

Alexandra Pichlbauer

Öffentliche Bibliothek der Marktgemeinde Schwertberg

Marktplatz 7, 4311 Schwertberg

Facebook: Bibliothek Schwertberg Instagram: bibliothek_schwertberg

Ein Regionalshop in der Bibliothek Vorstellung eines neuen Kooperationsmodells

Projektarbeit im Rahmen der Ausbildung für hauptamtliche
Bibliothekarinnen und Bibliothekare

4. Ausbildungslehrgang 2020-2021

Projektbetreuer: Mag. Markus Feigl

Schwertberg, 13.9.2021

Name: Alexandra Pichlbauer

Bücherei: Bibliothek Schwertberg

Titel: Ein Regionalshop in der Bibliothek - Vorstellung eines neuen Kooperationsmodells

KURZFASSUNG

Bibliotheken stehen im Wandel der Zeit. Von der einstigen Thekenbücherei haben sie sich während der letzten Jahrzehnte zum sogenannten "Dritten Ort" gewandelt. Als konsumfreier Aufenthalts-, Begegnungs-, Lern- und Erlebnisort stehen sie nunmehr allen Menschen offen. In Schwertberg entwickelte sich die Bibliothek zudem zu einem regionalen Einkaufsort, einem Treffpunkt für Feinschmecker und Leseratten gleichermaßen. Warum diese Kooperation funktioniert, welche Vorteile sie für beide Institutionen bringt, auf welchen rechtlichen Grundlagen sie fußt und wie beide von gemeinsamen und separaten Veranstaltungen und Projekten profitieren, ist Gegenstand dieser Arbeit.

Die verwendeten Bezeichnungen erfassen gleichermaßen weibliche und männliche Personen.

Schlagworte: Kooperationspartner, Marktbelebung, Dritter Ort, Regionalshop Schwertberg, Bibliothek Schwertberg.

Inhaltsverzeichnis

1. Ziele und Leitfragen	6
2. Die Idee eines Regionalshop.....	7
2.1. Die Anfänge des Regionalshops Schwertberg	7
2.2. Gründung des Regionalshops	8
2.2.1. Symbiose mit der Bücherei.....	8
2.2.1.1. Vorteile einer Symbiose für den Regionalshop	8
2.2.1.2. Vorteile einer Symbiose für die Bibliothek.....	9
2.2.1.3. Vorteile einer Symbiose für den Ort	10
2.2.2. Gründung des Vereins DOSTE	10
2.2.3. Regionalshop wird „Leader-Projekt“	12
2.2.4. Projektverwirklichung.....	13
3. Rechtliche Aspekte	14
3.1. Wahl der Rechtsform	14
3.1.1. Bäuerliche Direktvermarktung	14
3.1.2. Lebensmittelhandel.....	15
3.1.3. Fachvermietung	16
3.2. Datenschutz	19
3.3. Registrierkassenpflicht.....	19
3.4. Alkoholverkauf – Jugendschutz	23
3.5. Kennzeichnungspflicht	25
3.6. Differenzierte Rechtsbeurteilungen.....	27
4. Finanzielle Aspekte	30
4.1. Errichtungskosten	30
4.2. Laufende Kosten.....	30
4.2.1. Betriebskosten	30
4.2.2. Personalkosten	30
5. Neue Anforderungen an die BibliotheksmitarbeiterInnen	32
6. Umfrage zur Zufriedenheit mit Bibliothek und Regionalshop Schwertberg	33
6.1. Die Planung der Befragung.....	33

