

Dorfleben- Report[®]

2. Auflage

Wie unternehmerisch sind
Österreichs Dörfer?



LEBENDIGE
DÖRFER

KAUFLEUTE ALS
IMPULSGEBER

GRÜNDEN
IM DORF

VORTEILE
AM LAND



Jürgen Öllinger

Vorstand
ADEG Österreich Handels AG

Selbstständige Unternehmer sind ein unverzichtbarer Treiber für das Dorfleben: Sie beleben die Gemeinde, schaffen Arbeitsplätze, bringen neue Impulse und erhöhen dadurch die Lebensqualität für alle Dorfbewohner. In diesem Kontext nehmen die selbstständigen ADEG Kaufleute eine besondere Rolle ein. Denn sie sind nicht nur Nahversorger, sondern vor allem auch soziale und wirtschaftliche Partner des regionalen Wirtschaftskreislaufs. Sie sind Identitätsstifter ihrer Dörfer, erhalten die dörfliche Infrastruktur und sorgen für Frequenz in ihrer Gemeinde. Wir von ADEG waren davon schon immer überzeugt. Doch heute, mit dem vorliegenden Dorfleben-Report® haben wir die Gewissheit, dass auch die Dorfbewohner in Österreich diese Wahrnehmung mit uns teilen.

Damit bestätigt die 2. Auflage des ADEG Dorfleben-Reports® 2018 unseren Anspruch, Menschen im ländlichen Raum beim Schritt in die Selbstständigkeit zu unterstützen. Denn schließlich, und davon bin ich heute überzeugter denn je, bietet der Kaufmannsberuf eine attraktive berufliche Perspektive und schafft echten Mehrwert für das Dorfleben.

Gemeinden brauchen Unternehmen. Sie schaffen Arbeitsplätze, verhindern Abwanderung und sorgen so für lebendige und lebenswerte Dörfer. Durch die Digitalisierung sind nicht nur die Gemeinden, sondern auch die Wirtschaft im Umbruch. Diese Phase bietet große Chancen für Dörfer und ländliche Gemeinden. Der aktuelle ADEG Dorfleben-Report® zeigt, dass sich über 30% der nichtselbstständigen Dorfbewohner vorstellen könnten, den Schritt ins Unternehmertum zu wagen. Daher brauchen wir flächendeckendes schnelles Internet. Denn nur die Bereitstellung der Grundinfrastruktur ermöglicht es vielen künftigen Unternehmern, direkt vom Dorf aus zu arbeiten. Das alleine wird aber nicht genügen, denn 22% meinen, ihnen würde der passende Geschäftspartner fehlen. Nicht immer kann die Politik alles regeln, aber sie kann den Raum für Begegnungen schaffen und durch das Fördern von neuen Ideen ein Klima für Innovation schaffen. Das heißt aber auch, Fehler zuzulassen und aus Rückschlägen zu lernen. In diesem Sinne stellt der diesjährige Dorfleben-Report® genau die richtige Frage: Wie unternehmerisch sind unsere Dörfer?



Mag. Alfred Riedl

Präsident des Österreichischen
Gemeindebundes

Inhaltsverzeichnis

ADEG Dorfleben-Report®
2. Auflage

01
Was macht ein Dorf lebendig?

Seite 06



08 | Zahlen & Fakten

- 10 | Der Bregenzerwald: ein lebendiges Idyll
- 14 | Der Markt bringt Frequenz ins Dorf
- 16 | Ein urbanes Konzept belebt alte Traditionen

04
Wie unternehmerisch sind unsere Dörfer?

Seite 38



40 | Zahlen & Fakten

- 42 | „Es braucht mehr Mut“
- 44 | Da ist was los: Nahversorger für Standort und Lebendigkeit
- 46 | Impressum

02
Selbstständige: die Lebensader der Dörfer

Seite 18



20 | Zahlen & Fakten

- 22 | „Ein attraktiver Standort braucht junge Unternehmen“
- 24 | „Junge kommen wieder nach Munderfing zurück“
- 26 | „Für die Großstadt sind wir zu heimatverbunden“

03
Die besondere Rolle der selbstständigen Kaufleute

Seite 30



32 | Zahlen & Fakten

- 34 | Eine Powerfrau investiert in Großgmain
- 35 | Ein Kaufmann für alle Fälle
- 36 | Ein echter Familienmarkt
- 37 | Ein Inkubator für regionale Produzenten



ÜBER DEN ADEG DORFLEBEN-REPORT®

Der ADEG Dorfleben-Report® ist eine von ADEG in Kooperation mit dem Österreichischen Gemeindebund erstellte Publikation über die Lebenswelt in Österreichs Dörfern. Den inhaltlichen Kern des ADEG Dorfleben-Reports® bildet eine österreichweite Umfrage, die im Jahr 2018 zum zweiten Mal vom Meinungsforschungsinstitut MindTake durchgeführt wurde. Dazu wurden im Zeitraum vom 1. Juni bis 22. Juni 2018 insgesamt 1.038 Dorfbewohner befragt.

Die Stichprobe umfasste Frauen und Männer ab 16 Jahren mit Hauptwohnsitz in einer Gemeinde mit maximal 5.000 Einwohnern. Zudem wurden Gemeinden mit und ohne ADEG Markt zu gleichen Teilen berücksichtigt. Als Erhebungsmethode wurden Computer Assisted Web Interviews (CAWI) sowie telefonische Interviews eingesetzt.

ADEG bekennt sich zur Gleichberechtigung der Geschlechter. Aus Gründen der Lesbarkeit wurde auf geschlechtsspezifische Formulierungen weitgehend verzichtet.



01 | Was macht

ein Dorf lebendig?

Gleich vorweg: 79% der befragten Dorfbewohner empfinden ihre Gemeinde als lebendig. Dabei spielen selbstständige Unternehmer eine wesentliche Rolle, denn nach den Faktoren für ein lebendiges Dorf gefragt, nennen Dorfbewohner am häufigsten das Vorhandensein von gastronomischen Betrieben (45%). Eine ähnlich starke Bedeutung haben Sport- und Freizeiteinrichtungen und Vereine. Jenen 21%, die ihre Gemeinde nicht als lebendig empfinden, fehlt es vor allem an Geschäften und Gastronomie. Mit Blick in die Zukunft nennen Dorfbewohner mit 59% am häufigsten die Infrastruktur als wichtigste Voraussetzung für die Lebendigkeit ihrer Gemeinde, gefolgt von Arbeitsplätzen im Dorf (46%).

WAS MACHT EIN DORF LEBENDIG?

Wie Dorfbewohner über die Lebendigkeit ihrer Gemeinde denken.

79%

empfinden ihre Gemeinde als lebendig.

45%

Gastronomie

43%

Sport- und Freizeiteinrichtungen

42%

Vereine

39%

Kultur-, Sport- oder Gemeindeveranstaltungen

27%

Lebensmittelgeschäft

21%

Einkaufsmöglichkeiten

QUELLEN DER LEBENDIGKEIT: GASTRONOMIE UND FREIZEITEINRICHTUNGEN

Als Faktoren, die ein Dorf lebendig machen, werden am häufigsten gastronomische Betriebe genannt, gefolgt von Sport- und Freizeiteinrichtungen und Vereinen. Ein Lebensmittelgeschäft ist für mehr als ein Viertel der Befragten ein Aspekt, der zur Lebendigkeit in Gemeinden beiträgt.

21%

empfinden ihre Gemeinde als nicht lebendig.

OFT FEHLEN DIE GESCHÄFTE

Jenen 21%, die ihr Dorf als nicht lebendig empfinden, fehlt es vor allem an Geschäften/Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomie und Angeboten für junge Menschen und Familien.



Geschäfte **22%**



Angebote für junge Menschen und Familien **17%**



Gastronomie **19%**



Warum ist Ihre Gemeinde nicht lebendig? Was fehlt?

FÜR EINE LEBENDIGE ZUKUNFT

Voraussetzungen, die Dorfbewohner für eine lebendige Zukunft ihrer Gemeinde am wichtigsten finden.



Infrastruktur **59%**



Arbeitsplätze im Dorf **46%**



Freizeitangebote **44%**



Kinderbetreuungsstätten **43%**



Lebensmittelgeschäfte **43%**



Ausbildungsmöglichkeiten **33%**



Welche Voraussetzungen sind am wichtigsten, damit ein Dorf auch in Zukunft lebendig ist?

? Welche Faktoren machen eine Gemeinde lebendig?





Der Bregenzerwald: ein lebendiges Idyll



Guido Flatz
Bürgermeister Gemeinde Doren

Der Bregenzerwald in Vorarlberg zählt zu den lebendigsten ländlichen Regionen in Österreich. Eine zentrale Rolle spielt dabei die unternehmerische Energie, die in den Dörfern im „Wäldle“ steckt. Das bestätigt auch Guido Flatz, Bürgermeister der Gemeinde Doren und Obmann der Regio Bregenzerwald. Und dafür gibt es ihm zufolge gute Gründe: Die Mentalität und das Engagement der Bregenzerwälder sowie die enge Kooperation zwischen den Gemeinden.

Wer nach dem Besonderen im Bregenzerwald sucht, wird an mehreren Stellen fündig. Für viele steht die Region vor allem für die eindrucksvolle Natur, die alljährlich für einen florierenden Winter- und Sommertourismus sorgt. Andere betonen hingegen die bis heute nach traditionellen Grundsätzen betriebene Landwirtschaft und die daraus gewonnenen Produkte, wie z. B. den berühmten Bregenzerwälder Bergkäse.

Doch mindestens ebenso beeindruckend ist die überdurchschnittlich hohe Dichte an Handwerksbetrieben in der Region. Vor allem in den Bereichen Bauen und Wohnen hat sich im Bregenzerwald eine moderne, designorientierte Szene entwickelt, die man in einer ländlichen Region in diesem Ausmaß eigentlich nicht erwarten würde. Bürgermeister Guido Flatz spricht im Interview mit dem Dorfleben-Report® über die Quellen der Lebendigkeit seiner Landsleute.

Herr Flatz, was macht Ihrer Meinung nach den Bregenzerwald so besonders?

Das Besondere am Bregenzerwald sind natürlich die Menschen, die hier leben. Ich denke, was uns vor allem auszeichnet, ist die Verbindung von Tradition mit einer klaren Vision für die Zukunft. Diese Mischung macht vermutlich den großen Reiz unserer Region aus.

Im Bregenzerwald florieren Handwerk, Tourismus, traditionelle Landwirtschaft und Kultur wie in kaum einer anderen ländlichen Region in Österreich. Wie erklären Sie sich diese Lebendigkeit?

„Dieses Engagement wird auch auf politischer Ebene gefördert.“

Es gibt hier sehr viele Personen, die sich für die Lebensqualität und den Fortschritt in der Region engagieren. Sowohl ehrenamtlich als auch im Rahmen ihrer jeweiligen Berufe. Dieses Engagement wird auch auf politischer Ebene gefördert. Das spüre ich als Bürgermeister vor allem in den intensiv gelebten Koope-

rationen zwischen den einzelnen Gemeinden. Mit der Regio Bregenzerwald gibt es ja eine Vereinigung aus allen 24 Gemeinden der Region. Diese Zusammenarbeit lebt. Es gibt regelmäßige Treffen und Projekte, die gemeinsam umgesetzt werden.

„Einen großen Beitrag leistet unsere ausgeprägte Festkultur.“

Wo spürt man die Lebendigkeit noch?

Spontan fällt mir da ein, dass unsere Dorfzentren bis heute stets lebendig gehalten wurden. Einen großen Beitrag leistet hier unter anderem unsere ausgeprägte Festkultur. In den meisten Gemeinden gibt es, auch über den Sommer hinweg, viele kleinere und größere Feste. Da kommt teilweise die ganze Region zusammen und tauscht sich aus.

Welche Rolle spielen dabei Selbstständige und Unternehmen?

