, Bund und Ländern darstellen, ist, dass lokale Entwicklungsstrategien gefördert werden sollen, die durch das *bottom-up* Prinzip entstehen, also von der Bevölkerung selbst erarbeitet werden. Die Kriterien für förderbare Initiativen sind:

- Innovation
- BürgerInnenbeteiligung
- Kooperation
- Multisektoralität
- Partnerschaftlichkeit
- Territorialer Ansatz
- Vernetzung

(vgl. VEREIN REGIS 2019)

Beispielhaft wird die LEADER Förderung anhand der LAG Villach-Umland erläutert:

Gefördert werden können sowohl Klein- als auch Großprojekte. Für die Kleinprojekte gilt:

Wer wird gefördert?

Kleinprojekte:

Ausschließlich gemeinnützige Organisationen oder nicht organisierte Personengruppen mit einem gemeinnützigem Ansinnen; Gemeinden und die LAG können keine Kleinprojekte einreichen; Die Inhalte müssen ebenso den Prinzipien von Leader hinsichtlich Qualität und Nachhaltigkeit entsprechen; nicht wettbewerbsrelevante Projekte

Großprojekte:

keine Angaben

Was und wieviel wird gefördert?

Kleinprojekte:

Die einzureichenden Gesamtkosten können von EUR 1.000,- bis maximal EUR 5.700,- betragen; der Fördersatz beträgt 80%

Großprojekte:

Förderbeitrag ist 40-80% der Gesamtinvestitionssumme, wobei es bis Anfang 2019 keine Obergrenze für Investitionen gab, ab Jänner 2019 gilt die Obergrenze von 150.000€

Quellen: Telefongespräch mit Frau Mag. Primosch (LAG Managerin)

<https://rm-kaernten.at/lag-villach-umland/leader-14-20/>

Auch der Dorfladen „Unser G’schäft in Strem“ hat von einer LEADER Förderung profitiert, die detaillierte Projektbeschreibung wird in den folgenden Kapitel erläutert.

5. DER „GREISSLER 2.0“ ODER DIE WIEDERENTDECKUNG DES „GREISSLERS“

Man möchte meinen, dass die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen einen Dorfladen in kleinen Gemeinden überflüssig machen. Berufstätige kaufen ihren Einkauf am Weg in die Arbeit bzw. am Heimweg in großen Fachmärkten mit großer Auswahl und klugen Marketingkonzepten. Die Möglichkeit in jedem Haushalt, Produkte entsprechend zu lagern und so länger haltbar zu machen, führt zu einer Reduzierung der Häufigkeit des Einkaufes. Anstelle des täglichen Einkaufes, ist nur noch ein großer Wocheneinkauf zu erledigen. Dorfläden im Ortszentrum seien daher unattraktiv, weil meist zu wenige Parkmöglichkeiten vor dem Geschäft vorhanden sind. (vgl. EIGNER 2006: 62)

Die Praxis sieht jedoch anders aus: Das Konzept Greissler erfährt mancherorts eine Renaissance, wenn auch in einer dem Zeitgeist angepassten Form. Dass das im Interesse der Gemeinden und der Bevölkerung liegt, und ein moderner Greissler sehr wohl auch heute seine Daseinsberechtigung, zeigen der Zuspruch und die (finanzielle) Unterstützung, die von Wohnbevölkerung, Gemeinden, Land und EU kommen.

5.1 DIE NEUE GENERATION DES GREISSLERS

Um neben den großen Handelsketten, die längst die Marktmacht übernommen haben, bestehen zu können, ist es notwendig, diesen nicht Konkurrenz machen zu wollen, sondern dessen Schwächen auszunutzen oder sich bewusst anders zu präsentieren und Services anzubieten, die große Handelsketten nicht anbieten können. Neben den wachsenden Umsätzen der Supermarktketten, vor allem der Diskonter, macht sich aber ein anderer Trend bemerkbar: Convenience Shops. Diese Geschäfte die, wie der Name „Convenience“, zu Deutsch „Bequemlichkeit“, schon sagt, auf die Bequemlichkeit der Kunden und Kundinnen ausgerichtet sind, bieten nicht nur Lebensmittel, sondern auch gängige Haushaltswaren und sogar andere Dienstleistungen, zu höheren Preisen als normal an. Diese Geschäfte findet man entweder integriert in Tankstellen, Gasthäusern und Bahnhöfen oder, wie in unserem Falle, als Lebensmitteleinzelhändler „um’s Eck“, der jedoch mehr bietet als nur Lebensmittel. Der Erfolgsfaktor Nummer Eins ist die Kunden- und Kundinnenberatung, das heißt die fachliche

und soziale Kompetenz, die auch den Beruf des Verkäufers bzw. der Verkäuferin aufwertet. (vgl. FOBE und RIEGER-GENENNING 1999)

Die fehlende Kundenberatung der großen Handelsketten und andere Schwächen haben Politik, Wissenschaft und Bevölkerung erkannt und haben Initiativen entstehen lassen, wie den Nachbarschaftsladen 2000 in Deutschland und die Markt-Treffs in Schleswig-Holstein. Auch in Österreich öffnen wieder vermehrt kleine Lebensmittelgeschäfte ihre Tore und setzen dabei auf innovative Ideen. Vier Beispiele dieser Greissler wurden für diese Arbeit besucht, untersucht und deren Strategien verglichen. In allen vier Gemeinden gab es bereits einen Dorfladen, der allerdings zuvor aus wirtschaftlichen oder privaten Gründen geschlossen hatte.

5.1.1 DORFLADEN BIRNBAUM

Strukturdaten: 61 Einwohner und Einwohnerinnen

Organisationsform: Vereinsbetrieben durch den Verein „Dorfladen Birnbaum“

Eröffnung: 1998 – nach drei Jahren ohne Nahversorger

Kurzbeschreibung: 90m² Verkaufsfläche, Zwei Teilzeitkräfte im Ausmaß von 25 Wochenstunden, Selbstbedienung, Feinkosttheke, Regionales Regal

Öffnungszeiten: Sommer: Montag bis Freitag: 7.30-12 Uhr und 14.30-18 Uhr, Winter: Montag bis Freitag 7.30-12 Uhr, Samstags immer 7.30 bis 12 Uhr

Finanzierung: Mietkostenbefreiung durch Gemeinde

Service-Leistungen: Kaffee-Ecke, Sparverein, Lotto-Toto Verkaufsstelle

Besonderes:

(vgl. HOHENWARTER 2019)



Abbildung 13: Dorfladen Birnbaum, Eigene Aufnahme 2019

5.1.2 DORFLADEN FRESACH

Strukturdaten: 1206 Einwohner und Einwohnerinnen

Organisationsform:

Privatunternehmen

Eröffnung: 1.8.2017

Kurzbeschreibung:

85m²

Verkaufsfläche, 4 Angestellte davon 2

Vollzeit- und 2 Teilzeitkräfte, 170 Produkte aus der Region und einige Convenience Produkte, Selbstbedienung, Feinkosttheke, Fokus auf Regionales

Öffnungszeiten: Montag bis Freitag: 6-12Uhr und 15-18Uhr, Samstag 6-12 Uhr

Finanzierung: 65% der Investitionssumme von LEADER gefördert, der Rest sind Eigenmittel, Miet- und Stromkosten wurden die ersten 2 Jahre von Gemeinde übernommen, seitdem gewährt diese je nach Umsatzzahlen Minderung bzw. Befreiung

Service-Leistungen: Gratis Zustellung in der Gemeinde ab einem Einkaufswart von 30€, Kommunikationseck (mit Kaffee und Mehlspeisen), Geschenkskörbe, Catering

Besonderes: Tägliche Lieferung einer gesunden Jause an den Kindergarten, Belieferung des Rot-Kreuz Stützpunktes, soll den wöchentlichen Supermarkteinkauf nicht ersetzen, sondern diesen mit Qualitätsprodukten ergänzen

(vgl. EGGGER 2019)



Abbildung 14: Dorfladen Fresach, Eigene Aufnahme 2019

5.1.3 UNSER G'SCHÄFT IN STREM

Strukturdaten: 898 Einwohner und Einwohnerinnen

Organisationsform: Vereinsbetrieben durch den Verein „Unser G'schäft in Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung“

Eröffnung: 2012 – nach 2 Jahren ohne Nahversorger

Kurzbeschreibung (Produkte, Größe, Angestellte): 110m² Verkaufsfläche, ungefähr 2000 Produkte, 5 Angestellte auf Teilzeitbasis und 1 Lehrling, Selbstbedienung, 30 Lieferanten aus der Region

Öffnungszeiten: Montag bis Freitag 6 bis 18 Uhr, Samstag 6 bis 12 Uhr

Finanzierung: LEADER Förderung im Ausmaß von 140.000€, davon mussten Marketingmaßnahmen und eine Angestellte 3 Jahre lang bezahlt werden, rund 100€ pro Monat Provision für die Rolle als Postpartner, rund 200 Vereinsmitglieder zahlen jährlich 10€ Mitgliedsbeitrag, Bausteinaktion: Bevölkerung kann Bausteine im Wert von je 100€ kaufen, bis dato wurden weit über 200 Bausteine verkauft

Service-Leistungen: Postpartner, Lotto-Toto Annahmestelle, Gratis Zustellung innerhalb der Gemeinde (anfangs mit gesponsertem Elektroauto), Abholung der Kunden und Kundinnen von Zuhause und anschließend Rücktransport samt Einkauf, Catering, Geschenkskörbe, Elektrotankstelle, Aufbackstation, Kaffee-Ecke

Besonderes: Frühstücksservice (Lieferung eines frischen Frühstückes an die Nächtigungsgäste in diversen Kellerstöckel der Umgebung), Verleih von Küchengeräten für Veranstaltungen, Bankomatzahlung möglich (vgl. DEUTSCH 201



Abbildung 15: Dorfladen Strem, Eigene Aufnahme 2019

5.1.4 DORFLADEN STUBEN

Strukturdaten: 389 Einwohnerinnen und Einwohner

Organisationsform: Vereinsbetrieben durch den „Verein Dorfladen Stuben“

Eröffnung: 2. Oktober 2013 – nach 9 Monaten ohne Nahversorger

Kurzbeschreibung: 25m² Verkaufsfläche, 2 Angestellte zu je 20 Wochenstunden, Selbstbedienung, regionales Regal,



Öffnungszeiten: Montag bis Samstag 7 -12 Uhr

Finanzierung: insgesamt 10.000€ vom Land Burgenland die für die Ablöse des Inventars verwendet wurden, 1.500€ jährlich Zuschuss von Gemeinde

Monatsumsatz: rund 120.000€

Service-Leistungen: Jeden Mittwoch „Warme Theke“ – Mittagessen, Kaffee-Ecke, Tabak-Trafik, Anfangs auch Textilreinigungsservice,

Besonderes:

(vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

Abbildung 16: Dorfladen Stuben, Eigene Aufnahme 2019

5.2 ALTERNATIVE ORGANISATIONSFORMEN

Die geringe Bevölkerungsdichte in den betroffenen Orten sorgt für eine geringe Nachfrage, was die Kosten pro Nutzer und Nutzerin des Angebots enorm vergrößert. Die Folge ist, dass das Angebot dadurch eingestellt werden muss oder, dass das Preisniveau so stark steigt, dass das vorhandene Angebot von den Nachfragenden nicht mehr als relevant wahrgenommen wird. (vgl. KUBSCH 2005: 134)

Kubsch (2005: 134ff) schlägt daher vor, die durch ökonomische Ineffizienz entstandene Lücke mit Hilfe lokalen Engagements zu schließen. Das Interesse für die Entwicklung des Dorfes sollte im besten Fall nicht durch eine Initiative der Gemeinde geweckt werden, sondern durch eine lokale Initiative. Er begründet die Förderung lokalen Engagements mit folgenden Argumenten:

- Eine positive Entwicklung im ländlichen Raum passiert dann, wenn dies von innen heraus, also endogen, geschieht. Die Menschen vor Ort sollen dadurch ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen und dafür ist mehr lokale Demokratie notwendig.
- Lokales Engagement schafft Selbstvertrauen.
- Eine enge Zusammenarbeit der involvierten Bevölkerung lässt soziale Netzwerke entstehen.
- Auch fehlende (finanzielle) Ressourcen können durch lokales Engagement ausgeglichen werden.

Immer öfter, nachdem das letzte Lebensmittelgeschäft im Ort zugesperrt hat, und die Nachfolger- und Nachfolgerinnensuche aufgrund betriebswirtschaftlicher Zahlen zur unmöglichen Aufgabe wurde, werden Bürger und Bürgerinnen selbst aktiv und setzen sich für die Wiedereröffnung eines Nahversorgers ein. Wegbrechende Leistungen werden dadurch von lokalem, freiwilligem Engagement aufgefangen (vgl. SCHRÖDER 2017: 43ff). Eine 2015 von Martin Schröder (2017: 43ff) durchgeführte Studie, bei der die Wohnbevölkerung zweier Gemeinden in Niedersachsen befragt wurden, zeigt, dass sich diese im Bereich Nahversorgung einen Mix aus lokalen Akteuren und Akteurinnen, öffentlicher Hand und Privatwirtschaft erwarten. Das Grundinteresse an lokalem, freiwilligem Engagement in den beiden peripheren Gemeinden wurde als selbstverständlich argumentiert und als Möglichkeit der Gestaltung des eigenen Nahraums.

Schlussendlich wird die Sicherung der Grundversorgung mit Lebensmitteln in schrumpfenden Gemeinden nicht nur vom Engagement der zentralen Steuerungseinrichtungen, sondern auch vom Engagement der Kommunen abhängig sein. (vgl. SCHNEDLITZ 1997: 17)

In drei der vier untersuchten Dorfläden, war es ebenfalls das Engagement der Wohnbevölkerung, die das Projekt Dorfladen real werden ließ, wenn auch in unterschiedlich starker Ausprägung der Einbindung der Bürger und Bürgerinnen.

5.2.1. BIRNBAUM

In Birnbaum wurde 1998, nachdem der letzte Nahversorger 1995 geschlossen hatte, der Verein Dorfladen Birnbaum gegründet, der zunächst aus sechs Personen des Ortes bestand. Bei zwei Informationsabenden, zu denen die lokale Bevölkerung eingeladen wurde, wurde eruiert, ob grundsätzliches Interesse am Projekt vorhanden sei. (vgl. HOHEWARTER 2019)

Während der Planungsphase wurde den 6 Vereinsgründungsmitgliedern klar, dass das Projekt nur funktionieren könne, wenn die gesamte Wohnbevölkerung dahinterstehe.

„*Ich glaub es ist einfacher, weil das Denken der Leute ist ganz ganz ganz komisch. Es kennt in einer 300 Seelen Gemeinde da, kennt hald jeder jeden und jeder hat einen Vorteil und einen Nachteil, [...] wenn das aber JEDEM gehört, dann ist jeder, oder dann sollte sich jeder dazu verpflichtet fühlen, seinen Beitrag zu leisten.* (HOHENWARTER 2019)

Damit das funktioniert, wurde vorausgesetzt, dass sich jeder Haushalt Birnbaums mit 3.000 Schilling beteiligt. Die Gemeinde unterstützte das Vorhaben der lokalen Arbeitsgruppe und stellte in den letzten 21 Jahren die Räumlichkeiten kostenlos zur Verfügung. (vgl. ebd. 2019) Außerdem wird von Seiten der Gemeinde die Wichtigkeit des Einkaufes im Ort betont und die Bürger und Bürgerinnen dazu animiert, die Wertschöpfung in der Region zu halten und lokale Akteure zu unterstützen. Jährlich finden Vollversammlungen der Mitglieder statt, bei denen künftige Entwicklungen besprochen werden. „*Und wir haben bei diesen Versammlungen auch immer den Bürgermeister da, der sagt: „Leute ihr müsst! Kaufts ein! Vereine schauts!“*“ (ebd. 2019)

5.2.2 STREM

Auch der Dorfladen in Strem wurde von zwei motivierten Einwohnern in Form eines Vereines gegründet. Nachdem auch hier der letzte Nahversorger wegen Pensionierung seinen Laden geschlossen hatte, spielte der Bürgermeister Bernhard Deutsch mit dem Gedanken ein Lebensmittelgeschäft zu eröffnen. Die Gemeinde hat nach Nachfolger und Nachfolgerinnen gesucht, *„es sind viele gekommen nur die meisten haben nicht einmal das Geld gehabt für die Erstaussattung Ware [...] Als Gemeinde selbst, haben wir gesagt, ist es auch nicht unbedingt unsere erste Aufgabe da ein Geschäft zu betreiben also haben wir dann überlegt diese Vereinsvariante zu machen, wobei dann der Obmann auch an mir hängen geblieben ist, das ist einfach jetzt leider so, diese Projekte sterben oder leben auch mit den handelnden Personen, die dahinter stehen.“* (DEUTSCH 2019).

Im Zuge der Befragung der Bevölkerung stellte sich zunächst heraus, dass es keinen Bedarf für einen Nahversorger gab, weil Güssing, und damit einhergehend eine breite Auswahl an Lebensmittelgeschäften, nur 8 Kilometer entfernt liegt. Als der Bürgermeister ein Jahr später, im Zuge des Dorferneuerungsprozesses, das Thema nochmal ansprach, war die Reaktion ganz anders: *„nach einem Jahr war der Leidensdruck so groß, da haben alle gesagt wir brauchen ein Geschäft, das ist viel zu mühselig da jetzt jedes Mal ins Auto zu steigen, nach Güssing zu fahren.“* (ebd. 2019) Die Bevölkerung argumentierte mit dem großen Zeitverlust, der beim Pendeln nach Güssing entsteht, dem finanziellen Mehraufwand durch die zurückzulegenden Kilometer und mit der Tatsache, dass in den großen Supermärkten Vieles nur in sehr großen Einheiten verfügbar ist, das dann leichter verdirbt. (vgl. ebd. 2019)

Damit sich jeder Bürger und jede Bürgerin angesprochen fühlt, wählte man den Namen **„Unser G’schäft in Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung“**. Die finanziellen Mittel wurden unter neben einer LEADER Förderung von der Bevölkerung selbst aufgebracht, denn diese konnte Bausteine im Wert von je 100€ kaufen und somit ihre Unterstützung ausdrücken. Insgesamt wurden weit über 200 Bausteine verkauft und 200 Personen wurden zusätzlich zu Vereinsmitgliedern und zahlen dadurch einen Mitgliedsbeitrag von 10€ pro Jahr. (vgl. ebd 2019)

„das bindet einfach die Leute, wenn sie Vereinsmitglieder sind oder einen Baustein haben, da geht man einfach eher einkaufen.“ (ebd. 2019)

Herr Deutsch setzt als Obmann des Vereins auf Kunden- und Kundinnenbindung durch finanzielle Partizipation. Er betont auch das notwendige Engagement seinerseits und das seiner Geschäftspartnerin, ohne das das Geschäft nicht so erfolgreich wäre. Ida Traupmann, die selbst Bio-Bäuerin in Strem und Obmann-Stellvertreterin des Vereins ist, fährt mit dem eigenen PKW und liefert täglich (mehrmals) frisches Gemüse aus ihrem Folientunnel ins Geschäft. Die Lieferung von Einkäufen wird auch mit Privatautos in der eigenen Freizeit erledigt. (vgl. ebd. 2019)

5.2.3 STUBEN

Im kleinen Ortsteil Stuben gibt es seit 2013 wieder einen Dorfladen. 9 Monate zuvor hatte das vormalige Lebensmittelgeschäft geschlossen. Die Idee kam von der Bürgermeisterin, die auf die zahlreichen Vereine Stubens zukam und eine gemeinsame Gründung eines Vereins zur Betreuung des Dorfladens vorschlug. Die Idee dahinter war, dass eine Involvierung aller Vereine den Dorfladen finanziell stark stützen würde, da die Vereine den Eigenbedarf im „eigenen“ Geschäft decken können. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

Ich mein, man hat ein gewisses Grundinteresse und mit einer gewissen Skepsis hat man gesagt man probiert es, mehr als schief gehen kanns nicht. (ebd. 2019)

Obwohl die Idee erfolgsversprechend schien, musste der Obmann des Dorfladen Stubens feststellen, dass die Vereine oft „in fremden Wiesen grasen.“ (ebd. 2019). Auch die geringe Beteiligung der Gemeinde mit 1500€ pro Jahr, die regelmäßig stark verspätet überwiesen werden bereiten dem Obmann Sorgen. Herr Wehofschitsch betont auch, dass hinter dem Dorfladen sehr viel freiwillige Initiative steht, ohne die der Laden nicht mehr rentabel wäre. Regionale Produkte werden von Vereinsmitgliedern regelmäßig mit dem Privat PKW geholt und Einkäufe mit diesen ausgeliefert. (vgl. ebd. 2019)

5.2.4 FRESACH

In Fresach steht der einzige Dorfladen der Untersuchungsgebiete, in dem die traditionelle Betriebsform des selbstständigen Betreibers gewählt wurde. Betreiber Ernst Egger begründet diese Entscheidung mit der besseren Steuerungsmöglichkeit und Kontrolle über die Vorgänge im Dorfladen: *„Wir haben beschlossen wir machens nicht als Verein, weil da ist dann ein Obmannwechsel und da werden die Leute zum Verkaufen eingestellt. Ich bin so kaufmännisch selbst im Geschäft, muss auf die Sauberkeit achten, auf die Freundlichkeit achten und kämpfe an der vordersten Front ums Überleben.“* (EGGER 2019).

Die Bevölkerung wurde dennoch zu einem gewissen Grad eingebunden, indem sie zweimal von der Gemeinde zu einer Bürger- und Bürgerinnenversammlung eingeladen wurde, im Zuge deren das Projekt vorgestellt wurde. In weiterer Folge musste dies auch vom Gemeinderat genehmigt werden, da sich die Gemeinde zur finanziellen Unterstützung bereitgestellt hat. Finanziell konnte Herr Egger das Projekt mithilfe einer LEADER Förderung stemmen. (vgl. ebd. 2019)

5.2.5 VERGLEICH

Alle vier Dofläden unterscheiden sich stark hinsichtlich ihrer Organisationsform. Während in Birnbaum, Strem und Stuben ein gemeinnütziger Verein gegründet wurde, der keine Gewinne erzielen will und darf, wurde in Fresach ein privater Betreiber auf die Situation aufmerksam. Die Schwierigkeit, einen privaten Betreiber zu finden, liegt laut Bürgermeister Deutsch oftmals im unzureichenden Eigenkapital. Mit der Möglichkeit Vereinsmitglied und dadurch „Mitbetreiber“ zu werden findet nicht nur eine finanzielle Unterstützung statt, sondern meistens auch eine moralische. (beispielsweise EGGER 2019, DEUTSCH 2019)

Kunden und Kundinnen, die auch Vereinsmitglieder sind, kaufen eher im eigenen Dorfladen ein. Somit kann auf einfache Weise ein Kundenstock aufgebaut werden. Mit einem kleinen Bonus am Jahresende fühlen sich die Kunden wertgeschätzt und setzen ihren Einkauf im Folgejahr im Dorfladen fort. Der Obmann des Geschäftes in Strem meint, dass auch heute, also 7 Jahre nach Eröffnung, immer noch Personen Bausteine kaufen, um ihre Zufriedenheit und Unterstützung auszudrücken. (vgl. DEUTSCH 2019)

Logistische Aufgaben wie die Abholung von Produkten, für die oft Wege von bis zu 20 Kilometer pro Richtung zurückgelegt werden, die Lieferung von Einkäufen und Catering werden von Vereinsmitgliedern in deren Freizeit mit dem Privat-PKW ausgeführt. Das entlastet die Angestellten und spart somit Zeit und vor allem Geld. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019, HOHENWARTER 2019)

Obwohl die Idee der Einbeziehung der gesamten Wohnbevölkerung auf den ersten Blick ökonomisch und sozial keinen Grund zum Scheitern bietet, kann man diese nicht zum Einkauf im eigenen Geschäft zwingen. Das Beispiel des Dorfladen Birnbaums zeigt, dass trotz 21 jährigen Bestehens, das Interesse der Bevölkerung, die mit Eigenkapital zur Entstehung des Ladens beigetragen hat, über die Jahre hinweg schwinden kann und die Bindung dieser als Kunden und Kundinnen dadurch nicht gewährleistet wird.

„Wir haben hald Leute, die nicht Mitglieder sind und mehr einkaufen, weil viele haben gesagt „ich geb hald die 3000 Schilling her, ich hab meinen Beitrag geleistet, aber ich fühl mich zu nichts verpflichtet.““ (HOHENWARTER 2019)

Dass das Interesse am Dorfladen nach einigen Jahren weniger wird, zeigt das Beispiel des Dorfladens Birnbaum, wo nach 21 Jahren Betrieb, oftmals nur 10 Vereinsmitglieder zur Jahreshauptversammlung kommen, Bausteine kauft heute niemand mehr. Aufgrund des jahrzehntelangen Bestehens des Ladens, kann nur von großem Erfolg die Rede sein, allerdings ist hier dennoch der Verein gefragt sein Angebot für die neue Generation attraktiv zu gestalten und diese auch zu Kunden und Kundinnen zu machen. (vgl. HOHENWARTER 2019)

Auch in Stuben hatte man sich den Zuspruch der anderen Vereine größer vorgestellt. Hier ist man sich allerdings des Problems bewusst: Die sehr stark eingeschränkten Öffnungszeiten (Montag bis Samstag von 7 bis 12 Uhr) und das Preisdumping der großen Supermarktketten bereiten dem kleinen Laden große Schwierigkeiten. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

Herr Egger (2019) betont jedoch, dass für ihn ein vereinsbasierter Dorfladen nicht in Frage gekommen wäre. Er möchte die Kontrolle nicht aus der Hand geben und „an vorderster Front ums Überleben kämpfen“. Laut ihm läuft ein vereinsbetriebener Dorfladen Gefahr, dass sich niemand ausreichend verantwortlich fühlt und dadurch die Qualität leidet. Seine Frau und er betreiben das Geschäft und bekommen somit das Feedback direkt von den Kunden und

Kundinnen und wissen aus erster Hand, welche Produkte und Services gut angenommen werden und welche weniger gut.

Zusammengefasst konnten bei vereinsbasierten Dorfläden folgende Vor- und Nachteile erkannt werden:

- + weniger Eigenkapital erforderlich
- + Vereinsmitglieder werden zu „Mitbetreibern“ und dadurch gebunden
- + effiziente und kostengünstige Arbeitsteilung
- eventuell geringerer Druck, was zur „Vernachlässigung“ des Dorfladens führen kann

5.3 KUNDENNÄHE ALS STANDORTVORTEIL

Die Entwicklungen im Einzelhandel zeigen nicht nur einen Trend zum Einkauf in großen Fachmärkten und Diskontern, denn sozioökonomische Indikatoren wie Altersaufbau der Gesellschaft, Haushaltsgrößen, Kaufkraft und Einkaufsverhalten ändern sich ständig. Die kleineren Haushalte benötigen keine Waren in großen Gebinden, sondern kleinere Einheiten. Ein Weg um sich die Loyalität der Kunden und Kundinnen zu sichern, ist die Kundennähe. Wenn man bedenkt, dass rund 80% des durchschnittlichen Warenkorbs auf Wiederholungskäufe entfallen, das heißt, überall gleichermaßen und standardisiert, egal ob im Diskonter, im Supermarkt oder im Onlinelebensmittelhandel, getätigt werden können, so wird der Wert des „added value“ deutlich. Damit ist Höflichkeit, Flexibilität, Vertrautheit gemeint; die Werte, die den Unterschied zum austauschbaren, standardisierten Einkauf machen und den Nahversorger besonders machen. (vgl. STEINDL 1997: 57f)

Im Zuge der Interviews hat sich herausgestellt, dass die vier Dorfläden durch ihren zentralen Standort nicht nur physische, sondern auch emotionale Kundennähe als Standortvorteil nutzen:

Während Supermärkte zunehmend auf die „Grüne Wiese“ ausweichen, um ausreichend Platz für das umfangreiche Warenangebot und die benötigte Infrastruktur bei der hohen Kundenfrequenz zu haben, befinden sich die vier untersuchten Dorfläden direkt im Ortszentrum.

Der Dorfladen in **Birnbaum** befindet sich im Erdgeschoß des Hauses, das auch das Gemeindeamt beherbergt. Direkt vor dem Geschäft findet man Platz für 4 PKW's. Die Stellplätze werden jedoch hauptsächlich von Kunden und Kundinnen aus den anderen Ortschaften genutzt, denn Birnbaum ist so klein, dass dessen Einwohner und Einwohnerinnen zu Fuß zum Einkaufen kommen. Während des Interviews mit Frau Hohenwarter kommen 4 Kunden ins Geschäft, alle vier ohne PKW. (vgl. HOHENWARTER 2019)

In **Fresach** ist die Situation sehr ähnlich. Auch hier befindet sich das Gemeindeamt im selben Gebäude, die Kirche befindet sich nebenan, genauso wie ein Gasthaus. Der Dorfladen liegt also mitten im Zentrum, davor findet man eine Bushaltestelle und ausreichend Parkplätze. Während meines Besuches kommen 15 Kunden und Kundinnen zum Einkaufen, Kaffeetrinken und Jause holen. Die Meisten kommen mit dem Auto, nur die älteren Kunden und Kundinnen kommen zu Fuß. Dabei wurde auch auf die demographische Entwicklung im Ort Rücksicht genommen indem man bewusst darauf geachtet hat, den Dorfladen barrierefrei zugänglich zu machen (vgl. EGGER 2019).

Der Dorfladen in **Strem** hat bewusst nicht das Gebäude des ehemaligen Greißlers als Standort ausgewählt, weil dieser nicht ganz zentral gelegen ist und nicht barrierefrei zugänglich war. Der Standort wurde verlagert, und damit einhergehend große Kosten für den Umbau aufgewendet, und befindet sich jetzt gegenüber des Gemeindeamtes auf der Hauptstraße, wo man alle Dienstleister wie Bank, Frisör, Tankstelle, etc. findet. (vgl. DEUTSCH 2019) PKW Stellplätze findet man nicht nur auf der Straße, sondern wurden extra neben dem Geschäft errichtet. Außerdem gibt es eine Fahrradabstellanlage, da viele Kunden und Kundinnen mit dem Fahrrad einkaufen kommen (vgl. ebd. 2019).

Auch **Stuben** hat seinen Dorfladen an der Hauptstraße gelegen und direkt neben dem Feuerwehrhaus. Bei der Standortüberlegung wurde auch die ehemalige Schule in Betracht gezogen, die sich allerdings auf einer Anhöhe befindet und daher für die wenig mobile Bevölkerung, vor allem Senioren, nicht gut erreichbar wäre (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019). Während der Zeit des Interviews betreten 4 Kundinnen den Laden, wobei alle 4 zu Fuß unterwegs sind.

Während der Interviews war es in jedem Dorfladen mehr als einmal der Fall, dass wir von Kunden und Kundinnen unterbrochen wurden. „*Wie geht's der Gattin? Ist sie noch krank?*“ „*Na, jetzt ist wieder Ruhe eingekehrt im Ort, die Enkelkinder von Herrn Wehofschitsch sind weg.*“ fragt eine Kundin, als sie Herrn Wehofschitsch im Dorfladen sieht. Man kennt seine

Kunden und Kundinnen persönlich und kann daher optimal auf die Zielgruppe reagieren. *„Bei uns ist es so, dass wenn ein Produkt nicht geht, wird das so schnell wie möglich aus dem Laden genommen und Leute kommen dann und sagen „Kannst du mir nicht das besorgen?“. Also das ist echt noch so wie es am Land üblich ist.“* (ebd. 2019)

Kundennähe kann als Standortvorteil genutzt und Dorfläden attraktiver als große Fachmärkte am Ortsrand machen.

5.4 MULTIFUNKTIONALITÄT

1997 zieht Dr. Erwin Pock (25f) vom Institut für Handelsforschung ein Resümee über die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Österreich und gibt im Anschluss Ratschläge, die Lebensmitteleinzelhändler in kleinen Gemeinden beherzen sollen, um überleben zu können. Dabei sieht er eine Funktionsanreicherung bzw. -ausweitung die den Bedürfnissen der örtlichen Bevölkerung entspricht, als notwendig an.

Unter dem Namen „Multifunktionale Nahversorgungszentren“ präsentiert er sogenannte “Dorfhäuser” in denen sämtliche Dienstleistungen und Produkte, die für die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben notwendig sind, zentriert angeboten werden. Betont wird dabei besonders, dass es eben keine Ansammlung von Anbietern sein soll, ähnlich wie in einem Einkaufszentrum, sondern, dass alle Waren und Dienstleistungen aus einer Hand kommen. Mit den zusätzlichen Umsätzen soll die Existenz gesichert werden, oder ein Heranwachsen auf eine existenzfähige Mindestbetriebsgröße möglich gemacht werden. Pock erwähnt konkret, nachdem 1997 die Schließungswelle der Post in peripheren Gemeinden so aktuell wie nie zuvor war, die Integrierung des Postdienstes, sowie einer Lotto-Toto Annahmestelle und den Verkauf von Medikamenten. (vgl. ebd. 1997: 26)

Die Vorteile eines multifunktionalen Dorfladens sind die

- Verbesserung der Versorgung der Wohnbevölkerung,
- Erhöhung der Kundenfrequenz,
- Erhöhung der Umsätze im Stammsortiment durch Verbundkäufe (vgl. ebd. 1997: 26) sowie
- Ersparung von Wegen durch die Bündelung mehrerer Angebote an einem Ort (vgl. KUBSCH 2005: 134)

In der Praxis sieht man eine große Zustimmung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Konzeptes. Die untersuchten Dorfläden bieten folgende Services an:

Birnbaum:

- Sparverein
- Kaffeecke: Ein Kaffeeautomat im Geschäft spendet Kaffee um zwei Euro pro Tasse, der an zwei Stehtischen, einem normalen Tisch im Geschäft oder auf einem Hochtisch auf der Terrasse vor dem Dorfladen getrunken werden kann.
- Tabak Trafik: Die Tabakwaren, die im Dorfladen erworben werden können, bessern den Umsatz auf.