6.2. Der Pretest	34
6.3. Die Durchführung	34
6.4. Die Fragen und die Antworten	35
6.5. Resümee	55
7. Kooperierende Projektverwirklichungen	57
7.1. Lockdown-Challenges	57
7.2. Schwertberger Einkaufsaktion	59
7.2.1. Worum ging es	59
7.2.2. Wie konnten wir uns daran beteiligen und warum	59
7.2.3. Resümee Regionalshop Schwertberg	60
7.2.4. Resümee Bibliothek Schwertberg	61
7.3. Gemeinsamer Werbeauftritt	63
7.3.1. Die Vorbereitung	63
7.3.2. Die Durchführung	63
7.3.2.1. Plakatserie	63
7.3.2.2. Flyer	64
7.3.2.3. Transparent	65
7.3.3. Resümee	66
7.4. Projekt „BUCHSTART“- Schwertberg	67
7.4.1. Die Vorbereitung	67
7.4.2. Die Durchführung	67
7.4.2.1. Einholung von Vorinformationen	67
7.4.2.2. Regionalshop-Goodies	68
7.4.2.3. Inhalt und Kosten des „BUCHSTART“-Willkommenspakets:	68
7.4.2.4. Start des Projektes	69
7.4.3. Resümee	69
7.5. Buch- und Produktkooperationen	70
7.6. Veranstaltungs- und Produktkooperationen	70
8. Reflexion	71
9. Anhang (Bilder, Presseberichte, Fragebogen, Flyer)	73
9.1. Zur Entwicklung des Regionalshop Schwertberg	73
9.2. Regenbogen-Challenge	75
9.3. „frame it“ - Challenge	78
9.4. Fragebogen	85

9.5. <i>Schwertberger Einkaufsaktion</i>	93
9.6. <i>Gemeinsamer Werbeauftritt</i>	95
9.7. <i>„BUCHSTART“ Schwertberg</i>	100
9.8. <i>Buch- und Produktverbindungen</i>	103
9.9. <i>Veranstaltungs- und Produktverbindungen</i>	107
9.10. <i>Regionalshop-Vereinbarung</i>	108
10. Literaturverzeichnis	111
10.1. <i>Printverzeichnis</i>	111
10.2. <i>Onlineverzeichnis</i>	111
11. Abbildungsverzeichnis	113
12. Abkürzungsverzeichnis	116

1. Ziele und Leitfragen

Die Frage warum ich im Rahmen einer bibliothekarischen Ausbildung einen Regionalshop vorstelle, lässt sich einfach beantworten. Ich bin ein überzeugter Anhänger und Fan des Regionalshops. Wie es soweit kam und warum eine Kooperation mit einer Bibliothek besonders im ländlichen Raum hervorragend funktioniert, das werde ich in meiner Projektarbeit aufzeigen.

Die Errichtung und insbesondere die rechtlichen Rahmenbedingungen zur Führung eines derartigen Kooperationsmodells werfen Fragen auf und benötigen mühevoll und zeitintensive Recherche. Warum aber nicht einmal ermittelte Fakten, Überlegungen, Rechtsansichten und Erfahrungen mit anderen Menschen teilen? Das Rad muss nicht jedes Mal neu erfunden werden. Meine Projektarbeit soll Leitfaden, Inspiration und Motivation für andere innovative Bibliotheken sein.

Im Rahmen einer Kundenbefragung werde ich zudem Wünsche, Anregungen und Meinungen der Bevölkerung eruieren. Finden sie die Kooperation gelungen? Was könnte verbessert werden? Wie ist das Verhältnis von Leser und Einkäufer? Welchen Nutzen haben die Bibliothek und der Regionalshop für den Ort?

Um meine theoretischen Ansätze zu untermauern, werde ich einige (neue) Veranstaltungen und Projekte, die wir während meiner bibliothekarischen Ausbildung durchführten, vorstellen. Wie profitiert der Regionalshop von einer Bibliotheksveranstaltung? Gibt es mehr Kunden oder Ausleihen wenn der Regionalshop aktiver als die Bibliothek ist? Gibt es Kooperationen bei denen beide Einrichtungen profitieren?

Diese und viele weitere spannenden Fragen werde ich auf den folgenden Seiten beantworten.