Eine ganz entscheidende! Der Bregenzerwald ist ja neben der Natur und dem damit verbundenen Tourismus sehr bekannt für Architektur und Handwerk. Diese Bereiche haben in der Region einen besonde-



Handwerkskultur im Bregenzerwald

Fotos: Adolf Bereuter / Bregenzerwald Tourismus, Roswitha Schneider / Werkraum Bregenzerwald, Kemter

Architektur und Handwerk:
ein Markenzeichen des
Bregenzerwalds



ren Stellenwert und die Unternehmen tragen das entsprechend nach außen. Bezeichnend für unsere Wirtschaft ist außerdem die erhaltene Kleinstrukturiertheit. Großindustrien gibt es hier keine. Das prägt natürlich auch das Lebensgefühl.

Die Handwerkskultur ist im Bregenzerwald überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Wie erklären Sie sich das?

Generell wird den Bregenzerwäldern nachgesagt, sehr tüchtige und bodenständige Menschen mit Hausverstand zu sein. Vermutlich liegt hier der Ursprung unserer starken Handwerkskultur.

Haben die Bregenzerwälder einen besonders starken Unternehmersinn?

Das kann ich nicht beurteilen. Klar ist aber: Den Bregenzerwäldern ist Qualität sehr wichtig. Es geht nicht um die Quantität, sondern darum, die Dinge ordentlich zu machen. Das macht eben einen „ghörigen“ Vorarlberger aus.

„Von politischer Seite sind wir bemüht, optimale Verhältnisse für die Unternehmen herzustellen.“

INFO



REGIO Bregenzerwald

Die Regionalplanungsgemeinschaft Bregenzerwald wurde 1970 gegründet, um die Gemeinden des Bregenzerwaldes zu Themen des Lebensraums zu beraten, Lösungen anzubieten und gemeinsame Maßnahmen miteinander umzusetzen. Der Verein ist ein wichtiger Impulsgeber für die Weiterentwicklung der Region für die Bereiche Wirtschaft, Infrastruktur sowie Sozial- und Gesellschaftspolitik.

Steckt dieser Qualitätssinn in den Genen oder wird das etwa auch von der Politik gefördert?

Vermutlich beides. Von politischer Seite sind wir sehr bemüht, optimale Verhältnisse für die Unternehmen herzustellen. Das fängt beim öffentlichen Nahverkehr an und geht über die Kinderbetreuung bis hin zur Schaffung von leistbarem Wohnraum. All das spielt natürlich eine große Rolle für die Unternehmen in der Region.

Wie fördert die Regio Bregenzerwald Unternehmen und Selbstständige?

Da gibt es mehrere Projekte. Eines, das wir im Vorjahr gestartet haben, nennt sich „Zukunft Unternehmertum“. Hier haben wir praktisch alle Unternehmen der Region eingeladen, sich zu beteiligen, um gemeinsam auszuarbeiten, was Unternehmen im Bregenzerwald überhaupt brauchen – heute und in der Zukunft. Hier erarbeiten wir derzeit den Endbericht, aus dem wir dann entsprechende politische Handlungsempfehlungen ableiten werden.

Was können sich andere Regionen vom Bregenzerwald abschauen?

Wie bereits gesagt, denke ich, dass bei uns die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden besonders gut funktioniert. Diese Kooperation läuft sehr unkompliziert ab und wird politisch intensiv gelebt. Das Kirchdorfdenken ist bei uns weniger stark ausgeprägt, dafür steht die Unterstützung der regionalen Wertschöpfung und der Unternehmen im Vordergrund. Das macht für uns Vieles wesentlich einfacher.



Georg Reithofer
ADEG Kaufmann, Hainfeld

Der Markt bringt Frequenz ins Dorf

Kaufmann Reithofer hält seine Gemeinde auf Trab.

ADEG Kaufmann Georg Reithofer führt seinen Markt in Hainfeld mit Leidenschaft. Das sorgt für Bewegung im Ort, wovon auch umliegende Geschäfte profitieren – ein Lokalaugenschein.

Ruhige Straßen, weit und breit kaum eine Menschenseele anzutreffen und ausgestorbene Läden – dieses Bild steckt oft zu Unrecht in den Köpfen vieler Menschen, wenn sie ans Dorfleben denken. Wie weit dieses Dorf-Klischee gefehlt ist, merkt man im niederösterreichischen Hainfeld sofort: Denn die Gemeinde lebt und pulsiert.

Nicht ganz unschuldig daran ist der ADEG Markt von Georg Reithofer, dessen Familie schon seit über einem Jahrhundert die Dorfgemeinschaft mit Lebensmitteln

und dem Notwendigen versorgt. Denn der umtriebige Kaufmann betreibt seinen Markt mit Leidenschaft und schafft für seine Kunden eine ganz besondere Atmosphäre: Dank der vielen Kooperationen mit Produzenten aus der Umgebung und durch die sehr persönliche Betreuung bringt er immer wieder neue Kunden in seinen Markt und damit auch in den Ort.

Denn das besondere Angebot bei ADEG Reithofer wissen neben den Hainfeldern auch viele Besucher aus den umliegenden Gemeinden und Pendler zu schätzen. Letztere erledigen nach der Arbeit oft und gerne ihren Wocheneinkauf beim charismatischen Kaufmann. „Meine Kunden kommen immer wieder gerne zum Einkaufen nach Hainfeld“, erzählt Reithofer. Eben auch, weil sie sich in seinem Markt gut beraten fühlen. Dass dadurch die umliegenden Geschäfte und Lokale ebenso an Kundenfrequenz

gewinnen, ist ein positiver Zusatzeffekt, von dem die gesamte Gemeinde profitiert.

„Frequenz im Ort kann man nie genug haben, sie ist das Wichtigste überhaupt“, betont Reithofer. Dass es im Ort eine gute Kundenfrequenz gibt, sieht man unter anderem daran, dass kaum ein Geschäftslokal in Hainfeld leer steht. Die meist privat geführten Geschäfte sehen sich untereinander allerdings nicht als Konkurrenten, sondern als ein perfekt aufeinander abgestimmter Branchenmix, wodurch jeder vom anderen profitieren kann: Einer der vielen Gründe, warum die Gemeinde Hainfeld wirtschaftlich flo-

„Frequenz im Ort kann man nie genug haben, sie ist das Wichtigste überhaupt.“

riert. Kaufmann Reithofer und sein Markt nehmen in diesem Gefüge eine zentrale Rolle ein. Denn durch das proaktive Engagement des Kaufmanns und seines Teams ist eine spürbare Harmonie und Symbiose der unterschiedlichen Geschäfte entstanden. Hier will

man gegenseitig das Geschäft des anderen ankurbeln – jeder trägt als Teil eines großen Ganzen zum Erfolg der Gemeinde bei.

Mit Stolz erzählt der Kaufmann, dass Hainfeld heute nicht nur eine überdurchschnittlich hohe Lebensqualität verzeichnet, sondern auch eine balancierte demographische Struktur, da viele junge Leute gerne in der Region bleiben. Das hat laut Reithofer auch stark mit der guten Nahversorgung im Ort zu tun: „Meiner Meinung nach hat jeder Ort und jedes Dorf einen Nahversorger verdient, das macht das Leben auf dem Land gerade so lebenswert. Wenn alles stimmt, dann will man hier auch nicht weg.“

Für Bewegung im Ort sorgt der ADEG Kaufmann auch mit den zahlreichen, vom Familienbetrieb Reithofer organisierten Veranstaltungen. Seien es die jährliche Hausmesse, die Italien-Woche oder die Wies'n-Zeit – sie lassen die Gemeinde aufleben und steigern die Frequenz im Ort zusätzlich.

Der Unternehmer denkt gerne an diese für ihn und den Ort so wichtigen Feste: Man kommt zusammen, genießt die Gemeinschaft und das bunte Programm. Dabei lässt sich Reithofer immer wieder neue Themen einfallen, um für Abwechslung zu sorgen. Eine wirkungsvolle Taktik, mit der er jedes Jahr aufs Neue viele Besucher anlocken kann. Der Kaufmann aus Leidenschaft weiß die Vorzüge des Landlebens zu schätzen. Vor allem auch, weil er diese täglich aktiv mitgestaltet.



Fotos: ADEG

Ein urbanes Konzept belebt alte Traditionen



Silvia Gschösser & Markus Rist
Hoteliers, Ried im Zillertal

Der Keller steht unter Wasser, ein Tisch erstreckt sich über drei Etagen und das Kulturprogramm könnte bunter nicht sein: Das Pop Down Hotel in Ried im Zillertal hinterfragt das klassische Hotelkonzept und bringt dabei neuen Schwung in die Gemeinde.

Als Silvia Gschösser und Markus Rist den Zillertaler Grillhof übernahmen, war ihnen klar, dass das Traditionshaus reif für etwas Neues war. Doch bevor sich die Tiroler Jung-hoteliere dazu entschlossen, das Haus von Grund auf zu sanieren, wagten sie ein Experiment: Mit dem Pop Down Hotel – der Name setzt sich aus Pop-up und Countdown zusammen – wollten sie noch bis April 2019 testen, wie man das bisher übliche Modell der alpinen Hotellerie anders gestalten kann. Mit dem klaren Ziel, die Gäste stärker ins Dorfgeschehen zu integrieren.

Dabei rausgekommen ist ein komplett weiß gestrichenes Haus, in dem sich Neu und Alt verspielt zu einer einzigartigen Hotellandschaft verbinden; ein offener Raum der Begegnung, in dem sich Einheimische und Gäste gleichermaßen willkommen fühlen und so ein Gefühl des Miteinanders entstehen kann. Im Interview mit dem ADEG Dorfleben-Report® spricht Silvia Gschösser über die Reaktionen der Rieder auf das Experiment und über die Herausforderung, am Land neue Geschäftsmodelle zu etablieren.

Frau Gschösser, wie haben die Rieder eigentlich auf das Pop Down Hotel reagiert? Eher skeptisch oder durchaus begeistert?

Ich würde sagen beides. Auf der einen Seite sehr neugierig, gleichzeitig aber auch etwas verunsichert – zumindest am Anfang. Es ist schon ein wirklich spezielles Projekt. Für viele war es zu Beginn schwierig zu verstehen. Da wurde viel nachgefragt und hinterfragt.

Gab es keine Kritiker?

Über die Zeit haben wir schon auch gemerkt, dass es Leute gibt, die Neues einfach konsequent ablehnen, aus welchen Gründen auch immer. Aussagen wie „Das brauch ma doch nit“ und „Was soll denn das Haus in Weiß?“ gab es durchaus. Was wir aber viel öfter gehört haben, war: „Endlich passiert mal was!“

Gab es von Seiten der Gemeinde Unterstützung?

Den Bürgermeister haben wir sehr früh in das ganze Vorhaben eingeweiht. Mit ihm haben wir ein großes Glück, weil er von Anfang an sehr offen für unser Projekt war. Er war sehr kooperativ und hat uns geholfen, wo er nur konnte.

Das Pop Down Hotel ist mehr als ein normales Hotel. Es ist ein Kulturzentrum und Treffpunkt im Ort.

Fühlen Sie sich für das Dorfleben in Ihrer Gemeinde verantwortlich?

Das war eigentlich der Hauptbeweggrund für die ganze Idee. Das Hotel haben wir ja schon vor einigen Jahren von Markus' Eltern übernommen. Was uns von Beginn an gestört hat, war, dass wir uns im Hotel immer ein bisschen isoliert vorgekommen sind. Du sitzt zwar mitten im Zentrum, kriegst aber vom Dorfgeschehen nicht viel mit, weil die Einheimischen fehlen. Früher, in den Gasthöfen von damals, war das Miteinander noch viel stärker ausgeprägt. Da gab es noch Stammtische und Abende, wo Touristen und Einheimische zusammensaßen. Diese Tradition wollten wir wiederbeleben – aber eben auf eine moderne Art und Weise.

Würden Sie sagen, dass Ried durch das Pop Down Hotel lebendiger geworden ist?