Abbildung 17: Sparverein, Eigene Aufnahme 2019

Ursprünglich war in den Dorfladen auch eine Postannahmestelle integriert. Als diese dann digitalisiert wurde und die notwendige technische Ausstattung angeschafft hätte werden müssen, hat man diese freiwillig aufgelassen. (vgl. HOHENWARTER 2019)

Die Kaffeecke und vor allem die sonnige Terrasse vor dem Dorfladen werden gleichermaßen



Abbildung 18: Kaffeecke, Eigene Aufnahme 2019

von Einheimischen wie von Touristen genutzt. Da es im Ort nur noch einen Wirten gibt, der laut meiner Interviewpartnerin nicht gut kocht und auf Touristen ausgelegt ist, hat die Kaffeecke im Dorfladen einen hohen Stellenwert: „... außerdem haben wir ja hier den Kaffee, denn wir sind eine Klatsch- und Tratsch Börse.“ (ebd. 2019)

Fresach:

- Kaffeecke: Auch hier gibt es eine Kaffeecke im Laden, die aus einem großen Tisch mit 5 Sitzmöglichkeiten besteht. Des Weiteren gibt es einen Stehtisch und auf der Terrasse vor dem Laden zwei weitere Tische mit je 4 Sitzgelegenheiten. Der Kaffee kommt aus einer Rösterei in Udine und wird den Kunden



Abbildung 19: Sonnenterrasse, Eigene Aufnahme 2019

und Kundinnen zum Platz serviert. „... *es ist kein Kaffeehaus aber wir schauen, dass wir den Leuten Produkte anbieten können, Mehlspeisen zum Beispiel, die bei uns die Bäuerinnen machen. Wir haben eine eigene Dorfladentorte kreiert, ja das sind alles so Geschichten...*“ (EGGER 2019)

- Jause für den RK Stützpunkt und für den Kindergarten in Fresach: Auf Anfrage der Gemeinde liefert der Dorfladen Fresach auch täglich gesunde Jause in den Kindergarten, wo diese mit einer Ernährungspädagogin zubereitet wird. Zuvor hatten die Kinder im Gasthaus gegessen, man wechselte bewusst zu regionaler und saisonaler Jause. Ebenso wird der Rot-Kreuz Stützpunkt in Fresach täglich beliefert.
- Geschenkskörbe: Auf Kundenwunsch werden Geschenkskörbe vorbereitet.

Die Integrierung von weiteren Services, wie es Pock vorschlägt, kam für Herrn Egger und seine Gattin nicht in Frage. Die Postannahmestelle hat seit Jahren der Wirt nebenan inne. Im Sinne eines partnerschaftlichen Miteinanders der Betriebe im Ort wurde deshalb auch nicht angedacht, diesen Service zu integrieren. (vgl. ebd. 2019)

Strem:

„Unser G’schäft in Strem“ hat mit Abstand die meisten Services in den Dorfläden integriert:

- Kaffeecke: Im Geschäft wurde eine ganze Ecke dem Kaffee gewidmet. Dort findet man Sitzplätze für 8 Personen (die Zahl wurde absichtlich so niedrig gehalten, um die Auflage einer verpflichtenden Gäste-Toilette ab 9 Sitzplätzen, zu umgehen). Beim Kaffeeautomaten können sich die Gäste selbst bedienen. *„Wenn die Leute einkaufen kommen und sich treffen, dann setzen sie sich hin, trinken einen*



Abbildung 20: Kaffeecke Strem, Eigene Aufnahme 2019

- setzen sie sich hin, trinken einen Kaffee, tratschen ein bisschen. Es kommen sehr viele, die holen sich ein Frühstück, setzen sich kurz hin.“ (DEUTSCH 2019)*
- Postpartner: Mit der Integration der Postannahmestelle können nicht nur potenzielle Kunden und Kundinnen ins Geschäft geholt werden, sie bietet auch noch die Möglichkeit Post- und Bankgeschäfte zu Öffnungszeiten zu erledigen, die reguläre Post- und Bankfilialen nicht bieten können. Die Provision von mehr als 1000€ monatlich für diesen Service ist eine finanzielle Stütze.
- Lotto-Toto Annahmestelle: Diese bringt zusätzlichen Umsatz, weil wer schon mal im Dorfladen ist, kauft meist auch zumindest eine Kleinigkeit ein oder trinkt einen Kaffee.
- Elektrotankstelle: Am Parkplatz vor dem Geschäft findet man eine Elektrotankstelle, die ursprünglich für das Ladeneigene Elektroauto gedacht war. Diese kann allerdings von jedem und jeder benutzt werden. Während das Auto oder Fahrrad lädt, kann man im Laden einen Kaffee trinken und eine Mehlspeise essen.



Abbildung 21: Elektrotankstelle, Eigene Aufnahme 2019

- Frühstücksservice: Eine Besonderheit ist die Kollaboration mit einigen Kellerstöckel in der Region. Diese wurden teilweise ausgebaut und werden als Übernachtungsmöglichkeit vermietet. Das Frühstück kann beim Dorfladen Strem bestellt werden und wird am gewünschten Tag in einem Korb vor die Türe geliefert. Dabei wird gleichzeitig Werbung für das Geschäft gemacht.
- Catering im Kindergarten: Der Kindergarten in Strem wird jeden Tag mit frischen Waren aus der Region beliefert.
- Geschenkkörbe und Plattenservice: Für Veranstaltungen und besondere Anlässe bereitet der Dorfladen Geschenkkörbe und Platten vor und kann somit auch als Catering für Veranstaltungen gebucht werden.
- Aufbackstation: Der Vorteil an der eigenen Aufbackstation ist, dass den Kunden und Kundinnen bis kurz vor der Sperrstunde frische Backwaren angeboten werden können. (vgl. ebd. 2019)

Stuben:

- Kaffeecke: Die Kaffeecke befindet sich mitten im Geschäft und lädt zum Verweilen ein. Es gibt einen Tisch und 4 Sessel.
- Warme Theke: Jeden Mittwoch bringen die zuliefernden Bäuerinnen ein warmes Mittagsgeschicht in den Dorfladen, das dort gekauft und mitgenommen werden kann. Falls die Bäuerinnen mal keine Zeit haben sollten, springt der Vereinsobmann, Herr



Abbildung 22: Kaffeecke Stuben, Eigene Aufnahme 2019

- Warme Theke: (continued from previous list item) Herr Wehofschitsch, gerne ein und bringt das Mittagessen.
- Tabak Trafik: Die Tabak-Trafik ist anteilmäßig der größte Teil des Umsatzes. Herr Wehofschitsch, der ein Restaurant im ersten Wiener Gemeindebezirk besaß, bezog die Zigaretten für seinen Gastronomiebetrieb aus dem Dorfladen in Stuben. „Wir haben auch eine Tabaktrafik, die in den Dorfladen integriert ist, die ist sicher der Grund zu

überleben, weil ich seiner Zeit schon die Zigaretten für Wien da gekauft habe.“
(WEHOFSCHITSCH 2019)

- Reinigungsservice: Die ersten Jahre über gab es einen integrierten Reinigungsservice. Man konnte seine Kleidung bringen, diese wurde mitgenommen, gereinigt und wieder in den Laden gebracht. Seit die Dame, die die Reinigung durchgeführt hat, nicht mehr in Stuben vorbeikommt, wurde dieser Service aufgelassen. (vgl. ebd. 2019)

In den vier Dorfläden kann keiner der integrierten Dienstleistungen das Hauptgeschäft, nämlich der Lebensmitteleinzelhandel, ersetzen oder diesem Konkurrenz machen. Sie haben jedoch die Funktion, Laufkundschaft, die aufgrund von Bankgeschäften, Postanliegen, einem aufladenden Elektroauto oder Zigaretten in den Laden kommen, den Dorfladen vorzustellen und eventuell damit Neukunden und -kundinnen zu gewinnen. (vgl. beispielsweise DEUTSCH 2019, WEHOFSCHITSCH 2019)

Dienstleistungen wie die Warme Theke, das Catering, die Aufbackstation oder die Kaffeeecke sind Zusatzfunktionen des Dorfladens, die Kunden und Kundinnen binden können.

Im Fall des integrierten Postpartners im Stremer Geschäft bringt dieser noch einen zusätzlichen Vorteil: Die rund 1000€ Provision, die monatlich dafür erhalten werden, sind ein zusätzliches Fixeinkommen und entlasten den Dorfladen finanziell. (vgl. DEUTSCH 2019)

5.5 MOBILE SERVICES

Damit die eben genannten Services auch genutzt werden können, und das von der gesamten Kundschaft, auch wenn diese über kein KFZ verfügt oder aufgrund von hohem Alter oder körperlicher Einschränkungen nicht mobil ist, sind mobile Services notwendig.

Diese haben für den Dorfladen den Vorteil, dass der Einzugsbereich vergrößert wird, was sich positiv im Umsatz widerspiegeln kann. Ein Beispiel für so einen Service ist das Semmelsackerl vom Bäcker, das jeden Morgen an der Türe hängt. (vgl. DIETL et a. 2016: 243) Am Beispiel des Dorfladens in Strem findet man den vergleichbaren Service der Frühstückszustellung an Nächtigungsgäste der Kellerstöckel. Diese gehören allerdings zu einer Zielgruppe, die nicht der Wohnbevölkerung angehört und daher ihren Einkauf nicht regelmäßig in Strem erledigen wird.

Synergiepotenziale, die bei den mobilen Lösungen entstehen, können genutzt werden, weshalb einige derartige Angebote bereits existieren. Dazu zählen nach Dietl (2016: 243f):

- Zustelldienste
- Rollende Nahversorgung – mobile Läden
- Nachbarschaftshilfe
- Mobilität schenken

Obwohl sich die vier untersuchten Dorfläden für einen stationären Auftritt des Dorfladens entschieden haben, wird die Versorgung der nicht mobile Bevölkerung durch mobile Services integriert:

„**Unser G’schäft in Strem**“ hatte zur umweltfreundlichen Auslieferung von Einkäufen ein Elektroauto von Herrn Michael Dichand zur Verfügung gestellt bekommen. Man kann die Bestellungen sowohl online mit Hilfe eines Bestelltools auf der Website oder telefonisch abgeben. Ohne Mindestbestellwert wird in alle Teile der Gemeinde zugestellt. Es wird auch angeboten Personen abzuholen, zum Geschäft um den Einkauf zu tätigen oder um die Kaffeeecke zu besuchen und anschließend wieder nach Hause zu bringen, da sich so ein größerer Umsatz erhofft wurde. Das Elektroauto wurde allerdings nach zwei Jahren wieder abgezogen, weil es woanders benötigt wurde. Laut Vereinsobmann Bernhard Deutsch zog diese Maßnahmen keine groben Folgen mit sich, da das Zustellservice eine kleinere Nachfrage hatte als anfänglich kalkuliert. (vgl. DEUTSCH 2019)



Abbildung 23: Elektroauto in Strem, Quelle: ORF 2019

Mittlerweile fahren Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Dorfladens sowie der Obmann nach Ladenschluss mit dem Privat PKW um Einkäufe auszuliefern. 2019 wurde auch für ein paar Monate ein Lastenrad geborgt und zur Lieferung benutzt: *„heuer haben wir über ein Projekt ein Elektrorad gehabt, ein Lastenrad, da hat man dann sogar mit dem Rad zugestellt und so weiter, also möglich ist alles.“* (ebd. 2019)

Auch in Fresach, Stuben und Birnbaum fährt man bei Bedarf mit dem Privat PKW zu den Kunden und Kundinnen, meist nach den Öffnungszeiten in der Freizeit. Für Frau Hohenwarter aus Birnbaum ist dies allerdings kein Problem: *„ich fahre ja nicht kilometerlange Wege, ich fahr ja nur ein paar hundert Meter und das ist schon in Ordnung.“* (HOHENWARTER 2019). Herr Wehofschitsch, Obmann des Dorfladens Stuben (2019), betont die Ehrenamtlichkeit hinter dem Dorfladen, vor allem bei der Auslieferung von Waren. Es gibt in Stuben zwei bettlägerige Personen, die anrufen und bestellen, und im Laufe des Tages beliefert werden. Das Service sei selbstverständlich, da man einander in dem kleinen Ort kennt und einander gegenseitig unterstützt. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019) In Fresach wird auch geliefert, allerdings kostenpflichtig. Erst ab einem Einkaufswert von 30€ wird kostenfrei nach Hause geliefert. (vgl. EGGER 2019)

5.6 PARTNERSCHAFTEN

Eine Möglichkeit für die Dorfläden ihre Umsätze zu steigern und ihre Rolle als notwendiger Nahversorger im Bewusstsein der Anwohner und Anwohnerinnen zu stärken sind lokale Partnerschaften mit anderen Einrichtungen. Die vier untersuchten Beispiele haben unter anderem Partnerschaften mit Kindergärten, Schulen, Tourismuseinrichtungen und Vereinen geschlossen. (vgl. DEUTSCH, EGGER, HOHENWARTER u. WEHOFSCHITSCH 2019).

Vor allem der Dorfladen **Stuben** hat auf das dichte Vereinsnetz in der Region gesetzt. Sollte der Dorfladen ursprünglich vom Sportklub geführt werden, hat man sich schlussendlich doch für einen eigenen Verein entschieden. Eine symbioseartige gegenseitige Unterstützung zwischen Dorfladen und Vereinslandschaft hätte den wirtschaftlichen Erfolg des Ladens sicherstellen sollen. Laut Vereinsobmann Wehofschitsch scheitert es allerdings an der Umsetzung. Da Diskonter gewisse Artikel wesentlich günstiger anbieten können, wird dieser oft als Alternative gewählt. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

Der Dorfladen **Fresach** wiederum, beliefert täglich den Kindergarten mit hochwertigen, regionalen Lebensmittel aus denen eine Ernährungspädagogin dann die Jause zubereitet. Die Zusammenarbeit zwischen Kindergarten und „Gastronomie“ bestand schon vorher, als die Kinder täglich im Gasthof essen waren. Der Bürgermeister hat dem Dorfladen schließlich zu dieser Kooperation verholfen. Wenig später ist man auch beim Rot-Kreuz Stützpunkt Fresach auf diesen Service aufmerksam geworden, wodurch auch mit diesem eine Partnerschaft abgeschlossen wurde. (vgl. EGGER 2019)

Eine besondere Rolle hält das Lebensmittelgeschäft in **Strem** inne, das sich entschlossen hat neben der täglichen Lieferung der Schuljause auch Pensionen und sogenannte „Kellerstöckel“ mit Frühstückskörben zu versorgen. Dafür bekommen die Gäste vom Vermieter bzw. von der Vermieterin am Vortag ein Bestellformular, das dann dem Dorfladen übermittelt wird. Zur ausgemachten Uhrzeit wird der Frühstückskorb geliefert und vor die Haustüre gestellt. Die Bezahlung erfolgt über den Vermieter oder die Vermieterin selbst. (vgl. DEUTSCH 2019)

ALTES ZOLLHAUS STREM
FRÜHSTÜCKSSERVICE

Die Mitarbeiterinnen von
"Unser G'schäft in Strem",
dem Nah & Frisch Extra Markt
bringen Ihr Wunschfrühstück direkt ins
Alte Zollhaus Strem.

Anhand der nachfolgend angeführten **Bestellliste** können Sie sich
Ihr eigenes Frühstück zusammenstellen und **bis 17.00 Uhr** am
Vortag bestellen.
Ihr Frühstück wird dann zwischen **8.00 und 9.00 Uhr** geliefert.
Sonntage sind ausgenommen, verrechnet wird direkt bei der
Lieferung (bitte in Bar).

Bestelltelefon
+43 3324 61354

Übrigens: neben Lebensmitteln und Produkten des täglichen
Gebrauchs finden Sie im "G'schäft in Strem" auch eine reiche
Auswahl an Spezialitäten heimischer Bauern und Direktvermark-
tern. Und ganz nebenbei ist dies einer der aktiven Nahversorger,
gegründet aus Eigeninitiative und eine wirkliche Bereicherung
für die Marktgemeinde Strem.

Abbildung 24: Bestellformular Frühstücksservice Strem, Quelle: Unser G'schäft in Strem

Die Betreiber und Betreiberinnen der Dorfläden sehen die Möglichkeit der Partnerschaften mit lokalen Einrichtungen als positives Feedback und als Bewusstseinsbildung zur Förderung regionaler Ideen. (vgl. EGGER 2019)

5.7 QUALITÄT VOR QUANTITÄT

Verglichen mit Supermärkten, die man auf der Grünen Wiese findet, sind die vier untersuchten Dorfläden flächenmäßig diesen weit unterlegen. Auf 20m² Verkaufsfläche versucht man die Bedürfnisse der Konsumenten und Konsumentinnen in Stuben zu befriedigen, während man in Strem seiner Kundschaft 110m² zur Verfügung stellt. Trotz des Platzmangels haben alle vier Läden eine Feinkosttheke integriert sowie ein eigenes Regal mit regionalen Spezialitäten.

Der Dorfladen **Fresach** legt besonders viel Wert auf Regionalität, welche sich wie ein roter Faden sowohl durch Einrichtung als auch durch Angebot zieht. Die physische Gestaltung des Regals wurde ausschließlich aus heimischen Materialien konstruiert, von einem Fresacher Unternehmen realisiert und hebt sich dadurch schon rein optisch von der restlichen Verkaufsfläche ab. Die Angebote der REWE Gruppe und von ADEG als Dachmarke für den Dorfladen zu fungieren, wurden abgelehnt, da diese ein Mitbestimmungsrecht darüber, welche Artikel in die Regale kommen, hätten. Herr Egger möchte aber selbst bestimmen, was verkauft wird: *„Und man weiß ganz genau, wir sind da am Berg heroben, was sollen die Leute mit gewissen Produkten aus der Stadt machen?“* (EGGER 2019) Stattdessen fährt seine Frau jeden Montag mit dem PKW zum Großmarkt und kauft genau die Mengen von genau den spezifischen Artikeln, die beide im Geschäft verkaufen möchten.



Abbildung 25: Frau Egger hinter der Feinkosttheke, Quelle: Eigene Aufnahme 2019

Neben den Convenience Artikeln aus dem Großmarkt, liegt der Fokus des Dorfladens auf dem Vertrieb von Regionalem. Die Produkte werden aus einem Umkreis von 50 Kilometern geliefert und das auch grenzüberschreitend. Der Kaffee kommt aus Udine, die Mehlspeisen aus Fresach. Besonders stolz ist Herr Egger auf die Feinkosttheke, in der es ausschließlich Wurst- und Käsewaren aus dem unmittelbaren Umkreis zu kaufen gibt. Die Spezialisierung auf Regionales bringt Kunden und Kundinnen aus der Stadt, die dies im normalen Supermarkt nicht finden können. Nicht nur die Stadtbewohner und -bewohnerinnen sondern vor allem junge Leute sind mit dem Konzept des regionalen Einkaufens sehr leicht zu überzeugen. (vgl. EGGER 2019)

Auch **Birnbaum** bietet in einem eigens für regionale Spezialitäten gedachten Regal von Honig, Schnaps und Kosmetik über Schmuck Einiges an. Auch, wenn dieses Regal nur einen kleinen Teil der Verkaufsfläche einnimmt, ist man besonders stolz darauf. Neben dem einheimischen Konsumenten und der einheimischen Konsumentin sind Besucher und Besucherinnen der Region ein großer Abnehmer des regionalen Sortiments.



Außer dem 20 Kilometer entfernten Souvenirladen beim Kloster Maria Luggau ist der Dorfladen Birnbaum neben Nahversorger auch

Abbildung 26: Regionales Regal in Birnbaum, Quelle: Eigene Aufnahme 2019

gleichzeitig die erste Anlaufstelle für Touristen, die ein Souvenir mit nach Hause nehmen möchten. Das restliche Produktsortiment wird von der REWE Gruppe geliefert. (vgl. HOHENWARTER 2019)

Die Touristen und Touristinnen sind in **Stuben** nicht der Grund für das regionale Regal, denn von denen gibt es nicht allzu viele. Die Bevölkerung selbst hält die Nachfrage nach regionalem Gebäck, Teigwaren, Getränken, Obst und Feinkost so hoch, dass dafür sogar mit dem Privat PKW gefahren wird um die Waren von den Produktionsstätten zu holen. Einmal im Monat fährt ein Vereinsmitglied bis ins 20 Kilometer entfernte Pinkafeld, wo sämtliche Produkte eines Landwirts geholt werden. Neben dem regionalen Angebot werden die Waren über A&O bezogen. Auch in Stuben hebt sich das regionale Regal optisch von den anderen ab. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)



Abbildung 27: Regionales Regal in Stuben, Quelle: Eigene Aufnahme 2019

Beim Verein „**Unser G’schäft in Strem**“ einigte man sich darauf, dass „alles, was hier ja wächst und produziert wird“ (DEUTSCH 2019) auch im Dorfladen erhältlich sein soll. So wurde die beachtliche Zahl von 30 Direktvermarktern und Direktvermarkterinnen möglich. Eine davon, eine Bio Bäuerin aus einem Ortsteil Strems, geht in den Folientunnel, erntet das Gemüse und bringt es in den Laden, wenn immer dort Bedarf herrscht: „*Also viel kürzer geht’s nicht.*“ (ebd. 2019). Die Idee dahinter war, kein gewöhnlicher Supermarkt zu werden, den es im 8 Kilometer entfernten Güssing auch gibt, sondern die Stärken der Region zu nutzen. (vgl. ebd. 2019)



Abbildung 28: Gemüseregal und Regionales Regal in Strem, Quelle: Eigene Aufnahme 2019

Neben der Regionalität der Waren wurde der Fokus auch auf die Arbeitsplatzenstehung im Ort gelegt: „*das ist das was wir wirklich wollen und das ist schon gelungen, weil so kann man auch zur Arbeit mal generell mit dem Rad fahren zum Beispiel.*“ (ebd. 2019) Bis auf eine Mitarbeiterin kommen alle Angestellten aus Strem und können ohne PKW zur Arbeit kommen. (vgl. ebd. 2019)

Wichtiger als eine quantitativ hohe Auswahl an Artikeln ist den Betreibern und Betreiberinnen der vier Dorfläden die Qualität dieser. Einerseits deshalb, weil die Konkurrenz bei Convenience Artikeln hoch ist und mit Preisen des Diskonters sowieso nicht mithalten werden kann, andererseits aber auch wegen des hohen Bewusstseins für das regionale Angebot und die Wertschöpfung, die somit in der Region bleiben kann. Das Gemüseregal in Strem kann niemals mit der Angebotsfülle eines bei einem großen Lebensmittelgeschäft aufweisen, die Konsumenten und Konsumentinnen wissen jedoch ganz genau, wo ihr Gemüse herkommt, und wen sie mit einem Einkauf unterstützen. Mit der Bevorzugung von einheimischen Arbeitskräften zur Besetzung von offenen Stellen werden außerdem Arbeitsplätze geschaffen. (vgl. DEUTSCH 2019)

5.8 NAHVERSORGUNG IST LEBENSQUALITÄT

Die fehlende Infrastruktur in Dörfern, zu der Gaststätten, Bäcker, Post und auch Dorfläden zählen, führt zum Aussterben von Ortskernen und dadurch zu einer geringeren Lebensqualität. Das Fehlen dieser Einrichtungen zieht außerdem Abwanderungsphänomene nach sich, die die Problematiken exponentiell vergrößern. Der moderne Nahversorger sei außerdem keineswegs eine Konkurrenz für Diskonter, sondern stelle eine wertvolle Ergänzung dieser dar, weil der Dorfladen Lebensmittelhandel und sozialer Treffpunkt zugleich sei (vgl. Unbekannt 2012: 3)

Dass Nahversorgung im Ort weit mehr als nur die fußläufige Versorgung mit Lebensmittel bedeutet, haben die vier Interviews gezeigt und die beobachtbaren Szenen während diesen bewiesen.

5.8.1 DER DORFLADEN ALS TREFFPUNKT

*„Dorftratsch, meistens sind es Frauen, ist eigentlich eine Institution geworden.“
(WEHOFSCHITSCH 2019)*

„Speziell in diesen eher abgelegenen Orten, wie wir, ist es ganz wichtig, dass die Leute etwas kriegen und sagen wir mal . . es ist ein Treffpunkt, siehst es. Es macht alles lebenswerter.“ (EGGER 2019)

Neben der Sicherstellung der Versorgung von allen Bevölkerungsgruppen, verfolgen alle vier Dorfläden auch das Ziel, eine Art Dorf-Treffpunkt zu kreieren. „wir möchten hier wieder einen Ort schaffen; auch drinnen mit der Kommunikationsecke, hier draußen haben wir eine Begegnungszone, so nenne ich das.“ (EGGER 2019).

Auch in Birnbaum erkennt man die Bedeutung des Dorfladens als Treffpunkt, vor allem seit es den Dorfwirten nicht mehr gibt: „*Es trifft sich Jung und Alt, dadurch, dass wir kein Gasthaus haben.*“ (HOHENWARTER 2019). Mit einer ähnlichen Situation muss sich Stuben abfinden. Hier gibt es zwar noch einen Dorfwirten, dieser hat aber nur noch an speziellen Tagen geöffnet und kocht nur noch auf Vorbestellung. Die Art der Zusammenkunft sei außerdem eine andere, denn die Damen aus dem Ort sind jene, die sowieso nicht ins Wirtshaus gehen und im Dorfladen zufällig aufeinander treffen (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

In Fresach befindet sich der Wirt sogar direkt neben dem Dorfladen. Eine Konkurrenz sei man trotzdem nicht füreinander, denn es wurde im Vorhinein abgesprochen, dass man einander unterstützen möchte. Außerdem sei die Zielgruppe eine ganz andere: *„Ein Gasthaus kann das nie so ausgleichen wie irgendwo ein Treffpunkt in der Art und Weise. Es ist bei uns aber anders, da kommen auch die Damen und die Mädels, die würden ja eher nicht zum Wirt gehen normalerweise.“* (EGGER 2019) Er habe außerdem darauf geachtet, dass sich das Angebot nicht überschneidet. Während man im Dorfladen italienischen Kaffee, Fresacher Mehlspeisen und Triestiner Wein konsumieren kann, gibt es beim Wirten warme Speisen und Bier frisch vom Fass. (vgl. ebd 219)

Während des Interviews herrscht reges Geschäft, im Dorfladen sind durchgehend zumindest 5 Kunden oder Kundinnen, die Herrn Egger persönlich begrüßen. Unter den Kunden und Kundinnen ist ein Landwirt, der auf dem Weg zum Feld mit seinem Traktor stehen bleibt um einen Kaffee zu trinken, Schulkinder, die auf dem Weg in die Schule eine Jause kaufen sowie Pensionisten und Pensionistinnen, die es sich auf der Sonnenterrasse mit Kaffee und Kuchen gemütlich machen. Auf die Frage, ob der Dorfladen wichtig für die soziale Dynamik im Ort sei, antwortet Egger (2019): *„Ja ganz wichtig. Es ist ja so, dass sich da keiner mehr getroffen hat im Ort, jetzt ist es so, man sieht dass sich die Leute einfach treffen, jung und alt, und dass da einfach wieder ein Leben ist und und die Leute sich austauschen können und sozial wieder miteinander, sprich, sich einfach wieder näher kommen, gel? Das war ja alles verloren schon, die letzten 14 Jahre.“*

Vereinsobmann des Vereines „Unser G’schäft in Strem“, Bernhard Deutsch (2019), meint, man brauche *„nur schauen, es stehen öfter ein paar Frauen eine Stunde lang da vorm Geschäft, wenn sie eingekauft haben und da wird alles erzählt und getratscht.“* Das bringe Leben zurück ins Dorf, was in der Steigerung der Lebensqualität spürbar werde. (vgl. ebd. 2019)

5.8.2 ERREICHBARKEIT OHNE KFZ

Ein Grund für den Erfolg von Dorfläden ist die Erreichbarkeit des Ladens auch für die nichtmobile Bevölkerung. Auch das ist ein Service, den Diskonter auf der Grünen Wiese nicht bieten können. (vgl. UNBEKANNT 2012:3)

Wie vorhin erklärt, bieten alle vier Dorfläden mobile Services für jene Personen an, die es aus gesundheitlichen Gründen nicht alleine ins Geschäft schaffen. Dabei wird sogar teilweise in der Freizeit mit den Privat PKW's geliefert. (vgl. DEUTSCH, HOHENWARTER, WEHOFSCHITSCH und EGGER 2019)

Auch bei der Standortentscheidung wurde darauf geachtet, dass die Gebäude barrierefrei sind oder sie wurden unter Aufwand von hohen Kosten dazu gemacht. In Birnbaum befindet man sich direkt an der Hauptstraße, im Mittelpunkt der kleinen Ortschaft (vgl. HOHENWARTER 2019). Der Dorfladen Fresach befindet sich direkt am Dorfplatz und hat direkt davor eine Autobushaltestelle (vgl. EGGER 2019). In Stuben hatte man zuerst einen anderen Standortgedacht, dieser war aber auf einer kleinen Erhöhung und deshalb nicht für alle einfach zu erreichen, der jetzige Standort liegt an der Hauptstraße im Zentrum des Ortes (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019).

„Unser G'schäft in Strem“ wollte bewusst nicht die Lokalität des ehemaligen Greißlers übernehmen, weil diese nicht barrierefrei war, etwas außerhalb gelegen ist und für die Pläne des Obmannes Bernhard Deutsch zu klein war (vgl. DEUTSCH 2019). Der Standort des neuen Dorfladens befindet sich in der Lindenstraße, wo sich auch das Gemeindeamt, ein Friseur, eine Bankfiliale und die Tankstelle befinden. Man hat also absichtlich einen Standort gewählt, der in unmittelbarer Nähe zu fast alle Infrastruktureinrichtungen der Gemeinde liegt, wodurch man diverse Erledigungen auf einmal machen kann.