Natürlich ist dadurch etwas mehr Bewegung in die Gemeinde gekommen. Die Gäste, die zu uns kommen, machen Ried sicherlich vielfältiger. Und allgemein waren wir lange das Hauptthema in der Gemeinde. Die Leute haben mehr, worüber sie reden können (lacht).

Sie haben selbst einige Jahre in verschiedenen Großstädten gelebt. Was war für Sie die größte Umstellung bei der Rückkehr ins Zillertal?

Was mir gefehlt hat, als ich wieder nach Ried zurückgekehrt bin, war etwas, das man in Städten meistens hat: offene, kreative Räume. Einfach Plätze,

wo jeder hingehen kann – auch alleine – und eine gute Zeit verbringen kann. Ich finde, solche Räume fehlen ganz oft am Land.

„In den Gasthöfen von damals war das Miteinander viel stärker ausgeprägt.“

Und so einen Raum haben Sie mit dem Pop Down Hotel geschaffen?

Ja genau. Für Markus und mich gehört es zum Verständnis unseres Berufs als Hoteliers und als Gastwirte, dass wir so einen Raum zur Verfügung stellen. Wir sehen uns also nicht als Bettenvermieter, sondern als Ort, an dem sich alle Leute willkommen fühlen. Durch den florierenden Tourismus in den letzten Jahrzehnten haben sich die ehemaligen Gasthäuser leider zu Hotels entwickelt, in denen sich die Einheimischen nicht mehr willkommen fühlen und dann lieber unter sich zu Hause bleiben. Das sehen wir als eine ungesunde Entwicklung des Massentourismus, der wir mit unserem Haus entgegenwirken wollten.

Was, meinen Sie, sind die größten Unterschiede zwischen dem Unternehmensein am Land verglichen zur Stadt?

Da gibt es massive Unterschiede! Bevor wir das Pop Down Hotel gestartet haben, wussten wir, dass so ein Projekt in Zürich oder München ziemlich sicher aufgehen würde. Da weiß ich: Mit meinem Angebot und dem Marketing, das ich mache, erreiche ich meine Zielgruppe. Wie das in einer ländlichen Ferienregion aussieht, wussten wir aber nicht. Es gab ja kein vergleichbares Projekt, an dem wir uns hätten orientieren können.

Werden Innovationen am Land langsamer akzeptiert?

Ich denke schon. Will man am Land etwas Neues schaffen, braucht man generell eine enorme Geduld. Da ist ein langer Atem gefordert, denn man muss die Leute viel konsequenter überzeugen und viel länger dabei bleiben. Städte sind einfach schnelllebiger. Da werden Veränderungen rasch angenommen. Am Land dauert das länger. Wenn du dann aber einmal deine Kunden hast, bleiben sie dir auch treu.



Fotos: Pop Down Hotel

Der geflutete Keller: ein Highlight im Pop Down Hotel

02 | Selbstständige: die Lebensader der Dörfer

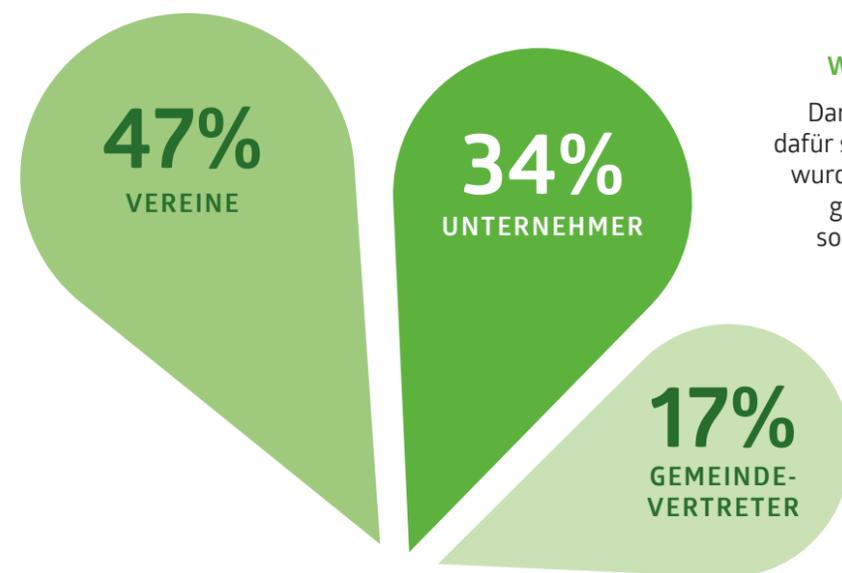


Foto: Maria Ritsch

Die Dorfbewohner bestätigen, was viele vermuten: Selbstständige sorgen für Leben im Dorf. Denn Unternehmer schaffen Arbeitsplätze, sichern die Nahversorgung und erzielen Wertschöpfung im Ort – und das wird auch so wahrgenommen. Danach gefragt, wer im Dorf am ehesten dafür sorgt, dass die Gemeinde lebendig ist, wurden Unternehmer mit 34% am zweithäufigsten genannt, nach den im ländlichen Raum so wichtigen Vereinen (47%) und noch vor den Gemeindevertretern (17%). Als wichtigste Leistungen von Selbstständigen für ihr Dorf wird die Schaffung von Arbeitsplätzen (67%) und die Nahversorgung (63%) genannt. Kein Wunder, dass sich über 85% der Dorfbewohner mehr Selbstständige in ihrer Gemeinde wünschen.

SELBSTSTÄNDIGE ALS LEBENSADER DER DÖRFER

Wie Selbstständige im Dorf für Lebendigkeit sorgen.



WER SORGT FÜR LEBENDIGKEIT?

Danach gefragt, wer im Dorf am ehesten dafür sorgt, dass die Gemeinde lebendig ist, wurden Unternehmer am zweithäufigsten genannt, nach den im ländlichen Raum so wichtigen Vereinen und noch vor den Gemeindevertretern.

WELCHE VORTEILE HABEN UNTERNEHMER IM DORF IM VERGLEICH ZU STÄDTEN?

Dorfbewohner sehen klare Vorteile für ländliches Unternehmertum.



Treuere Kunden (70%)



Weniger Fluktuation bei den Mitarbeitern (48%)



Weniger Konkurrenz (40%)

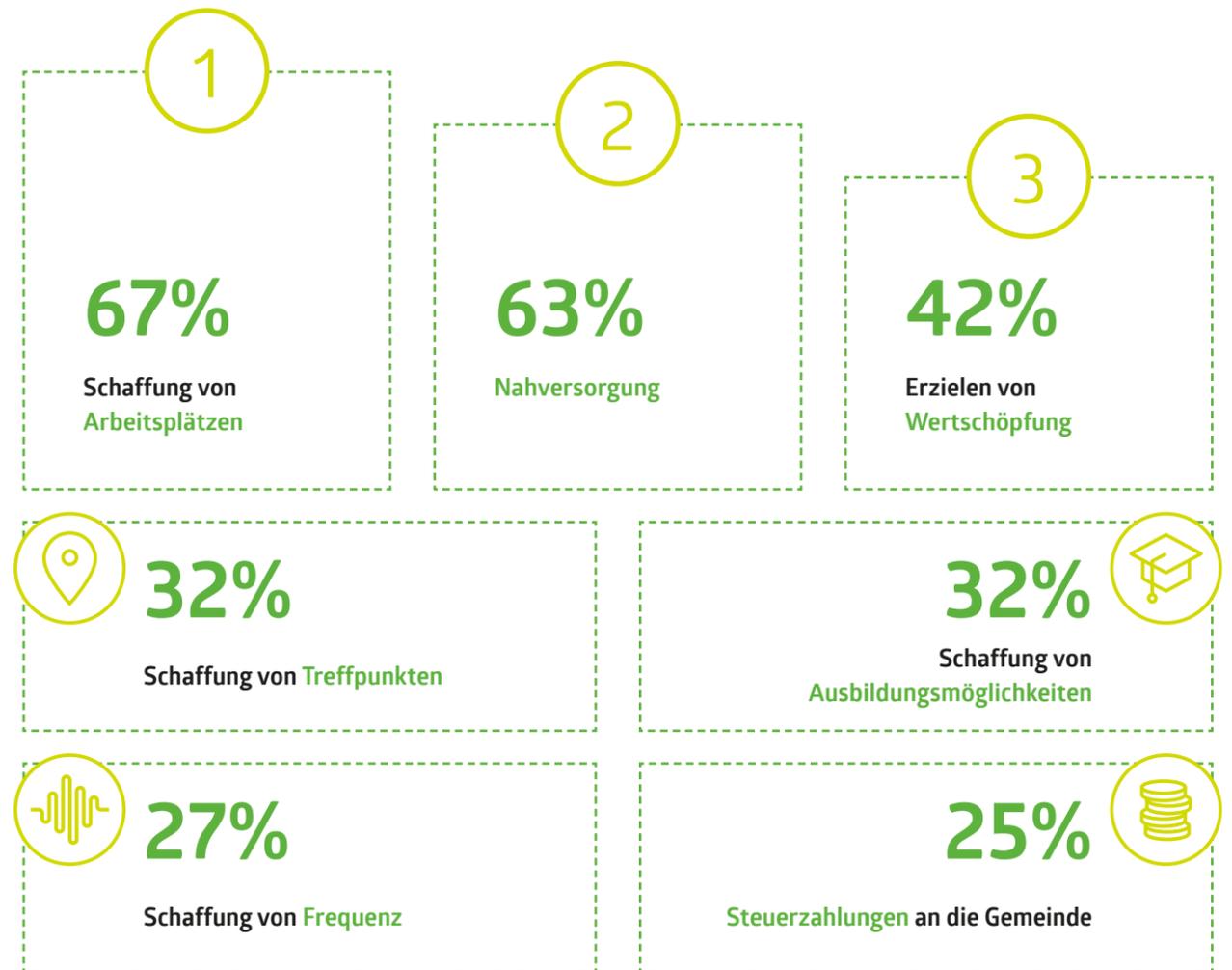


Geringere Fixkosten (36%)

WAS UNTERNEHMER LEISTEN:

Als wichtigste Leistungen der Selbstständigen werden genannt: Schaffung von Arbeitsplätzen, die Nahversorgung der Dorfbewohner und Erzielung von Wertschöpfung im Ort.

? Welche Leistungen von Selbstständigen halten Sie am wichtigsten für das Dorfleben?





„Ein attraktiver Standort braucht junge Unternehmen“

Bernhard Sagmeister über das Förderprogramm „Gründung am Land“.



Bernhard Sagmeister
Geschäftsführer Austria Wirtschaftsservice GmbH

Die Austria Wirtschaftsservice, aws, ist Österreichs erste Adresse, wenn es um Förderungen von Innovationen und Wachstumsinvestitionen geht. Mit dem Förderprogramm „Gründung am Land“ vergibt die aws Zuschüsse für die Gründung und Entwicklung von jungen, innovativen Unternehmen im ländlichen Raum. Bernhard Sagmeister, Geschäftsführer der aws, spricht mit dem ADEG Dorfleben-Report® über die Ziele des Förderprogramms und darüber, warum junge Unternehmen für den ländlichen Raum so wichtig sind.

Herr Sagmeister, mit dem Förderprogramm „Gründung am Land“ werden Zuschüsse an Gründer im ländlichen Raum vergeben. Wird am Land zu wenig gegründet?

Wirtschaftspolitisch ist klar: Ein attraktiver Standort braucht junge Unternehmen, um sich positiv zu ent-

wickeln. In Österreich gilt dies insbesondere auch für den ländlichen Raum. Von unserem Auftraggeber – dem Ministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort – gibt es hier das klare Bekenntnis, mit dem Programm „Gründung am Land“ innovative Ideen dort zu unterstützen, wo sie entstehen. Damit soll dazu beigetragen werden, dass auch die Regionen abseits der Städte attraktiv, lebendig und lebenswert bleiben. Wie sich nach vier Runden gezeigt hat, löst „Gründung am Land“ viele positive Impulse aus und sichert damit Wachstum und Arbeitsplätze in den Regionen.

Welche Ziele verfolgt das Programm? Was genau soll gefördert werden?

Ziel ist es, durch die richtige Unterstützung wirtschaftliches Wachstum und neue Arbeitsplätze dort entstehen zu lassen, wo auch gelebt wird. Das ist eben nicht nur in den städtischen Ballungsräumen.

Gefördert werden deshalb innovative und junge Kleinunternehmen im ländlichen Raum. Unterstützt werden dabei durch Zuschuss materielle und immaterielle Investitionskosten und investitionsprojektbezogene allgemeine Kosten. Das Finanzierungsvolumen pro Projekt beträgt 55% der Projektkosten, bis zu maximal 50.000 Euro.

Seit wann existiert das Programm und wie hoch war das bisherige Fördervolumen insgesamt?

Vor Kurzem ging die vierte und erfolgreichste Runde der Förderung zu Ende. Besonders erfreulich war dabei die große Zahl an Einreichungen: Die Zahl der Projektanträge ist im Vergleich zur dritten Runde von 37 auf 58 Projekte angestiegen. Insgesamt wurden in dieser Runde 35 innovative Projekte aus ganz Österreich ausgewählt und mit 1,41 Millionen Euro unterstützt. Das Fördervolumen insgesamt betrug bisher 3,6 Millionen Euro. Etwa die Hälfte der Mittel wurde dabei von der Europäischen Union bereitgestellt.

Was sind die größten Herausforderungen, die Gründer am Land überwinden müssen?

Herausfordernd ist sicher das Thema Infrastruktur. Besonders die digitale Infrastruktur wird in einigen

Regionen erst ausgebaut und ist noch nicht mit jener in den Ballungszentren vergleichbar. Aber auch die Personalsuche nach Expertinnen und Experten ist schwieriger. Andererseits gibt es auch eine Reihe von

„Ziel ist es, Arbeitsplätze dort entstehen zu lassen, wo auch gelebt wird.“

Vorteilen: Die Kosten sind niedriger, Lebensqualität oft besser und die Unternehmen haben in der Region eine höhere Sichtbarkeit.

Sind bestimmte Trends erkennbar? Gibt es bestimmte Branchen oder Regionen, aus denen verstärkt Anträge kommen?

Das Interesse am Programm hat deutlich zugenommen: Bei der aktuellen Runde wurde die Zahl der eingereichten Projekte um 57% gesteigert. Sowohl nach Regionen als auch nach Branche zeigt sich jedoch eine enorme Bandbreite. Inhaltlich ging es bei den Projekten zuletzt von Spezialausrüstung zur Herstellung von Glasfasernetzen bis zu nachhaltigem Fischfutter. Der Förderschwerpunkt liegt aber auf der Unterstützung und Weiterentwicklung von bevorzugt technisch-innovativen Investitionsvorhaben, die im Einklang mit dem jeweiligen Regionalkonzept stehen müssen, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat.

Können Sie ein Beispiel von einem Unternehmen bzw. einem Gründungsvorhaben nennen, das durch das Programm gefördert wurde?

Da alle Projekte herausragend, aber sehr unterschiedlich sind, fällt es schwer, eine einzelne Unternehmung herauszugreifen. Gefördert haben wir beispielsweise ein steirisches Start-up aus Kapfenberg, das ein innovatives medizinisches Messgerät für Knieoperationen, vergleichbar mit einer orthopädischen Wasserwaage, entwickelt hat. Oder ein Unternehmen aus Antiesenhofen in Oberösterreich, das wir bei der Investition in eine Entfettungsanlage zur Produktion von Futtermittelkomponenten für Heimtier- und Fischfutter unterstützt haben. Allein diese kleine Auswahl zeigt, das Spektrum der innovativen Ideen in Österreich ist enorm. Diese Innovationen gilt es, konsequent zu fördern.

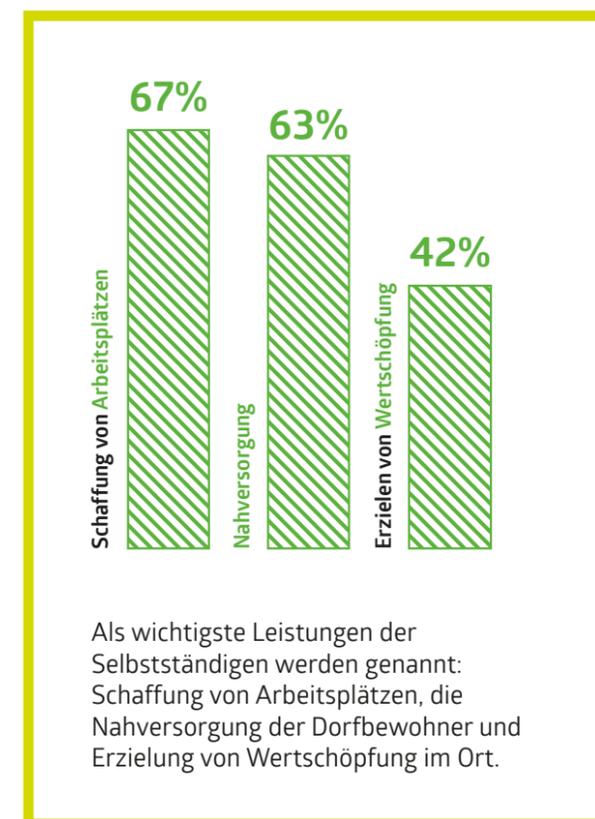


Foto: iStock / Leonsbox, Katharina Gossov

„Junge kommen heute wieder nach Munderfing zurück“

Die Gemeinde Munderfing setzt sich erfolgreich für ihre Unternehmen ein.



Früher stand das Bräu im Ortskern leer. Heute behaust es ein Haubenlokal, ein Bildungszentrum und einen Coworking-Space.

Erwin Moser ist seit 34 Jahren Amtsleiter in Munderfing. Die oberösterreichische Gemeinde gilt in der Region in Fragen der erneuerbaren Energie und Innovation als Vorreiter. Mit dem ADEG Dorfleben-Report® spricht Moser über generationenübergreifende Projekte im Ort, welche Vision er für die Zukunft Munderfings hat und warum Unternehmer dabei eine wichtige Rolle für die Gemeinde spielen.

Sie sind seit 34 Jahren Amtsleiter in Munderfing. Wie hat sich die Gemeinde in Bezug auf Wirtschaft und Unternehmen entwickelt und welche Rolle hat die Gemeinde dabei gespielt?

In den letzten 15 Jahren haben wir in unserer Gemeinde die Zahl der Arbeitsplätze fast vervierfacht. Impulsgebend war, als 2003 ein großes Unternehmen im Ort in Konkurs gegangen ist. Damit mussten wir als Gemeinde erst einmal lernen umzugehen. Fast zur gleichen Zeit konnten wir dann das Unternehmen KTM, das ausbauen wollte, nach Munderfing holen. Mittlerweile besitzt KTM in Munderfing 40 Hektar Fläche und beschäftigt hier 1.300 Mitarbeiter.

Die Initiative, KTM nach Munderfing zu holen, kam also direkt von der Gemeinde?

Ja, die Gemeinde hat dazu den Grundstein gelegt. Zusätzlich haben wir 2004/05 das Projekt „Lokaler Aktionsplan für Beschäftigung und Bildung“ (LABB) gestartet und uns im Rahmen dessen genau angesehen, was ein Standort im ländlichen Gebiet benötigt, um die Wirtschaft zu unterstützen. In den Prozess haben wir Eltern, Lehrer, Unternehmer und die Politik einbezogen, um gemeinsam etwas auszuarbeiten. Das war in meinen Augen eine wichtige Grundlage für die derzeitige Entwicklung der Gemeinde, weil wir uns gemeinsam mit allen Beteiligten angesehen haben, wie die Wirtschaft in der Gemeinde wachsen kann. Wir halten im Zuge dieses Projekts auch laufend Workshops des „Kooperationsdreiecks Schule-Wirtschaft-Eltern“ ab, bei denen wir Jugendliche und ihre Eltern mit lokalen Firmen zusammenbringen.

Munderfing betreibt auch einen eigenen Windpark. Wie profitiert die Gemeinde von dem Windpark und wie die Unternehmer?

Energie war im Rahmen des Standortentwicklungsprozesses, in den wir die Bürger und Unternehmer einbezogen haben, ein wichtiges Thema. Dazu wurde ein Konzept erstellt und in weiterer Folge 2014 der Windpark gebaut, der zu 75% der Gemeinde gehört und derzeit zehnmal so viel Strom erzeugt, wie die

Munderfing Haushalte bräuchten. Unser Ziel ist es, dass wir im Jahr 2035 sämtliche Energie, die wir in Munderfing verbrauchen, aus erneuerbaren Energien gewinnen.

In der Region sind Sie außerdem Vorreiter beim Breitbandausbau. Warum ist das Ihrer Meinung nach für eine Gemeinde so wichtig?

Für uns ist der Breitbandausbau für die Gemeindeentwicklung immens wichtig. Mit einem einstimmigen Gemeinderatsbeschluss wird gewährleistet, dass jeder Haushalt einen Glasfaseranschluss bekommt. Letztes Jahr haben wir mit der Umsetzung begonnen und werden spätestens 2020 fertig sein.

In Munderfing gibt es seit einiger Zeit auch ein Haubenlokal. Inwiefern war hier die Gemeinde an der Entstehung des Lokals beteiligt?

Der Leerstand in der Gemeinde ist ein Schwerpunktthema, das mir persönlich sehr wichtig ist. Vor drei Jahren sind wir mittels mehrerer Initiativen, wie der Durchführung einer „Ideenwerkstatt“, konkret die Behebung von Leerstand angegangen. Das Haubenlokal ist beispielsweise im Bräu einquartiert. Das ist ein Haus mitten im Ort, das knapp 1.000 Quadratmeter Fläche hat und fast 40 Jahre leer gestanden ist.

„In den letzten 15 Jahren haben wir die Zahl der Arbeitsplätze fast vervierfacht.“

Wir haben die Bürger und große Unternehmen ins Boot geholt und gemeinsam definiert, welche Möglichkeiten im Bräu genutzt werden können und wer welche Verwendung dafür haben könnte. Mittlerweile haben wir dort das bereits genannte Haubenlokal Forthuber im Bräu, einen Coworking-Space und einen durch die Gemeinde geführten Seminarbetrieb eingerichtet, welcher im Besonderen von KTM genutzt wird. Davor war das Bräu leer, jetzt ist dort wieder Leben eingekehrt, was für die Gemeinde sehr wichtig ist.

Gab es sonst noch Maßnahmen zur Belebung des Ortskerns?

Wir haben ein Verkehrskonzept entwickelt und im Zuge dessen letztes Jahr die Umfahrung des



Erwin Moser
Amtsleiter in Munderfing

Ortskerns eröffnet. Deswegen bietet sich jetzt die Möglichkeit, den Ortskern grundsätzlich neu zu gestalten. Auch hier haben wir in der „Ideenwerkstatt“ gemeinsam mit Bürgern und Unternehmen Ideen gesammelt, wie der Ortskern aussehen soll. In diesem Zusammenhang war es sehr wichtig, dass das Bräu, das mitten im Ortskern steht, neugestaltet und belebt wurde. Das ist die Ausgangsbasis und um dieses Gebäude herum gestalten wir den Ortskern jetzt neu.

Was ist Ihre Zukunftsvision für Munderfing?

Die Vision ist, dass wir dem Brain-Drain entgegenwirken wollen. Vor 15 Jahren konnte ich mir nicht vorstellen, dass ein junger Mensch mit einem Studienabschluss nach Munderfing zurückkommt und einen Arbeitsplatz findet. Mittlerweile ist das möglich. Wir wollen die Vernetzung in der Gemeinde und im Bezirk forcieren, um Innovationen weiter voranzutreiben.

Warum lohnt es sich für eine Gemeinde, Unternehmer und Selbstständige zu unterstützen?