Bürgermeister und Vereinsobmann Bernhard Deutsch (2019) meint *„das Schöne ist, was ich bemerkt hab, die Leute gehen wieder vermehrt zu Fuß oder mit dem Rad, wenn sie einkaufen gehen. Ich mein, das ist eine soziale Komponente, man trifft sich wieder auf der Straße, man tratscht wieder. Das hat ja schon ein bisschen gefehlt, also man hat das Dorfleben dadurch wieder ein bisschen reaktiviert, dass einfach wieder viel mehr Leute unterwegs sind auf den Straßen und man trifft sich, und man unterhält sich, das ist auch wichtig.“*

Die folgenden Satellitenbilder zeigen die Lage des Dorfladens innerhalb der Dorfstrukturen

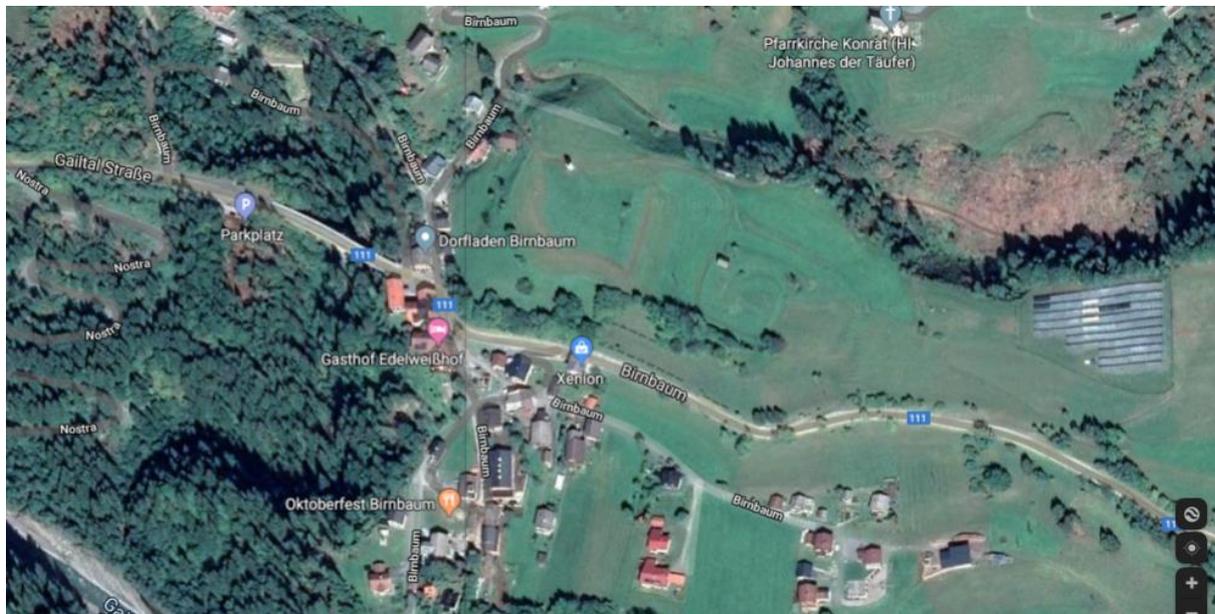


Abbildung 30: Lage des Dorfladen Birnbaums, Quelle: Google Maps

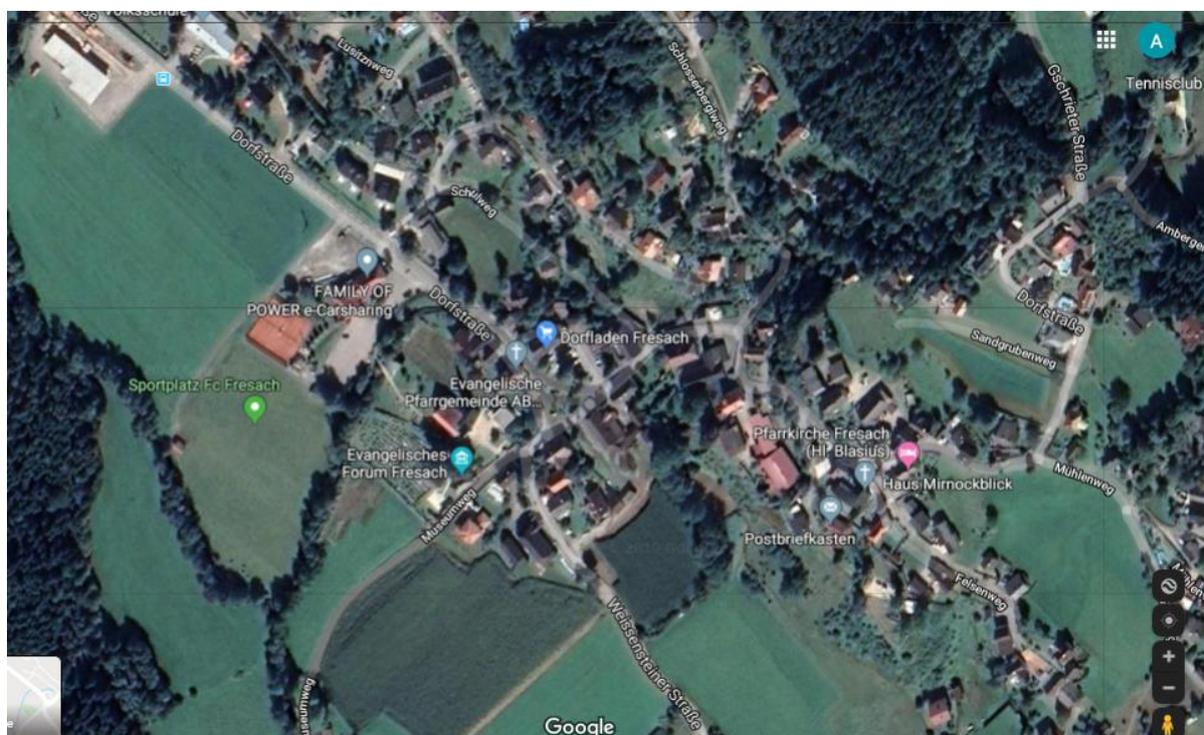


Abbildung 29: Lage des Dorfladens Fresach, Quelle: Google Maps

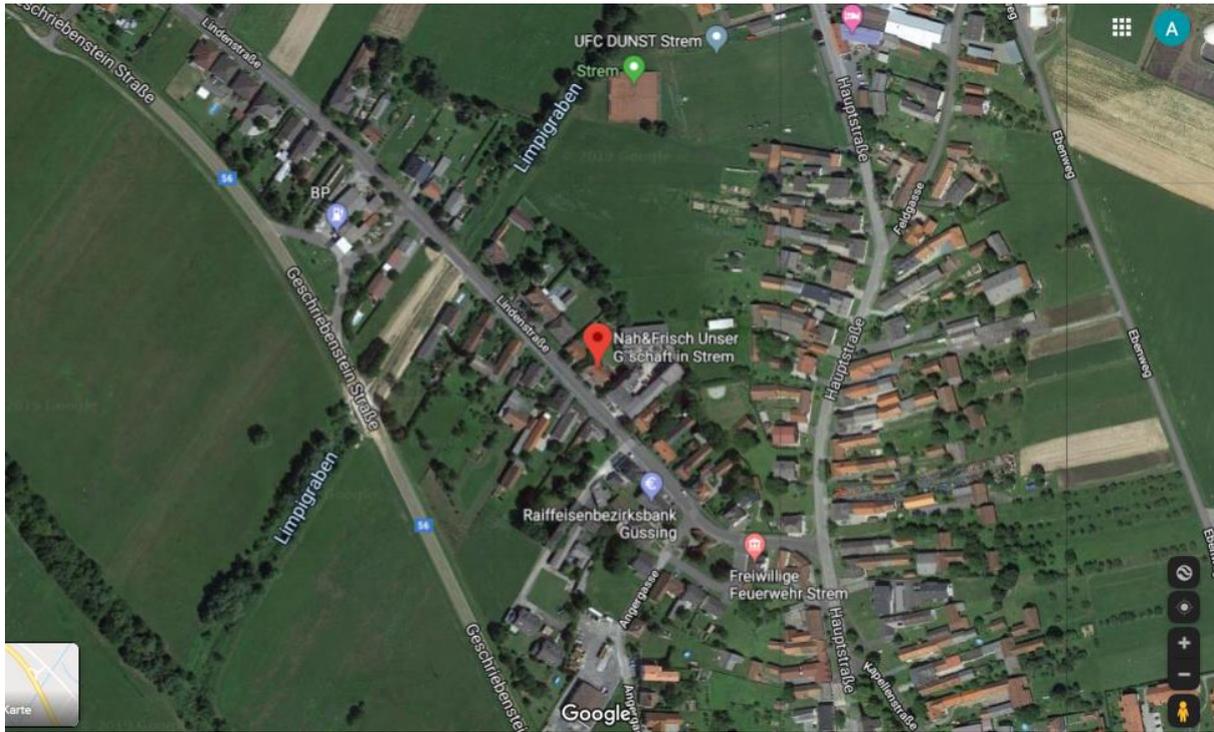


Abbildung 31: Lage des Dorfladens Stuben, Quelle: Google Maps

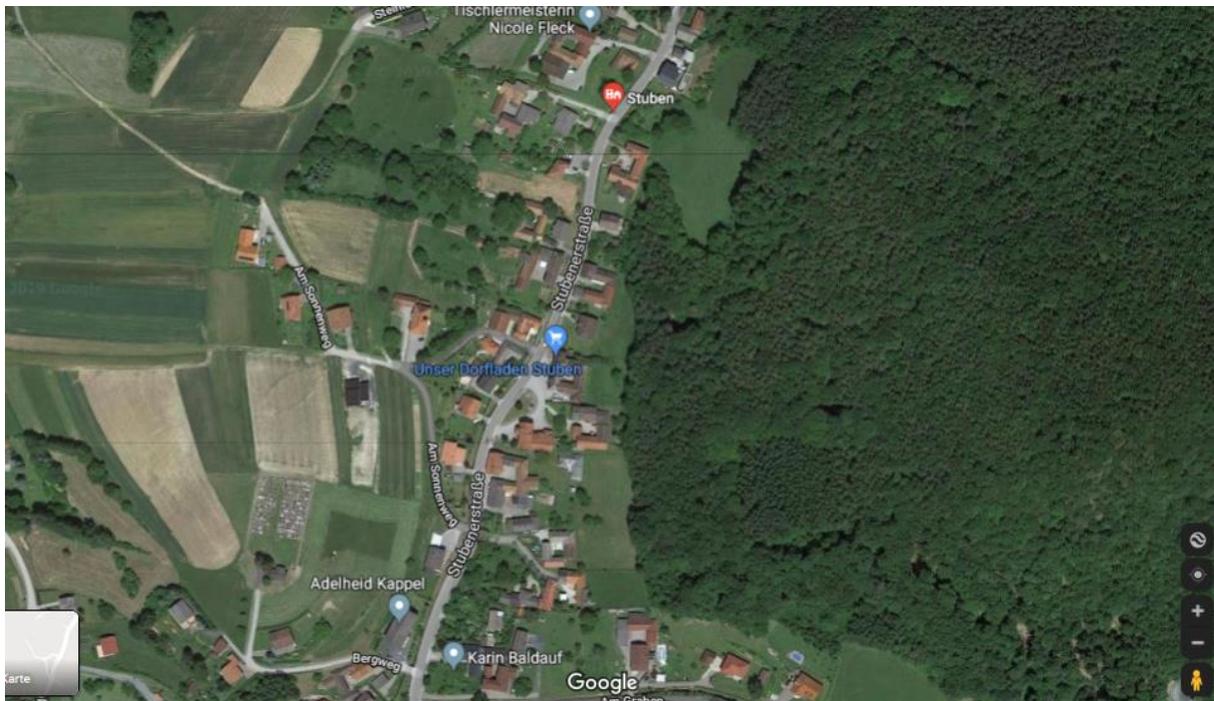


Abbildung 32: Lage des Dorfladens Stuben, Quelle: Google Maps

5.8.3 ARBEITS- UND AUSBILDUNGSPLÄTZE

Die Lebensqualität in einem Ort wird auch durch verfügbare Arbeitsplätze vor Ort verbessert, weshalb der Fokus der Regionalität nicht nur im Zuge des Produktsortiments umgesetzt wurde, sondern sich auch in der Wahl der Angestellten äußert. (vgl. DEUTSCH 2019) Es wurde daher für diese ganzheitliche Umsetzung der Regionalität des Dorfladens darauf geachtet vor allem Arbeitskräfte aus der Gemeinde oder dem Umland einzustellen. Dadurch ermöglicht man auch Personen ohne KFZ zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen.

Auch die bewusste Auswahl von Zulieferbetrieben aus der Region stärkt die regionale Wertschöpfung und schafft indirekt Arbeitsplätze. (vgl. ebd. 2019) Die untenstehende Tabelle gibt einen Überblick darüber, wie viele Arbeitsplätze die Dorfläden im Ort schaffen konnten. In Birnbaum bedeutet der Dorfladen für die beiden Beschäftigten seit 20 Jahren einen fixen Arbeitsplatz. Auch in Fresach und Stuben kommen alle Beschäftigten aus der Gemeinde. Der Dorfladen in Strem hat inzwischen schon vier Lehrlinge ausgebildet. (vgl. DEUTSCH 2019, EGGER 2019, HOHENWARTER 2019, WEHOFSCHITSCH 2019)

Orte/ Angestellte	Birnbaum	Fresach	Strem	Stuben
	2, alle Angestellten kommen aus der Gemeinde	4, alle Angestellten kommen aus der Gemeinde	5, drei Angestellte kommen aus der Gemeinde	2, alle Angestellten kommen aus der Gemeinde

Tabelle 3: Angestellte aus den Gemeinden, Quelle: Interviews

Eine der ehemaligen Mitarbeiterinnen des Dorfladens in Strem, die aus einer Nachbargemeinde in die Arbeit pendelte, hatte sogar den Wunsch, ein ähnliches Projekt in ihrer Heimatgemeinde durchzuführen, da auch dort seit einigen Jahren kein Nahversorger mehr präsent war. Vereinsobmann Bernhard Deutsch hat deshalb mehrere Jahre lang einen zweiten Nahversorger mitgeleitet, bis sich dieser als selbstständiger Verein etablieren konnte. (vgl. DEUTSCH 2019)

5.9 ERFOLGSGEHEIMNISSE UND SCHWIERIGKEITEN

Die Tatsache, dass die vier Dorfläden wirtschaftlich existieren können, ist auf eine Mischung der verschiedenen angebotenen Dienstleistungen, das Produktsortiment und der KundInnennähe zurückzuführen. Die vier Interviewpartner und -partnerinnen haben einen Einblick in die, ihrer Meinung nach, wirkungsvollen Merkmale, die existenzsichernd für den Dorfläden sind:

- **Öffnungszeiten:** Im Gegensatz zu Diskontern und anderen großen Supermarktketten kann der Dorfladen seine Öffnungszeiten autonom bestimmen und der Nachfrage individuell anpassen. Sowohl in Fresach als auch in Strem sind die Arbeiter und Arbeiterinnen, die besonders früh zur Arbeit fahren, da sie entweder weit pendeln oder Schichtdienste wahrnehmen, ein fixer Bestandteil des Geschäfts. Da erkannt wurde, dass andere Supermärkte erst ab 7 Uhr öffnen, wurden die Öffnungszeiten bewusst auf 6 Uhr früh verändert (vgl. DEUTSCH 2019, EGGER 2019).

„Du musst also schauen, dass du so früh wie möglich offen hast, weil die meisten pendeln eh aus. Wenn der in der Früh wegfahrt, fährt er ja schon um halb 7 oder 7 los, was hilft mir da eine Öffnungszeit um 8 Uhr? Viele fahren noch früher, und ich bin ab 6 Uhr da, der kommt dann davor um eine Jause zu holen und fährt dann zur jeweiligen Firma und nimmt da schon was mit. Und umgekehrt aber auch: Sehr viele arbeiten hinten in den vielen Fabriken. Die haben oft Nachtdienst und der hört meistens um Dreiviertel 6 oder 6 auf, da fährt der nach Hause und nimmt meistens schon wieder ein Gebäck oder ein Frühstück oder was mit.“ (EGGER 2019)

- **Absprache mit möglicher Konkurrenz:** In Birnbaum gibt es noch zwar noch einen Wirten, zu diesem gehen aber nur die Touristen, weshalb der Dorfladen zum örtlichen Treffpunkt wurde (vgl. HOHENWARTER 2019). Auch in Stuben gibt es noch ein Gasthaus, wo potenzielle Dorfladen-Kaffee Kunden oft ihre Vormittage verbringen. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019) Was Vereinsobmann Wehofschitsch als Konkurrenz sieht, sehen Vereinsobmann Deutsch und Dorfladenbetreiber Egger als Chance. Strem hat zusätzlichen zum Dorfladen ein Kaffeehaus und viele Buschenschanken in der Umgebung. In Fresach findet man unmittelbar neben dem Dorfladen den Dorfwirten.

Die Frage, ob das spürbare Konkurrenz sei, haben beide Gesprächspartner bestimmt verneint. (vgl. DEUTSCH 2019, EGGER 2019) Viel mehr solle man sich laut Herrn Egger als Unternehmer und Unternehmerinnen in den ohnehin schweren Zeiten gegenseitig unterstützen. Er habe intensive Gespräche mit dem Dorfwirten geführt, bevor er seine Idee des Dorfladens realisiert hat. Wenn Gäste der Ferienapartments des Wirtes regionale Produkte mitnehmen oder Mehlspeisen aus dem Ort essen möchten, schicke der Wirt diese zum Dorfladen. Umgekehrt macht das der Dorfladen mit Touristen, die nach einem guten Mittagessen fragen (vgl. EGGER 2019) *„Das musst du im Vorfeld, wenn du so etwas machst, mit den anderen [...] abklären, weil diese Neidgesellschaft, es gibt's nichts Schlechteres als das. Und dann entstehen Gerüchte ... Nein! Im Vorfeld abklären: So wollen wir das haben und passt.“* (ebd. 2019)

- **Lieferdienste:** Die zusätzliche Dienstleistung, seine Kunden und Kundinnen nicht nur zu beliefern, sondern diese sogar extra für den Einkauf abzuholen und anschließend wieder nach Hause zu bringen ist vor allem für den Dorfladen Stuben ein großer Vorteil, der ihn von gewöhnlichen Supermarktketten abhebt. Da man alle Kunden und Kundinnen persönlich kenne, sei es selbstverständlich bettlägrige Personen mit Einkauf zu beliefern. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019).
- **Regionales Bewusstsein der Bevölkerung:** Während man die ältere Bevölkerung mit Lieferung und zusätzlichen Dienstleistungen lockt, die es ermöglichen viele Erledigungen an einem Ort zu machen, spürt man bei den Jungen einen Trend zum Regionalen (vgl. EGGER 2019) *„Jetzt hat sich glaube ich die Denkweise auch von den jungen Leuten sehr verändert, sodass sie sagen sie schauen mehr auf das Regionale, auf den ökologischen Fußabdruck und auf hochwertige Produkte und da muss ich ehrlich sagen, sind die Jungen leichter dazu zu gewinnen als die älteren Leute.“* (ebd. 2019) Das ist auch der Grund, warum Dorfladenbetreiber Herr Egger selbstsicher in die Zukunft blickt, weil er sieht, wie alle Generationen ihre Bedürfnisse im Dorfladen befriedigt sehen. (vgl. ebd. 2019)

- Flexibles Produktsortiment: Auch die Tatsache, dass die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Dorfläden flexibel und individuell auf die Sortimentswünsche der Kunden und Kundinnen eingehen können und ihnen einhergehen Autonomie im Arbeiten eingestanden wird, hebt die lokalen Nahversorger durch die Dorfläden von klassischen Supermarktketten ab und steigert deren Attraktivität bei den Kunden und Kundinnen. (vgl. DEUTSCH 2019, EGGER 2019, HOHENWARTER 2019, WEHOFSCHITSCH 2019)
- Lokale Nahversorgung: „[...] aber so wie bei uns, in einer Randregion kann es dir ja passieren, dass es von heute auf morgen 50 cm schneit, und dann?“ (HOHENWARTER 2019) Selbst wenn die individuelle Motorisierung so hoch wäre, dass jeder Bürger und jede Bürgerin ohne Probleme in den nächstgelegenen Supermarkt fahren könnte, gibt es dennoch Fälle die zeigen, dass Nahversorgung in Extremsituationen notwendig ist. Zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit war die Bundesstraße zwischen Birnbaum und Köttschach- Mauthen aufgrund von starken Erdbeben tagelang gesperrt. Die Bundesstraße zwischen St. Lorenzen und Maria Luggau, beide Orte befinden sich ebenfalls im Lesachtal, sogar wochenlang. Als das Interview im Dorfladen durchgeführt wurde, war die Straße zwar geöffnet, jedoch immer nur in eine Richtung und das schon seit 6 Monaten. (vgl. Österreichischer Rundfunk 2019)



Abbildung 33: Gesperrte Gailtal Straße, Quelle: Österreichischer Rundfunk 2019

- BürgerInneneinbindung: Bei jedem der vier besuchten Dorfläden wurde vor der Eröffnung eruiert, ob Nachfrage bei der Wohnbevölkerung vorhanden ist (vgl. DEUTSCH 2019, EGGER, 2019, HOHENWARTER 2019, WEHOFSCHITSCH 2019). Im Falle des Dorfladens in Strem wurde nach anfänglicher negativer Rückmeldung zwei Jahre gewartet, bis das Bedürfnis der Bürger und Bürgerinnen schließlich vorhanden war (vgl. DEUTSCH 2019). Der Dorfladen Birnbaum und der Verein „Unser G’schäft in Strem“ hat nicht nur die Ideen der Bürger und Bürgerinnen eingebunden, sondern diese auch zu „Mitbetreibern und Mitbetreiberinnen“ gemacht, indem sie sich mit einem finanziellen Beitrag beteiligt haben. (vgl. DEUTSCH 2019, HOHENWARTER 2019) In Stuben wurden alle Vereine der Ortschaft in den Gründungsprozess eingebunden (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019) und in Fresach wurden Bürger- und Bürgerinneninformationsveranstaltungen abgehalten. (vgl. EGGER 2019). Ohne Zustimmung der Bevölkerung und der Gemeinde, habe so ein Projekt keine Chance, meint Vereinsobmann Bernhard Deutsch (vgl. DEUTSCH 2019).

Dass das Betreiben eines Dorfladens in einem Ort, in dem viele dieses Vorhaben nicht mehr rentabel finden, erfordert viel Mut und das Eingehen von großem Risiko. Das zeigen die Gespräche mit den Betreibern und Mitarbeiterinnen der Dorfläden, die in ihren Interviews auch von den Hürden erzählt haben.

- Hoher finanzieller und bürokratischer Aufwand: Eine große Hürde war für Dorfladenbetreiber Egger (vgl. 2019) der hohe bürokratische sowie finanzielle Aufwand. Die Konzepte, die im Vorfeld erarbeitet werden sollen sind kostenintensiv und für Privatunternehmer kaum realisierbar: *„Du sollst ein Abfallentsorgungskonzept erstellen, wie weiß ich wie viele Dosen, Papier, etc. in der Woche anfallen werden? Oder ein Parkkonzept, woher soll ich wissen, wie viele Dieselaautos kommen.“* (ebd. 2019) Ohne die Unterstützung der Gemeinde, wüsste Herr Egger nicht, ob es jemals zu der Eröffnung des Ladens gekommen wäre (vgl. ebd. 2019). Der Dorfladen in Stuben ärgert sich wiederum darüber, dass die versprochene jährliche finanzielle Unterstützung von der Gemeinde immer zu spät und teilweise nur nach mehrfachem Nachfragen überwiesen wird (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019).

Bürgermeister der Gemeinde Strem und Vereinsobmann Bernhard Deutsch musste einen hohen Kredit als Privatperson aufnehmen, da die Bürokratie hinter den EU-Förderungen so langsam voranging, dass ihm die Zeit davonlief. (vgl. DEUTSCH 2019)

„Also wir haben da echt sehr viel Risiko in die Hand genommen, sind hier nebenan auf die Bank gegangen und haben uns Kredite aufgenommen, die Ida und ich und haben mit unserem Privatvermögen gehaftet.“ (ebd. 2019)

- Frischware: Im Gegensatz zu großen Supermärkten besitzen die untersuchten Dorfläden keine Kühlkammer, in der das Obst und Gemüse über Nacht gelagert werden kann. Um Verderb von Frischwaren zu verhindern, bestellen die Betreiber und Betreiberinnen vorsichtshalber weniger davon, was bedeutet, dass oft nicht der Bedarf aller Kunden und Kundinnen gedeckt werden kann und diese dann den Einkauf bei einem anderen Supermarkt erledigen. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019, HOHENWARTER 2019)

Bernhard Deutsch hat das Problem im Geschäft in Strem gelöst, indem er für Backwaren eine Aufbackstation angeschafft hat, die um jede Uhrzeit frisches Gebäck garantiert und dieses nur in geforderten Mengen. Außerdem hat seine Geschäftspartnerin Ida Traupmann eine Landwirtschaft und liefert sämtliches Obst und Gemüse selbst und nur dann, wenn der Bedarf danach da ist. (vgl. DEUTSCH 2019)

- Öffnungszeiten: Der Vorteil der flexibleren Öffnungszeiten – im Gegensatz zu Supermarktketten – bringt auch den Nachteil mit sich, dass diese ihren Kunden und Kundinnen sehr lange Öffnungszeiten bieten können. Der Dorfladen Stuben sieht sich dahingehend benachteiligt, weil die Kosten für die Angestellten so hoch seien, dass ganztägige Öffnungszeiten finanziell nicht möglich seien. Das bedeute wiederum, dass Berufstätige keine Chance haben im Dorfladen einzukaufen und eine Menge an potenzieller Kaufkraft verloren geht. Man findet sich schnell in einer Abwärtsspirale wieder. (vgl. WEHOFSCHITSCH)
- Unterstützung durch Gemeinde und Bevölkerung: Die fehlende Unterstützung durch Gemeinde oder Bevölkerung kann für einen kleinen Dorfladen schnell den „Sargnagel“ bedeuten: In **Fresach** sagt der Dorfladen Betreiber Herr Egger, dass ohne die

monatliche finanzielle Unterstützung der Gemeinde, der Dorfladen schon hätte zusperren müssen (vgl. EGGER 2019).

In **Birnbaum** wird man ebenfalls von der Gemeinde unterstützt und hat zahlende Vereinsmitglieder. Hier kämpft man allerdings mit dem Problem, dass die Bausteine der damaligen „Bausteinaktion“ für den Aufbau des Ladens von der vorherigen Generation gekauft wurden. Obwohl die Bausteine weitervererbt werden und die Nachkommen somit als Bausteinbesitzer und -besitzerinnen zu den jährlichen Vollversammlungen geladen werden, merke man schwindendes Interesse und schwindenden Bezug zum Projekt Dorfladen: *„Geredet wird außen umher, wenn wir dann unsere Sitzung machen, dann kann es passieren, dass 12-13 Leute oben sitzen, gel? Dann haben wir schon mal so eine Box aufgestellt während des Jahres für Anregungen aber das funktioniert auch nicht wirklich. Sehr schade, aber das ist ja überall das gleiche.“* (HOHENWARTER 2019).

Auch im Dorfladen **Stuben** merkt man von der anfänglichen Unterstützung nicht mehr ganz so viel. Obwohl der Verein von allen Vereinen der Ortschaft gegründet wurde um den Vereinsbedarf im eigenen Laden decken zu können, kann den günstigen Angeboten von Diskontern oft nicht widerstanden werden und der Dorfladen dient dann nur, wenn während des Feuerwehreffestes, beispielsweise, der Salat ausgeht (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019) Vereinsobmann Wehofschitsch hat schon öfter ans Aufgeben gedacht, da der Aufwand dahinter enorm groß ist: *„Ich muss ehrlich sagen, ich hab oft schon mal kurz dran gedacht den Hut drauf zu hauen (B lacht), weil man müht sich ab und und . . . aber diese Teilresonanz vom einen oder anderen, dieses „Gott sei Dank gibt’s euch!“, das ist irgendwie so aufbauen, dass man sagt: „Lassen wir ihn weiterlaufen.“* (ebd. 2019).

Bürgermeister der Gemeinde **Strem**, Bernhard Deutsch, betont, wie wichtig die Unterstützung der Gemeinde ist. Dabei spricht er allerdings nicht von finanzieller Unterstützung (die Gemeinde Strem unterstützt den Dorfladen nicht finanziell), sondern von Tatkräftiger. Er selbst gehe als Bürgermeister mit bestem Beispiele voran und kaufe nur im Dorfladen ein. (vgl. DEUTSCH 2019) Er kenne die Probleme aus eigener Erfahrung und weiß, dass es in manchen Ortschaften besonders schwierig ist, einen Dorfladen zu betreiben *„aber wenn die Bevölkerung dahinter steht, dann funktioniert es.“* (ebd. 2019)

6. EIN BLICK ÜBER DIE GRENZEN

Die Tatsache, dass sich die Österreichische Raumordnung stark an beispielhaften Projekten und Ideen aus Deutschland, wie dem Nachbarschaftsladen 2000, orientiert hat, macht einen Blick über die Grenzen für diese Arbeit nicht nur notwendig, sondern auch äußerst interessant.

Der Wunsch von Dorfladen Betreiber Herr Ernst Egger (vgl. 2019) eine Vernetzung zwischen Dorfläden Betreibern aufzubauen, um sich über Erfolge, Misserfolge, Ideen und Projekte auszutauschen, wurde im deutschen Bundesland Schleswig-Holstein längst Realität geworden. Dort wurde früh erkannt, dass mit der Schließungswelle der Nahversorger nicht nur eine Versorgungslücke entsteht, sondern auch kommunikative Treffpunkte verloren gehen. (vgl. PRIEBS 2017: 8)

In Schleswig-Holstein warf man einen Blick auf seinen nördlichen Nachbarn Dänemark, wo man mit multifunktionalen Dorfläden erfolgreich das Überleben der lokalen Nahversorgung sicherstellen konnte. Unterstützt wurden diese von der dänischen Regierung, jedoch nicht in finanzieller Hinsicht, sondern mithilfe von Musterverträgen, die die Eingliederung von Zusatzfunktionen in den Ladenbetrieb ermöglichten. Auch in Deutschland wurde Anfang der 1990er Jahre ein multifunktionaler Laden nach dänischem Modell eröffnet. Der Zuspruch war groß, sodass daraus das „MarktTreff“-Konzept, mit rund 50 Dorfläden entstand (vgl. ebd. 2017: 8f).:

Unter der Dachmarke „MarktTreff“ fördert das Ministerium für Inneres, ländliche Räume und Integration des Landes Schleswig-Holstein Gemeinden, in denen ein multifunktionaler Dorfladen entstehen soll. Aus EU-, Bundes- und Landesmitteln wird nach einer umfangreichen Machbarkeitsstudie mit den Akteuren und Akteurinnen vor Ort und einem erfahrenen Projektmanagementteam wird der Gemeinde Geld ausgezahlt um Planungs- und Beratungskosten, bauliche Investitionen, Ladeninfrastruktur oder Coaching für Betreiber und Betreiberinnen zu finanzieren. (vgl. EWS GROUP GMBH 2018: 16)

Die Besonderheit der MarktTreff-Dorfläden ist das Prinzip der 3 Säulen, auf denen diese basieren. Die erste Säule bietet das Kerngeschäft, also der Lebensmitteleinzelhandel, die zweite Säule sind die integrierten Dienstleistungen, dazu zählen Touristeninformation, Kopier- und Faxservice, Versicherungsberatung, kommunale Dienstleistungen, Bankgeschäfte, Lotto-Aannahmestelle und weitere Services. Die dritte Säule ist der Treffbereich, wo man zwanglos

zusammenkommen kann und auch Veranstaltungen austragen kann. Im Treffbereich ist vor allem das Engagement der Bürger und Bürgerinnen ausschlaggebend, die sich mit Ideen einbringen sollen. Beispiele der Nutzung des Treffbereiches sind Lesungen, Geburtstagsfeiern, Vereinsfeiern und Lesekreise. (vgl. ebd. 2018: 15)

Nach diesem Vorbild hat die Region Hannover, im deutschen Bundeland Niedersachsen, im Frühjahr 2015 ein Netzwerk für Dorfläden gegründet. Im Vordergrund des Netzwerkes steht der Erfahrungsaustausch zwischen den Dorfläden. Dafür werden zweimal jährlich die Akteure und Akteurinnen zu jeweils einem anderen Dorfladen eingeladen. Dort sind auch Vertreter und Vertreterinnen des Landkreises, der Handelskammer, des Amtes für regionale Entwicklung und Gastreferenten und -referentinnen anwesend, sodass Austausch auf allen Ebenen stattfinden kann. Das Netzwerk bietet außerdem regelmäßige Schulungsangebote, zum Beispiel zu den Themen „Qualifizierungsmaßnahmen für Dorfladenmitarbeiter und -mitarbeiterinnen“ oder „Erfolgskennzahlen, Kalkulation und Preisgestaltung im Lebensmitteleinzelhandel und Café“ an. (vgl. PRIEBS 2017: 20)

Die einzelnen Dorfläden werden vom Land gefördert und selbst nach der Eröffnung ständig begleitet. Außerdem fällt auf, dass die Potenziale des Dorfladens optimal genutzt werden, indem er als Treffpunkt für alle Anwohner und Anwohnerinnen gilt, was das individuelle Bewusstsein über die Notwendigkeit des Dorfladens als sozialen Mittelpunkt stärken kann.

7. FAZIT

Die Besuche in den Dorfläden und die intensiven Gespräche mit den Interviewpartnern und -partnerinnen haben deutlich bewiesen, dass die flächenmäßig kleinen Dorfläden nicht im selben Maßstab betrachtet werden dürfen wie große Supermärkte von REWE oder Spar. Die Organisation ist viel flexibler, so können Artikel auf Kundenwunsch schon am nächsten Tag oder teilweise sogar einige Stunden später im Sortiment und für den Verkauf bestimmt sein. Auch Lieferungen werden spontan nach Dienstschluss mit dem privaten PKW getätigt. (vgl. beispielsweise DEUTSCH 2019, WEHOFSCHITSCH 2019)

Alle vier Gesprächspartner und -partnerinnen waren sichtlich stolz darauf, nicht nur die Versorgungslücke geschlossen, sondern auch einen Ort für das Gemeinwohl der Einwohner und Einwohnerinnengeschaffen zu haben. Der „Dorftratsch“ bei zufälligen Begegnungen vor dem oder im Geschäft wird von Herrn Wehofschtsch (vgl. 2019) als Institution bezeichnet, die es lange Jahre nicht mehr gegeben habe, da es keinen sozialen Treffpunkt mehr im Ort gegeben hatte.

Dass dadurch auch noch Arbeitsplätze im Ort entstehen, die auch ohne PKW erreicht werden können, steigert laut Herrn Deutsch (vgl. 2019) und Herrn Egger (vgl. 2019) die Lebensqualität. Die einst ausgestorbenen Straßen füllen sich zunehmend wieder mit Personen, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad ins Geschäft kommen um zu konsumieren. Der Kontakt zu den Kunden und Kundinnen ist außerdem um Einiges persönlicher als bei großen Supermarktketten, man kennt diese schließlich auch aus dem alltäglichen Gemeindeleben.

Die höhere Flexibilität des Dorfladens fordert aber auch ein einen hohen Grad an Engagement. Vereinsobmann Bernhard Deutsch (vgl. 2019) meinte sogar, genau das könne entweder das Erfolgsgeheimnis oder der Sargnagel für einen Dorfladen sein, denn die Personen im Hintergrund und deren Engagement seien entscheidend. Ein vereinsbasierter Dorfladen hat mehr potenzielle Mithelfer und -helferinnen, da es Vereinsmitglieder gibt, die ihren Zuspruch auch durch den jährlichen Vereinsmitgliedsbeitrag ausdrücken. Herr Egger aus Fresach, der den Dorfladen mit seiner Frau zusammen führt, hat sich bewusst gegen ein Vereinsmodell entschieden, weil er wiederum fürchtet, dass sich die Verantwortlichkeiten zu leicht im Sand verlaufen könnten.

Die Gespräche mit den Dorfladenbetreibern zeigen aber auch, dass es ohne Unterstützung der Gemeinde oder durch Förderungen der EU nicht möglich gewesen wäre, den Dorfladen zu eröffnen, bzw. diesen fortzuführen, unabhängig davon, wie dieser organisiert ist. Die anfängliche Investitionssumme ist so hoch, dass es bei den Meisten schon bei Bereitstellung der ersten Ausstattung an Waren fehlen würde (vgl. DEUTSCH 2019). Auch die monatlichen Kosten sowie die Instandhaltungskosten sind für die Dorfläden in Birnbaum, Fresach und Stuben ohne Entgegenkommen der Gemeinde nicht tragbar (vgl. EGGER 2019, HOHENWARTER 2019, WEHOFSCHITSCH 2019). Einzig der Dorfladen in Strem bekommt keine finanzielle Zuwendung der Gemeinde. Hier wurde allerdings beschlossen, den Postpartner von der Gemeinde in den Dorfladen zu übersiedeln, was eine monatliche Provision von rund 1000€ bedeutet. Die Gemeinde hat mit der Übersiedelung ihren Zuspruch und ihre Unterstützung ausgedrückt, ohne selbst Geld investieren zu müssen. (vgl. DEUTSCH 2019)

Die partizipativen Ideen der Orte Birnbaum und Strem, wo Bürger und Bürgerinnen sich finanziell an der Entstehung des Dorfladens beteiligen konnten, bringt Kapital und auch moralische Bindung, da man im „eigenen“ Dorfladen einkaufen kann. Die Situation des Dorfladen Birnbaums zeigt aber, dass auch die moralische Bindung mit dem Generationenwechsel verfliegt. Hier ist dringend Handlungsbedarf notwendig, um auch die neue Generation, für die der Dorfladen selbstverständlich geworden ist, zu binden und von dessen Notwendigkeit zu überzeugen. (vgl. DEUTSCH 2019, HOHENWARTER 2019)

Auch der Dorfladen Stuben kämpft um jeden Kunden und um jede Kundin. Die eingeschränkten Öffnungszeiten machen es Berufstätigen unmöglich, den Einkauf im Dorfladen zu tätigen, für längere Öffnungszeiten fehlt aber das Geld. Vereinsobmann Wehofschitsch kämpft sich von einem Jahr in nächste und hofft immer wieder auf ernste Unterstützung von Gemeinde oder Land, bisher jedoch ohne Erfolg. (vgl. WEHOFSCHITSCH 2019)

Weiters wurde schnell klar, dass die Dorfläden in Österreich nicht miteinander vernetzt sind. Vereinsobmann des Dorfladen Stubens, Herr Wehofschitsch (vgl.2019), meint im Gespräch, es gäbe im Burgenland nur einen weiteren vereinsgestützten Dorfladen, dieser sei aber kläglich zugrunde gegangen. Den Dorfladen in Strem kenne er nicht, das Interesse andere Akteure und Akteurinnen zu treffen, sei aber da. Auch in Fresach und in Birnbaum zeigt man großes Interesse an einer Vernetzung, da man viel voneinander lernen könne, auch in schwierigen Situationen, und man einander unterstützen könnte (vgl. EGGER 2019).

Ein Blick über die Grenzen ins Nachbarland Deutschland zeigt, dass Netzwerke moralische Unterstützung bieten können, aber auch zur Professionalisierung der Prozesse im Dorfladen einen erheblichen Beitrag leisten können. In den Gesprächen mit anderen, können sich Kooperationen, Ideen und Unterstützung finden. Der Vergleich mit anderen Dorfläden, wie die der MarktTreffe, zeigt aber auch, dass es viele Potenziale gäbe, die die vier untersuchten Läden noch nicht für sich entdeckt haben. Mit der dritten Säule der MarktTreffe, nämlich der der Zusammenkunft, könnte man den Dorfladen noch mehr in Richtung gemeinschaftliches Zentrum des Ortes institutionalisieren und ihn für alle Interessierten zugänglich machen. Auch die angebotenen Dienstleistungen zeigen, dass noch Luft nach oben ist, um die Versorgungslücke im Ort komplett zu schließen (z.B.: Bankomat oder administrative Dienstleistungen, um die langen Wege in die oft sehr weit entfernten Oberzentren den weniger Mobilien zu ersparen).

Die Notwendigkeit eines Nahversorgers könnte zunehmend angezweifelt werden, da immer mehr große Supermarktketten wie BILLA und SPAR schon jetzt in einigen Gebieten die Lieferung des Einkaufes nach Hause anbieten, um auch die nicht mobile Bevölkerungsschicht zu versorgen. Da dieser Service jedoch hauptsächlich in urbanen Gebieten nutzbar ist, kann hier keineswegs die Rede davon sein, dass dieses Service lokale Nahversorgung obsolet macht. Dass dieser Service außerdem die soziale Funktion und das kommunikative Zusammentreffen beim „Greißler“ nicht ersetzen kann, zeigt die Initiative „Greissler.Plus“, bei der in der Region Schneebergland im südlichen Niederösterreich auf die Problematik der fehlenden Nahversorgung mit einer Online-Plattform reagiert wurde. Im April 2017 haben sich 50 Konsumenten und Konsumentinnen auf Einladung eines Projektmanagementteams getroffen um das System zu entwickeln. Im März 2018 ging die Plattform erstmals online, man konnte nun wöchentlich Produkte von regionalen Erzeugern und Erzeugerinnen bestellen und diese wurden einmal pro Woche nach Hause geliefert. (vgl. Region Schneebergland 2019) Bereits im Juli 2018 musste das Service eingestellt werden, weil zu wenig Nachfrage vorhanden war. (vgl. NÖN 2018)

Die wichtigste Komponente für einen erfolgreichen Dorfladen ist schlussendlich der Zuspruch der Bevölkerung. Nur mit der Einbindung dieser in den Planungs- und Eröffnungsprozess kann das Bewusstsein bei den zukünftigen Kunden und Kundinnen gebildet werden, was ein Nahversorger für einen kleinen Ort bedeuten kann. Gerade beim Ortsteil Stuben, der seit Jahren starken Bevölkerungsrückgang verzeichnet, hat man das Gefühl die Initiative „Dorfladen“ ist eine Art des „Sich-selbst-nicht-aufgeben“. In Zeiten, in denen aus betriebswirtschaftlichen

Gründen kein Betrieb mehr möglich ist und auch die Gemeinde die finanziellen Mittel in andere Ortsteile investiert, steht die Bevölkerung selbst dahinter und hält das Rad mit viel freiwilligem und unbezahltem Engagement am Laufen.

Ein Dorfladen kann das breite Angebot der großen Supermärkte niemals ersetzen, er kann aber eine willkommene Ergänzung dazu darstellen. Mit den Eröffnungen der Dorfläden entstanden nicht nur Nahversorger, sondern auch Arbeitgeber, Kaffeehäuser, Gesprächspartner, Lebensqualität und ein neuer Dorfmittelpunkt. Vereinsobmann Bernhard Deutsch (2019) wünscht sich für die Zukunft mehr Unterstützung: *„es sollte auch trotzdem vielleicht auch das Land solche Projekte unterstützen, weil es ist immer noch gescheiter ich unterstütze den kleinen Dorfladen als große Supermarktketten, weil für die zählt keine Regionalität, sondern nur Umsätze, ganz andere Faktoren. Uns war das Regionale wichtig aber auch, dass die Leute wieder zu Fuß oder mit dem Rad ihre Einkäufe tätigen können, weil das zählt auch zur Lebensqualität, die wir hier haben.“*

8. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: GEMEINDE FRESACH (2019): Gemeinde Fresach.

<http://fresach.gv.at/gemeindefresach.html> (14.10.2019)

Abb. 2: TOURISMUSVERBAND LESACHTAL (2019): Das Lesachtal. – Liesing.

Abb. 3: MARKTGEMEINDE STREM (2019a): Meine Gemeinde. – Strem.

Abb. 4: NIKLES Günter (2019): Best of Burgenland. Abrufbar auf:
<https://www.nikles.net/impressum.htm> (06.01.2020)

Abb. 5: MACHOLD I. (2010): Regionale Ungleichheit? Qualitative und quantitative Auswirkungen der sozialen und wirtschaftlichen Infrastrukturentwicklung auf die Bevölkerung. – Wien., S.20

Abb. 6: BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft) (1995) (Hrsg.): Lebensmittelbericht Österreich. Die Entwicklung des Lebensmittelsektors nach dem EU-Beitritt 1995. – Wien., S. 62

Abb. 7: BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft) (1995) (Hrsg.): Lebensmittelbericht Österreich. Die Entwicklung des Lebensmittelsektors nach dem EU-Beitritt 1995. – Wien., S. 67

Abb. 8: BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft) (2003) (Hrsg.): 2. Lebensmittelbericht Österreich. Die Entwicklung des Lebensmittelsektors von 1995 bis 2002 – Wien.

Abb. 9: ÖROK (Österreichische Raumordnungskonferenz) (2019) (Hrsg.): Bevölkerungsstand am 1.1.2019 und Bevölkerungsstruktur in Österreich. – Wien.

Abb. 10: AMT DER BURGENLÄNDISCHEN LANDESREGIERUNG (2019): Bevölkerung des Burgenlandes bei den Volkszählungen 1991, 2001 und 2011 (Tabelle).

Abb. 11: STATISTIK AUSTRIA (2019): Einwohnerzahl nach Ortschaften 1.1.2019, Gebietsstand 1.1.2019

Abb. 12: ZOLLERN-ALB-KURIER (2019): Dem Leerstand entgegenwirken. Abrufbar auf: <https://www.zak.de/Nachrichten/Dem-Leerstand-entgegenwirken-Wie-kann-das-ELR-Programm-den-Albstaedter-Ortskernen-helfen-136155.html> (05.01.2020)

Abb. 13: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Dorfladen Birnbaum.

Abb. 14: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Dorfladen Fresach.

Abb. 15: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Dorfladen Strem.

Abb. 16: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Dorfladen Stuben.

Abb. 17: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Sparverein Birnbaum.

Abb. 18: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Kaffeeecke Birnbaum.

Abb. 19: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Sonnenterrasse Fresach.

Abb. 20: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Kaffeeecke Strem.

Abb. 21: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Elektrotankstelle Strem.

Abb. 22: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Kaffeeecke Stuben.

Abb. 23: Österreichischer Rundfunk (2019): Verein eröffnet Nahversorger in Strem.

Abrufbar auf: <https://burgenland.orf.at/v2/news/stories/2559716/> (05.01.2020)

Abb. 24: Unser G'schäft in Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung (2019): Bestellformular Frühstücksservice. Abrufbar auf: <https://www.unser-gschaeft.at/index.php/bestellservice> (05.01.2020)

Abb. 25: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Frau Egger hinter der Feinkosttheke.

Abb. 26: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Regionales Regal in Birnbaum.

Abb. 27: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Regionales Regal in Stuben.

Abb. 28: Eigene Aufnahme (Alisa Weinand 2019): Gemüse Regal und Regionales Regal Strem.

Abb. 29: GOOGLE MAPS (2019): Lage des Dorfladen Birnbaums. Abrufbar auf: <https://www.google.at/maps/place/Dorfladen+Birnbaum/@46.6852903,12.8816378,17z/data>

[=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x4779e2d94c632013:0x5aa8bcb6ac40c9e8!8m2!3d46.6852903!4d12.8838318](https://www.google.at/maps/place/Dorfladen+Fresach/@46.7131995,13.6869459,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x4779e2d94c632013:0x5aa8bcb6ac40c9e8!8m2!3d46.6852903!4d12.8838318) (05.01.2020)

Abb. 30: GOOGLE MAPS (2019): Lage des Dorfladens Fresach. Abrufbar auf:

<https://www.google.at/maps/place/Dorfladen+Fresach/@46.7131995,13.6869459,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x47709b853b611079:0xd27c1381b71015f6!8m2!3d46.7131995!4d13.6891399> (05.01.2020)

Abb. 31: GOOGLE MAPS (2019): Lage des Dorfladens Strem. Abrufbar auf:

<https://www.google.at/maps/place/Nah%26Frisch+Unser+G%C2%B4sch%C3%A4ft+in+Strem/@47.0464378,16.4096382,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x476edcb1a080363f:0x420f52f435f6a4dd!8m2!3d47.0464378!4d16.4118322> (05.01.2020)

Abb. 32: GOOGLE MAPS (2019): Lage des Dorfladens Stuben. Abrufbar auf:

<https://www.google.at/maps/place/Unser+Dorfladen+Stuben/@47.2630623,10.9553188,7z/data=!4m8!1m2!2m1!1sdorfladen+stuben!3m4!1s0x476e851791771615:0x43e22f9f19062280!8m2!3d47.4304844!4d16.2488183> (05.01.2020)

Abb. 33: Österreichischer Rundfunk (2019): Lesachtal nur stundenweise erreichbar. Abrufbar auf: <https://kaernten.orf.at/v2/news/stories/2979926/> (05.01.2020)

Tabelle 1: Vergleich der 4 Ortschaften

Tabelle 2: REINWALD F. (2018): Zukunft. Nahversorgung. – Wien., S. 18.

Tabelle 3: DEUTSCH 2019, EGGER 2019, HOHENWARTER 2019, WEHOFSCHITSCH 2019: Interviewinhalte.

9. LITERATURVERZEICHNIS

AMT DER BURGENLÄNDISCHEN LANDESREGIERUNG (2019): Bevölkerung des Burgenlandes bei den Volkszählungen 1991, 2001 und 2011 (Tabelle).

AMT DER KÄRNTNER LANDESREGIERUNG (2014): Kärntner Ortsverzeichnis Stand 1.1.2014. – Klagenfurt.

AMT DER KÄRNTNER LANDESREGIERUNG (2019): Nahversorgungsförderung. Abrufbar auf: www.ktn.gv.at/Themen%2dAZ/Details?thema=13&detail=601

AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE GESELLSCHAFT mbH (2019): Historie. Abrufbar unter: <https://www.aws.at/historie/>

BMDW (Bundeministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort) (2019): Verordnung der Landesregierung vom 9. Februar 1993, mit der ein Entwicklungsprogramm für Versorgungsinfrastruktur erlassen wird (Entwicklungsprogramm Versorgungsinfrastruktur)
StF: LGBI Nr25/1993:
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrK&Gesetzesnummer=1000016>
(23.10.2019)

BMDW (Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort) (2019): Landesrecht konsolidiert Burgenland: Gesamte Rechtsvorschrift für Landesentwicklungsprogramm 2011, Fassung vom 28.10.2019. – Wien.

BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft) (1995) (Hrsg.): Lebensmittelbericht Österreich. Die Entwicklung des Lebensmittelsektors nach dem EU-Beitritt 1995. – Wien.

BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft) (2003) (Hrsg.): 2. Lebensmittelbericht Österreich. Die Entwicklung des Lebensmittelsektors von 1995 bis 2002 – Wien.

BUCHINGER S. (1997) Multistrategie zur Sicherung der Nahversorgung. In: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (1997) (Hrsg.): Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung. – Wien.

DALLHAMMER E. et al (2018): Rahmenbedingungen und Trends der räumlichen Entwicklung. In: ÖROK (Österreichische Raumordnungskonferenz) (2018) (Hrsg.): 15. Raumordnungsbericht. Analysen und Berichte zur räumlichen Entwicklung Österreichs 2015-2017. – Wien.

DAX T. (1996): Defining rural areas - International comparisons and the OECD indicators 1. In: Rural societies, Vol 6 (3), S. 3-18.

DAX T. (2009): Neue Handlungsmöglichkeiten für peripher ländliche Räume. – Wien.

DEUTSCH B. (2019): Interview zum Dorfladen Strem. Transkription im Anhang

DIETL W., FRIEDWAGNER A., HAHN B., HEINTEL M., LANGTHALER T., u. WEIXLBAUMER N. (2016): Nahmobilität für Nahversorgung. Handlungsempfehlung für ländlich periphere Gemeinden am Beispiel des Burgenlandes in Österreich. In: FRITZ J. u. TOMASCHEK N. (2016) (Hrsg.): Gesellschaft im Wandel. Gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Perspektiven. – Münster.

DIRNINGER C. (2000): Handel im Wandel – Vom Greißler zum Supermarkt. In: HAAS H, HOFMANN R., KRIECHBAUMER R. (2000) (Hrsg.): Salzburg, Städtische Lebenswelt(en) seit 1945. – Wien.

DORNAUER E. (1997): Räumliche Situation der Nahversorgung in Tirol. In: AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG (1997) (Hrsg.): Info. Tiroler Raumordnung, Heft 13. – Innsbruck.

EGGER E. (2019): Interview zum Dorfladen Fresach. Transkription im Anhang

EIGNER P. (2006): (Detail)Handel und Konsum in Österreich im 20. Jahrhundert. In: FRANZ S. und EDER F.X. (2006) (Hrsg.): Konsumieren in Österreich 19. und 20. Jahrhundert. – Wien.

EWS GROUP GmbH (2018): MarktTreff - Lebendige Marktplätze im ländlichen Raum. - Lübeck.

FASSMANN H. (2005): Zusammenfassung. In: ÖROK – Österreichische Raumordnungskonferenz (2005): Zentralität und Raumentwicklung. Schriftenreihe 167. – Wien.

FOBE K. und RIEGER-GENENNIG K. (1999) (Hrsg.): Bürgerämter und Nachbarschaftsläden. Neue Wege in der kommunalen und privaten Dienstleistung. – Frankfurt/Main.

FOLKERS A. (2017): Existential provisions: The technopolitics of public infrastructure. In: Society and Space, Vol. 35(5), S. 855-874. DOI: 10.1177/0263775817698699

GEMEINDE FRESACH (2019): Gemeinde Fresach. <http://fresach.gv.at/gemeindefresach.html> (14.10.2019)

GRUBER A. (2018): Der modern Greißler 2.0 – Aufzeigen neuer Konzeptideen von Greißlern und deren positiven Effekt für Mensch und Umwelt. – Wien.

GRUBER E., FASSMANN H., HUMER A. (2015): Demographic change changing SGI demands: The example of Austria. In: FASSMANN H., HUMER A. DA COSTA E., RAUHUT D. (Hrsg.) (2015): Services of General Interest and Territorial Cohesion. European Perspectives and National Insights. - Wien.

HAY I. (2010): Qualitative Research Methods in Human Geography. – Ontario.

HASLINGER H. (2016): Vom “Ehrentitel Greißler“ zum Modernisierungsverlierer? Das Greißlersterben in Wien aus der Sicht betroffener kleiner Lebensmittelhändler. – Wien.

HENNETMAIER K. (2005): “Gleißlersterben” in Österreich und ein Konzept für innovative Lebensmittelhändler zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung. – Wien.

HOHENWARTER H. (2019): Interview zum Dorfladen Birnbaum. Transkription im Anhang

JUNGWIRTH G. (1997): Die Nahversorger-Problematik aus der Sicht der Endverbraucher. In: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (1997) (Hrsg.): Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung. – Wien.

KASCHLIK A. (2017): Diversität und Veränderungsprozesse i ländlichen Regionen. Einführungen. In: KASCHLIK A., ENGEL A. u. HARTEISEN U. (2017) (Hrsg.): Potenziale in der Peripherie. Diversität und Veränderungsprozesse in ländlichen Regionen gestalten. – Lemgo.

KUBSCH R. (2005): Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse nur durch lokale Kräfte. In: ALTROCK U., GÜNTNER S., HUNING S., NUISSL H., PETERS D. (2005) (Hrsg.):

Landliebe-Landleben. Ländlicher Raum im Spiegel von Sozialwissenschaften und Planungstheorie. – Berlin.

LAG REGION VILLACH UMLAND (2019) LAG Region Villach-Umland. Abrufbar unter: <https://rm-kaernten.at/lag-villach-umland/>

LESER et al. (1992) zit. in MACHOLD I. (2010): Regionale Ungleichheit? Qualitative und quantitative Auswirkungen der sozialen und wirtschaftlichen Infrastrukturentwicklung auf die Bevölkerung. – Wien.

LÖW M. (2001): Raumsoziologie. - Frankfurt/Main.

MACHOLD I. (2010): Regionale Ungleichheit? Qualitative und quantitative Auswirkungen der sozialen und wirtschaftlichen Infrastrukturentwicklung auf die Bevölkerung. – Wien.

MACHOLD I. (2011): Auswirkungen regionalpolitisch relevanter Leitbilder auf die Daseinsvorsorge in ländlichen Regionen. In: BMLFUW (2011): Ländlicher Raum. Online-Fachzeitschrift des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. 02/2011. – Wien. S. 1-12.

MACHOLD I. und TAMME O. (2005): Versorgung gefährdet? Soziale und wirtschaftliche Infrastrukturentwicklung im ländlichen Raum. – Wien.

MACHOLD I. und TAMME O. (2009): Land am Rand? Soziale und wirtschaftliche Infrastrukturentwicklung im ländlichen Raum in Österreich. In: NEU C. (Hrsg.) (2009): Daseinsvorsorge. Eine gesellschaftswissenschaftliche Annäherung. – Wiesbaden.

MARKTGEMEINDE BERNSTEIN (2019a): Bürgerservice. – Bernstein.

MARKTGEMEINDE BERNSTEIN (2019b): Tourismus und Wirtschaft. – Bernstein.

MARKTGEMEINDE STREM (2019a): Meine Gemeinde. – Strem.

MARKTGEMEINDE STREM (2019b): Wirtschaft und Vereine. – Strem.

MARKTGEMEINDE STREM (2019c): Kultur und Tourismus. – Strem.

MEIXNER O., PÖCHTRAGER S., HAAS R. u. KOPPELSTÄTTER M. (2007): Nahversorgung im ländlichen Raum – Eine entscheidungsorientierte Analyse mittels des

Analytischen Hierarchieprozesses. In: Die Bodenkultur – Journal for Land Management, Food and Environment, Band 58, Heft 1-4, S. 25-39.

MITTERER K., HAINDL A., HOCHHOLDINGER N., BRÖTHALER J., GETZNER M., KRAMAR H., STROHMAYER F. (2016): Bestimmung der regionalen Versorgungsfunktion von Gemeinden. – Wien.

NEU C. (2009): Daseinsvorsorge – Eine Einführung. In: NEU C. (Hrsg.) (2009): Daseinsvorsorge. Eine gesellschaftswissenschaftliche Annäherung. – Wiesbaden.

NIEDERÖSTERREICHISCHE NACHRICHTEN (NÖN) (2018): Zu wenige Kunden bei „Greissler.plus“. <https://www.noen.at/wr-neustadt/region-zu-wenige-kunden-bei-greissler-plus-greissler-plus-norbert-mitteregger-104742687> (05.01.2020)

ÖROK (Österreichische Raumordnungskonferenz) (2019) (Hrsg.): Kleinräumige Bevölkerungsprognose für Österreich 2018-2040. – Wien.

ÖROK (Österreichische Raumordnungskonferenz) (2019) (Hrsg.): Bevölkerungsstand am 1.1.2019 und Bevölkerungsstruktur in Österreich. – Wien.

ÖSTERREICHISCHER RUNDFUNK (2019): Lesachtal nur stundenweise erreichbar. <https://kaernten.orf.at/v2/news/stories/2979926/>

POCK E. (1997): Nahversorgung - Quo Vadis? In: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (1997) (Hrsg.): Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung. – Wien.

PRIEBS A. (2018): Der Dorfladen. Beitrag zur Nahversorgung und Lebensqualität. In: REGION HANNOVER (2018): Dorfläden in der Region Hannover. – Hannover.

RATHUSKY S. (2013): Versorgung im Wandel der Zeit – Die Veränderungen der Versorgungsmöglichkeiten am Beispiel der Gemeinde Spillern. – Wien.

REGION SCHNEEBERGLAND (2019): „Zukunft Nahversorgung Schneebergland“ – Ergebnisse aus dem Workshop mit KonsumentInnen. <https://www.region-schneebergland.at/zukunft-nahversorgung-schneebergland-ergebnisse-aus-dem-workshop-mit-konsumentinnen/> (05.01.2020)

REGIOPLAN CONSULTING GmbH (2016) (Hrsg.): Über den Konsumenten zur Flächengestaltung der Zukunft. Handel findet dort statt, wo die Konsumenten sind. - Wien.

SCHÄFERS B. (2015): Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse und Daseinsvorsorge. Entwicklung und aktueller Stand. In: Gesellschaft-Wirtschaft-Politik (GWP), Heft 2, S. 167-171.

SCHNEIDLITZ P. (1997): Perspektiven der Nahversorgung. In: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (1997) (Hrsg.): Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung. – Wien.

SCHRÖDER M. (2017): Gleichwertigkeit jenseits von Angleichung. In: KASCHLIK A., ENGEL A., HARTEISEN U. (2017) (Hrsg.): Potenziale in der Peripherie. Diversität und Veränderungsprozesse in ländlichen Regionen gestalten. – Lemgo.

STATISTIK AUSTRIA (2019): Demographische Indikatoren. - Wien.

STEINDL H. (1997): Der „Nahversorger neuen Typs“ aus wirtschaftlicher Sicht. In: Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (1997) (Hrsg.): Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung. – Wien.

STEINFÜHRER A. (2014): Bürger in der Verantwortung. Veränderte Akteursrollen in der Bereitstellung ländlicher Daseinsvorsorge. In: Raumforschung Raumordnung 2015, 73, 5-16
DOI: 10.1007/s13147-014-0318-3

TOURISMUSVERBAND LESACHTAL (2019): Das Lesachtal. – Liesing.

UNBEKANNT (2012): Nicht nur die Kirche im Dorf lassen. In: handelsjournal – Das Wirtschaftsmagazin für den Einzelhandel, Heft 05/2012, S.3 https://www.wiso-net.de/document/HDJ_dc3476cefd6f2c43d5700304ca29aa9578d1d01f

VEREIN REGIS (2019): Was ist LEADER. Abrufbar unter: <https://www.regis.or.at/leader/>

WEHOFSCHITSCH W. (2019): Interview zum Dorfladen Stuben. Transkription im Anhang

WIRTSCHAFT BURGENLAND GmbH (2019): Nahversorgung. Abrufbar unter: <https://wirtschaft-burgenland.at/foerderung/nahversorgung/>

ANHÄNGE

INTERVIEW 1: DORFLADEN FRESACH – ERNST EGGER

I: Also Herr Egger, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen und danke auch, für den guten Kaffee! Starten wir einmal mit den Zahlen. Der Dorfladen ist 2017 eröffnet worden. B: Ja genau! I: Wann genau?

B: Am 1.8.2017. Nach zwei Jahren Vorlaufzeit, also haben wir gebraucht bezüglich der Förderrichtlinien, das heißt wir sind ein LEADER-Projekt der Region Villach-Umland, ein EU-Projekt und haben die höchste Förderung, die jemals in Kärnten ausgeschüttet wurde, 65% der Investitionssumme, haben wir von der EU wiederbekommen. Also Umbau, Planung und Förderungsphase haben 2 Jahre gedauert, anders wäre es auch nicht zu schaffen gewesen ohne die Förderung.

I: Ist abgesehen vom LEADER Projekt noch Förderung hinzugekommen? Von der Gemeinde zum Beispiel?

B: Ja, natürlich. Die Gemeinde hat das auch unterstützt. Weil es hat ja früher in diesem Ort 2 Geschäfte gegeben, aber wie die großen Diskonter vor 15-20 Jahren gekommen sind, haben die zu gemacht weil sichs einfach nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben war und jetzt hat sich glaube ich die Denkweise auch von den jungen Leuten sehr verändert, sodass sie sagen sie schauen mehr auf das Regionale, auf den ökologischen Fußabdruck und auf hochwertige Produkte und da muss ich ehrlich sagen, sind die Jungen leichter dazu zu gewinnen als die älteren Leute.

I: Das heißt, die Initiative, nach 15 Jahren wieder einen Nahversorger in Fresach zu eröffnen ist von Ihrer Frau und Ihnen ausgegangen?

B: Genau, meine Frau hat ja auch hier im Ort gearbeitet und der Beruf hier gelernt (B grüßt Kunden), dann haben wir mit der Gemeinde Kontakt aufgenommen weil die immer einen Nahversorger haben wollte (B grüßt Kunden) und so etwas kann man nur gemeinsam bewältigen.

I: Die Räumlichkeiten ...

B: Ja die Räumlichkeiten, das ist so: Da war zuerst die Post, so wie in sehr vielen Gemeinden, ist dann auch die Post weggekommen, das ist dann jahrelang leer gestanden und das wurde

dann eben komplett entkernt, adaptiert, ein Zubau wurde gemacht. Ja . . . und was vielleicht noch wichtig ist: Du brauchst, für die ganze Fördergeschichte musst du zuerst das ganze Konzept beschreiben und berechnen lassen, das heißt du musst ungefähr 14.000 – 15.000 Euro vorher in die Hand nehmen, damit das Projekt gefördert wird. Ob es dann wirklich gefördert wird oder nicht, entscheidet sich dann. *Ich schätze, das ist eine große Hürde für die Meisten.* Ja, das ist nicht so einfach!

I: Wie groß ist denn eigentlich die Verkaufsfläche und wie groß ist das Produktsortiment?

B: Zirka 85m² hat der Dorfladen, wir sind 4 Beschäftigte, zwei davon Vollzeit und zwei Teilzeit. Also das ist natürlich auch so eine Geschichte, dass man die Möglichkeit gibt, hier im Ort zu arbeiten. Wir sind ja alle von hier. Das Sortiment ist schwierig, es sind ungefähr 170 Produkte aus der Region und sicherlich um Einiges mehr bei den anderen Produkten . . . Aber das ist schwer zum Einschätzen, weil die Produkte auch immer gewechselt werden. Bei uns ist es so, dass wenn ein Produkt nicht geht, wird das so schnell wie möglich aus dem Laden genommen und Leute kommen dann und sagen „Kannst du mir nicht das besorgen?“. Also das ist echt noch so wie es am Land üblich ist. (B grüßt Kunden).

I: Vorhin haben Sie gemeint, die Jungen sind hier leichter zu begeistern. Wer ist denn Ihre Zielgruppe, also wen wollten Sie primär ansprechen?

B: Ja grundsätzlich ist es so, dass wir gesagt haben, wir möchten hier wieder einen Ort schaffen, auch drinnen mit der Kommunikationsecke, hier draußen haben wir eine Begegnungszone, so nenne ich das. Das man einfach sagt, es sind sehr viele ältere Leute hier im Ort, weil die jungen wegfahren, weil wir wenige Arbeitsplätze im Ort haben, die fahren nach Villach oder Spittal an der Drau. Jetzt sind sehr viele Damen allein, die kommen dann auch einkaufen, wir sprechen natürlich alle an aber es ist schon so, dass am Vormittag hauptsächlich die Eltern von den Kindern aus Kindergarten oder Schule kommen und die älteren Leute und dann nachmittags sieht man, dass das Publikum sehr gemischt ist. Und auch Gäste natürlich.

I: Aber es war nicht primär auf den Tourismus ausgelegt?

B: Na, nie! Es war auf Nahversorgung ausgelegt, in dem wir auch die Möglichkeit bekommen haben, dass wir den Kindergarten mit hochwertigen Lebensmitteln beliefern dürfen. Die haben früher im Gasthof gegessen, dann wurde aber eine Ernährungspädagogin aufgenommen und die ist zuständig für die Ernährung der Kinder und die bekommen bei uns ganz hochwertige Lebensmittel aus der Region

I: Wer hatte da die Idee, dass ihr da zusammenarbeiten könnt?

B: Ja das ist von der Gemeinde, also vom Bürgermeister ausgegangen, der hat das in Angriff genommen. Was wir noch haben: Wir beliefern auch den RK1 Stützpunkt, also den Rot Kreuz Hubschrauber Stützpunkt in Fresach, der wird von uns beliefert. Wir stellen außerdem zu, in der ganzen Gemeinde. Das heißt: Ich bin ja von da weg in 10 Minuten in jedem Haushalt in der Gemeinde anzutreffen, das heißt ab 30€ Einkauf, wird das gratis zugestellt. Das wird auch sehr gut angenommen.

I: Sie sind also eigentlich nicht nur stationär, sondern auch mobil tätig. Mit dem Standort sind Sie aber prinzipiell zufrieden?

B: Ja, absolut. Auch mit der Gemeinde nebenan, ist das ideal. Das ist der Dorfkern, da ist die Kirche, dort ist das evangelische Museum.

Was auch interessant für Sie sein könnte. Wir haben uns zuerst mit der Firma ADEG und der Firma Spar in Verbindung gesetzt und beide Firmen wollten das auch zuerst mittragen, aber dann wäre das auch gebrandet auf, also von außen wie auch von innen, auf die jeweilige Marke, also ADEG oder SPAR. Und du müsstest diese Produkte, die vom Konzern vorgegeben sind, auch im Laden haben. Und man weiß ganz genau, wir sind da am Berg heroben, was sollen die Leute mit gewissen Produkten aus der Stadt machen? Umgekehrt natürlich das Gleiche, gel?

I: Und das wollten Sie dann ganz bewusst nicht?