Unternehmen in der Gemeinde bedeuten, dass es Arbeitsplätze gibt und Arbeitsplätze bedeuten Kaufkraft. Jede Gemeinde ist gut beraten, für Unternehmer die erforderlichen Rahmenbedingungen zu schaffen und junge Leute, die viele Ideen haben, es aber alleine nicht schaffen, zu vernetzen. Deswegen haben wir z. B. den Coworking-Space im Bräu gegründet. Die gemeinsame Arbeit von Gemeinde, Unternehmern und jungen Kreativen an Projekten ist Gold wert. Hier muss die Gemeinde Räume und Infrastruktur schaffen, denn ohne Räume gibt es keine Entwicklung.



Sonja und Richard Rauch
Gastronomen, Steira Wirt in Trautmannsdorf

„Für die Großstadt sind wir zu heimatverbunden“

Die Geschwister Rauch kochen groß auf im kleinen Trautmannsdorf.

Vor 15 Jahren übernahm Richard Rauch als Küchenchef den familieneigenen Betrieb Steira Wirt. Mittlerweile hat er das Wirtshaus gemeinsam mit seiner Schwester Sonja nicht nur in ein Drei-Hauben-Restaurant verwandelt, sondern gleichzeitig eine der feinsten Genussadressen der Steiermark geschaffen.

Auf ihren Erfolgen ausruhen wollen sich die Geschwister Rauch, die neben dem Restaurant einen eigenen Feinkostladen und eine Kochschule betreiben, trotzdem nicht: Gerade haben sie im beschaulichen Trautmannsdorf ihr eigenes Boutique-Hotel eröffnet. Im Interview spricht Richard Rauch über die Rolle von Unternehmern in dörflichen Gemeinden, warum der Stammtisch im

Ort so wichtig ist und warum er sich nicht vorstellen könnte, an einem anderen Ort zu arbeiten.

Herr Rauch, kommen Sie selbst aus einer Wirtshausfamilie?

Ich komme aus einer Landwirtschaftsfamilie und bin auf einem Bauernhof in Bad Gleichenberg aufgewachsen.

Haben Sie als Koch auch internationale Erfahrungen gesammelt?

Ich bin immer wieder auf Reisen und schnappe bei Kollegen immer wieder verschiedene Konzepte auf.

So lasse ich mich inspirieren. Aber an einem anderen Ort zu arbeiten, kann ich mir nicht vorstellen. Meine Schwester und ich sind ja stark mit der Gemeinde verwurzelt: Wir haben hier 20 Mitarbeiter, Platz für 100 Gäste, ein eigenes Hotel und eine Kochschule.

Haben Sie nie überlegt, das Konzept Steira Wirt in eine Großstadt zu verlegen?

Nein. Wir wollten zeigen, dass das in einem Provinzdorf wie Trautmannsdorf auch funktionieren kann. Die Überlegung, in der Großstadt zu arbeiten, fand nie statt, dafür sind wir zu heimatverbunden.

„Ich empfinde das Leben am Land als sehr angenehm, weil persönliche Beziehungen viel einfacher entstehen.“

Was macht die Region für Sie so besonders?

Ich darf jeden Tag in einer Region arbeiten, wo andere Urlaub machen. Es gibt hier so viele Dinge zu entdecken. Vieles davon kenne ich selbst noch nicht, obwohl ich hier in der Region aufgewachsen bin.

Was sind die Vorteile, wenn man ein Unternehmen am Land führt?

Am Land sind wir stärker in der Gemeinde verwurzelt. Ich empfinde das Leben am Land als sehr angenehm, weil persönliche Beziehungen viel einfacher entstehen, wenn man den Produzenten direkt vor der Nase hat bzw. nur fünf Minuten zu seiner Gemüsebauerin fahren muss.

Was macht Unternehmen für kleine Gemeinden oder Dörfer besonders wichtig?

Sie verhindern die Abwanderung. Die Bewohner arbeiten ja auch lieber in der Region, als täglich zwei Stunden nach Graz und retour zu pendeln. Durch unseren Umbau fällt mir das auch bei anderen Branchen auf. Die Tischler, Maurer oder Elektriker sind begeistert, in der Region arbeiten zu können und nicht

Fotos: Steira Wirt



nach Graz oder Wien pendeln zu müssen. Dadurch sind viele gleich doppelt motiviert.

Was gehört dazu, um im Dorf ein erfolgreicher Unternehmer zu werden?

Mut, Leidenschaft und das berühmte Quäntchen Glück. Im Nachbarort gibt es einen kleinen Betrieb, der mittlerweile „Mr. Amazon von Österreich“ genannt wird, weil er ein paar Hundert Onlineshops hat. Dort war man kreativ und hat sich getraut, andere Wege zu gehen. Wichtig ist, dass man viel ausprobieret.

Wie können Staat und Gemeinde Anreize schaffen, um Selbstständige am Land zu fördern?

Den Behördenweg vereinfachen und nicht so kompliziert denken. Bei unserem Umbau hat es aufgrund der behördlichen Wege zwei Jahre lang gedauert, um überhaupt beginnen zu können. Das ist sehr mühsam und muss vereinfacht werden. Unternehmer wollen natürlich Spaß an der Arbeit haben und etwas ver-

In die große Stadt hat es die Geschwister Rauch nie gezogen: „Dafür sind wir zu heimatverbunden.“



dienen, aber auch die Wirtschaft unterstützen. Man investiert als Unternehmer und schafft Arbeitsplätze, da sollte uns auch unter die Arme gegriffen werden.

„Unternehmer verhindern die Abwanderung. Die Bewohner arbeiten ja lieber in der Region, als täglich zu pendeln.“

Welche Rolle spielt der Wirt im Dorf im Vergleich zur Stadt?

Beim Stammtisch im Wirtshaus trifft man sich. Oft sitzt dort der Nachbar oder der Tischler und man kann viele Dinge unkompliziert besprechen. In der Stadt ist das in dieser Form nicht möglich.

Sehen Sie sich in erster Linie als Koch oder als Unternehmer?

Ich sehe mich eigentlich als Gastronom. Ein guter Koch zu sein, ist zu wenig, um ein guter Unternehmer zu werden. Im Endeffekt zählt das Gesamtbild: Es braucht ein gutes Serviceteam, eine gute Weinauswahl und tolle Mitarbeiter, die volles Engagement zeigen und die Leidenschaft auch an den Gast weitergeben.

Der Feinkostladen besticht durch eine große Auswahl an regionalen Produkten.



INFO



Der Steira Wirt:

Das Geschwisterpaar Sonja und Richard Rauch verwandelte den 120-jährigen Steira Wirt in kurzer Zeit in eine der feinsten und spannendsten Genussadressen der Steiermark. Bodenhaftung sowie die regionale Verwurzelung stehen im Mittelpunkt. Richard Rauch, Gault-Millau-Koch des Jahres 2015, vereint gekonnt klassische und traditionelle mit neuer Zubereitung. Sonja Rauch leitet den Service und sorgt für die optimale Weinbegleitung. Die Geschwister betreiben auch einen Feinkostladen mit der Produktlinie „Mein Bruder der Koch“ und eine Kochschule. Im September 2018 eröffneten sie zudem ein Boutique-Hotel mit sechs Zimmern und zwei Suiten.



Foto: ADEG

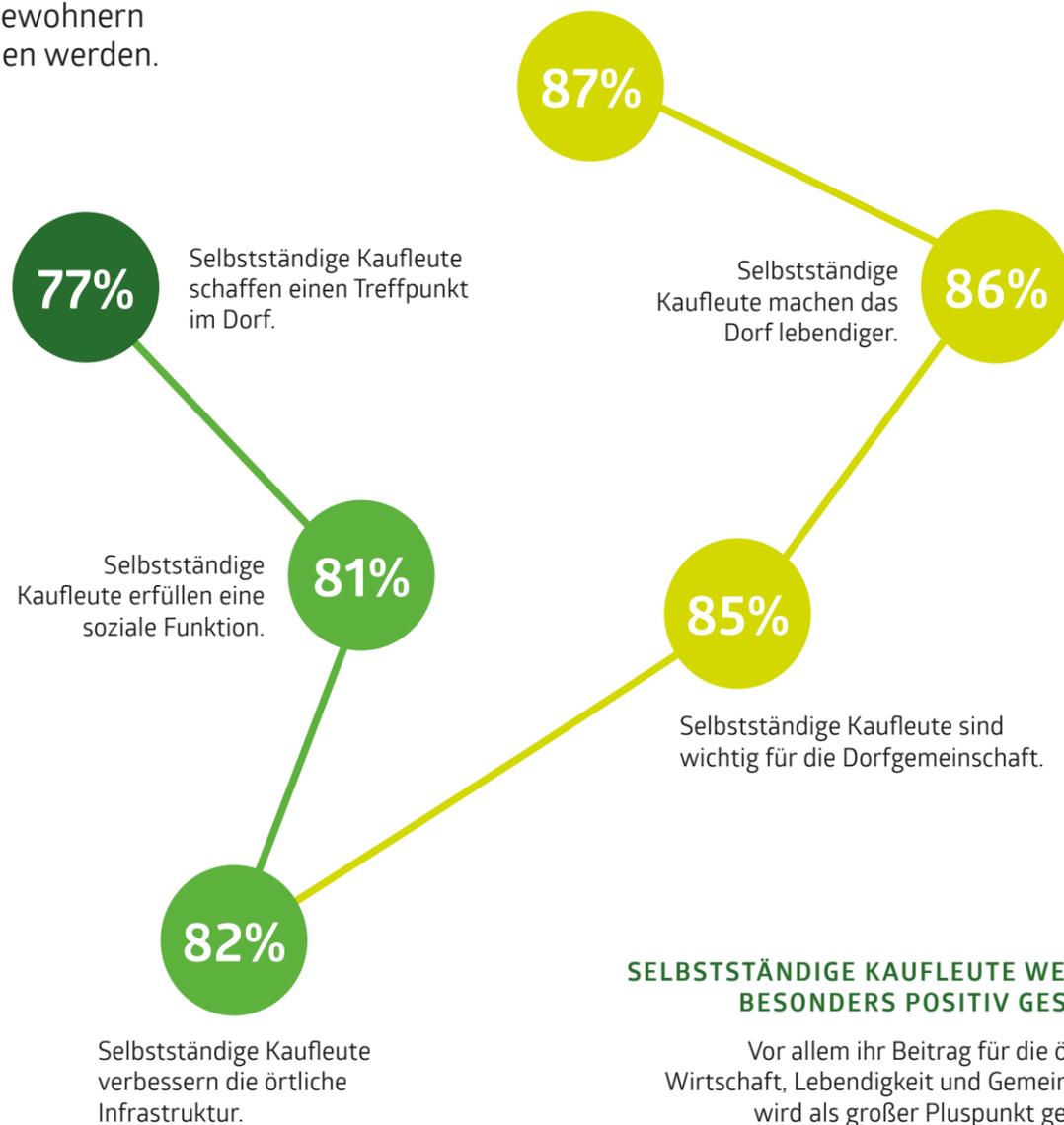
03 | Die besondere Rolle der selbstständigen Kaufleute

Eines zeigt die Umfrage zweifelsfrei: Dorfbewohner nehmen selbstständige Kaufleute als besonders positiv für ihre Lebensqualität wahr. Ihre wirtschaftliche und soziale Funktion sowie die enge Verwurzelung mit der Gemeinde macht Kaufleute zu wichtigen Säulen des Dorflebens. So meinen weit über 80%, dass selbstständige Kaufleute wichtig für die örtliche Wirtschaft und Dorfgemeinschaft sind, sie die örtliche Infrastruktur verbessern und auch eine soziale Funktion erfüllen. Darüber hinaus sagen 70%, dass selbstständige Kaufleute für mehr Lebendigkeit sorgen als herkömmliche Supermarktfilialen. Begründet wird das vor allem damit, dass Kaufleute persönlicher und familiärer sind, öfter im Ortskern liegen oder stärker in der Gemeinde verwurzelt sind.

DIE BESONDERE ROLLE DER SELBSTSTÄNDIGEN KAUFLEUTE

Wie selbstständige Kaufleute von Dorfbewohnern gesehen werden.