B: Na! Also das hab ich gleich abgehakt. Auch weil wir einen Dorfladen wollten und nicht ein Geschäft, das dann von außen gebrandet ist.

I: Die Zielgruppe ist ja, wie Sie sagen, komplett durchgemischt. Gibt's dann Familien, die den kompletten Wocheneinkauf in da im Geschäft machen oder ist das dann eher

B: Nein, war auch nicht angedacht, gel? Weil das wissen wir genau, in 10 Minuten bist du in Feistritz/Drau, da sind diese großen Geschäfte, gel? Ähm... das heißt, wir haben von Spar über ADEG, über E&G, Billa, alle Geschäfte. Wir haben uns das dementsprechend angeschaut vorher, mehrere Einkäufe getätigt, also, was man braucht. Also ungefähr um 70€ haben wir Einkäufe gemacht, sprich: Grundnahrungsmittel, Toilettartikel, und so weiter, und dann haben wir das verglichen mit unseren Produkten. Wir sind ungefähr, ungefähr zwischen 7 und 10 Prozent äh.. wenn man einen ganzen Einkauf nimmt von 70€ äh, dann bist du eh maximal 5 bis 7€ teurer, gel? Ja, aber die Leute sind natürlich so: Die fahren in die Arbeit, da nehmen sie

die Grundnahrungsmittel mit und äh, es gibt natürlich bei uns ältere Leute die kaufen hauptsächlich alles bei uns, aber sonst ist das eher, ah, sag ich einmal, so blöd es klingt „das Loch gestopft“ und es werden auch spezielle Sachen gekauft. Da kommen die Leute dann wieder von unten rauf, nicht? Zum Beispiel, wenn man reinschaut also die ganzen Speckprodukte, sowas gibt's unten im Ort nicht. Da kommen die Leute rauf. Oder wir haben 3 bis 4 mal in der Woche verschiedene LieferantInnen von vier hier, Damen die was Bäuerinnen sind und Brotbacken, da haben wir die verschiedenen Brotsorten, also die bringen jeden Tag frisches Brot, verschiedene Sorten. Wir haben Käsesorten, zum Beispiel, die kriegst du in keinem großen Markt. [Schaun's, da kommt die Frau XY, mit den Hausschlapfen (B lacht). Ja, es ist hochinteressant.]

Nein, wie gesagt, der Kaffee ist zum Beispiel aus Udine aus einer Rösterei, oder Grappa aus Aquileia. *I: Aber das wird geliefert oder holen Sie das auch teilweise?* B: Zu 90% wird alles beliefert von den jeweiligen Herstellern, weil wir tuns so, wir beziehen unsere Produkte aus einem Umkreis von 50 Kilometern rund um uns und dann wird das von dem jeweiligen Bauer oder auch Käse . . äh . . Käser geliefert. Oder Produzenten . . Milchproduzenten, ja.

I: Wer ist Ihr Hauptzulieferer für die ganzen Convenience-Produkte? Katzenfutter, Klopapier, etc.?

B: Ja, grundsätzlich haben wir das so, dass wir diese Sachen vom Großhandel selber holen, deswegen hab ich ja keinen Lieferanten, also wir machen einmal Montags, macht die Frau vormittags den Einkauf und holt genau diese Produkte, die abgehen, gel? Also weil wir natürlich sagen ein großes Lager ist natürlich äh ganz schlecht, weil das ist totes äh totes Kapital. Wir tun immer so, dass das was hier unter der Woche verkauft wird, dann wieder nächste Woche am Montag wird's beim Großhändler geholt.

I: Sehr brav! (B lacht) Jetzt wieder zurück in die Gründungsphase: Wurden da die BürgerInnen in den Entstehungsprozess eingebunden?

B: Genau! Es wurde ja von der Gemeinde eine Bürgerversammlung, sogar zweimal, gemacht. Da wurden die Leute eingeladen und das Projekt dementsprechend vorgestellt. Ja, und da haben wir das besprochen. Und natürlich musste es auch durch den Gemeinderat, vom Gemeinderat beschlossen werden.

I: Und Sie spüren aber den Zuspruch von der Bevölkerung?

B: Ja, Gott sei Dank! (B lacht) Also man sieht ihn zum Beispiel (B zeigt zu einem Kunden, der den Laden betritt), der kommt mit Traktor vorbei zum Kaffee holen. Also da (B grüßt Kunden) probieren wir auch so viele wie möglich anzusprechen. Mit den frühen Öffnungszeiten auch, da sind wir schon recht gut aufgestellt. Unsere Gemeinde hat 1300 Einwohner, der Ort selber, der Ortskern hat 500 Einwohner. Das heißt wir müssen schauen, dass wir eben auch diese Leute ansprechen. Du musst also schauen, dass du so früh wie möglich offen hast, weil die meisten pendeln eh aus. Wenn der in der Früh wegfährt, fährt er ja schon um halb 7 oder 7 los, was hilft mir da eine Öffnungszeit um 8 Uhr? Viele fahren noch früher, und ich bin ab 6 Uhr da, der kommt dann davor um eine Jause zu holen und fährt dann zur jeweiligen Firma und nimmt da schon was mit. Und umgekehrt aber auch: Sehr viele arbeiten hinten in den vielen Fabriken. Die haben oft Nachtdienst, gel, und der hört meistens um Dreiviertel 6 oder 6 auf, da fährt der nach Hause und nimmt meistens schon wieder ein Gebäck oder ein Frühstück oder was mit, gel? So läuft das. Deswegen sind wir auf die Öffnungszeiten gekommen, gel? Weil bei uns angedacht war zuerst auch halb 8.

I: Gut, das ist sehr attraktiv auf jeden Fall. Sie haben ja die Kommunikationsecke, haben Sie gesagt, mit Kaffeehaus.

B: Ja bei uns ist das so. Wir haben einen sehr hochwertigen Kaffee, es ist kein Kaffeehaus aber wir schauen, dass wir den Leuten Produkte anbieten können, Mehlspeisen zum Beispiel, die bei uns die Bäuerinnen machen. Wir haben eine eigene Dorfladentorte kreiert, ja das sind alles so Geschichten, wo. Also wir schauen schon, dass wir saisonal auch ein bisschen, sprich auch verwerten und auch anbieten.

I: Ist noch eine weitere Dienstleistung integriert? Also zum Beispiel, Trafik, Postannahmestelle, ...

B: Nein, war auch nicht das Thema. Bei uns die Postannahmestelle hat immer schon der Nachbar, also der Wirt, und mit dem haben wir das schon im Vorfeld abgesprochen, gel? Er hat ja oben auch im oberen Stock seine Apartments und . . ich hab mit ihm, bevor wir angefangen haben ein Gespräch geführt äh wie das bei uns ausschauen wird. Es gibt bei uns zum Beispiel kein großes Flaschenbier oder kein offenes Bier oder was in diese Richtung, weil wir vermeiden wollen, dass hier ein gewisses Klientel, das bei den Tankstellen sitzt, äh . das wollten wir von Anfang an vermeiden. Weil das gibt's nicht, da kannst du ein Glaserl Wein trinken gepflegt, du kannst auch ein kleines Bier trinken aus dem Nachbarort aus Kötttschach-

Mauthen oder aus [unverständlich] aber es gibt keine großen Biere, es gibt kein offenes Bier. Wir wollten das nicht, es soll ja eine Qualität auch haben, gel?

Das haben wir uns vorher mit dem Wirten ausgemacht und er schickt die Leute auch runter und wenn bei uns Gäste sind, die vom See kommen und fragen wo man gut essen kann, schick ich die Leute rauf, weil das ist ein traditionelles, bodenständiges Gasthaus mit guter Küche, ja.

I: Und das ist keine Konkurrenz als „Dorf-Treff“?

B: Nein, überhaupt nicht! Und genau das ist das Thema. Das musst du im Vorfeld, wenn du so etwas machst, mit den anderen, also wir haben nur einen Wirt, mit dem anderen solltest du so etwas abklären, weil diese Neidgesellschaft, es gibt's nichts Schlechteres als das, gel? Und dann entstehen Gerüchte und dann ist schon . . Nein, im Vorfeld abklären: So wollen wir das haben und passt.

I: Gibt's Veranstaltungen?

B: Ja, zum Beispiel morgen haben wir eine Käseverkostung von der Kärntnermilch. Ja wir schauen schon, dass wir, oder es wird mal wieder ein Öl gepresst mit einer mobilen Ölpresse, so kleinere Geschichten hald. Bei der Harley-BikeWeek im Ort, da haben wir einen Künstler der diese Harleys veredelt und der organisiert ein „abspecken“ nennt er das. Und der kriegt von uns Bauernjause für die Leute und auch Souvenirs. *I: Also Catering in einer gewissen Weise.*

B: Ja, ja genau! Wir schauen einfach, dass wir alles, nur Produkte aus der Region kommen, auch in den Geschenks Körben, keine Chips oder so.

Und was auch interessant ist, wir sind einer der wenigen Handelspartner von Genussland Kärnten, das ist eine Dachmarke äh das sind sehr schwere Aufnahmekriterien, da gibt es verschiedene Hersteller von Produkten, da gibt es Gaststätten die diese Produkte verarbeiten und dann gibt es auch Verkaufspartner, die diese Produkte anbieten und da sind wir einer der wenigen. Weil du musst mindestens 90 Produkte aus der Region haben und da scheitern schon viele. Und das ist schon eine Gschichte, weil du hald einfach kärntenweit einen Auftritt hast. Dahingehend haben wir schon mehrere Preise gewonnen auch mit unserem Dorfladen, wir haben auch den ORF hier gehabt, der hat das in Kärnten heute gesendet. Aber man muss dazu sagen, dass 99% auf MICH zugekommen sind. Der ORF sagt zum Beispiel das ist ein Leuchtturmprojekt in Kärnten, das über die Grenzen ausstrahlt. Marketing ist wichtig, das brauchen wir nicht reden, aber es ist sehr viel schon von uns zum hören. Und noch etwas, es waren auch viele Gemeinden schon bei uns, die auch so etwas machen wollen und sich das

anschauen wollten. Die Nachbargemeinde Feld am See, Balramsdorf in Oberkärnten, Rangersdorf im Mölltal, wir haben die Gemeinde Feistritz in Unterkärnten da gehabt mit einem ganzen Bus mit Bürgern und der Gemeindevertretung, es war sogar aus Bayern eine Abordnung da. Und das obwohl's in Bayern eine eigene Dachmarke „Dorfläden“ gibt.

I: Das gibt's ja in Kärnten nicht, oder?

B: Na! Wir sind da Vorreiter.

I: Gibt's da überhaupt ein Netzwerk, das vom Land unterstützt wird?

B: Nein, ein Netzwerk würde ich nicht sagen. Im Grunde gibt's ein paar Dorfläden aber da kocht jeder seine eigene Suppe obwohl ich mit allen äh sehr gut kann. Also sprich, ich hab' natürlich andere, äh, die das schon länger machen, angeschaut und, aus ganz Kärnten die Dorfläden eigentlich andere.

(B wird von Kollegin in den Dorfladen geholt – Unterbrechung des Interviews für 13 Minuten, B bringt Folder mit zur Harley Bike-Week und zur Dachmarke „Genussland Kärnten“)

I: Weiters wollte ich noch fragen, im Internet steht, dass Sie in den ersten zwei Jahren von der Gemeinde unterstützt wurden, im Sinne von: Miet- und Betriebskostenbefreiung. Jetzt sind ja die zwei Jahre vorbei, ich schätze, dass die Betreuung des Dorfladens auch im Sinne der Gemeinde ist, wird Ihnen da weiterhin Unterstützung zugesichert?

B: Genau, grundsätzlich so, dass wir da ein Comittment gemacht haben mit der Gemeinde und nach den Betriebswirtschaftlichen Zahlen Miet- und Stromkosten machen. *I: Da werden Sie also weiterhin unterstützt?* B: Ja, es ist ein Entgegenkommen, ja! Damit so etwas dann auch nicht der Sargnagel ist (B lacht).

I: Ich schätze, das ist der Gemeinde ja wichtig, auch weil der Dorfladen, wie Sie vorhin schon gesagt haben, in gewisser Weise als Herz des Ortes gilt. Welche Bedeutung schreiben Sie dem Dorfladen im Kontext eines sozialen Zusammenlebens im Ort zu?

B: Ja ganz wichtig. Es ist ja so, dass sich da keiner mehr getroffen hat im Ort, jetzt ist es so, man sieht dass sich die Leute einfach treffen, jung und alt, und dass da einfach wieder ein Leben ist und und die Leute sich austauschen können und sozial wieder miteinander, sprich, sich einfach wieder näher kommen, gel? Das war ja alles verloren schon, die letzten 14 Jahre.

I: Und das hat der Wirt nicht ausgleichen können?

B: Doch, natürlich aber . . bis zu einem gewissen Grad. Ein Gasthaus kann das nie so ausgleichen wie irgendwo ein Treffpunkt in der Art und Weise. Es ist bei uns aber anders, da kommen auch die Damen und die Mädels, die würden ja eher nicht zum Wirt gehen normalerweise. (B wird wieder in den Laden gerufen)

I: Gut, wir sinds eh gleich, ich lass Sie gleich weiterarbeiten, abgesehen vom Problem zu Beginn, dass man so viel Geld auslegen muss, gab es sonst Probleme oder Situationen, wo Sie sich rückblickend denken, das hätte ich anders machen sollen?

B: Grundsätzlich ist es so, der Bürokratismus ist extrem hoch. Was man da im Vorfeld für Hürden überwinden muss, das ist gewaltig. Also allein, es ist sehr wichtig die Barrierefreiheit, wir sinds auch, aber ja, es ist extrem schwer. (B bedient Gäste) Die ganzen Genehmigungen, die sind ein Wahnsinn. Das ist unwahrscheinlich. Da wirst du bombardiert mit Protokollen und allem Möglichen. Du sollst ein Abfallentsorgungskonzept erstellen, wie weiß ich wie viele Dosen, Papier, etc. in der Woche anfallen werden? Oder ein Parkkonzept, woher soll ich wissen, wie viele Dieselautos kommen. Wir haben zum Glück die Unterstützung der Gemeinde gehabt, wenn du das als Privater durchziehen willst . . Der Unterschied ist ja der, wenn du ein bestehendes Geschäft übernimmst ist es etwas anderes, aber so wie bei uns das Gebäude wurde komplett neu gestaltet. Ah schau, da kommen die Kinder wieder einkaufen!

I: Dann komm ich auch schon zu meiner letzten Frage: Das Konzept Dorfladen, ist das ein Trend, sehen Sie da eine Überlebenschance langfristig neben Diskontern und großen Ketten?

B: Ja grundsätzlich glaube ich, dass alles seine Daseinsberechtigung hat. Speziell in diesen eher abgelegenen Orten, wie wir, ist es ganz wichtig, dass die Leute etwas kriegen und sagen wir mal . . es ist ein Treffpunkt, siehst es. Es macht alles lebenswerter. In Kärnten ist auch der Trend raus aus der Stadt in die Peripherie, viele siedeln sich außerhalb an und dann ist das umso wichtiger, dass sie da wen haben. Ich hab mal zum Landesabgeordneten gesagt, alle schauen, dass die Kinder da bleiben und nicht abwandern und tun alles dafür aber was kommt da von der Seite des Landes? Da wird nichts gemacht, du wirst nur mit Bürokratie überhäuft.

I: Vielen Dank für dieses Resümee am Schluss, und danke für Ihre Zeit, ich lasse Sie jetzt weiterarbeiten und wünsche Ihrer Frau und Ihnen alles Gute!

Wir haben beschlossen wir machens nicht als Verein, weil da ist dann ein Obmannwechsel und da werden die Leute zum Verkaufen eingestellt. Ich bin so kaufmännisch selbst im

Geschäft, muss auf die Sauberkeit achten, auf die Freundlichkeit achten und kämpfe an der vordersten Front ums Überleben.

INTERVIEW 2: DORFLADEN STUBEN – GEMEINDE BERNSTEIN

Interview mit Vereinsobmann Werner Wehofschitsch

I: Vielen Dank, dass Sie mich so nett willkommen heißen und sich die Zeit nehmen, um mir ein paar Fragen zu beantworten. Zuerst, zum Dorfladen selbst, der wurde 2013 eröffnet, stimmt das?

B: Ja, am 2. Oktober.

I: Und wie groß ist die Verkaufsfläche ungefähr?

B: Puh! Das ist eine gute Frage! (B lacht) Die hat mir noch keiner gestellt. Um die 25m² Verkaufsfläche und dann noch der dazugehörige 15-20m² große Lagerraum.

I: Beschäftigt sind derzeit wie viele Personen und in welchem Ausmaß?

B: Zwei 20-Stunden Kräfte.

I: Und wie groß ist ungefähr das Sortiment?

B: (B lacht) Ich hab's noch nicht gezählt. Aber das ist auch zweitrangig, denn wichtig ist, dass es auf die Zielgruppe, sprich: auf unsere Stammkunden abzielt, nen. Aber es sind natürlich sehr viel kleine Nebenprodukte wie eine Telefonwertkarte oder eine Batterie oder dergleichen, von denen man nicht leben kann, sondern es eine reine Serviceleistung ist. Wir haben auch eine Tabaktrafik, die in den Dorfladen integriert ist, die ist sicher der Grund zu überleben, weil ich seiner Zeit schon die Zigaretten für Wien da gekauft habe. Wir haben deshalb einen Tabakumsatz der beträgt sich auf um die 2.000 Euro im Monat. Das sind 6% und das ist eine gute Zubeße. Wir haben auch sehr viele Produkte wie eine Semmel und eine Milch, da ist nichts drinnen, das ist so knapp, aber ohne dem geht's nicht. Dann haben wir eine Wursttheke, das ist wieder ein bisschen besser gestellt das Ganze, aber Tatsache ist: Es fehlt uns der Einzug! Wir haben zwar 3 Familien die von Niederösterreich immer permanent einkaufen kommen,

das find ich toll. Dafür liegt aber ein Teil des Ortes am Berg oben, das sind circa 60 Leute, die fahren aber hinunter auf die andere Seite zum Einkaufen. So gesehen, haben wir keine 430 Einwohner sondern knapp 370.

I: Gab es in Stuben immer schon einen Nahversorger, also auch vor 2013 oder ist dieser Dorfladen der erste Nahversorger im Ort?

B: Ja es gab einen, der hat allerdings dann 9 Monate geschlossen gehabt. Dann war das eine politische Entscheidung, die Bürgermeisterin wollte wieder einen haben, dann ist man auf die Idee gekommen, dass man aus allen Vereinen, die in Stuben bestehen also Feuerwehr, Tennisclub, Sportverein, Burschenklub, Pensionisten, dass man aus denen wiederum einen Verein macht, der einen Nahversorger macht ohne Profit.

I: Und Sie sind der Obmann des Vereines?

B: Genau, mich haben sie dann als Obmann genommen (B lacht). Im südlichen Burgenland hat es einen vereinsgestützten Dorfladen schon einmal gegeben, der ist aber dann kläglich zu Grunde gegangen. Ja, die Problematik ist überall dieselbe: Die Frequenz ist nicht da.

I: Wie war das im Entstehungsprozess, das Zusammenspiel der Akteure. Wie lange hat es denn überhaupt gedauert, das Projekt zu realisieren?

B: Naja, das ist relativ rasch gegangen. Ich mein, man hat ein gewisses Grundinteresse und mit einer gewissen Skepsis hat man gesagt man probiert es, mehr als schief gehen kanns nicht. Man hat auch vom Land einen Zuschuss bekommen, in der Höhe von 5000 Euro (B grüßt einen Passanten), nochmal 2000 vom Landeshauptmann, das war die Basis, die wurde verwendet als Ablöse vom Inventar. Wir sind ja gesegnet, wir haben ja nur 2 Reparaturen gehabt in 6 Jahren (B lacht), das sind ja alles so „Gnackwatschn“, wie man so schön sagt. Und einmal haben wir noch einen Zuschuss bekommen, vom Land wieder, in der Höhe von 3.000 Euro. Und vom Ortsteil, denn wir sind ja eine Teilgemeinde von Bernstein (Telefon läutet und B nimmt Anruf an). Ja wir haben alle dieselben Probleme, wir sind sehr klein, haben keine Nahversorgung und teilweise nicht mal einen Wirten.

I: Wie schaut's da in Stuben aus? Gibt's hier noch einen Wirten?

B: Wir haben einen Tischler, einen Kunstschmied und einen Wirt in Stuben, ja das wars schon.

I: Das heißt, sie haben als Zielgruppe die lokale Wohnbevölkerung definiert?

B: Ja, und man hat sich auch geschworen, dass wenn die Klubs selber was brauchen, sich auch hier versorgen.

I: Aber funktioniert das?

B: (B lacht) Ja beim einen ein bisschen mehr, beim anderen ein bisschen weniger. Ah, der Gatte von einer unserer Bediensteten, der Sepp, der ist beim Tennisclub, der holt das ganze Bier zum Selbstkostenpreis aus dem Dorfladen, die holen wirklich alles, auch einmal eine Jause oder sonst was. Die Feuerwehr grast da leider ein bisschen im fremden Bereich, allerdings war da Hauptmannwechsel und man muss, glaube ich, mit dem Verantwortlichen ein ernstes, oder ein aufklärendes Wort sprechen. Vielleicht weiß er das ja gar nicht, dass wir das so ausgemacht haben.

I: Ist ja in der Theorie eine gute Idee.

B: Ja aber in der Praxis (..) Sie kommen bald dann, wenn ihnen der Salat ausgeht am Feuerwehrtag, dann kommen sie zu uns und räumen uns die Dosen aus (B lacht). Aber man sollte das bald vorher schon irgendwie abklären weil dann können wir das mit unserem Zulieferer absprechen.

I: Wer ist der Zulieferer eigentlich?

B: Naja der Hauptzulieferer ist vom A und O der Kastner, der eh ziemlich viel abdeckt, dann brauchen wir noch vom Bäcker, der ist aus Kirchsschlag, der Koll. Und dann gibt's noch irgendeinen Tiefkühl-, TKL oder wie der heißt, der bringt von Eskimo die Sachen. Und Zigaretten per Post Anlieferung. 3-4 Firmen müssen wir selber holen. Das eine ist eine Mühle in Schlaning, der macht Mehl etc., dann haben wir noch einen in Ollersdorf, Bischofs Nudeln, die holt man bald einmal in drei Wochen, und dann haben wir noch so einen Bauern, der einen Heurigen betreibt, Richtung Pinkafeld, der kommt allerdings nur bis Pinkafeld, da müssen wir die Ware aus Pinkafeld holen. (B lacht), ja das ist die Arbeit von unseren Pensionisten und ja, da haben wir dann eine warme Theke am Mittwoch, da gibt's ein warmes Gericht, das ist auch so ein Highlight, im Sommer ist das natürlich ein bisschen zacher, das ist jeweils mittwochs, da holen wir von diesem Bauern, oder ansonsten macht meine Wenigkeit ein paar faschierte Laberl (B lacht).

I: Und das wird aber gut angenommen?

B: Ja! Weil sonst hätten wir schon aufgehört, das muss man auch dazu sagen. Da bleibt nichts über normalerweise. Das ist ein kleines Mosaik wo man ein bisschen was lukriert. Wobei der Monatsumsatz beläuft sich ja so um die 120.000 Euro, plus minus.

I: Sie sagen einmal pro Woche gibt's die Warme Theke, dann gibt's die Trafik im Geschäft. Gibt's sonst noch Dienstleistungen, die in den Dorfladen integriert sind?

B: Ja, man hat einen Zeitungsverkauf, allerdings die wird nicht sehr stark angenommen, weil aufgrund der Tatsache, dass 9 Monate lang kein Geschäft da war, haben sich sehr viele die Zeitung nach Hause abonniert, sofern eine Zeitung noch hip ist, oder lesen sie online.

I: Tankstelle ist nicht dabei, Bäckerei allerdings haben Sie quasi schon dabei, weil sie ja frisch beliefert werden, oder?

B: Ja, das ist aber auch so, dass wir da mit der Retourware oft Schwierigkeiten haben, jetzt hält uns der mit der Ware ziemlich knapp, auch da kann es passieren, dass wir in der Filiale in Bernstein anrufen und es fährt dann irgendwer, der gerade verfügbar ist um 15 Semmeln und 3 Laib Brot, ist auch mühsam, aber es ist auch nicht jeden Tag zum Fahren, muss man auch dazusagen. Aber einmal in der Woche ist es soweit, weil das sich auch so irrsinnig schlecht abschätzen lässt, wieviel man braucht.

I: Im Internet steht, und zwar in einem Artikel der Bezirks Blätter, dass Sie auch einen Textilreinigungsservice anbieten?

B: Ja, da hat man jetzt aufgehört aus dem Grund, dass zuerst die Dame da immer privat vorbei gefahren ist und die Kleidungsstücke mitgenommen hat, dann hat diese Textilfirma ein anderer übernommen, der gemeint hat er fährt selbst her und holt es, aber das war ihm dann zu wenig, die Dame hat inzwischen gekündigt und jetzt hat sich das erledigt.

I: Okay, aber das Angebot ist prinzipiell angenommen worden?

B: Naja, ja bedingt. Aber schon auch, ja! Ein paar haben es bis zum Schluss gar nicht gewusst, muss man auch dazu sagen (B lacht). Aber was wir auch haben, ist eine Kaffeeecke und von der profitieren wir recht stark, weil wir doch vormittags um 9 herum, 5-6 Leute sitzen haben, die ihren Kaffee trinken und tratschen. Dorftratsch, meistens sind es Frauen, ist eigentlich eine Institution geworden.

I: Ja, das glaube ich Ihnen, denn wenn Sie sagen, es gibt sonst im Ort nur noch den Wirten...

B: Ja und der hat eine Stiege in den ersten Stock hinauf, der ist also alles andere als praktisch und in der Früh wird der Wirt sowieso nicht so angenommen. Wobei unser Wirt ja nie etwas zu essen hat, nur auf Vorbestellung. Also der Wirt hat sich schon gewandelt als solches. Sonst waren es in jedem Ort 15 bis 20 „Trankler“, fast schon Alkoholiker gewesen, die am Vormittag beim Wirt waren, ihre 5-6 Spritzer getrunken haben, beim Wirten gegessen haben, heimgegangen und schlafengegangen sind und am Nachmittag schon wieder beim Wirten gestanden sind. Die gibt's nicht mehr.

I: Also das heißt, da erfüllt der Dorfladen schon ein wenig die Rolle als sozialen Treffpunkt im Ort.

B: Vor allem als Kommunikationstreff, weil der Wirt auch extreme schlechte Öffnungszeiten hat. Aber der Stammtisch Sonntag vormittag ist schon noch gegeben, aber auch das wird einmal ein Problem werden, wenn der nicht mehr ist, dann wird man erst sehen, was man gehabt hat.

I: Was ist mit diesem Café-Pub direkt neben dem Dorfladen, ist das geöffnet?

B: Seit erstem Mai hat das ganze Haus einen neuen Besitzer, es waren jahrelang sehr viele Asylanten da drinnen, die sich sehr ruhig verhalten haben, auch der Ort hat davon profitiert weil die Gemeinde für jeden Asylanten 740 Euro pro Jahr bekommt, aber jetzt ist das abrupt aus geworden, jetzt räumt der neue Eigentümer das Haus aus und möchte Wohnungen daraus machen, er wollte auch von uns mehr Miete haben, das hab ich ihm müssen ausreden, weil wir es nicht haben – ganz einfach.

I: Okay, das heißt, das Haus gehört einer Privatperson und Sie zahlen tatsächlich monatlich Miete?

B: Ja! Wobei die Miete sehr, also es hat vorher schon einer Privatperson gehört, nur der war halt schon sehr alt und seine Frau ist dann erkrankt und dadurch hat er aufgehört. Und so wie der das betrieben hat, gäbe es ja keine ...

I: Und das Kaffeehaus nebenan ist in Betrieb?

B: Es ist zwar eingerichtet und es steht, glaube ich, schon im Internet und er sucht einen Betreiber . . ., was allerdings . . . naja . . . sehr schwer wird. Da ist schon die Überlegung, ob man das nicht dazu nimmt, vereinsmäßig weil Vormittag hat man eh herüber das Ganze und ab 11 könnte man das mit einer Kraft irgendwie schaffen.

I: Und in diesem Haus war auch früher der Nahversorger eingemietet?

B: Ja, immer schon. Deshalb haben wir das auch gleich so übernommen, die Lokalitäten. Naja, das ganze Haus hat ja auch nur 150.000 Euro gekostet, also das ist eh günstig gewesen. (B tratscht mit Nachbarn) Ja also wenn man jetzt das so andenkt, es wäre höchstens hier im Gemeindehaus noch eine Möglichkeit gewesen, da wo die Bürgermeisterstuben drinnen ist, aber das ist alles zu klein und man hätte dann oben auch noch eine Schule, die ist vor 4 Jahren aufgelassen worden, aber das ist wiederum überhaupt nicht zentral. Und es fahren ja sehr viele Hausfrauen mit den Rädern vorbei und da alles am Berg oben, das wäre alles ein bisschen umständlicher.

I: Gut. Ähm . . . würden Sie sagen, es gibt genügend Kunden, die ihren Wocheneinkauf hier machen oder holt man sich hier eher das „Vergessene“?

B: Also mit den Vergessenen Produkten alleine, würden wir das nicht betreiben können. Bei der Eröffnung hat einer gesagt:“ Jö, gut, dass es so etwas gibt, denn wenn ich etwas vergessen habe kann ich es hier kaufen.“ Naja, mit so etwas haben wir natürlich keine Freude. (B lacht) Es sind 15-20 Familien, die wirklich dankbar sind, dass es so etwas gibt. Dann gibt es 20, denen ist es total wurscht und 20 kommen ab und zu. Man versucht oft mit einem Spezialangebot, zum Beispiel die Kiste Bier um 12,50 Euro, wo wir eh einen Euro drauflegen, aber da kommt genau der, der sonst nie kommt, kauft seine 3 Kisten Bier und ist nachher nie wieder gesehen bis zur nächsten Bieraktion (B lacht). Und das kann es auch nicht sein, dass ich ihm jedes Mal 3 Euro schenke. Es gibt aber auch ein großes Verständnis bei manchen Leuten die wissen, wenn ich hier nur die Milche kaufe oder nur die Semmel, dann wird's das Angebot bald nicht mehr geben. Aber ja, jedesmal wenn einer stirbt, ist das ein potenzieller Kunde weniger. Wie gesagt: Beim Brot ist es schwierig, beim Obst auch, weil man das nur bedingt lagern kann. Aber man versucht schon, also da muss ich schon sagen, unsere Verkäuferinnen, die horchen immer in die Kundschaft rein und fragen, was die Kunden brauchen können. Also die arbeiten sehr wohl mit und gehen auch auf Sonderwünsche ein und machen auch Teilaktionen, ohne, dass die mit mir besprochen worden sind.

I: Damals, als der Verein gegründet und das Projekt realisiert wurde, war da die restliche Wohnbevölkerung auch involviert?

B: Naja involviert nicht, aber informiert war sie. Wobei es ursprünglich nur der Sportverein machen wollte, aber der ist bei uns nicht so anerkannt, weil wir in der zweithöchsten

burgenländischen Liga spielen, aber nur 2 Spieler aus Stuben haben und der Rest sind Ausländer. Untragbar für einen Ort mit 400 Einwohner. Durch das hat man gesagt:“ Na, auf keinen Fall der Sportverein, weil das funktioniert nicht!“ (B lacht) und durch das ist auch diese Obmanns-Rolle an mich gefallen, weil im Vorstand eh noch 3 Personen vom Sportklub sind und die wollten wir auf keinen Fall als Obmann.

Ja und man hat versucht, also man hat geschaut, ob die Leute überhaupt etwas haben wollen in dem Sinne. Und das war damals schon sehr gespalten weil der junge, der ein Auto hat und eh auspendeln muss in die Arbeit, für den ist das irgendwie

I: Ja der bleibt am Weg von der Arbeit heim irgendwo stehen...

B: Genau, und unsere Öffnungszeiten sind dahingehend eben auch eher unbrauchbar, vormittags von 7 bis 12, da erwischt man ja nichts vor der Arbeit. Dann hat man gesagt, vielleicht sollte man einen Nachmittag aufsperrn, das haben wir ein paar Mal probiert aber das hats auch nicht gebracht. Das war der Wunsch von einer e i n z i g e n Kundin. Aber wenn die einen Zettel schreiben würde, würd das schon irgendwie funktionieren.

I: Ist das einmal angedacht worden, dass man Ware auch ausliefert?

B: Ja, das wird auch teilweise gemacht. Wenn jemand krank ist, dann sowieso gern und bettlägrig haben wir auch zwei Leute, die rufen hald dann an und wir bringen das vorbei. Aber auch mit einem sehr großen persönlichen Aufwand, weil es gibt da kein Benzingeld oder sonst irgendwas. Aber das ist bei allen Fahrten... *I: Es steht sehr viel ehrenamtliche Initiative dahinter.* B: Ja, wir haben nicht einmal eine Vorstandsweihnachtsfeier gehabt, weil das will ich nicht. Da jammern wir, dass das überhaupt geht und dann fressen wir uns den Bauch voll und trinken 3 Bier, das geht ja nicht, das kann es ja nicht sein. Und, dass wir irgendwo hingehen und jeder zweiter Satz ist: „Wir zahlen uns das eh selber“, dann wird man auch unglaublich. (B lacht): Also haben wir gesagt, dann machen wir gar nichts. Aus-Maus.

Wir haben auch zweimal so ein Fest gehabt, so ein Grillfest, ein kleines und einmal so ein Jahresfest, aber das ist so: Der Vorstand ist veraltet und es wird immer schwieriger, dass man Leute kriegt, die was arbeiten für solche Sachen. Dann schauen wir 300, 400 Euro raus, was ist das? Das ist gar nichts.

I: Meine vorletzte Frage kommt jetzt schon: Sind Sie mit dem Projekt zufrieden, ist es in Ihren Augen erfolgreich?

B. Naja, solange es ihn gibt, hat er eine Berechtigung, der Dorfladen. Ich muss ehrlich sagen, ich hab oft schon mal kurz dran gedacht den Hut drauf zu hauen (B lacht), weil man müht sich ab und und . . . aber diese Teilresonanz vom einen oder anderen, dieses „Gott sei Dank gibt’s euch!“, das ist irgendwie so aufbauen, dass man sagt „Lassen wir ihn weiterlaufen“. Und wie gesagt, unsere zwei Bediensteten sind natürlich irrsinnig interessiert daran, dass sie ihren Job behalten und als jobsichernde Maßnahme versuchen sie den Leuten, wenn die sagen „Habt’s ihr das vielleicht?“, dass sie sagen „Nein, aber wenns’t willst, bestellen wir’s dir.“ Das funktioniert an und für sich schon?

I: Aber gab’s da nie die Initiative von der Gemeinde, dass sie da etwas zuschießen?

B: Naja, wir haben heuer mehr oder minder den Tiefpunkt gehabt, wo es geheißten hat, jetzt wird es eng, jetzt geht’s nicht mehr weiter, dann hab‘ ich halt meinerseits, diese 1500 Euro, die uns zustehen mal eingetrieben. Weil die müssen’s schon pünktlich zahlen, vom vorigen Jahr haben wir’s noch gar nicht gehabt. Da hat man gedacht, man wird irgendwas lukrieren mit dem neuen Landeshauptmann, der aus der Gegend kommt, dem war aber nicht so. Man muss auch sagen, die Gemeinde hat überhaupt keine Betriebe und ist dementsprechend finanziell aufgestellt, wir haben eine Bürgermeisterin zwar, die ein irrsinniges Tamtam gemacht hat, eh super, aber sie hat gesagt „Was tun wir?“; und ich hab‘ gesagt ich werde versuchen, irgendwie weiter zu wurschteln.

Dann war die Landesrätin, die Dunst da, die hat gesagt, sie hat kein Geld, aber es gibt nur von der EU die Initiative, dass man 60% seiner Investitionen zurückbekommt. Aber ich hab‘ gesagt „Wir werden ja wohl keine Investition tätigen, wir haben ja eh kein Geld.“ (B lacht).

I: Sie haben’s vorher schon mal anklingen lassen, ich frag jetzt nochmal, also abschließend. Das Konzept des lokalen Greißlers, wie es früher üblich war, jeder kleine Ort hat einen Greißler, ist das noch tragbar in der heutigen Zeit?

B: Ja, das ist praktisch der Grundgedanke weil es ist ja ein Humbug wenn ein 75.80jähriger Mensch sein Frühstücksemmerl 15-20 Kilometer entfernt holen muss. Das ist ja auch ein Blödsinn, das funktioniert ja nicht. Aber für den kleinen Bedarf, den man täglich braucht . . . Das war eben früher so, die „Fassung“, da hat der Kaufmann einmal im Monat den Großeinkauf zugestellt. Aber da hat man auch gewusst, ich brauch 1 kg Zucker, 3 kg Mehl, 15 Eier. So auf die Art. (B grüßt Nachbarin) Aber ja, das funktioniert ja heute auch nicht mehr, es ist damals anders gewesen, man hat da kein Frischobst gehabt in der Zeit, also nur Äpfel und Erdäpfel.

Und wie gesagt . . es ist auch nicht so schlecht, wenn die Leute kommen und sich da treffen und sich etwas erzählen und sagen „Und was gibt’s Neues?“.

I: Das ist ja in Wirklichkeit eine viel größere Funktion, die der Dorfladen da innehat.

B: Ja eine soziale, beziehungsweise kommunikative. Hat eigentlich der Wirt auch, aber unsere redet ja schon seit 2 Jahren vom Zusperrren und das ist das alles andere wie (B grüßt Nachbarn).

I: Sind Sie eigentlich vernetzt mit anderen vereinsbasierten Dorfläden?

B: Naja, die könnten uns nicht . . Okay wir könnten ihnen ein gewisses Know-How geben, die die frisch aufmachen, aber da ist an und für sich keiner interessiert und wir können nicht profitieren von einem, der frisch aufsperrt, sag ich jetzt einmal. Es ist aber im Burgenland angedacht, also es gibt ja viele Orte, die ausgestorben sind, sind aber meistens viel größere als Stuben weil normalerweise hat ja eine Ortschaft unter 1000 Einwohnern gar keine Berechtigung oder gar keine Chance, dass der Dorfladen da überlebt.

Obwohl bei uns eh viele mittun und brav einkaufen kommen. Wir haben ein einziges Mal Gewinn gemacht, und das ist versehentlich gewesen (B lacht). Wir haben auch versucht eine Mehrwertsteuerbefreiung zu bekommen, aber dafür ist der nächste Laden zu nahe. Und der Gemeinde zahlen wir Kommunalsteuer. Da habe ich gesagt, wir bekommen 120 Euro von der Gemeinde pro Monat aber müssen 65 Euro wieder zurückzahlen, das ist ja ein Tauschhandel.

Aber das Geld wird stattdessen in ein neues Gemeindezentrum gesteckt, weil sich irgendwer etwas einbildet.

I: Ich danke Ihnen sehr herzlich für die Zeit und das interessante Gespräch. Ich werde jetzt noch in den Dorfladen hinüberschauen und dort ein paar Fotos machen. Vielen Dank!

INTERVIEW 3: UNSER G'SCHÄFT IN STREM - BERNHARD DEUTSCH

I: Also Herr Deutsch, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen und mich bei Ihnen im Büro empfangen! Ich würde sagen, starten wir. Der Dorfladen ist wann eröffnet worden? B: 2012.

I: Die ungefähre Größe der Verkaufsfläche? B: Verkaufsfläche sind knapp 110m² und wir haben circa 2000 Produkte in unserem Geschäft, wobei wir versuchen so viel wie möglich eben auch regional herzubekommen. Das war von Haus aus irgendwo die Sache, wir wollten nicht so eine 0815 Greißlerei machen wie es an und für sich vorher gegeben hat, oder wie es es überall gibt. Die Firmengruppe Kastner ist unser Hauptlieferant, das ist Nah und Frisch oder A&O, genau.

I: Kastner und dann noch Diverses aus der Region?

B: Genau, die bringen uns unser normales Sortiment sozusagen, wir haben aber noch 30 Direktvermarkter aus der Region, die uns beliefern und eigentlich alles was hier ja wächst und produziert wird, sei es Gemüse, Obst, äh, verschiedenste Weine, Säfte, Einmachprodukte, Teigwaren, Brot, Gebäck, äh, Wurst, Fleisch, Käse.

I: Die liefern alle oder müsst ihr auch teilweise Produkte holen?

B: Nein, die liefern, teilweise sag ich jetzt einmal, eine meine Partnerinnen, mit der ich das hier hochgezogen habe das Projekt ist eine Bio-Bäuerin aus Rettenbach, einem Ortsteil. Wenn ich sag wir brauchen Tomaten, geht die in den Folientunnel, schneidet's ab und bringt sie. Also viel kürzer geht's nicht.

I: Wieviele Personen sind denn beschäftigt und in welchem Ausmaß?

B: Ah, wir haben 5 Beschäftigte, das äh, das Ausmaß kann ich Ihnen nicht ganz genau sagen.

I: Gibt's Vollzeitkräfte oder ist alles Teilzeit? B: Ich glaub es ist alles Teilzeit, wobei eine ist sogar Vollzeit, wir haben einen Lehrling, aber ich kann Ihnen das, wenn Sie wollen im Nachhinein übermitteln, das ist kein Problem. Das ändert sich auch äh laufend. Also scheiden Mitarbeiter aus, kommen neue dazu. Also jetzt haben wir wieder seit 1. Juli einen Lehrling aufgenommen.

I: Sind die Mitarbeiter aus der Gemeinde Strem oder auch aus dem Umkreis?

B: Haben wir versucht natürlich, aber es ist nicht immer möglich. Zur Zeit sind 3 Mitarbeiter aus Strem, oder, sagen wir aus der Gemeinde, also auch aus den Ortsteilen, dann die Marktleiterin kommt aus Güssing. Wie war früher auch, die hat einen größeren Sparmarkt usw. geleitet, die hat da Erfahrung und . . ein Lehrling, den wir ausgebildet haben, der kommt aus der Gemeinde Goffidisch, das ist doch fast 15 Kilometer, fast 20 Kilometer weg und der ist jetzt der einzige Vollzeitbeschäftigte. Wie gesagt, die Lehrlinge, die was wir gehabt haben, wir bieten jetzt bereits den vierten Lehrling aus, also da haben wir immer sehr gute Erfahrungen gemacht.

I: Okay, das heißt wenn's geht, dann aus der Gemeinde Strem, aber wenn's nicht möglich ist

B: Haben wir natürlich gesagt ja, weil Regionalität ist unser Hauptaugenmerk da in dem Dorfladen, das ist das was wir wirklich wollen und das ist schon gelungen, weil so kann man auch zur Arbeit mal generell mit dem Rad fahren zum Beispiel.

I: Gut, Sie haben vorhin gesagt, Sie hatten davor einen O815 Greißler in Strem...

B: Naja, wir haben mehrere gehabt. Also in Strem selbst haben wir 2 Kaufhäuser gehabt und in einem Ortsteil auch eines, da hat's immer wieder Betreiberwechsel gegeben dadurch, dass die Leute in Pension gegangen sind und ah, wie gesagt 2010 haben wir dann den Fall gehabt, dass der letzte Greißler geschlossen hat. Aufgrund auch weil er schon 90 Jahre alt war. Und dann haben wir eben kein Kaufhaus gehabt, dann hat sich die Frage aufgetan: Was machen wir jetzt? Wir haben dann im Zuge des Dorferneuerungsprozess die Bevölkerung befragt und ah die erste Reaktion war: „Wir brauchen kein Geschäft, weil Güssing ist 8 Kilometer entfernt und dort gibt's 5, 6 Supermärkte und das können wir eh so erledigen.“ Ich hab mir dann gedacht, dann kann ich mich als Bürgermeister vielleicht zurücklehnen, dann ist das nicht der größte Wunsch der Bevölkerung, wobei ich mir gedacht hätte, das ist doch ein sehr großer. Und es hat sich auch nach einem Jahr dann herauskristallisiert, im Rahmen dieses Dorferneuerungsprozesses, wo wir uns alle paar Monate getroffen und immer wieder erörtern, wo liegen die Schwerpunkte, was wollen wir machen und nach einem Jahr war der Leidensdruck so groß, da haben alle gesagt wir brauchen ein Geschäft, das ist viel zu mühselig da jetzt jedes Mal ins Auto zu steigen, nach Güssing zu fahren. Erstens geht viel Zeit drauf, zweitens kostet es viel Geld, Risiko beim fahren und so weiter und wenn man in Güssing ist äh man geht in den Supermarkt hinein, man hätte nur eine Kleinigkeit gebraucht, dadurch, dass es dort aber alles gibt, kauft man viel mehr, in großen Einheiten, das wird zuhause wieder weggeschmissen und man erspart sich im Endeffekt kein Geld (B lacht).

I: Gibt's da ein Angebot von der Gemeinde, dass, ich sag jetzt weniger mobile Personen, überhaupt bis nach Güssing kommen?

B: Schon. Wir sind ja da, Sie haben's eh gesehen, im Niemandsland (B lacht). Also öffentlichen verkehr gibt's ja hier gar nicht, es gibt zwar Schulbusse, die fahren nach Strem nach Güssing und retour. Normalen Buslinienverkehr gibt's hier in dem Sinn gar nicht, also wenn man nach Güssing muss nicht man Taxis, oder wir haben auch über einen Gemeindeverband, das nennt sich Ökotrip, ein Rufsammlertaxi ist das, ich hol Ihnen da eine Broschüre (B holt Broschüre), da haben sich 6 Gemeinden zusammengeschlossen, das holt die Bürger direkt von der Haustür ab und fährt nach Güssing. In Güssing selbst gibt's dann das „Mein Güssing Taxi“, da fährt laufend ein Taxi und bringt sie zu den wichtigen Punkten, zu den Einkaufszentren, Apotheken, Ärzten und so. Und unser Anrufsammeltaxi bringt sie auch wieder heim um 4 Euro pro Fahrt, gesponsert von den Gemeinden. Und das wird sehr gut angenommen.

I: Ist das dann überhaupt notwendig, dass der Dorfladen liefert oder ist das hinfällig durch so ein Service?

B: Wir hätten uns das sogar vorgestellt, dass das mehr angenommen wird, ja? Wir haben am Anfang haben wir sogar ein Elektroauto gehabt, das ist uns gesponsert worden, gibt's jetzt mittlerweile nicht mehr. Aber wie gesagt wir machen Hauszustellungen, hauptsächlich ins Seniorenzentrum und in das Generationendorf, das wir in Strem haben. Wir machen aber auch Hauszustellungen zu älteren Leuten in den Ortsteilen, sogar in andere Gemeinden. Früher wars sogar so, da haben wir Leute geholt, die haben dann eingekauft und wir haben sie zurückgebracht, weil sie dann viel mehr kaufen natürlich, wir haben das da (B sucht etwas am Computer und zeigt mir Dokument). Ja genau, wir machen zum Beispiel für den Kellerstöckel machen wir so Frühstücksservice (B sucht weiter im Computer). Da gibt's zum Beispiel, da haben wir für das Alte Zollhaus der für die Kellerstöckel eigene Prospekte dann entwickelt, da können die Leute anrufen am Vortag bis 17 Uhr rufen die bei uns an und ja, da steht eh alles genau drinnen. Bis 17 Uhr und dann wird am nächsten Tag dann wann sie eben wollen zwischen 8 und 9 frisch zu. *I: Das Frühstück wird den Nächtigungsgästen frisch vom Dorfladen zugestellt?* B: Genau, da steht was es alles gibt, da stehen auch die Preise dabei und ob es regional ist oder laktosefrei und da kann man sich alles aussuchen. *I: Und dieses alte Zollhaus ist quasi eine Pension.* B: Das ist umgebaut worden, genau. Das wird vermietet und wir haben im Stremerberg viele Urlaubsgäste dir tage- oder wochenweise hier sind. Für die ist das eine super Sache, der ruft an und wir bringen ihm das Frühstück.

I: Gibt's da bei der Hauszustellung einen Mindestbestellwert ab wann geliefert wird?

B: Haben wir nicht, nein. Auch kein Aufpreis für die Zustellung und so. Das ist einfach ein Service. Sehr oft fahre sogar ich. Die Damen rufen mich dann an und das ist dann sehr schön, wenn der Bürgermeister das Essen bringt. Das war zum Beispiel vor 2 Jahren so, da hat in Stremerberg im Kellerstöckl eine Dame was bestellt, ich bin am Samstag in der Früh rausgefahren mit dem Körbchen und hab das gemacht und es hat sich herausgestellt, es war die Frau Petra Bohuslav, das ist die niederösterreichische Tourismus-Landesrätin, genau und die war total begeistert, dass sie von einem Bürgermeister hier, der ja auch der Obmann von dem Projekt ist, das Frühstück geliefert bekommt. Und habt das dann auch gleich irgendwohin weitergetragen, dass das Service schon toll ist und wenn das der Bürgermeister selbst macht ist das ja noch besser. Die meisten haben ein Körberl draußen stehen mit Deckel drauf, wir geben das Frühstück hinein und fahren wieder. Abrechnen tun wirs dann meistens mit dem Kellerstöcklbesitzer oder wenn es der Gast will, mit dem Gast direkt.

I: Gut, wir haben gesagt es gibt Frühstückszustellung, Hauszustellung, früher gab es das Elektroauto, Personen wurden abgeholt und wieder zurückgebracht, gibt's sonst noch Dienstleistungen, die integriert sind?

B: Ah . . . ich mein, wir machen zum Beispiel, wir liefern auch die gesunde Jause in den Kindergarten täglich, da schauen wir speziell auf regionale Produkte und dann wird das irgendwo schön zubereitet für Kinder, dann machen wir viele Geschenkkörbe für Veranstaltungen, für Gratulationen, regionale Produktkörbe. Dann haben wir auch so Plattenservice, ah, *I: Also quasi kaltes Catering eigentlich?* B: Genau, ja, das machen wir schon, ja. Wir haben auch Küchengeräte, die wir verleihen oder wir beliefern auch Vereine, wenn sie Veranstaltungen haben.

I: Zur gesunden Jause im Kindergarten hätte ich eine Frage, hat das der vorherige Dorfladen auch gemacht und das wurde übernommen oder gibt's das erst seitdem es das neue Geschäft gibt?

B: Nein, der alte Nahversorger war ja sehr beschränkt in der Produktauswahl und die haben immer geschaut, dass sie nichts wegwerfen müssen. Also die haben oft um 9 Uhr schon kein Gebäck mehr gehabt. Wir haben ja immer frisches Gebäck, weil wir eine eigene Aufbackstation haben.

I: Dann weitere Dienstleistungen... Eine Tankstelle habe ich gesehen, ist ja nicht dabei, dann

B: Eine Elektrotankstelle haben wir! Ja, das haben wir damals gemacht, als wir das Elektroauto gehabt haben. Wir haben noch eine Tankstelle im Ort, das ist wie gesagt, wir waren gestern erst beim Landeshauptmann in Eisenstadt weil wir ein Bildungsprojekt in Strem durchsetzen wollen, eine neue Schule und Kindergarten bauen und da haben wir nur ganz kurz dann, also wenn man schaut was Strem ist (B holt Folder und zeigt ihn I), wir stehe für erneuerbare Energie, wir produzieren den vierfachen Energiebedarf unserer Gemeinde alles mit Biogas, Fernheizwerk, Photovoltaik und so weiter. Aber wir haben, wenn man da so durchschaut (B meint den Folder) noch fast alles im Dorf, wir haben die Post im Ort, die ist bei uns im Geschäft, die betreiben wir. Das war auch so ein Ding, weil da im Nebengebäude war das, das hat aber zugesperrt, dann haben wir sie da herinnen gehabt in der Gemeinde aber für uns war das irgendwie sehr störend und dann haben wir sie in den Dorfladen integriert und das war auch die einzige Unterstützung der Gemeinde des Projektes, also wir haben das den Verein nie mit Geld unterstützt, sondern wir haben gesagt wir verlegen den Postpartner von hier dort hinüber, weils einerseits viele Kunden bringt, die normalerweise nicht einkaufen gehen und es bringt hohe Umsätze, wir verkaufen ja Dienstleistungen und so weiter und allein die Provision die wir dort kriegen sind 1000 Euro im Monat. Das nimmt schon einen Großteil unserer Fixkosten und deckt das ab. Aber wir haben in Strem wie gesagt, einen schönen Branchenmix, 4 Tischlereien, Zimmerer, Landmaschinenmechanik, Frisör, ah Lotto Toto haben wir auch in den Dorfladen integriert. Trafik gibt's allerdings noch eine eigene, die hat der ehemalige Greißler beibehalten aber bei uns gibt's Lotto Toto, und Zeitschriften, genau. *I: Dann seh ich, dass Sie hier noch stehen haben „Kaffeecke“.* B: Die haben wir auch, das war ja das wir haben gesagt nicht nur Kaufhaus sondern auch die Post, das Lotto Toto und das Kaffeeck, weil gerade da, wir wollen nicht konkurrieren mit unseren Gast- und Kaffeehäusern aber es ist hald schon so, dass wenn die Leute einkaufen kommen und sich treffen, dann setzen sie sich hin, trinken einen Kaffee, tratschen ein bisschen. Es kommen sehr viele, die holen sich ein Frühstück, setzen sich kurz hin. Also es holen sich viele ein Frühstück bei uns, das sind sehr viele Bauarbeiter, die arbeiten gehen, die wissen, wir sperren um 6 Uhr auf.

I: Ich wollte gerade sagen, dass die Öffnungszeiten ja äußerst attraktiv sind um sich vor der Arbeit sogar schon etwas zu holen.

B: Wir haben sogar am Anfang von 6 bis 18 Uhr durchgehend geöffnet gehabt, jetzt haben wir ah eine kurze Mittagspause von 13 bis 15 Uhr. Wir können das genau über das Kassensystem auswerten, ja? Das war genau die Zeit, wo wir am wenigsten Umsätze gemacht haben und auch am wenigsten Kunden das Ganze frequentiert haben und da haben wir gesagt, wenn wir da

zusperren, können wir uns doch, das sind 10 Wochenstunden, entspannen und das ist personaltechnisch dann schon wieder viel, dass man's zu anderen Zeiten einsetzen kann.

I: Okay, der ehemalige Dorfladen war auch hier, also wurde die Lokalität einfach übernommen?

B: Nein, . . . ich zeige Ihnen die PowerPoint, da sieht man das recht gut (B sucht am Computer). Ich glaube, wenn wir die PowerPoint durchmachen, können wir nebenbei sicher fast alle Fragen beantworten. (B beginnt PowerPoint): Also unser Verein heißt „Unser Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung“, das ist ein gemeinnütziger Verein. Ich bin Obmann. Wir haben das zu zweit gegründet, ich und die Ida Traupmann, dann haben wir noch die Stellen Kassier und Schriftführer besetzt. Den Namen haben wir dann gewählt „Unser G'schäft in Strem“, damit es nicht heißt Kaufhaus Deutsch oder irgendwie, da fühlt sich jeder angesprochen. Ja Strem, wir sind nicht groß wir haben mit 4 Ortsteilen hat knapp 900 Einwohner, Strem selbst, der Ortsteil hat 600. Und wir sind bald eine seniorenfreundliche Gemeinde, wir haben das Seniorenzentrum und das Generationendorf. 6.7.2012 das war der Auftakt, wir haben das alles echt in kürzester Zeit gemacht, das war die Präsentation unseres Projektes, da war das Interesse der Bevölkerung schon da. Als die Bevölkerung ein Jahr zuvor gemeint hat, wir brauchen keinen Dorfladen, haben wir uns trotzdem mal informiert, was wäre möglich, was kann man machen, und als dann der Wunsch gekommen ist haben wir an und für sich schon ein vollständiges Konzept vorlegen können. Wir haben uns dann angeschaut wie groß der Kundenkreis ist und haben mit den Nachbargemeinden ca 2600 Personen dazugezählt, obwohl es in Heiligenbrunn und Hagensdorf ja ein Geschäft gibt, allerdings hat das nur 2 Stunden am Tag offen. Und der durchschnittliche tägliche Verkehr der da bei der Umfahrungsstraße vorbeifährt, das sind auch 3,5 Tausend KFZ, also auch da haben wir gesagt es könnte sein, dass auch da jemand reinfährt zum Einkaufen. Zur Standortwahl: Die alten Geschäfte waren woanders und nicht nutzbar für uns weil sie nicht barrierefrei war und das eine Gebäude auch mittlerweile verkauft wurde. Das, wo es jetzt ist, gehört sogar mir das Gebäude, also ich wohne im ersten Stock, genau darüber und unten das war einmal ein Kaffeehaus aber das steht schon lange leer. Und man hat sich dann entschieden, dass man den Dorfladen da reingibt weil wir haben da Gemeindeamt, Polizei, Tankstelle, also innerhalb von wenigen Metern alles zu finden, das fußläufig oft frequentiert wird. Und da mittendrin macht sich der Dorfladen eben toll. Haben gleichzeitig auch versucht Förderungen zu lukrieren und da gibt's über LEADER hats eine landwirtschaftliche Förderung gegeben, die wir in

Anspruch genommen haben. Und zwar hat man da marketingmaßnahmen gefördert und eine Angestellte zu 100% für 3 Jahre gezahlt und auch die Investition gefördert.

I: Die gesamte Investition?

B: Also insgesamt haben wir gesamt knapp 140.000 Euro Förderung gekriegt für dieses Projekt. *I: Ist sich das für Sie ausgegangen, dass die gesamte Investitionssumme abgedeckt war?*

B: Nein, nein, wir haben doch mehr als 200.000 Euro allein in den Umbau einmal investiert und in die Einrichtung, wie gesagt bei den 140.000 Euro ist auch die eine Angestellte dabei und die Marketinggeschichten, Werbematerial und so weiter. Das ist auch dabei. Aber wie gesagt den Rest, der übrig geblieben ist von der Investitionsseite den haben wir jetzt eigentlich auch schon so ziemlich abbezahlt, also noch nicht ganz aber es geht schön bergab. Die EU Förderung hatte aber gewisse Auflagen: Wir haben deshalb die Regionalprodukte auch drinnen und auch sehr viel in der Ausstattung besonders machen müssen, damit wir überhaupt in den Förderanspruch gekommen sind.

Wir haben auch gesagt, da wir gemeinnützig sind und nichts dazuverdienen wollen, wir versuchen die Bevölkerung einzubeziehen. Wir haben gesagt wir legen Bausteine auf. Ein Baustein kostet 100€ und es waren, ich weiß es jetzt nicht genau, aber weit über 200 Bausteine verkauft. Also über 20-25.000 Euro allein durch diese Bausteinaktion hereinbekommen und es kaufen auch heute noch Leute Bausteine, weil sie sagen sie sind so zufrieden, dann kaufen sie wieder einen Baustein, weil sie das unterstützen wollen, das ist aber eine reine Unterstützung, also da kriegt man nichts mehr zurück. Und wir haben auch die Leute ersucht Vereinsmitglieder zu werden, wir haben ca. 200 Vereinsmitglieder, die zahlen einen jährlichen Mitgliedsbeitrag von 10 Euro und da kriegen sie meistens irgendeine Bonifikation, da bekommen sie einen Rabatt oder am Jahresende ein kleines Geschenk, das bindet einfach die Leute, wenn sie Vereinsmitglieder sind oder einen Baustein haben, da geht man einfach eher einkaufen.

Wir haben alles umbauen müssen, 2 Rampen gebaut um das Gebäude barrierefrei zu machen, haben Wände eingerissen und haben echt alles komplett ausgehöhlt. Das Kaffeecock, auch das bewusst gewählt auf 8 Sitzplätze und nicht 9, weil wenn wir 9 Sitzplätze hätten, bräuchten wir schon wieder ein Besucher WC nach Geschlechtern getrennt, bei 8 brauch ich gar nichts. Also wir haben ein Personal WC, das kann man natürlich auch benutzen. Die Entscheidung über den Bau ist am 4. Oktober gefallen und am 15. November, also 6 Wochen später haben wir eröffnet,

also wir haben den Baubeginn gehabt, da haben wir noch nicht einmal die Förderzusage von der EU gehabt. Also wir haben da echt sehr viel Risiko in die Hand genommen, sind hier nebenan auf die Bank gegangen und haben uns Kredite aufgenommen, die Ida und ich und haben mit unserem Privatvermögen gehaftet.

Wir haben bis jetzt 2 Lehrlinge ausgebildet, wir haben sogar zwischenzeitlich, über 2,5 Jahre, ein Geschäft in Eberau auch betrieben, weil dort hat auch der Greißler geschlossen und dann sind's zu uns gekommen, ob wir das nicht mitbetreiben können. Ich hab' mich da relativ schnell überreden lassen und bis vor einem halben Jahr haben wir das auch mitbetrieben und sie (B zeigt auf ein Foto eines Lehrlings) hat dann, als sie ausgelernt hat bei uns das Geschäft dort dann drüben geführt. *I: Das Geschäft in Eberau gibt's jetzt aber nicht mehr, oder?* B: Es gibt's schon, aber jetzt hat Eberau einen eigenen Verein gegründet. Es ist von Eberau keine Unterstützung gekommen, von Seiten der Gemeinde und ich hab' mir gedacht warum soll ich mir das antun, dass ich da ein zweites Geschäft mitbetreibe, wenn nicht mal der Bürgermeister einkaufen kommt. Ich meine, das setzt schon ein Zeichen natürlich. Ich verdiene nichts dabei, ich hab' ja nur Risiko.

Da sieht man (B zeigt auf Folie) wir haben sehr viel Regionales, wie gesagt die ganze Wurst kommt da von Einheimischen, Bauern und so weiter. Das ist das was sie täglich bringen. Dann Brot haben wir zum Beispiel aus der Bäckerei Wolf in Güssing und Ganzfuß in Eberau, die bringen täglich Bauernbrot und so weiter. Semmeln und das andere Zeug bringen die auch. Wir können aber auch selber backen, wir haben eine eigene Backstation, das kommt von Haubi's. Das sind Teiglinge, die sind vorgebacken, wir kriegen alles Mögliche von Brot über Semmel, das wird tiefgefroren und wir backen's auf. Wenn bei uns um 17 Uhr wer kommt, der braucht noch 30 Semmeln oder was, dann ist das absolut kein Problem. Da müssen's halt ein bisserl warten. Dann das ganze Obst Äpfel, Birnen, Weintrauben kommt regional, Ananas und Orangen natürlich nicht.

I: Das ist dann nicht problematisch, bei Frischware wie Obst und Gemüse, dass da zu viel Restware überbleibt und das dann schlecht wird?

B: Wir haben mit der Ida Trautmann, die ist selbst Bio Bäuerin, die hat dann mit den Direktvermarktern die uns beliefern ausgemacht, das ist Verhandlungsgeschick, ah, sie bringen und die Ware, sie sagen was sie haben wollen, wir schlagen, ich glaube 20 Prozent rauf, alles was verdirbt kann er sich wieder holen oder wir schmeißen's weg. Und wir haben hier kein Risiko bei dieser Ware. Wir schauen natürlich so, dass wir alles verkaufen, aber die liefern

teilweise jeden Tag, also bei uns ist alles echt frisch. Da auf der Gemüseseite, Tomaten, Salat, ich ruf sie an, sie geht in den Folientunnel, schneidets frisch ab und wir haben's im Geschäft, sie kann mich auch 2-3 Mal am Tag beliefern, das ist kein Problem. Da ist 90% sag ich einmal von unseren Bauern.

Da beim regionalen Regal haben wir geschaut, dass auch die Rohstoffe, Sie sehen es eh, Holz sind, eine klare Linie. Da haben wir alles von Likör, Uhudler, Frizzante, Teigwaren, Eingemachtes, alles aus der Region weil wir dadurch indirekt wieder Arbeitsplätze sichern und die lokale Wertschöpfung steigern. Und was wir noch haben, man kann bei uns, als Postpartner, ah, auch Bankgeschäfte erledigen. Das ist nur ein kleiner Schalter, aber unsere Öffnungszeiten sind großzügiger als die von jeder Bankfiliale. Wir machen eigentlich alles, was auch die große Post kann. (B nimmt einen Schluck vom Kaffee). Und wichtig, das bringt uns Kunden, die sonst eben nicht kommen werden, weil sie nicht einkaufen, aber wenn sie drinnen sind, ihre Postgeschäfte erledigt haben, entweder sagen, „He, gib mir einen Lottoschein“ oder sie trinken noch einen Kaffee, oder ein Wurstsemmerl. Also das bringt eben Kunden und auch Umsatz und nebenbei bringt es auch die Provision von der Post, das sind circa 1200 Euro im Monat eben, was man da so kriegt. Das ist natürlich für uns gut.

Aja, wir verkaufen auch Lotto Toto eben, und Zeitschriften und am Liebsten ist es uns, es macht jede Woche jemand einen Lotto Sechser, weil wir bekommen dann auch etwas vom Gewinn (B lacht). Dann . . wichtig ist auch das ganze Kassensystem (B zeigt auf Foto). *I: Aja, ihr habt sogar Bankomatzahlung.* B: Genua, das ist auch wichtig, weil heute sehr viele Leute einfach berührungslos, mit Bankomatkarte oder mit Kreditkarte zahlen. Früher hats das auch nicht gegeben beim alten Greißler, da hats nur Bargeldbezahlung gegeben. Das ist schon wichtig, heutzutage geht's ohne dem glaub ich gar nicht mehr. ich bin im europäischen Zentrum für erneuerbare Energie beschäftigt und ah ich mache die ganzen Führungen und wir haben ca. 30.000 internationale Gäste. Die schauen sich die ganzen energieerzeugenden Anlagen an oder auch so nachhaltige Projekte, und wenn ich dann mit einem Bus Chinesen da bin, dann zeigen wir ihnen unser Geschäft, die gehen alle rein, wir zeigen denen auch speziell unseren regionalen Bereich hinten, die kaufen Kernöl und des und des und die haben dann eben nur die Kreditkarte eingesteckt. Dann machst du in ein paar Minuten ein einige hundert Euro Umsatz und das ist auch sehr wichtig. Das moderne Kassensystem, da wird alles mit einem Scan hereingezogen und wir haben jetzt auch ganze neue Waagen gekriegt, da ist auch jedes Produkt hinterlegt, also, sobald ich das abwiege, kommt ein Bon raus mit einem Quercode, der wiederum eingescannt wird und ich kann mich täglich hinsetzen, ich weiß genau welche

Umsätze ich gemacht hab, in welchen Warengruppen die Umsätze erzielt worden sind, Kunden auswerten, also von dem her gesehen ist es schon toll. Wenn ich jetzt hier einen Knopf drück weiß ich genau, ich hab jetzt 354.736 Kunden gehabt, seit ich geöffnet hab, also das kann man alles irgendwo statistisch dann gut auswerten.