Selbstständige Kaufleute sind wichtig für die örtliche Wirtschaft.



SELBSTSTÄNDIGE KAUFLEUTE WERDEN BESONDERS POSITIV GESEHEN

Vor allem ihr Beitrag für die örtliche Wirtschaft, Lebendigkeit und Gemeinschaft wird als großer Pluspunkt gesehen.

70%

KAUFLEUTE VS. SUPERMARKTFILIALEN

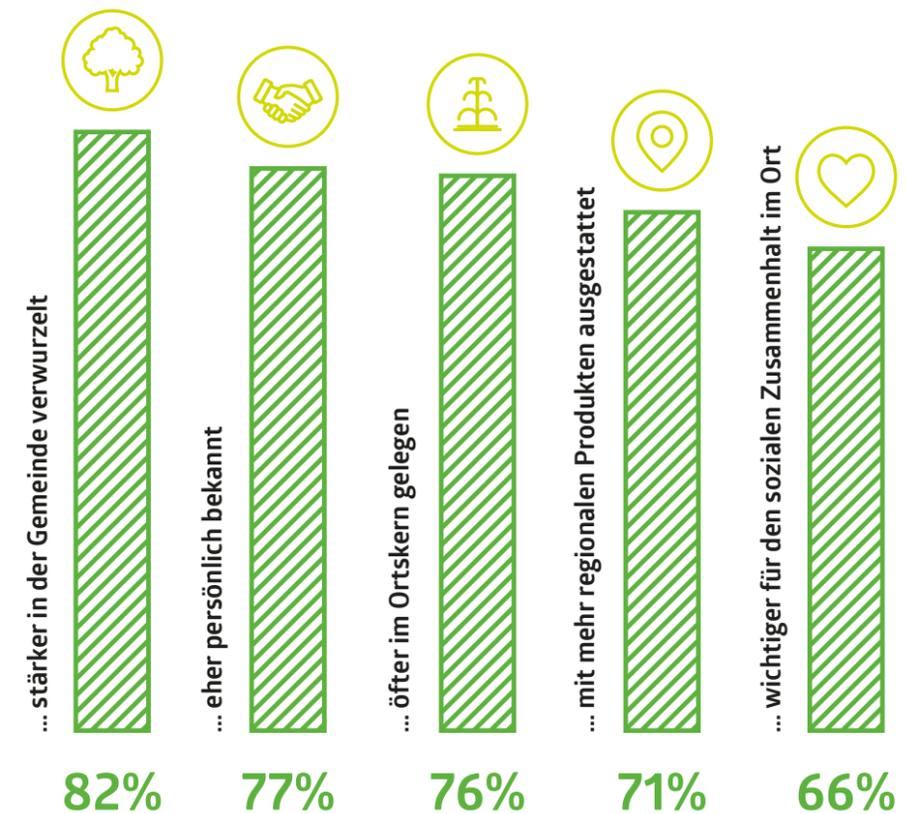
70% der Dorfbewohner sind der Meinung, dass selbstständige Kaufleute für mehr Lebendigkeit im Dorf sorgen.



54%

dieser 70% begründen das damit, dass selbstständige Kaufleute persönlicher und familiärer seien.

IM VERGLEICH ZU HERKÖMMLICHEN SUPERMÄRKTEN SIND SELBSTSTÄNDIGE KAUFLEUTE LAUT DORFBEWÖHNERN ...



Eine Powerfrau investiert in Großgmain

Anna-Maria Buchmüller hat ihren ADEG Markt rundum erneuert.

Anna-Maria Buchmüller
ADEG Kauffrau, Großgmain



Obwohl es Anna-Maria Buchmüller zunächst in die Gastronomie zog, wo sie für einige Jahre tätig war, ging ihr das Kaufmannswesen nie ganz aus dem Kopf – zu positiv waren die Erinnerungen an ihre Kindheit und das Großwerden im väterlichen ADEG Markt. So entschied sie sich eines Tages dafür, die Leitung des ADEG Marktes ihres Vaters, Peter Buchmüller, in der Salzburger Gemeinde Großgmain zu übernehmen. Heute führt Buchmüller ihren ADEG Markt voller Enthusiasmus und sucht immer nach neuen Ideen, um das Einkaufserlebnis für ihre Kunden noch besonderer zu machen.

Ein moderner Markt für die Gemeinde

Als echte Powerfrau ruht sich die junge Geschäftsführerin nicht auf den Lorbeeren ihres Vaters aus. Sie geht ihren eigenen Weg – und das mit sichtlichem Erfolg. So ließ sie ihren Markt vor Kurzem rundum modernisieren und eröffnete ihn Ende November 2018 im neuen Glanz. „Auf über 500 Quadratme-

tern bieten wir heute neben dem Vollsortiment mit starken Eigenmarken auch eine Vielzahl regionaler Produkte an“, erzählt die Kauffrau. Mit einem klassischen Krämerladen will sie nicht verglichen werden: „Wir sind ein moderner Markt mit 18 Mitarbeitern und bieten alles, was ein Lebensmittelhändler von heute haben muss – persönliche Betreuung und Charme inklusive“, betont Buchmüller.

Nachhaltig und digital

Neben einem starken Fokus auf regionale Produkte ist der innovativen Marktleiterin auch die Nachhaltigkeit ein großes Anliegen. So werden in ihrem Markt beim Obst und Gemüse statt Plastiksackerl nur noch Papiertaschen und Mehrwegnetze angeboten. Auch in der Kommunikation geht Buchmüller mit der Zeit und setzt stark auf soziale Medien, um mit ihren Kunden und Lieferanten in Kontakt zu bleiben: „Über Social Media kann ich schnell und unkompliziert über Neuigkeiten und Aktionen informieren. Die Leute schätzen es, ständig am Laufenden zu sein.“

Ein Kaufmann für alle Fälle

Der Markt von Lukas Zeilinger ist ein wichtiger Treffpunkt in der Gemeinde.

Lukas Zeilinger
ADEG Kaufmann, Neustadt



Der berufliche Weg von Lukas Zeilinger war in gewisser Weise schon vorgezeichnet: „Wir sind seit Generationen eine Kaufmannsfamilie“, erzählt der heutige ADEG Kaufmann stolz. Genauer gesagt, befindet sich der Gewerbeschein seit 1909 im Besitz seiner Familie und auch das Marktgebäude selbst hat schon einige Jahre „Kaufmannserfahrung“ hinter sich: Laut Grundbucheintrag aus dem Jahre 1746 befand sich schon damals ein Krämer in den Räumlichkeiten. 2011 übernahm er dann den ADEG Markt im niederösterreichischen Neustadt von seinen Eltern.

Mehr als nur eine Einkaufsmöglichkeit

Als Kaufmann ist Lukas Zeilinger für alle Abläufe im Markt selbst verantwortlich – ein, wie Zeilinger beschreibt, schönes Gefühl, vor allem, wenn er spürt, wie sehr sein Einsatz im Ort geschätzt wird. Mit seinen insgesamt acht Mitarbeiter sorgt Lukas Zeilinger in der 2.200-Einwohner-Gemeinde für regionale Nahversorgung mit Wohlfühlfaktor. Denn ADEG Zeilinger

ist in Neustadt sehr viel mehr als nur eine Einkaufsmöglichkeit: Der Markt ist für die Gemeinde ein Treffpunkt und Kommunikationszentrum; man trifft sich hier und tauscht sich aus. Gerade der persönliche Kontakt zu den Kunden und Lieferanten liegt dem ADEG Kaufmann am Herzen: „Der tägliche Kontakt mit den unterschiedlichsten Menschen – das schätze ich sehr an meinem Beruf“.

Engagiert in der Gemeinde

Seine starke Verbundenheit zum Ort kommt auch durch Zeilingers intensives Engagement in der Gemeinde zum Ausdruck. Denn der Kaufmann steht als geschäftsführender Gemeinderat bei praktisch allen wichtigen Fragen in der Gemeinde an vorderster Stelle. Nebenher ist er auch bei der freiwilligen Feuerwehr aktiv. Dieser täglich gelebte Gemeinschaftssinn macht Zeilinger für die Menschen in Neustadt zu etwas ganz Besonderem – nämlich zu ihrem Kaufmann des Vertrauens.

Ein echter Familienmarkt

In ihrem ADEG Markt verbindet Victoria Tscharre Beruf und Familie. Auch zur Freude ihrer Kunden.

Victoria Tscharre
ADEG Kauffrau, Ebenthal



Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist für viele ein wichtiger Faktor für ein erfülltes Arbeitsleben. So auch für die junge ADEG Kauffrau Victoria Tscharre, die ihre Familie von Anfang an eng in ihr Berufsleben eingebunden hat. Zunächst absolvierte Tscharre ihre Einzelhandelslehre im ADEG Markt ihres Onkels in der Kärntner Gemeinde Ebenthal. Nachdem sie sich das nötige Know-how angeeignet hatte, konnte sie 2016 den Markt selbst übernehmen und führt diesen seither mit großer Freude: „Ich habe genau gewusst, worauf ich mich einlasse. Und heute wie damals gilt: Ich mache meine Arbeit sehr, sehr gern“, erzählt die Kauffrau.

Starker Zusammenhalt

Im täglichen Betrieb wird Tscharre von ihren Eltern und zwei Tanten unterstützt. Auch ihr Lebensgefährte wird hin und wieder eingespannt, „aber nur, wenn es schwere Sachen zu schleppen gibt, ansonsten hält er

sich eher raus“, lacht die Kauffrau. Diese enge Verflechtung von Familie und Arbeit weiß Tscharre sehr zu schätzen: „Ich finde es bereichernd, dass wir als Familie zusammenarbeiten. Der Zusammenhalt zwischen uns ist wirklich gut, und wir verstehen immer, was der andere meint – wir kennen uns ja auch schon ewig.“

Familienspezialitäten

Zum Wohlwollen ihrer Kunden gibt es in Tscharres Markt ein ganz besonderes regionales Schmankerl von den Eltern: frische Regenbogenforellen aus dem eigenen Fischerteich. Geliefert wird auf Bestellung, „innerhalb von zwei Stunden ist der Fisch bei uns im Geschäft“, so Tscharre. Und auch aus der Feinkostabteilung kommen Familienspezialitäten: „Unsere selbstgemachten Knödel und Strudel werden nach altem Familienrezept gemacht – davon kriegen unsere Kunden einfach nicht genug.“

Ein Inkubator für regionale Produzenten

Mit seinem regionalen Sortiment stützt Domenik Kogler die Produzenten im direkten Umfeld.

Domenik Kogler
ADEG Kaufmann, Tisis



In seiner Gemeinde Tisis in Vorarlberg leistet ADEG Kaufmann Domenik Kogler einen wichtigen Beitrag für die regionale Wertschöpfung. Das zeigt sich vor allem in der engen Kooperation mit Unternehmern und Produzenten aus der Umgebung – ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Kaufmanns. Denn durch die rege und langfristige Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten fördert er viele lokale Unternehmen dabei, ihre Produkte auch dort zu verkaufen, wo sie hergestellt werden.

Ein abgestimmtes Sortiment

Das Sortiment des ADEG Kaufmanns orientiert sich nämlich stark an den Bedürfnissen seiner Kunden: Auf einer Verkaufsfläche von 350 Quadratmetern bietet er eine große Auswahl von Produkten an, die direkt im Gebiet zwischen dem Bregenzerwald und dem Bodensee erzeugt werden. „Meine Kunden schätzen das, denn sie können bei mir mit gutem Gefühl Produkte aus ihrer Region einkaufen“, erklärt Kogler.