(B zeigt auf Folie) Das ist die Elektrotankstelle, die wir haben und das war unser e-Auto, das wir zum Zustellen gehabt haben, das wurde uns damals vom Michael Dichand gesponsert, den Herr Dichand kennen Sie vielleicht, Kronen Zeitung, der hat in Güssing einige Energieprojekte betrieben und der hat dann das Auto dann zur Verfügung gestellt aber nach knapp zwei Jahren hat er das dann wieder eingezogen weil er es woanders gebraucht hat und wir haben gesagt, also, dadurch, dass wir nicht wirklich am Tag da fünf mal dann liefern gefahren sind, brauchen wirs im Endeffekt nicht. *I: Es war also kein großer Verlust jetzt.* B: Ja, also die Anschaffung wäre zu teuer geworden, wie gesagt, ich fahre selbst auch umweltfreundlich mit Erdgas, doer die Mitarbeiterinnen, also es sind sehr kurze Wege, dann machen wir das mit unseren Fahrzeugen, jetzt heuer haben wir über ein Projekt ein Elektrorad gehabt, ein Lastenrad, da hat man dann sogar mit dem Rad zugestellt und so weiter, also möglich ist alles.

I: Die Tankstelle ist aber immer noch da, wird die benutzt?

B: Mmmmh . . teilweise, ja, wie gesagt man kann theoretisch auch e Fahrräder aufladen, es funktioniert mit Münzen, ja. Ja die Homepage, wo das alles oben ist, die ist ein Teil, also die mussten wir machen, um die Förderung zu bekommen, mittlerweile müssten wir es nicht mehr oben haben weil die Förderung jetzt abgelaufen ist, aber die ist ja trotzdem praktisch.

Wir haben schon sehr viele Auszeichnungen bekommen auch, hier zum beispiel der burgenländische Mobilitätspreis oder wir sind sehr oft als Best-Practice-Beispiel irgendwo genannt worden. ich selbst, wie gesagt, deshalb auch diese PowerPoint, mache doch in sehr vielen gemeinden wo eben der Greißler schließt, das gleiche Problem, das wir 2012 hatten, komme ich dann da hin und zeige ihnen das Projekt und es sind glaub ich schon 5 oder 6 solcher Projekte dadurch entstanden. *I: Im Burgenland oder gesamt in Österreich?* B: Im Burgenland und eines auch in der Steiermark, ich war sogar schon in der Slowakei, weil das war eine große LEADER Veranstaltung und da hab ich das vorgestellt. Inzwischen waren die schon alle bei uns und haben sich das Geschäft angeschaut, also es.

I: Gibt's da vom Land aus ein Netzwerk oder das Interesse, dass sich die Dorfläden untereinander vernetzen?

B: Es hat einmal, also es gibt die Dorferneuerung, das ist eine eigene Förderschiene. Man versucht natürlich irgendwo solche Dinge speziell zu unterstützen, meistens, geht es ja so, dass der Greißler sperrt, dass man Leerstände hat, dass man eben diese Dinge wiederbelebt aber im Speziellen für solche Dorfläden eine Förderung gibt es nicht, das ist dann immer Anlass bezogen.

I: Super, danke, ich glaube die Präsentation war echt sehr detailreich, nur ein paar Stichworte hab ich mir herausgeschrieben: Wenn Sie sagen, dass das Gebäude, in das der Dorfladen eingemietet ist, Ihnen gehört, zahlt der Verein dann Miete an Sie?

B: Ja, der zahlt Miete. *I: Und von der Gemeinde kommt, ausgenommen vom Postservice, gar keine Unterstützung?* B: Wir haben weder eine Grundfinanzierung gemacht, auch keine laufende, wir haben nur den Postpartner versetzt und somit unterstützt, das sind circa 15.000 pro Jahr, wir haben schon ca 7 Jahre offen, also sind es schon fast 100.000 Euro, das hätten wir als Gemeinde nie aufbringen können so einen Betrag. Ich weiß, viele Gemeinden geben irgendwo 20, 30 Tausend Euro dazu, aber durch den Postpartner, haben sie laufend Geldunterstützung.

I: Die Zielgruppe war immer die lokale Bevölkerung oder waren Touristen schon auch wichtig?

B: Natürlich, wir haben viele Radwege die auch durch Strem führen, also es kommen schon Touristen, aber in erster Linie war es für die Dorfbevölkerung und zwar für die alte oder nicht mobile Bevölkerung.

I: Und merkt man da, ahm, dass der Hauptumsatz durch große Wocheneinkäufe gemacht wird oder eher durch Vergessenes oder exklusive Produkte?

B: Es wird immer besser, es fahren die Leute dann schon noch in den Supermarkt oder Richtung Graz oder so. Aber sie kaufen nicht nur das Vergessene, sondern sie kaufen schon richtig ein. Da stehen sie sogar in der Früh schon manchmal Schlange, weil sie wissen gleich kommt der Bäcker mit dem frischen Gebäck und die Supermärkte in Güssing sperren ja auch erst viel später auf als wir. Deshalb, die nutzen das. Und das Schöne ist, was ich bemerkt hab, die Leute gehen wieder vermehrt zu Fuß oder mit dem Rad, wenn sie einkaufen gehen. Ich mein, das ist eine soziale Komponente, man trifft sich wieder auf der Straße, man tratscht wieder. Das hat ja schon ein bisschen gefehlt, also man hat das Dorfleben dadurch wieder ein bisschen reaktiviert,

dass einfach wieder viel mehr Leute unterwegs sind auf den Straßen und man trifft sich, und man unterhält sich, das ist auch wichtig.

I: Also da sagen Sie, das das beobachtbar ist, dass sich da etwas getan hat?

□□□Selbstverständlich, ja. Also man braucht nur schauen da, es stehen öfter ein paar Frauen eine Stunde lang da vorm Geschäft, wenn sie eingekauft haben und da wird alles erzählt und getratscht.

I: Gibt's einen Dorfwirten noch oder irgendeinen anderen Treffpunkt?

B: Ja ja! Wir haben zwei Gasthäuser, sogar ein drittes in Stremerberg draußen, das hat aber nur sporadisch geöffnet, dann haben wir 4 heurige, ein Kaffeehaus im Seniorenzentrum, die sind alle gut ausgelastet, toll frequentiert, also von dem her gesehen, aber wir möchten nicht konkurrieren mit ihnen durch unser Kaffeehaus aber wie gesagt, es ist ein schönes Miteinander. Die kommen auch zu uns einkaufen und so weiter, also.

I: Ja, dann sind wir schon bei der letzten Frage. Und zwar: Das Konzept kleiner Dorfläden, der Greißler, der in jedem Ort verfügbar ist. Man sieht ja die Entwicklung, dass kleine Ortschaften gerne wieder ihren eigenen Nahversorger hätten, ist das Ihrer Meinung nach überhaupt eine Daseinsberechtigung, wenn es sich wirtschaftlich nicht ausgeht und somit die Gemeinde, das Land oder sogar die Bevölkerung etwas dazugeben muss?

B: Ich glaube schon, dass das sehr wichtig ist und wünschen tun es sich viele, meistens scheitert es an der Finanzierung, wir haben 2012, nach dem der Greißler zu gemacht hat, als Gemeinde versucht jemanden zu finden, der das selbstständig macht, es sind viele gekommen nur die meisten haben nicht einmal das Geld gehabt für die Erstausrüstung Ware und da hätte es dann sicher noch Probleme gegeben. Da haben wir gesagt das geht nicht, und als Gemeinde selbst haben wir gesagt ist es auch nicht unbedingt unsere erste Aufgabe da ein Geschäft zu betreiben also haben wir dann überlegt diese Vereinsvariante zu machen wobei dann der Obmann auch an mir hängen geblieben ist, das ist einfach jetzt leider so, diese Projekte sterben oder leben auch mit den handelnden Personen, die dahinter stehen. Wir sind ein gemeinnütziger Verein, wir wollen und dürfen kein Geld auf die Seite legen, alles was reinkommt, investieren wir wieder. Im Moment sind wir dabei, Schulen abzubezahlen, wir sind froh, dass wir laufend alles bezahlen können, aber es geht sich zur Zeit alles bezahlen. Wir haben seit 2015 keine Förderung mehr, uns selbst erhalten und nebenbei die ganzen Kredite zurückzahlen, aber es geht sich aus. Und sollten wir mal schuldenfrei sind, haben wir schon Ideen, wir wollen uns

vergrößern, wir stehen jetzt schon ein bisserl an. In jedem Dorf wird es nicht gehen, weil manche vielleicht zu klein sind aber wenn die Bevölkerung dahinter steht, dann funktioniert es. Und es sollte auch trotzdem vielleicht auch das Land solche Projekte unterstützen, weil es ist immer noch gescheiter ich unterstütze den kleinen Dorfladen als große Supermarkketten, weil für die zählt keine Regionalität, sondern nur Umsätze, ganz andere Faktoren. Uns war das Regionale wichtig aber auch, dass die Leute wieder zu Fuß oder mit dem rad ihre Einkäufe tätigen können, weil das zählt auch zur Lebensqualität, die wir hier haben.

I: Okay, ich bedanke mich vielmals für Ihre Zeit und die Beantwortung aller meiner Fragen. Dann geh ich jetzt hinüber ins Geschäft und wünsche Ihnen noch alles Gute für die Zukunft!

INTERVIEW 4: DORFLADEN BIRNBAUM – HEMMA HOHENWARTER

I: Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen für ein Interview. Herr Knotz hat gesagt, Sie sind seit Anfang an im Dorfladen tätig und können mir deshalb sämtliche Fragen beantworten.

B: Ja hoffentlich (B lacht)! Also ein Jahr nach Eröffnung bin ich hierhergekommen.

I: Fangen wir ganz zu Beginn an. Wann war das Eröffnungsjahr des Dorfladens?

B: Uff... da steh' ich schon an. 1998 glaub ich, ja!

I: Die Größe der Verkaufsfläche beläuft sich auf wieviele Quadratmeter?

B: Ahm... was wird das sein? 80 – 90m². Ja, mehr nicht.

I: Anzahl der Beschäftigten? B: Zwei. *I: In welchem Stundenausmaß?* B: Immer Halbtags-Kräfte, also so 25-26 Stunden pro Woche.

I: So, jetzt kommen wir zu ersten richtigen Frage. Gab's im Dorf... also gab's davor auch schon einen Nahversorger?

B: Jawohl, den gab es. *I: Wann hat der zugesperrt und warum?* B: Also die sind in Pension gegangen, gel? Ich glaub es war ein Jahr war kein Geschäft dazwischen drin. Deshalb ist dann

die Initiative ergriffen worden einen wieder aufzusperren. Und wir natürlich sind nicht so wie der andere Nahversorger, der war selbstständig, wir sind ja ein Verein.

I: Genau, wissen Sie warum beschlossen wurde einen Verein zu gründen?

B: Na, ich glaub es ist einfacher, weil das Denken der Leute ist ganz ganz ganz komisch. Es kennt in einer 300 Seelen Gemeinde da, kennt hald jeder jeden und jeder hat einen Vorteil und einen Nachteil und ah, das mag ich dort nicht und das mag ich da nicht, wenn das aber JEDEM gehört, dann ist jeder, oder dann sollte sich jeder dazu verpflichtet fühlen, seinen Beitrag zu leisten. Wir sind um die 35-40 Mitglieder, da hat jeder damals 3000 Schilling (ca. 200 Euro) eingezahlt zum Aufbau, weil du hast ja finanzielle Mittel gebraucht.

I: Und da kann man sich jetzt auch noch einen Anteil kaufen oder ist das jetzt ...

B: Ja man kann, aber es macht niemand mehr. Und wir haben einmal im Jahr, oder alle zwei Jahre eine Vorstandssitzung, oder wie heißt denn das, was jeder Verein hat? Jahreshauptversammlung, wo die Mitglieder eingeladen werden um zu besprechen. Wo die Mitglieder sagen, was sie gern anders hätten und wir bringen unsere Anliegen vor und ja.

I: Und da ist Interesse da bei diesen Hauprversammlungen?

B: Jain. Das ist ja das. Geredet wird außen umher, wenn wir dann unsere Sitzung machen, dann kann es passieren, dass 12-13 Leute oben sitzen, gel? Dann haben wir schon mal so eine Box aufgestellt während des Jahres für Anregungen aber das funktioniert auch nicht wirklich. Sehr schade, aber das ist ja überall das gleiche.

I: Ja, das ist wirklich sehr schade. Kommen diese rund 40 Mitglieder dann wenigstens wirklich einkaufen?

B: Nein. (..) Wir haben hald Leute, die nicht Mitglieder sind und mehr einkaufen, weil viele haben gesagt „ich geb hald die 3000 Schilling her, ich hab meinen Beitrag geleistet, aber ich fühl mich zu nichts verpflichtet.“

I: Gibt's dann so ein System, dass die Vereinsmitglieder eine Rückvergütung bekommen ab einer gewissen Jahressumme an Konsum?

B: Nein. Und wenn er stirbt, also wir tun so, wenn deine Mutter jetzt Mitglied war und sie verstirbt, dann schreiben wir bei der nächsten Jahreshauptversammlung dich an, wenn du im Haushalt bist, gel? Das machen wir schon aber mittlerweile sind wir auch so weit, dass wirs

öffentlich ausschreiben, dass jeder Zugang hat. Sprich der, der nicht Mitglied ist aber immer brav einkauft, der soll genauso Möglichkeit haben bei der Jahreshauptversammlung dazusitzen. Wir wollen eigentlich keinen ausgrenzen.

I: Ja klar, denn die Kunden sind ja eigentlich die, die Ideen einbringen sollten. B: Genau. I: Da wurde dann aber auch nie überlegt das zu ändern, dass das eine Privatperson übernimmt oder ähnliches?

B: Überlegt hin, überlegt her. Ich würde es nicht machen, die Kollegin auch nicht. Weil viele dann sahen „Ich geh lieber hinein wenn die Tanja da ist, ma mir ist die Hemma sympathischer.“ Wenn nur ich herinnen bin, dann kommen vielleicht die, die mit mir nicht können nicht mehr. Die Leute die ins Tal runter zum arbeiten fahren, die kaufen dann auch draußen ein.

I: Das bringt mich schon zur nächsten Frage. Ich schätze mal, die ganzen Auspendler werden ihren Wocheneinkauf in Kötschach-Mauthen oder wo auch immer machen. B: Viele, ja. I: Was wird dann hier gekauft, eher das Vergessene oder sinds die Touristen...

B: Die Touristen natürlich, auf die bauen wir im Sommer. Im Sommer schauen wir, dass wir uns so viel wie möglich unser Zuckerl erarbeiten und mit dem tun wir dann im Winter haushalten. Im Winter haben wir auch nicht den ganzen Tag geöffnet, gel? Im Winter muss immer einer von uns zwei Monate stempeln, ja, weil wir nur den halben Tag offen haben. Zwei Monate ich, zwei Monate die Kollegin. Und im Sommer sind wir immer beide da. Der eine Vormittag, der eine Nachmittag.

I: Ich sehe ihr habt Convenience-Produkte im Sortiment, habt ihr auch Regionales?

B: Ja, Regionales ist auch da. Wir haben Speck und die Milchprodukte und den Honig und den Tee und alle diese Kräuter und Essigessenzen. Wohl, wir haben Regionales auch da. Natürlich nur einen kleinen Teil, alles andere wird uns von Rewe geliefert.

I: Inwiefern wird auf den demographischen Wandel Rücksicht genommen? Speziell auf die weniger mobile Bevölkerungsgruppe? Gibt's zum Beispiel Services wie Hauszulieferungen?

B: Wenn's jemand will, dann bring ich's hin, also das ist . . . Aber es wird jetzt n i c h t w i r k l i c h gebraucht, gel? Bei der Kollegin geht das nicht, weil die hat keinen PKW.

I: Das bedeutet aber auch, dass du das Benzin von deinem privaten Geld bezahlst.

B: Ja, aber ich fahre ja nicht kilometerlange Wege, ich fahr ja nur ein paar hundert Meter und das ist schon in Ordnung.

I: Okay, das heißt zusammengefasst die Hauptzielgruppe sind nicht die Touristen, sondern ist die normale Wohnbevölkerung.

B: Na, es ist schon der Einheimische weil den Tourist, den haben wir eigentlich nur in den Sommermonaten hier. Und heuer ja auch nur ganz beschränkt durch dieses Unwetter weil wir haben ja keine durchgehende Straße.

I: Zur Planungsphase: Inwiefern waren da die Bürgerinnen und Bürger involviert? Also gab's da Infoveranstaltungen, ...

B: Ja, Die hats natürlich gegeben immer wieder. Natürlich kannst du aber nicht mit 300 Leuten ein Geschäft planen, so etwas geht nicht. *I: Wie viele waren dann in der Planung wirklich aktiv beteiligt?* B: Das war der Vorstand und ich glaub da waren 5, 6 aber es hat dann immer wieder so Infoabende gegeben und da ist das halt so präsentiert worden, wie schaut's aus, wie stellen wir uns das vor und natürlich das Land hat ja auch, also das Land hat mitgeholfen, sonst wäre das gar nicht gegangen (B bedient Kunden).

I: Weißt du, ob die Gemeinde laufend finanzielle Unterstützung leistet?

B: Die Gemeinde sponsert in dem Sinne nichts, aber wir zahlen keine Miete für den Raum. Weil wir sind in einem Gemeindegebäude untergebracht, gel? Wir finanzieren und selbst aber wir zahlen keine Miete, das ist ja auch schon was, gel? Alles andere müssen wir selber.

I: Welche Probleme sind bei der Entstehung sowie bei der Erhaltung aufgetreten? Irgendetwas wo man sagt, das würde ich rückblickend anders machen...

B: Bei der Entstehung kann ich's jetzt schwer sagen weil ich nicht da war und bei der Erhaltung. Ja was willst da anders machen? Deswegen haben wir ja eigentlich immer diese Sitzungen, gel? Wo wir sagen, sag's uns! Und natürlich ist es ein Problem, dass Vereinsmitglieder nicht selbst hier einkaufen. Aber wie willst dem entgegentreten? Wir müssen sowieso zu jedem freundlich sein weil wir dürfen ja niemanden vergraulen. Wenn ich beim Hofer arbeite und ich bin heute nicht freundlich, dann ist mir das wurscht ob der morgen wieder kommt. Natürlich sind wir schon ein bisschen angewiesen ... oder die Vereine... da schauen wir schon, dass uns die unterstützen. Natürlich sponsern wir dann immer wieder was. Wenn sie ein fest haben und sie kaufen bei uns ein, gel? Das ist so, die Vereine kaufen im Großen und Ganzen schon bei

uns ein. Obwohl es bei den Vereinen dann auch wieder darauf ankommt: Wer ist im Vorstand. Aber das funktioniert schon.

I: Dann hab ich gesehen, ihr habt eine Trafik integriert B: Jawohl. I: Die Kaffecke gibt es, gibt es sonst noch zusätzliche Dienstleistungen, die angeboten werden? Bücherbörse, Tankstelle.

B: Nein, das hab ich nicht, eine Postservicestelle hab ich gehabt, aber die hab ich seit zwei Jahren nicht mehr. Weil die wollten das alles auf Computer umstellen aber wir haben da keine Möglichkeit gehabt. Und wirklich angenommen hat sie eh keiner weil er Postler fährt ja von Tür zu Tür und bringt die Post mit und bringt das Paket mit. Das war ja echt nur, wenn einer etwas vergessen hat. Weil die Marke kriegt er ja heute noch. Weil ich trag ja die Postkarte und die Marken hab ich auch.

I: Gibt's woanders im Ort einen Servicepartner oder eine Paketabholstelle?

B: Nein, das gibt's da nirgends. Ich glaub das gibt's nur noch in Maria Luggau und ich St. Lorenzen, die sind alle ein bisschen verschwunden diese Servicestellen.

I: Ist in nächster Zeit geplant etwas Weiteres zu integrieren?

B: Also nocheinmal nicht, hab ich nichts gehört. Außer es gibt da eine neue Idee oder sonst was. Also prinzipiell sind wir nicht so, dass wir sagen wir probieren etwas nicht. Wir sind offen, auch bei den Sitzungen, äh, wir probieren es schon, natürlich entscheiden wir dann schon selber passts, oder passts nicht, weil Ideen hätten wir ja genügend.

I: Gibt's etwas in die Richtung Veranstaltungen?

B: Nein das haben wir nicht. Wir haben nur letztes Jahr 20 Jahre Geschäft gehabt und da haben wir diese Veranstaltung gehabt und die war s u p e r. Da haben wir so ein Grillding gemacht, da haben wir abgesperrt gehabt, das war super schön. Aber in so einem kleinen Ort, wo eh schon vier Vereine sind, da ist das ganz schwierig noch etwas zu machen. Nein, das haben wir leider nicht.

I: Der primäre Grund diesen Nahversorger zu errichten war, nehme ich mal an die Sicherung der Nahversorgung. So ist es! Gab's noch Ziele, die nebenher wichtig waren.

B: Ja natürlich! Das ist natürlich etwas! Das kannst du da auch dazuschreiben, deswegen haben wir ja hier den Kaffee, denn wir sind eine Klatsch- und Tratsch Börse (B lacht). Es trifft sich

Jung und Alt, dadurch, dass wir kein Gasthaus haben. (B bedient Kunden). Weißt du, es ist ganz wichtig, dass wir als Verkäufer neutral sind, vor allem politisch. Ich sag immer: Hier herinnen wird nicht politisiert, weil das ist ganz schlecht (B lacht und bedient Kunden).

I: Dass es den Dorfladen jetzt schon 20 Jahre lang gibt ist ja ein Zeichen dafür, dass es funktioniert, und sich finanziell auch ausgeht. Was ist so das Geschäft, das den Dorfladen rausreißt?

B: Natürlich, die Trafik ist es ein bisschen. Ah, weißt du was? Wir haben auch einen Sparverein. Hm . . . Nein, wir überleben schon durch das, dass die Leute einkaufen. Natürlich ist das ein Zuckerl aber die Tasse Kaffee für zwei Euro. Da brauch ich nicht studieren damit ich weiß, dass mich das nicht hinausreißt. Auch nicht so unbedingt die Trafik, es ist schon der Einheimische, der da einkauft. Wir brauchen ja jetzt nicht SO einen Gewinn. Wir müssen nur um die Runden kommen. Jetzt bin ich 20 Jahre da, die Kollegin ist 21 Jahre da, in diesen 20 Jahren haben wir 2 Tage im Winter geschlossen gehabt, weil wir alles neu ausgemalt haben. Also es ist schon das Einkaufen, das muss ich schon sagen. Wir sollen gar nicht so viele Gewinnen machen. Wir haben einmal ein ganz ein starkes Jahr gehabt, das zahl ich ja dann nur dem Finanzamt. Was soll ich denn tun mit dem Geld? Ich kann ja nicht jedes Jahr einen neuen Boden reinmachen, was soll ich machen? Bei uns ist es schon so, wenn wir was haben, so wie letztes Jahr, da haben wir Wasser ins Magazin hineinbekommen draußen, (leise) das zahlt dann schon die Gemeinde. Gel, weil sonst wird's schon schwierig, wenn man dann ein Leck im Schiff hat, das kostet geschwind ein Schweinegeld. Und da ist uns die Gemeinde natürlich schon eine Stütze, das muss ich schon sagen.

I: Dann komm ich auch schon zu meiner letzten Frage. Das Konzept Dorfladen, und die Tatsache, dass sich kleine Ortschaften einen Nahversorger selbst zur Verfügung stellen, ist das zeitgemäß und die Mühe denn überhaupt wert?

B: Wie soll ich sagen? Zeitgemäß ist es bestimmt nicht. Also ich kanns mir nicht vorstellen, in Zeiten mit Internet, aber so wie bei uns, in einer Randregion kann es dir ja passieren, dass es von heute auf morgen 50 cm schneit, und dann? Und auch der Gast! Der Gast kommt nicht mehr da hinein (gemeint ist das Tal an sich) wenn nichts mehr da ist. Wir haben schon das Problem mit dem Lokal. Wenn ich jetzt zuhause vermiete, wir haben echt ein Problem: Wo schick ich die Leute hin zum Essen? Es sind schon ein paar Lokale aber die kochen nur noch für den Gast selber. Und wenn er jetzt einkaufen auch nirgends mehr kann, er kriegt nirgends mehr eine Zeitung, keine Ansichtskarte, keine Limo, er kriegt gar nichts mehr, dann wird das

recht bald zu einem Problem. Zeitgemäß glaub ich sind wir nicht, aber das ist es wert, dass das Land und die Gemeinde investieren. Und ohne dem geht's auch gar nicht, also wenn da nicht einer dahinter steht, dann...

Vor allem der Anfang ist schwer. Wenn's dann mal läuft, dann okay. Und wir haben bei diesen Versammlungen auch immer den Bürgermeister da, der sagt: „Leute ihr müsst! Kauft ein! Vereine schauts!“. Weil ich brauch nichts sagen, weil ich will ja nur meinen Job sichern.

I: Gibt's ein Netzwerk vom Land Kärnten, das die Dorfläden zusammenbringt?

B: Nein, kenn ich nichts. Aber mit dem Dorfladen in St. Daniel bin ich viel in Kontakt. Da ruf ich oft an und frag: „Wie macht ihr denn das?“ Aber das wäre super, wenn man da einmal im Jahr zusammenkommt, und ein paar Tipps kriegen kann. Ich hab' hald nur die Gerhild und red' mich mit ihr ab (aus dem Dorfladen St. Daniel).

Dittmar, Norbert (2004) *Transkription. Ein Leitfaden mit Aufgaben für Studenten, Forscher und Laien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.

LEITFADEN EXPERTINNENBEFRAGUNG

1. Allgemeine Daten: Eröffnungsjahr, Größe der Verkaufsfläche, Anzahl Beschäftigte, Anzahl Produkte
2. Gab es im Ort schon immer eine Nahversorger (wenn nein, seit wann nicht mehr?) und was war der Auslöser für die Neuansiedelung, Reaktivierung, Instandhaltung dieses?
3. Welche Zielgruppe soll mit dem Dorfladen erreicht werden? (Tourismus, weniger-mobile Bevölkerung, SchülerInnen, ...)?
4. Wie konnte das Projekt in den Phasen Entstehung und Erhaltung finanziert werden (Angestellte, etc.)? Wie war/ist das Zusammenspiel der Akteure? Kooperativ (Genossenschaft, Verein), unternehmerisch (Unternehmer), integrativ (Stiftung)?
5. Welche Probleme sind bei der Entstehung sowie bei der Erhaltung aufgetreten?
6. Was waren die primären Ziele, die durch die Errichtung eines Nahversorgers erreicht werden sollten? (Arbeitsplätze, Abwanderung verhindern, Infrastruktur erhalten, sozialer Treffpunkt, ...)
7. Wurden die BürgerInnen in den Entstehungsprozess involviert (wenn ja, wie wichtig war die Involvierung der BürgerInnen und wie hat diese stattgefunden)? Wurde auf die Bedürfnisse der KundInnen eingegangen?
8. Inwiefern wurde Rücksicht auf den demographischen Prozess der Alterung der Bevölkerung in peripheren Regionen genommen?
9. Ist der Nahversorger stationär, hybrid oder mobil? Falls stationär: Warum wurde genau dieser Standort gewählt?

10. Welche Dienstleistungen bietet der Nahversorger an? Warum diese, warum nicht auch andere (Tankstelle, Trafik, Bäcker, Cafe-Haus, Bücherbörse, ...) (Mono-versus Multifunktionalität)
11. Wie sieht die Produktpalette aus? (Regionales, Bio, nur Convenience-Food, ...)
12. Welche Bedeutung sprechen Sie dem Nahversorger für die soziale Dynamik im Ort zu? (Gibt es Alternativen als sozialen Treffpunkt: Dorfplatz, Gasthaus, ...)
13. Ist das Projekt Ihrer Meinung nach mit erfolgreich? Was sind Indikatoren dafür?
14. Ist das Konzept Dorfladen noch zeitgemäß und wie sehen Sie zukünftige Entwicklungen in der Nahversorgung von kleinen Gemeinden?

AUSWERTUNG DER INTERVIEWS

Coding	Fresach	Birnbaum	Strem	Stuben
Finanzierung	<p>Nach zwei Jahren Vorlaufzeit, also haben wir gebraucht bezüglich der Förderrichtlinien, das heißt wir sind ein LEADER-Projekt der Region Villach-Umland, ein EU-Projekt und haben die höchste Förderung, die jemals in Kärnten ausgeschüttet wurde, 65% der Investitionssumme, haben wir von der EU wiederbekommen. Also Umbau, Planung und Förderungsphase haben 2 Jahre gedauert, anders wäre es auch nicht zu schaffen gewesen ohne die Förderung.</p> <p>Ja, natürlich. Die Gemeinde hat das auch unterstützt.</p> <p>wir da ein Comittment gemacht haben mit der Gemeinde und nach den Betriebswirtschaftlichen Zahlen Miet- und Stromkosten machen.</p>	<p>Wir sind um die 35-40 Mitglieder, da hat jeder damals 3000 Schilling (ca. 200 Euro) eingezahlt zum Aufbau, weil du hast ja finanzielle Mittel gebraucht.</p> <p>Die Gemeinde sponsert in dem Sinne nichts, aber wir zahlen keine Miete für den Raum. Weil wir sind in einem Gemeindegebäude untergebracht, gel?</p> <p>so wie letztes Jahr, da haben wir Wasser ins Magazin hineinbekommen draußen, (leise) das zahlt dann schon die Gemeinde. Gel, weil sonst wird's schon schwierig, wenn man dann ein Leck im Schiff hat, das kostet geschwind ein Schweinegeld. Und da</p>	<p>das war auch die einzige Unterstützung der Gemeinde des Projektes, also wir haben das den Verein nie mit Geld unterstützt, sondern wir haben gesagt wir verlegen den Postpartner von hier dort hinüber, weils einerseits viele Kunden bringt, die normalerweise nicht einkaufen gehen und es bringt hohe Umsätze, wir verkaufen ja Dienstleistungen und so weiter und allein die Provision die wir dort kriegen sind 1000 Euro im Monat</p> <p>über LEADER hats eine landwirtschaftliche Förderung gegeben, die wir in Anspruch genommen haben. Und zwar hat man da marketingmaßnahmen gefördert und eine Angestellte zu 100% für 3 Jahre gezahlt und auch die Investition gefördert. Also insgesamt haben wir gesamt knapp 140.000 Euro Förderung gekriegt für dieses Projekt.</p> <p>Nein, nein, wir haben doch mehr als 200.000 Euro allein in den Umbau einmal investiert und in die Einrichtung, wie gesagt bei den 140.000 Euro ist auch die eine Angestellte dabei und die Marketinggeschichten, Werbematerial und so weiter.</p>	<p>vom Land einen Zuschuss bekommen, in der Höhe von 5000 Euro, nochmal 2000 vom Landeshauptmann, das war die Basis, die wurde verwendet als Ablöse vom Inventar. Wir sind ja gesegnet, wir haben ja nur 2 Reparaturen gehabt in 6 Jahren (B lacht), das sind ja alles so „Gnackwatschn“, wie man so schön sagt. Und einmal haben wir noch einen Zuschuss bekommen, vom Land wieder, in der Höhe von 3.000 Euro.</p>

ist uns die Gemeinde natürlich schon eine Stütze, das muss ich schon sagen.

Ein Baustein kostet 100€ und es waren, ich weiß es jetzt nicht genau, aber weit über 200 Bausteine verkauft. Also über 20-25.000 Euro allein durch diese Bausteinaktion hereinbekommen und es kaufen auch heute noch Leute Bausteine, weil sie sagen sie sind so zufrieden, dann kaufen sie wieder einen Baustein, weil sie das unterstützen wollen, das ist aber eine reine Unterstützung, also da kriegt man nichts mehr zurück. Und wir haben auch die Leute ersucht Vereinsmitglieder zu werden, wir haben ca. 200 Vereinsmitglieder, die zahlen einen jährlichen Mitgliedsbeitrag von 10 Euro und da kriegen sie meistens irgendeine Bonifikation, da bekommen sie einen Rabatt oder am Jahresende ein kleines Geschenk Wir haben weder eine Grundfinanzierung gemacht, auch keine laufende, wir haben nur den Postpartner versetzt und somit unterstützt, das sind circa 15.000 pro Jahr, wir haben schon ca 7 Jahre offen, also sind es schon fast 100.000 Euro, das hätten wir als Gemeinde nie aufbringen können so einen Betrag. Ich weiß, viele Gemeinden geben irgendwo 20, 30 Tausend Euro dazu, aber durch den Postpartner, haben sie laufend Geldunterstützung.