„Man kennt und unterstützt sich gegenseitig“

Zu seinen Kunden will der Kaufmann übrigens kein einseitiges Verhältnis an den Tag legen, sondern stattdessen eine gegenseitig fördernde Beziehung pflegen. „Als Kaufmann ist es mir ein Anliegen, dass in meinem Umfeld alle Beteiligten von meinem Nahversorgungsmodell profitieren.“ Gerade der persönliche Kontakt zu den Kunden und Lieferanten machen für Domenik Kogler den Beruf des selbstständigen ADEG Kaufmanns so attraktiv. „Man lebt quasi voneinander und profitiert vom gegenseitigen Geschäft.“

Wie in jeder Beziehung ist es ein Geben und Nehmen – die Lieferanten kommen ja auch zu mir einkaufen. Jeder schätzt den anderen als Geschäftspartner und vor allem auch als Mensch“, beschreibt Kogler sein Arbeitscredo. Kogler ist überzeugt: „Man kennt und unterstützt sich gegenseitig – gegeneinander arbeiten funktioniert bei uns nicht.“



04 | Wie

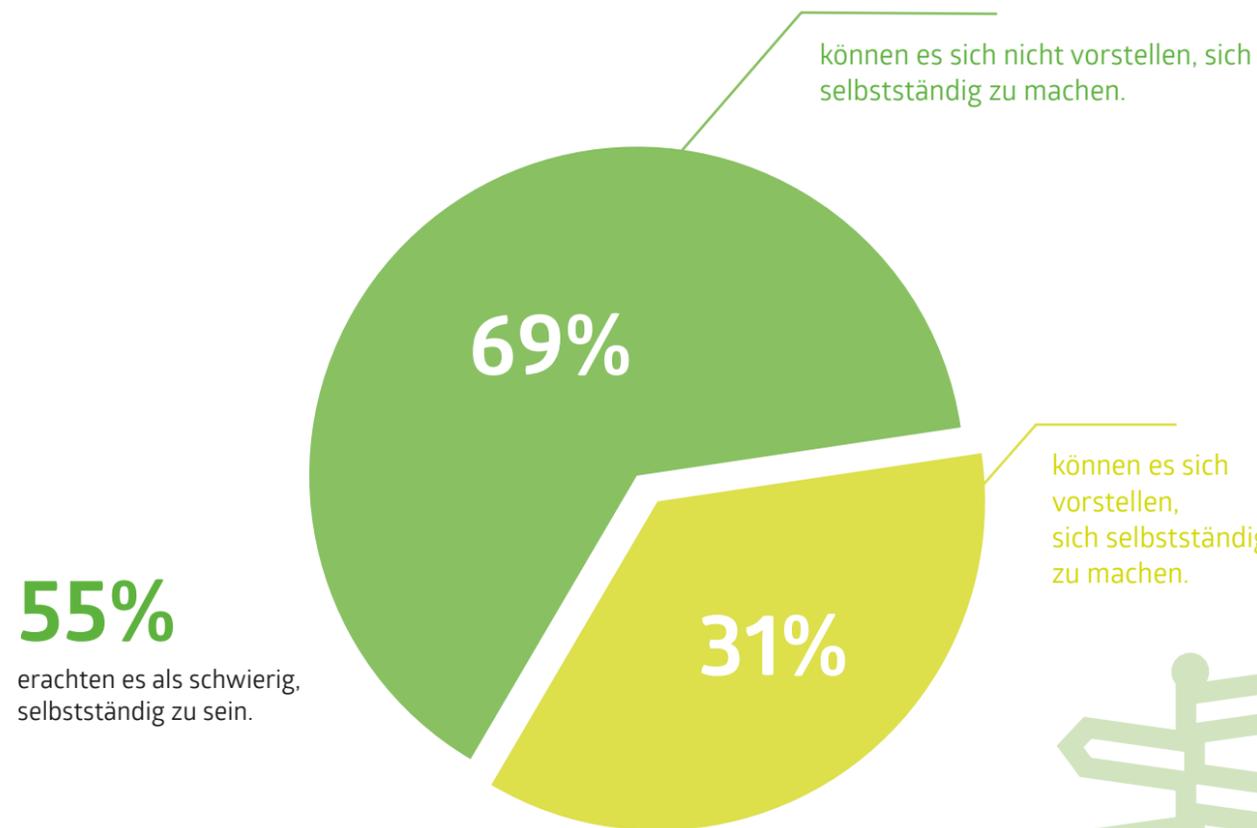
unternehmerisch

sind unsere Dörfer?

Für 69% der nicht selbstständigen Dorfbewohner ist die Selbstständigkeit keine Option. Das bedeutet umgekehrt aber auch, dass für 31% der Schritt in die Selbstständigkeit zumindest denkbar ist. Dabei zeigt sich, dass die Branchen Handel sowie Gewerbe & Handwerk am ehesten in Frage kämen, um sich selbstständig zu machen. Die größten Hürden zur Unternehmensgründung sind mangelndes Kapital (50%), zu geringes Know-how (28%) und fehlende geeignete Geschäftspartner (22%). Fast ein Viertel der Befragten (23%) sieht in der eigenen Gemeinde ungenützte Geschäftschancen – vor allem in der Gastronomie und im Handel.

WIE UNTERNEHMERISCH SIND UNSERE DÖRFER?

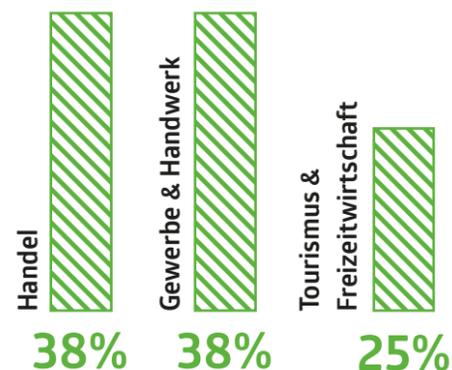
Wie es um die Bereitschaft der Dorfbewohner zur Selbstständigkeit steht.



55% erachten es als schwierig, selbstständig zu sein.

DIE ATTRAKTIVSTEN BRANCHEN

Für jene 31%, die sich den Schritt in die Selbstständigkeit vorstellen können, sind Handel und Gewerbe & Handwerk die attraktivsten Branchen.



? In welcher Branche können Sie sich vorstellen, sich selbstständig zu machen?

WELCHE VOR- UND NACHTEILE SEHEN DORFBEWohner BEZÜGLICH DER SELBSTSTÄNDIGKEIT?



VORTEILE DER SELBSTSTÄNDIGKEIT

- 61% Verwirklichung eigener Ideen und Ziele
- 50% Selbstbestimmte Gestaltung des Arbeitsumfelds
- 47% Unabhängigkeit



NACHTEILE DER SELBSTSTÄNDIGKEIT

- 73% Finanzielle Risiken
- 47% Höhere Arbeitsbelastung als bei vielen anderen Angestelltenverhältnissen
- 44% Schwankendes Einkommen

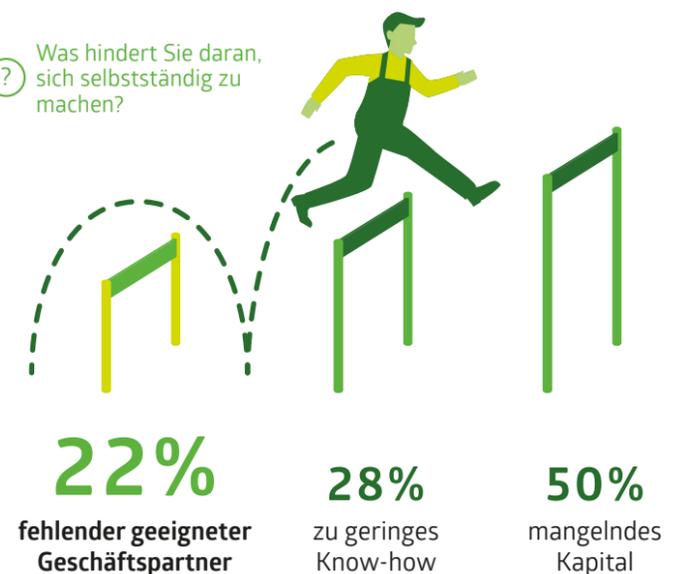
DIE GRÖSSTEN HÜRDEN ZUR SELBSTSTÄNDIGKEIT

Die häufigsten Gründe gegen die Selbstständigkeit sind Kapitalmangel, zu geringes Know-how oder ein fehlender geeigneter Geschäftspartner.

23%

sehen ungenützte Geschäftschancen in der eigenen Gemeinde

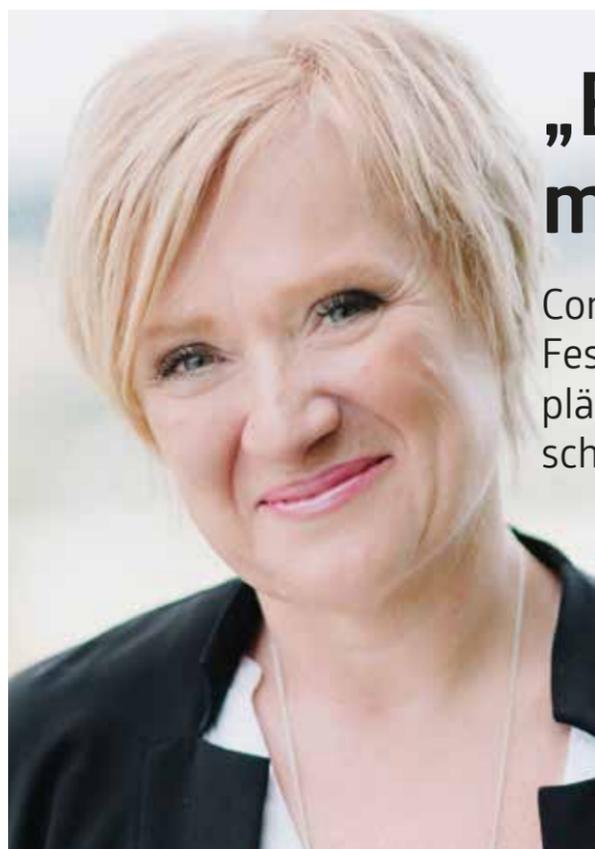
? Was hindert Sie daran, sich selbstständig zu machen?



IN WELCHER BRANCHE SEHEN SIE GESCHÄFTSCHANCEN?

Ungenützte Geschäftschancen werden vor allem in der Gastronomie und im Handel gesehen.





„Es braucht mehr Mut“

Conny Wernitznig, Initiatorin des Festivals #ThinkTankRegion2018, plädiert für mehr unternehmerischen Mut am Land.

Conny Wernitznig
Geschäftsführerin Regionalverein Mühlviertler Kernland

Im Interview spricht die Mühlviertlerin über die Bedeutung von Unternehmern für die ländliche Entwicklung, Unterschiede zwischen Stadt und Land sowie unternehmerischen Mut und wie man diesen im ländlichen Raum fördern kann.

Sie haben im November 2018 das Festival #ThinkTankRegion2018 ins Leben gerufen, bei dem sich an zwei Tagen regionale Vordenker über eine nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume austauschten. Warum dieses Festival?

In erster Linie ging es darum, etwas zu tun, um den Stolz der Menschen im ländlichen Raum zu stärken. In meiner Tätigkeit als Geschäftsführerin des Regionalbüros Mühlviertler Kernland stelle ich immer wieder fest, dass den Menschen am Land oft der Stolz dafür fehlt, was sie sind, was sie tun und was sie können. Das wollten wir mit dem Festival ändern und den Regionen mit ihren Menschen eine Bühne geben, um sich und ihre Leistungen zu präsentieren.

Was ist Ihr Fazit nach dem Festival?

Das schönste Ergebnis ist, dass die Menschen neugieriger geworden sind. Beim Festival selbst gab es ein

kollektives Aha-Erlebnis: Die Teilnehmer haben den ländlichen Raum und dessen Innovationskraft plötzlich in einem neuen Kontext gesehen. Durch die vielen Erfolgsbeispiele wurde deutlich, dass sich auch am Land etwas tut und hier Innovationen und zukunftsorientierte Projekte vorangetrieben werden.

Im Rahmen von #ThinkTankRegion2018 wurden auch drei Start-ups ausgezeichnet: PedaCola, Wüdián und Inspiriti Green Tea. Was haben diese Unternehmen gemeinsam?