Daseinsberechtigung	jetzt hat sich glaube ich die Denkweise auch von den jungen Leuten sehr verändert, sodass sie sagen sie schauen mehr auf das Regionale, auf den ökologischen Fußabdruck und auf hochwertige Produkte und da muss ich ehrlich sagen, sind die Jungen leichter dazu zu gewinnen als die älteren Leute	Zeitgemäß ist es bestimmt nicht. Also ich kann mir nicht vorstellen, in Zeiten mit Internet, aber so wie bei uns, in einer Randregion kann es dir ja passieren, dass es von heute auf morgen 50 cm schneit, und dann? Und auch der Gast! Der Gast kommt nicht mehr da hinein (gemeint ist das Tal an sich) wenn nichts mehr da ist.		
Standortwahl	Da war zuerst die Post, so wie in sehr vielen Gemeinden, ist dann auch die Post weggekommen, das ist dann jahrelang leer gestanden und das wurde dann eben komplett entkernt, adaptiert, ein Zubau wurde gemacht			
Kommunikation	Ja grundsätzlich ist es so, dass wir gesagt haben, wir möchten hier wieder einen Ort schaffen, auch drinnen mit der Kommunikationsecke, hier draußen haben wir eine Begegnungszone, so nenne ich das.	Es trifft sich Jung und Alt, dadurch, dass wir kein Gasthaus haben. (B bedient Kunden). Weißt du, es ist ganz wichtig, dass wir als Verkäufer neutral sind, vor allem politisch. Ich sag immer: Hier herinnen wird nicht politisiert, weil das ist ganz schlecht (B lacht und bedient Kunden).		
Catering	in dem wir auch die Möglichkeit bekommen haben, dass wir den Kindergarten mit hochwertigen Lebensmitteln beliefern dürfen. Die haben früher im Gasthof gegessen, dann wurde aber eine Ernährungspädagogin aufgenommen und die ist zuständig für die Ernährung der Kinder und die bekommen bei uns ganz hochwertige Lebensmittel aus der Region		wir machen zum Beispiel für den Kellerstöckel machen wir so Frühstücksservice (B sucht weiter im Computer). Da gibt's zum Beispiel, da haben wir für das Alte Zollhaus der für die Kellerstöckel eigene Prospekte dann entwickelt, da können die Leute anrufen am Vortag bis 17 Uhr rufen die bei uns an und ja, da steht eh alles genau drinnen. Bis 17 Uhr und dann wird am nächsten Tag dann wann sie eben wollen zwischen 8 und 9 frisch zu	

	<p>Wir beliefern auch den RK1 Stützpunkt, also den Rot Kreuz Hubschrauber Stützpunkt in Fresach, der wird von uns beliefert</p> <p>Bei der Harley-BikeWeek im Ort, da haben wir einen Künstler der diese Harleys veredelt und der organisiert ein „abspecken“ nennt er das. Und der kriegt von uns Bauernjause für die Leute und auch Souvenirs. <i>I: Also Catering in einer gewissen Weise.</i> B: Ja, ja genau! Wir schauen einfach, dass wir alles, nur Produkte aus der Region kommen, auch in den Geschenks Körben, keine Chips oder so.</p>		<p>wir liefern auch die gesunde Jause in den Kindergärten täglich, da schauen wir speziell auf regionale Produkte und dann wird das irgendwo schön zubereitet für Kinder, dann machen wir viele Geschenkskörbe für Veranstaltungen, für Gratulationen, regionale Produktkörbe. Dann haben wir auch so Plattenservice</p>	
Lieferung	<p>Wir stellen außerdem zu, in der ganzen Gemeinde. Das heißt: Ich bin ja von da weg in 10 Minuten in jedem Haushalt in der Gemeinde anzutreffen, das heißt ab 30€ Einkauf, wird das gratis zugestellt. Das wird auch sehr gut angenommen.</p>	<p>Wenn's jemand will, dann bring ich's hin, also das ist . . . Aber es wird jetzt n i c h t w i r k l i c h gebraucht, gel?</p>	<p>Wir hätten uns das sogar vorgestellt, dass das mehr angenommen wird, ja? Wir haben am Anfang haben wir sogar ein Elektroauto gehabt, das ist uns gesponsert worden, gibt's jetzt mittlerweile nicht mehr. Aber wie gesagt wir machen Hauszustellungen, hauptsächlich ins Seniorenzentrum und in das Generationendorf, das wir in Strem haben. Wir machen aber auch Hauszustellungen zu älteren Leuten in den Ortsteilen, sogar in andere Gemeinden. Früher wars sogar so, da haben wir Leute geholt, die haben dann eingekauft und wir haben sie zurückgebracht, weil sie dann viel mehr kaufen natürlich</p>	<p>Wenn jemand krank ist, dann sowieso gern und bettlägrig haben wir auch zwei Leute, die rufen hald dann an und wir bringen das vorbei. Aber auch mit einem sehr großen persönlichen Aufwand, weil es gibt da kein Benzingeld oder sonst irgendwas.</p>

			<p>das war unser e-Auto, das wir zum Zustellen gehabt haben, das wurde uns damals vom Michael Dichand gesponsert, den Herr Dichand kennen Sie vielleicht, Kronen Zeitung, der hat in Güssing einige Energieprojekte betrieben und der hat dann das Auto dann zur Verfügung gestellt aber nach knapp zwei Jahren hat er das dann wieder eingezogen weil er es woanders gebraucht hat jetzt heuer haben wir über ein Projekt ein Elektrorad gehabt, ein Lastenrad, da hat man dann sogar mit dem Rad zugestellt und so weiter, also möglich ist alles.</p>	
Probleme/Risiken	<p>Du brauchst, für die ganze Fördergeschichte musst du zuerst das ganze Konzept beschreiben und berechnen lassen, das heißt du musst ungefähr 14.000 – 15.000 Euro vorher in die Hand nehmen, damit das Projekt gefördert wird. Ob es dann wirklich gefördert wird oder nicht, entscheidet sich dann</p> <p>der Bürokratismus ist extrem hoch. Was man da im Vorfeld für Hürden überwinden muss, das ist gewaltig. Also allein, es ist sehr wichtig die Barrierefreiheit, wir sind auch, aber ja, es ist extrem schwer. (B bedient Gäste) Die ganzen Genehmigungen, die sind ein Wahnsinn. Das ist unwahrscheinlich. Da wirst du bombardiert mit Protokollen und allem Möglichen. Du sollst ein Abfallentsorgungskonzept erstellen, wie weiß ich wie viele Dosen, Papier, etc. in der Woche anfallen werden? Oder ein Parkkonzept, woher soll ich wissen, wie viele</p>	<p>Das ist ja das. Geredet wird außen umher, wenn wir dann unsere Sitzung machen, dann kann es passieren, dass 12-13 Leute oben sitzen, gel? Dann haben wir schon mal so eine Box aufgestellt während des Jahres für Anregungen aber das funktioniert auch nicht wirklich. Sehr schade, aber das ist ja überall das gleiche.</p> <p>Nein. (..) Wir haben halt Leute, die nicht Mitglieder sind und mehr einkaufen, weil viele haben gesagt „ich geb halt die 3000 Schilling her, ich hab meinen Beitrag geleistet, aber ich fühl mich zu nichts verpflichtet.“</p>	<p>Also wir haben da echt sehr viel Risiko in die Hand genommen, sind hier nebenan auf die Bank gegangen und haben uns Kredite aufgenommen, die Ida und ich und haben mit unserem Privatvermögen gehaftet.</p> <p>In jedem Dorf wird es nicht gehen, weil manche vielleicht zu klein sind aber wenn die Bevölkerung dahinter steht, dann funktioniert es. Und es sollte auch trotzdem vielleicht auch das Land solche Projekte unterstützen, weil es ist immer noch gescheiter ich unterstütze den kleinen Dorfladen als große Supermarktketten, weil für die zählt keine Regionalität, sondern nur Umsätze, ganz andere Faktoren.</p>	<p>Ja, die Problematik ist überall dieselbe: Die Frequenz ist nicht da.</p> <p>der Sepp, der ist beim Tennisclub, der holt das ganze Bier zum Selbstkostenpreis aus dem Dorfladen, die holen wirklich alles, auch einmal eine Jause oder sonst was. Die Feuerwehr grast da leider ein bisschen im fremden Bereich, allerdings war da Hauptmannwechsel und man muss, glaube ich, mit dem Verantwortlichen ein ernstes, oder ein aufklärendes Wort sprechen.</p>

	<p>Dieselaautos kommen. Wir haben zum Glück die Unterstützung der Gemeinde gehabt, wenn du das als Privater durchziehen willst . .</p>			<p>Vielleicht weiß er das ja gar nicht, dass wir das so ausgemacht haben.</p>
	<p>Ich hab mal zum Landesabgeordneten gesagt, alle schauen, dass die Kinder da bleiben und nicht abwandern und tun alles dafür aber was kommt da von der Seite des Landes? Da wird nichts gemacht, du wirst nur mit Bürokratie überhäuft.</p>	<p>Zeitgemäß glaub ich sind wir nicht, aber das ist es wert, dass das Land und die Gemeinde investieren. Und ohne dem geht's auch gar nicht, also wenn da nicht einer dahinter steht, dann...</p>		<p>Sie kommen bald dann, wenn ihnen der Salat ausgeht am Feuerwehrfest</p>
		<p>Vor allem der Anfang ist schwer. Wenn's dann mal läuft, dann okay. Und wir haben bei diesen Versammlungen auch immer den Bürgermeister da, der sagt: „Leute ihr müsst! Kauft ein! Vereine schauts!“. Weil ich brauch nichts sagen, weil ich will ja nur meinen Job sichern.</p>		<p>dass wir da mit der Retourware oft Schwierigkeiten haben, jetzt hält uns der mit der Ware ziemlich knapp, auch da kann es passieren, dass wir in der Filiale in Bernstein anrufen und es fährt dann irgendwer, der gerade verfügbar ist um 15 Semmeln und 3 Laib Brot, ist auch mühsam, aber es ist auch nicht jeden Tag zum Fahren, muss man auch dazusagen. Es gibt aber auch ein großes Verständnis bei manchen Leuten die wissen, wenn ich hier nur die Milche kaufe oder nur die Semmel, dann wird's das Angebot bald nicht mehr geben. Aber ja, jedesmal wenn</p>

				<p>einer stirbt, ist das ein potenzieller Kunde weniger.</p> <p>Ich muss ehrlich sagen, ich hab oft schon mal kurz dran gedacht den Hut drauf zu hauen (B lacht), weil man müht sich ab und und . . . aber diese Teilresonanz vom einen oder anderen, dieses „Gott sei Dank gibt’s euch!“, das ist irgendwie so aufbauen, dass man sagt „Lassen wir ihn weiterlaufen“. dann hab‘ ich halt meinerseits, diese 1500 Euro, die uns zustehen mal eingetrieben. Weil die müssen’s schon pünktlich zahlen, vom vorigen Jahr haben wir’s noch gar nicht gehabt. Aber das Geld wird stattdessen in ein neues Gemeindezentrum gesteckt, weil sich irgendwer etwas einbildet.</p>
Vorteile	wir sind 4 Beschäftigte, zwei davon Vollzeit und zwei Teilzeit. Also das ist natürlich auch so eine Geschichte, dass man die Möglichkeit gibt, hier im Ort zu arbeiten. Wir sind ja alle von hier.		Zur Zeit sind 3 Mitarbeiter aus Strem	<p>unsere Verkäuferinnen, die horchen immer in die Kundschaft rein und fragen, was die Kunden brauchen können. Also die arbeiten sehr wohl mit und gehen auch auf Sonderwünsche ein und machen auch Teilaktionen, ohne, dass die mit mir besprochen worden sind.</p>

	<p>Bei uns ist es so, dass wenn ein Produkt nicht geht, wird das so schnell wie möglich aus dem Laden genommen und Leute kommen dann und sagen „Kannst du mir nicht das besorgen?“. Also das ist echt noch so wie es am Land üblich ist.</p>		<p>wir bieten jetzt bereits den vierten Lehrling aus, also da haben wir immer sehr gute Erfahrungen gemacht</p> <p>weil so kann man auch zur Arbeit mal generell mit dem Rad fahren zum Beispiel.</p> <p>aus der Region weil wir dadurch indirekt wieder Arbeitsplätze sichern und die lokale Wertschöpfung steigern</p>	<p>als jobsichernde Maßnahme versuchen sie den Leuten, wenn die sagen „Habt’s ihr das vielleicht?“, dass sie sagen „Nein, aber wenns’t willst, bestellen wir’s dir.“</p> <p>Ja, das ist praktisch der Grundgedanke weil es ist ja ein Humbug wenn ein 75.80jähriger Mensch sein Frühstücksemmerl 15-20 Kilometer entfernt holen muss.</p>
Kunden	<p>Das man einfach sagt, es sind sehr viele ältere Leute hier im Ort, weil die jungen wegfahren, weil wir wenige Arbeitsplätze im Ort haben, die fahren nach Villach oder Spittal an der Drau. Jetzt sind sehr viele Damen allein, die kommen dann auch einkaufen, wir sprechen natürlich alle an aber es ist schon so, dass am Vormittag hauptsächlich die Eltern von den Kindern aus Kindergarten oder Schule kommen und die älteren Leute und dann nachmittags sieht man, dass das Publikum sehr gemischt ist. Und auch Gäste natürlich.</p> <p>l</p>	<p>Die Touristen natürlich, auf die bauen wir im Sommer.</p> <p>es ist schon der Einheimische weil den Tourist, den haben wir eigentlich nur in den Sommermonaten hier.</p>	<p>also es kommen schon Touristen, aber in erster Linie war es für die Dorfbevölkerung und zwar für die alte oder nicht mobile Bevölkerung.</p>	

Standortwahl	Auch mit der Gemeinde nebenan, ist das ideal. Das ist der Dorfkern, da ist die Kirche, dort ist das evangelische Museum.		Die alten Geschäfte waren woanders und nicht nutzbar für uns weil sie nicht barrierefrei waren und ...Und man hat sich dann entschieden, dass man den Dorfladen da reingibt weil wir haben da Gemeindeamt, Polizei, Tankstelle, also innerhalb von wenigen Metern alles zu finden, das fußläufig oft frequentiert wird. Und da mittendrin macht sich der Dorfladen eben toll.	Und es fahren ja sehr viele Hausfrauen mit den Rädern vorbei und da alles am Berg oben, das wäre alles ein bisschen umständlicher.
Regionalität	<p>Zu 90% wird alles beliefert von den jeweiligen Herstellern, weil wir tuns so, wir beziehen unsere Produkte aus einem Umkreis von 50 Kilometern rund um uns und dann wird das von dem jeweiligen Bauer oder auch Käse . . äh . .Käser geliefert. Oder Produzenten . .Milchproduzenten, ja.</p> <p>Ja, grundsätzlich haben wir das so, dass wir diese Sachen vom Großhandel selber holen, deswegen hab ich ja keinen Lieferanten, also wir machen einmal Montags, macht die Frau vormittags den Einkauf und holt genau diese Produkte, die abgehen, gel?</p>	Regionales ist auch da. Wir haben Speck und die Milchprodukte und den Honig und den Tee und alle diese Kräuter und Essigessenzen. Wohl, wir haben Regionales auch da. Natürlich nur einen kleinen Teil, alles andere wird uns von Rewe geliefert.	<p>wir versuchen so viel wie möglich eben auch regional herzubekommen. Das war von Haus aus irgendwo die Sache, wir wollten nicht so eine 0815 Greißlerei machen wie es an und für sich vorher gegeben hat, oder wie es es überall gibt</p> <p>wir haben aber noch 30 Direktvermarkter aus der Region, die uns beliefern und eigentlich alles was hier ja wächst und produziert wird, sei es Gemüse, Obst, äh, verschiedenste Weine, Säfte, Einmachprodukte, Teigwaren, Brot, Gebäck, äh, Wurst, Fleisch, Käse. eine meine Partnerinnen, mit der ich das hier hochgezogen habe das Projekt ist eine Bio-Bäuerin aus Rettenbach, einem Ortsteil. Wenn ich sag wir brauchen Tomaten, geht die in den Folientunnel, schneidet's ab und bringt sie. Also viel kürzer geht's nicht.</p>	3-4 Firmen müssen wir selber holen. Das eine ist eine Mühle in Schlaning, der macht Mehl etc., dann haben wir noch einen in Ollersdorf, Bischofs Nudeln, die holt man hald einmal in drei Wochen, und dann haben wir noch so einen Bauern, der einen Heurigen betreibt, Richtung Pinkafeld, der kommt allerdings nur bis Pinkafeld, da müssen wir die Ware aus Pinkafeld holen

<p>BürgerInnenbeteiligung</p>	<p>! Es wurde ja von der Gemeinde eine Bürgerversammlung, sogar zweimal, gemacht. Da wurden die Leute eingeladen und das Projekt dementsprechend vorgestellt. Ja, und da haben wir das besprochen. Und natürlich musste es auch durch den Gemeinderat, vom Gemeinderat beschlossen werden.</p>	<p>wir auch so weit, dass wirs öffentlich ausschreiben, dass jeder Zugang hat. Sprich der, der nicht Mitglied ist aber immer brav einkauft, der soll genauso Möglichkeit haben bei der Jahreshauptversammlung dazusitzen. Wir wollen eigentlich keinen ausgrenzen.</p>	<p>Wir haben dann im Zuge des Dorferneuerungsprozess die Bevölkerung befragt und ah die erste Reaktion war: „Wir brauchen kein Geschäft, weil Güssing ist 8 Kilometer entfernt und dort gibt’s 5, 6 Supermärkte und das können wir eh so erledigen.“ Ich hab mir dann gedacht, dann kann ich mich als Bürgermeister vielleicht zurücklehnen, dann ist das nicht der größte Wunsch der Bevölkerung, wobei ich mir gedacht hätte, das ist doch ein sehr großer. Und es hat sich auch nach einem Jahr dann herauskristallisiert, im Rahmen dieses Dorferneuerungsprozesses, wo wir uns alle paar Monate getroffen und immer wieder erörtern, wo liegen die Schwerpunkte, was wollen wir machen und nach einem Jahr war der Leidensdruck so groß, da haben alle gesagt wir brauchen ein Geschäft, das ist viel zu mühselig da jetzt jedes Mal ins Auto zu steigen, nach Güssing zu fahren. Erstens geht viel Zeit drauf, zweitens kostet es viel Geld, Risiko beim fahren und so weiter und wenn man in Güssing ist äh man geht in den Supermarkt hinein, man hätte nur eine Kleinigkeit gebraucht, dadurch, dass es dort aber alles gibt, kauft man viel mehr, in großen Einheiten, das wird zuhause wieder weggeschmissen und man erspart sich im Endeffekt kein Geld (B lacht).</p>	<p>Ich mein, man hat ein gewisses Grundinteresse und mit einer gewissen Skepsis hat man gesagt man probiert es, mehr als schief gehen kanns nicht.</p>
--------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>Das war der Vorstand und ich glaub da waren 5, 6 aber es hat dann immer wieder so Infoabende gegeben und da ist das hald so präsentiert worden</p>	<p>Wir haben auch gesagt, da wir gemeinnützig sind und nichts dazuverdienen wollen, wir versuchen die Bevölkerung einzubeziehen. Wir haben gesagt wir legen Bausteine auf. Ein Baustein kostet 100€ und es waren, ich weiß es jetzt nicht genau, aber weit über 200 Bausteine verkauft. Also über 20-25.000 Euro allein durch diese Bausteinaktion hereinbekommen und es kaufen auch heute noch Leute Bausteine, weil sie sagen sie sind so zufrieden, dann kaufen sie wieder einen Baustein, weil sie das unterstützen wollen, das ist aber eine reine Unterstützung, also da kriegt man nichts mehr zurück. Und wir haben auch die Leute ersucht Vereinsmitglieder zu werden, wir haben ca. 200 Vereinsmitglieder, die zahlen einen jährlichen Mitgliedsbeitrag von 10 Euro und da kriegen sie meistens irgendeine Bonifikation, da bekommen sie einen Rabatt oder am Jahresende ein kleines Geschenk, das bindet einfach die Leute, wenn sie Vereinsmitglieder sind oder einen Baustein haben, da geht man einfach eher einkaufen</p>	<p>Naja involviert nicht, aber informiert war sie; Ja und man hat versucht, also man hat geschaut, ob die Leute überhaupt etwas haben wollen in dem Sinne. Und das war damals schon sehr gespalten weil der junge, der ein Auto hat und eh auspendeln muss in die Arbeit, für den ist das irgendwie</p>
Öffnungszeiten	<p>Mit den frühen Öffnungszeiten auch, da sind wir schon recht gut aufgestellt. Du musst also schauen, dass du so früh wie möglich offen hast, weil die meisten pendeln eh aus. Wenn der in der Früh wegfahrt, fährt er ja schon um halb 7 oder 7 los, was hilft mir da eine Öffnungszeit um 8 Uhr? Viele fahren noch früher, und ich bin ab 6 Uhr da, der kommt dann davor um eine Jause zu holen und fährt dann zur</p>		<p>Da stehen sie sogar in der Früh schon manchmal Schlange, weil sie wissen gleich kommt der Bäcker mit dem frischen gebäck und die Supermärkte in Güssing sperren ja auch erst viel später auf als wir. Deshalb, die nutzen das</p>	<p>unsere Öffnungszeiten sind dahingehend eben auch eher unbrauchbar, vormittags von 7 bis 12, da erwischt man ja nichts vor der Arbeit</p>

	jeweiligen Firma und nimmt da schon was mit. Und umgekehrt aber auch: Sehr viele arbeiten hinten in den vielen Fabriken. Die haben oft Nachtdienst, gel, und der hört meistens um Dreiviertel 6 oder 6 auf, da fährt der nach Hause und nimmt meistens schon wieder ein Gebäck oder ein Frühstück oder was mit, gel? So läuft das.			
Kaffeecke	Ja bei uns ist das so. Wir haben einen sehr hochwertigen Kaffee, es ist kein Kaffeehaus aber wir schauen, dass wir den Leuten Produkte anbieten können, Mehlspeisen zum Beispiel, die bei uns die Bäuerinnen machen. Wir haben eine eigene Dorfladentorte kreiert, ja das sind alles so Geschichten, wo. Also wir schauen schon, dass wir saisonal auch ein bisschen, sprich auch verwerten und auch anbieten.	haben wir ja hier den Kaffee, denn wir sind eine Klatsch- und Tratsch Börse	wenn die Leute einkaufen kommen und sich treffen, dann setzen sie sich hin, trinken einen Kaffee, tratschen ein bisschen. Es kommen sehr viele, die holen sich ein Frühstück, setzen sich kurz hin. Also es holen sich viele ein Frühstück bei uns, das sind sehr viele Bauarbeiter, die arbeiten gehen, die wissen, wir sperren um 6 Uhr auf.	Aber was wir auch haben, ist eine Kaffeecke und von der profitieren wir recht stark, weil wir doch vormittags um 9 herum, 5-6 Leute sitzen haben, die ihren Kaffee trinken und tratschen. Dorftratsch, meistens sind es Frauen, ist eigentlich eine Institution geworden.
Gasthaus-Ersatz?	Das haben wir uns vorher mit dem Wirten ausgemacht und er schickt die Leute auch runter und wenn bei uns Gäste sind, die vom See kommen und fragen wo man gut essen kann, schick ich die Leute rauf, weil das ist ein traditionelles, bodenständiges Gasthaus mit guter Küche, ja.		die sind alle gut ausgelastet, toll frequentiert, also von dem her gesehen, aber wir möchten nicht konkurrieren mit ihnen durch unser Kaffeehaus aber wie gesagt, es ist ein schönes Miteinander. Die kommen auch zu uns einkaufen und so weiter, also.	und in der Früh wird der Wirt sowieso nicht so angenommen. Wobei unser Wirt ja nie etwas zu essen hat, nur auf Vorbestellung. Also der Wirt hat sich schon gewandelt als solches. Sonst waren es in jedem Ort 15 bis 20 „Trankler“, fast schon Alkoholiker gewesen, die am Vormittag beim Wirt waren, ihre 5-6 Spritzer getrunken haben, beim Wirten gegessen haben, heimgegangen und schlafengegangen

				sind und am Nachmittag schon wieder beim Wirten gestanden sind. Die gibt's nicht mehr.
	Nein, überhaupt nicht! Und genau das ist das Thema. Das musst du im Vorfeld, wenn du so etwas machst, mit den anderen, also wir haben nur einen Wirt, mit dem anderen solltest du so etwas abklären, weil diese Neidgesellschaft, es gibt's nichts Schlechteres als das, gel? Und dann entstehen Gerüchte und dann ist schon . . . Nein, im Vorfeld abklären: So wollen wir das haben und passt.			
Vernetzung	Nein, ein Netzwerk würde ich nicht sagen. Im Grunde gibt's ein paar Dorfläden aber da kocht jeder seine eigene Suppe obwohl ich mit allen äh sehr gut kann. Also sprich, ich hab' natürlich andere, äh, die das schon länger machen, angeschaut und, aus ganz Kärnten die Dorfläden eigentlich andere.	Nein, kenn ich nichts. Aber mit dem Dorfladen in St. Daniel bin ich viel in Kontakt. Da ruf ich oft an und frag: „Wie macht ihr denn das?“ Aber das wäre super, wenn man da einmal im Jahr zusammenkommt, und ein paar Tipps kriegen kann. Ich hab' hald nur die Gerhild und red' mich mit ihr ab (aus dem Dorfladen St. Daniel).	Man versucht natürlich irgendwo solche Dinge speziell zu unterstützen, meistens, geht es ja so, dass der Greißler sperrt, dass man Leerstände hat, dass man eben diese Dinge wiederbelebt aber im Speziellen für solche Dorfläden eine Förderung gibt es nicht, das ist dann immer Anlass bezogen.	
Soziale Dynamik	Ja ganz wichtig. Es ist ja so, dass sich da keiner mehr getroffen hat im Ort, jetzt ist es so, man sieht dass sich die Leute einfach treffen, jung und alt, und dass da einfach wieder ein Leben ist und und die Leute sich austauschen können und sozial wieder miteinander, sprich, sich einfach wieder näher kommen, gel? Das war ja alles verloren schon, die letzten 14 Jahre		Und das Schöne ist, was ich bemerkt hab, die Leute gehen wieder vermehrt zu Fuß oder mit dem Rad, wenn sie einkaufen gehen. Ich mein, das ist eine soziale Komponente, man trifft sich wieder auf der Straße, man tratscht wieder. Das hat ja schon ein bisserl gefehlt, also man hat das Dorfleben dadurch wieder ein bisschen reaktiviert, dass einfach wieder viel mehr Leute unterwegs sind auf den Straßen und man trifft	Dorftratsch, meistens sind es Frauen, ist eigentlich eine Institution geworden.

	<p>Doch, natürlich aber . . bis zu einem gewissen Grad. Ein Gasthaus kann das nie so ausgleichen wie irgendwo ein Treffpunkt in der Art und Weise. Es ist bei uns aber anders, da kommen auch die Damen und die Mädels, die würden ja eher nicht zum Wirt gehen normalerweise. Speziell in diesen eher abgelegenen Orten, wie wir, ist es ganz wichtig, dass die Leute etwas kriegen und sagen wir mal . . es ist ein Treffpunkt, siehst es. Es macht alles lebenswerter. In Kärnten ist auch der Trend raus aus der Stadt in die Peripherie, viele siedeln sich außerhalb an und dann ist das umso wichtiger, dass sie da wen haben</p>		<p>sich, und man unterhält sich, das ist auch wichtig.</p> <p>Also man braucht nur schauen da, es stehen öfter ein paar Frauen eine Stunde lang da vorm Geschäft, wenn sie eingekauft haben und da wird alles erzählt und getratscht.</p> <p>Uns war das Regionale wichtig aber auch, dass die Leute wieder zu Fuß oder mit dem rad ihre Einkäufe tätigen können, weil das zählt auch zur Lebensqualität, die wir hier haben.</p>	<p>Ja eine soziale, beziehungsweise kommunikative. Hat eigentlich der Wirt auch, aber unsere redet ja schon seit 2 Jahren vom Zusperrn</p>
Organisationsform	<p>Wir haben beschlossen wir machens nicht als Verein, weil da ist dann ein Obmannwechsel und da werden die Leute zum Verkaufen eingestellt. Ich bin so kaufmännisch selbst im Geschäft, muss auf die Sauberkeit achten, auf die Freundlichkeit achten und kämpfe an der vordersten Front ums Überleben.</p>	<p>Na, ich glaub es ist einfacher, weil das Denken der Leute ist ganz ganz ganz komisch. Es kennt in einer 300 Seelen Gemeinde da, kennt hald jeder jeden und jeder hat einen Vorteil und einen Nachteil und ah, das mag ich dort nicht und das mag ich da nicht, wenn das aber JEDEM gehört, dann ist jeder, oder dann sollte sich jeder dazu verpflichtet fühlen, seinen Beitrag zu leisten.</p>	<p>Also unser Verein heißt „Unser Strem – Verein zur Sicherung der Grundversorgung“, das ist ein gemeinnütziger Verein. Ich bin Obmann. Wir haben das zu zweit gegründet, ich und die Ida Traupmann, dann haben wir noch die Stellen Kassier und Schriftführer besetzt. Den Namen haben wir dann gewählt „Unser G’schäft in Strem“, damit es nicht heißt Kaufhaus Deutsch oder irgendwie, da fühlt sich jeder angesprochen</p>	<p>die Bürgermeisterin wollte wieder einen haben, dann ist man auf die Idee gekommen, dass man aus allen Vereinen, die in Stuben bestehen also Feuerwehr, Tennisclub, Sportverein, Burschenklub, Pensionisten, dass man aus denen wiederum einen Verein macht, der einen Nahversorger macht ohne Profit.</p>

		<p>Ich würde es nicht machen, die Kollegin auch nicht. Weil viele dann sahen „Ich geh lieber hinein wenn die Tanja da ist, ma mir ist die Hemma sympathischer.“ Wenn nur ich herinnen bin, dann kommen vielleicht die, die mit mir nicht können nicht mehr</p>	<p>Wir haben auch gesagt, da wir gemeinnützig sind und nichts dazuverdienen wollen, wir versuchen die Bevölkerung einzubeziehen. Wir haben gesagt wir legen Bausteine auf. Ein Baustein kostet 100€ und es waren, ich weiß es jetzt nicht genau, aber weit über 200 Bausteine verkauft. Also über 20-25.000 Euro allein durch diese Bausteinaktion hereinbekommen und es kaufen auch heute noch Leute Bausteine, weil sie sagen sie sind so zufrieden, dann kaufen sie wieder einen Baustein, weil sie das unterstützen wollen, das ist aber eine reine Unterstützung, also da kriegt man nichts mehr zurück. Und wir haben auch die Leute ersucht Vereinsmitglieder zu werden, wir haben ca. 200 Vereinsmitglieder, die zahlen einen jährlichen Mitgliedsbeitrag von 10 Euro und da kriegen sie meistens irgendeine Bonifikation, da bekommen sie einen Rabatt oder am Jahresende ein kleines Geschenk, das bindet einfach die Leute, wenn sie Vereinsmitglieder sind oder einen Baustein haben, da geht man einfach eher einkaufen wir haben 2012, nach dem der Greißler zu gemacht hat, als Gemeinde versucht jemanden zu finden, der das selbstständig macht, es sind viele gekommen nur die meisten haben nicht einmal das Geld gehabt für die Erstausrüstung Ware und da hätte es dann sicher noch Probleme gegeben. Da haben wir gesagt das geht nicht, und als Gemeinde selbst haben wir gesagt ist es auch nicht unbedingt unsere erste Aufgabe da ein Geschäft</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>zu betreiben also haben wir dann überlegt diese Vereinsvariante zu machen wobei dann der Obmann auch an mir hängen geblieben ist, das ist einfach jetzt leider so, diese Projekte sterben oder leben auch mit den handelnden Personen, die dahinter stehen.</p>	
Multifunktionalität		<p>Trafik ist es ein bisschen. Ah, weißt du was? Wir haben auch einen Sparverein. Hm . . .</p>	<p>Wir haben ja immer frisches Gebäck, weil wir eine eigene Aufbackstation haben.</p> <p>: Eine Elektrotankstelle haben wir! Ja, das haben wir damals gemacht, als wir das Elektroauto gehabt haben.</p>	<p>Wir haben auch eine Tabaktrafik, die in den Dorfladen integriert ist, die ist sicher der Grund zu überleben, weil ich seiner Zeit schon die Zigaretten für Wien da gekauft habe. Wir haben deshalb einen Tabakumsatz der beträgt sich auf um die 2.000 Euro im Monat. Das sind 6% und das ist eine gute Zubeuße. da haben wir dann eine warme Theke am Mittwoch, da gibt's ein warmes Gericht, das ist auch so ein Highlight, im Sommer ist das natürlich ein bisschen zacher, das ist jeweils mittwochs, da holen wir von diesem Bauern, oder ansonsten macht meine Wenigkeit ein paar faschierte Laberl</p>

		<p>man kann bei uns, als Postpartner, ah, auch Bankgeschäfte erledigen. Das ist nur ein kleiner Schalter, aber unsere Öffnungszeiten sind großzügiger als die von jeder Bankfiliale. Wir machen eigentlich alles, was auch die große Post kann. (B nimmt einen Schluck vom Kaffee). Und wichtig, das bringt uns Kunden, die sonst eben nicht kommen werden, weil sie nicht einkaufen, aber wenn sie drinnen sind, ihre Postgeschäfte erledigt haben, entweder sagen, „He, gib mir einen Lottoschein“ oder sie trinken noch einen Kaffee, oder ein Wurstsemmerl.</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------