Es handelt sich hier um drei Unternehmer, die ihrer Leidenschaft nachgegangen sind und aus der Region heraus innovative Produkte vermarkten. Das sind sehr stark regional verwurzelte Menschen, die aus ihren Hobbys ein Geschäftsmodell gemacht haben. Es sind drei gute Beispiele dafür, dass sich auch am Land etwas Modernes, Junges und Erfolgreiches entwickeln kann.

Wie wichtig sind Unternehmer für die Entwicklung ländlicher Regionen?

Sie sind unverzichtbar. Sie verhindern, dass Menschen abwandern, weil sie keinen Job oder nicht die

Infrastruktur finden, die sie gerne hätten. Auf der anderen Seite sind sie auch die Basis dafür, dass Menschen, die bereits weggegangen sind, wieder zurück-

„Das Festival machte deutlich, dass sich auch am Land etwas tut und hier Innovationen vorangetrieben werden.“

kehren. Das ist ein Riesenthema bei uns am Land. Wir haben in fast allen Bereichen zu wenig Kompetenzen, weil viele Junge abwandern und nicht mehr zurückkommen. Unternehmen und die Gemeinden können und müssen da entgegenwirken.

Gibt es Unterschiede zwischen Unternehmer sein am Land und in der Stadt?

Ich glaube, der größte Unterschied liegt in der Anonymität. Am Land steht jede Unternehmerin, jeder Unternehmer im Blick der Bevölkerung und wird ständig beurteilt – auch was die finanzielle Situation betrifft. In der Stadt ist das überhaupt nicht so, weil einfach die Anonymität viel größer ist. Das hat auch positive Seiten, weil man am Land als Unternehmer viel einfacher persönliche Beziehungen knüpfen kann als in der Stadt. Auf der anderen Seite ist diese „Dauerlauslage“ und die Erwartungshaltung der Bevölkerung für viele eine Belastung.

Laut unserer Umfrage sind die größten Hürden zur Selbstständigkeit für Dorfbewohner zu wenig Kapital, mangelndes Know-how und das Fehlen eines geeigneten Geschäftspartners. Was sind aus Ihrer Erfahrung die größten „Bremsklötze“ für Unternehmer am Land?

Sicherlich das von Ihnen Genannte. Was dazukommt, ist aus meiner Erfahrung das Thema Infrastruktur und Mobilität. Wir merken das ganz stark bei Unternehmensgründungen, die eigentlich nur dort stattfinden, wo eine gute Anbindung gegeben ist. Außerdem das Thema Fachkräftemangel, das am Land stärker spürbar ist. Und letztlich geht es auch um den Mut. Mein Eindruck ist, dass Menschen in ländlichen Regionen bei Unternehmensgründungen manchmal weniger mutig sind als in der Stadt. Auch, wie ich

schon erwähnt habe, weil man am Land viel stärker in der Auslage steht. Wenn etwas schiefgeht, weiß das jeder sofort. Ich denke, das hält am Land noch viele davor zurück, gewisse Risiken einzugehen.

Wie kann man als Gemeinde unternehmerischen Mut fördern?

Indem man die für Unternehmer und Gründer wichtigen Themen direkt und offen anspricht und den Diskurs fördert. Das können Gründerstammtische oder Gründerinformationstage sein. Aber das kann auch raumplanerische Maßnahmen umfassen, zum Beispiel öffentliche Verkehrsverbindungen oder es werden Gebäude zur Verfügung gestellt, in denen Unternehmen entstehen können. Die Gemeinde kann sich überlegen, ob es vielleicht sinnvoll wäre, einen Coworking-Space zu errichten. Vieles kann gemacht werden, auch mit kleinem Aufwand. So weckt man bei gründungswilligen Menschen ein Gefühl, dass die Gemeinde hinter ihnen steht und sie bei ihren Ideen unterstützt.

Was ist Ihre Zukunftsvision für den ländlichen Raum?

Ich wünsche mir, dass sich der ländliche Raum auch in Zukunft auf seine Stärke fokussiert, nämlich dem Gefühl von Bodenständigkeit und Verwurzelung. Und dass wir die Digitalisierung dazu nutzen, diese Stärke weiter auszubauen. Gleichzeitig wünsche ich mir, dass unser Zusammenleben von sozialen Innovationen sowie der Offenheit für Neues geprägt sein wird und wir dabei trotzdem geerdet und bodenständig bleiben.

Das Festival #ThinkTankRegion2018 stand ganz im Zeichen neuer Impulse für den ländlichen Raum.



Da ist was los

Nahversorger für Standort und Lebendigkeit

Von Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier



„In der Stadt ist viel los und am Land tote Hose!“
Kennen Sie das? Solche Klischees gibt es zuhauf.
Meistens sagen es Städter. Der Haken daran: Die Aussage ist aus mehreren Gründen nachweisbar falsch, was auch der ADEG Dorfleben-Report® mit Fokus auf selbstständige Unternehmer eindrücklich zeigt. Eine Annäherung in sieben Punkten:

1. Selbstverständlich dürfen nicht Außenstehende beurteilen, ob ein Lebensort auch lebenswert ist. Das muss man den Menschen vor Ort überlassen. Die Dorfbewohner in Österreich sind mit ihrem Wohnort fast stets zufrieden und empfinden ihn zu vier Fünftel (!) als lebendig. Besonders wichtig ist, dass genauso junge Familien mit Kindern und Jugendliche die Lebendigkeit ihrer Gemeinde empfinden und somit nicht abwandern wollen.

2. Natürlich ist das bunte Leben in den Dörfern Österreichs weder gottgegeben noch ein Automatismus. Dafür bedarf es sowohl wirtschaftlicher als auch sozialer Voraussetzungen. Einerseits eine gute Infrastruktur inklusive Schulen und Kindergärten und qualifizierte Arbeitsplätze.

Genauso wichtig sind andererseits soziale Treffpunkte. Von Lokalen über Veranstaltungen bis zum Vereinswesen. Reine „Schlafstättenorte“ braucht keiner. Die Gemeinden müssen also um solche strukturelle Voraussetzungen kämpfen.

3. Nahversorger wie ADEG & Co haben dabei sogar eine Doppelfunktion: Als Faktor für Wirtschaft und Arbeit – die Geschäfte garantieren Wertschöpfung sowie stabile Arbeitsplätze – und sie helfen mit, den sozialen Zusammenhalt zu verbessern.

Für mehr als zwei Drittel der im ADEG Dorfleben-Report® befragten Personen sind Lebensmittelgeschäfte weit mehr als Läden, wo Brot, Milch und Butter oder überhaupt alle Dinge des täglichen Bedarfs bequem erhältlich sind. Der Nahversorger im eigenen Dorf wird vielmehr als gewichtiger Teil dessen gesehen, was einen Ort lebendig macht. Als Platz des Gesprächs und Austauschs aller Art. Ein „zweiter Dorfplatz“ sozusagen!

4. Allerdings entstehen Nahversorger nicht einfach durch das Vorhandensein von passenden

Gebäuden. Ihr Bestand wird von Menschen gesichert, die sie als selbstständige Unternehmer betreiben. Die Selbstständigkeit muss daher am Land eine attraktive Perspektive darstellen. Dafür bedarf es gezielter Strategien der Förderung.

Im Masterplan für den ländlichen Raum der Bundesregierung wird der Auf- und Ausbau von Netzwerken vorgeschlagen, um ein regionales Produktsortiment im Lebensmittelhandel zu stärken und die Verschränkung der Nahversorgung mit der Landwirtschaft zu intensivieren. Die Schaffung regionaler Wertschöpfungsketten fördert wirtschaftlichen Erfolg. Zugleich bietet die Digitalisierung neue Optionen für Selbstständigkeit am Land.

5. Jeder Masterplan ist freilich ein allgemeines Konzept und muss mit konkreten politischen Maßnahmen umgesetzt werden. Eine Anerkennungskultur für unternehmerischen Mut ist Voraussetzung, doch geht es letztlich um Geld und Kapital. Man braucht also finanzielle Förderprogramme. Ein Beispiel: bundesweite Nahversorgungsprämien zur Unterstützung der Ortskerngestaltung und -revitalisierung.

Förderungen – etwa als Starthilfe – sollen aber genauso den Unternehmern direkt zugutekommen. Denn obwohl 80 Prozent der Dorfbewohner Unternehmer als wichtig für das Dorfleben empfinden, können sich lediglich 31% vorstellen, selbst unternehmerisch tätig zu werden. Dabei sind Kapitalmangel und das Fehlen von Geschäftspartnern die Hauptprobleme. Öffentliche Förderungen können hier wichtige Impulse setzen. Doch auch ADEG macht in dieser Hinsicht potenziellen Betreibern von Nahversorgern das richtige Angebot.

6. Eine zusätzliche Idee wäre die Einrichtung eines Kompetenzzentrums „Ländliche Nahversorgung“ für Beratungsleistungen rund um Nahversorgung in Gemeinden. Als Best-Practice-Modell könnte der „nah & versorgt – Nahversorgungs-Check“ in Tirol dienen. Diese Erstanalyse ermöglicht Gemeinden, die Zukunftsfähigkeit bestehender Nahversorger zu verbessern und die Chancen zur Ansiedlung neuer Nahversorger zu prüfen.

Ebenfalls ein Gedanke ist eine interaktive Landkarte, die jene Nahversorger anzeigt, die auch regional produzierte und qualitativ hochwertige Lebensmittel bieten. Das interessiert die Kunden und hat Bestand, während reine Werbekampagnen schnell verpuffen. Darüber hinaus brauchen Nahversorger als Kleinunternehmer spürbare Entlastungen in der Bürokratie, bei der Steuererklärung und für die Sozialversicherung.

7. Im Bereich der Digitalisierung muss jedes Dorf in Österreich ein „digitales Dorf“ mit einer leistungsfähigen (5G-wertigen) Internetverbindung sein. Nahversorger stehen im persönlichen Kontakt mit ihren Kunden im Dorf, doch schließt das Online-Direktmarketing nicht aus. Zudem sollte jeder Unternehmer mit Lieferanten oder öffentlichen Stellen schnellstmöglich digital kommunizieren können. Parallel dazu braucht

„Die Selbstständigkeit muss am Land eine attraktive Perspektive darstellen.“

es digitale Kompetenzen. Es gibt Umweltgemeinden und das ist gut so. Warum nicht ein Zertifikat „Digitale Gemeinde“ oder „Digitaler Nahversorger mit Herz“ einführen? Das wirkt zweifach: Die Dörfer würden im Bemühen um so ein Zeugnis die Digitalisierung vorantreiben und die dadurch ausgesprochene Anerkennung würde einen weiteren Motivationsschub bringen. Es lässt sich viel tun, damit Nahversorger weiterhin mithelfen, die Lebendigkeit der Dörfer zu sichern.

INFO



Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier ist Politikwissenschaftler an der Donau-Universität Krems und Koordinator des Projekts ECO-net zur Zukunft ländlicher Räume sowie gemeinsam mit Gottfried Haber wissenschaftlicher Koordinator des „Masterplan Ländlicher Raum“.

Impressum

ADEG Handelsaktiengesellschaft
IZ NÖ Süd, Straße 3, Objekt 16
A-2355 Wr. Neudorf

Vorstand: Brian Beck & Jürgen Öllinger
Aufsichtsratsvorsitzender: Marcel Haraszi

Firmenbuchnummer: FN 119982w
Firmenbuchgericht: Wiener Neustadt
Aufsichtsbehörde: BH Mödling
Kammer: Wirtschaftskammer Österreich-Sektion Handel

UID-Nr.: ATU 15255505

Telefon: +43 2236 600-0

Für den Inhalt verantwortlich: Mag. (FH) Yasmin-Kathrin Kellner

Redaktion, Grafik & Layout: P8 GmbH

Copyright: Alle Texte, Daten und Bilder. Alle Rechte vorbehalten.

Coverbild: Maria Ritsch



Foto: Maria Ritsch