2. Die Idee eines Regionalshop

2.1. Die Anfänge des Regionalshops Schwertberg

Frau Renate Angerer stand der Gemeindebibliothek von 1990 bis 2016 vor. Sie war und ist eine Koryphäe auf ihrem Gebiet, leitete die Bibliothek mit unsagbarem Geschick und viel Liebe. Ihre Offenheit gegenüber Neuem und Außergewöhnlichem hat den Stein ins Rollen gebracht, dass es nun in Schwertberg eine Bibliothek mit integriertem Regionalshop gibt. Eine ortsansässige Biobäuerin in Schwertberg besuchte damals als Kundin regelmäßig die Bücherei. Zwischen den Ausleihvorgängen kamen beide ins Gespräch. Die Landwirtin erwirtschaftete damals (und heute) feinstes Bio-Vollkornmehl, Bio-Vollkornnudeln und Säfte. Neben diesen Produkten verkauft(e) sie auch Bio-Freilandeier im hauseigenen Hofladen, der sich aber einige Kilometer außerhalb des Ortskernes befand. Das „Marktsterben“ machte auch vor Schwertberg mit seinen ca. 5.300 Einwohnern nicht halt. Der im Zentrum situierte Supermarkt und eine alteingesessene Fleischerei schlossen ihre Tore, weshalb sich Einkäufe - vor allem für die Bewohner des Seniorenzentrums - als beschwerlich herausstellten, was wiederum auch Thema in der Bücherei war. Aus dieser Not heraus hatte Frau Angerer die Idee, Produkte, wie die von der ortsansässigen Bio-Bäuerin, in der Bibliothek stellvertretend für die Landwirte zu verkaufen. Die Gemeinde als Träger bejahte ihre Idee und argumentierte damit, dass diese Vorgehensweise als Aspekt der Marktbelebung angesehen werden könne. Eine nähere rechtliche Auseinandersetzung gab es zu diesem Zeitpunkt nicht. Für Kunden gab es keine Belege, der Verkauf wurde mit der Hand auf einem Notizzettel mitgeschrieben, am Ende des Monats wurden alle Posten zusammengerechnet und dem Produzenten der Verkaufserlös bar ausgehändigt. Eine Provision war nicht vorgesehen. Rechtliche Probleme gab es keine, weder auf Kunden- noch auf Produzentenseite, im Gegenteil, beide Seiten waren froh über die einfache Handhabung beim Verkauf einerseits und über das neue Angebot in der Bibliothek andererseits. Alle Anbieter waren Kunden der Bücherei, weshalb vor allem regionale Produkte (wie Honig, Öle, Marmeladen, Kürbisse) und Fairtrade-Waren verkauft wurden. Eine Bewerbung der Verkaufsstelle erfolgte nicht, sie war nur bei den Bibliothekskunden bekannt und wurde auch größtenteils nur von diesen frequentiert.

2.2. Gründung des Regionalshops

Im Jahr 2016 übersiedelte die Bücherei in das Julius-Strnadts Haus direkt am Marktplatz. Den bereits seit Jahren praktizierten Verkauf von regionalen Waren, wollte die Gemeindeverwaltung weiterführen. Vor allem funktionierte die bisherige Symbiose einwandfrei und es profitieren alle davon. Der Shop sollte nun aber vor allem nicht nur rechtskonform, sondern auch unter einem neuen Erscheinungsbild – nämlich als Regionalshop Schwertberg – weitergeführt werden.

2.2.1.Symbiose mit der Bücherei

Die außerbibliothekarische Offenheit der damaligen Leiterin Renate Angerer und ihr Bestreben aktiv gegen das "Marktsterben" vorzugehen, waren die Grundsteine für die Symbiose. Es war ihre freie Entscheidung die zusätzlichen Tätigkeiten mitzuführen und dafür auch persönlich die Verantwortung zu übernehmen. Die Gemeindepolitik und -verwaltung ließ ihr freie Hand und mischte sich nicht in die Tätigkeiten ein. Doch was waren bzw. sind die Gründe, dass die Symbiose so gut funktioniert(e)? Was haben Leseratten und Feinschmecker gemeinsam?

2.2.1.1.Vorteile einer Symbiose für den Regionalshop

Den größten Nutzen, den der Regionalshop von der Bibliothek genießt ist, dass der Kundenfluss bereits existiert und höchstwahrscheinlich nie abreißen wird. Es wird immer Familien mit Kindern geben, Menschen, die gerne lesen und Veranstaltungen besuchen. Es wird nie an der Monopolstellung der Bibliothek im Ort gerüttelt werden. 2019 verzeichnete die Bibliothek 23.841 Entlehnungen (bei ca. 5.300 Einwohnern). 966 aktive Benutzer mussten in diesem Jahr beim Besuch der Bibliothek auch ständig durch den Regionalshop-Bereich gehen, der baulich dem Bibliotheksbereich vorgelagert ist. Der Regionalshop profitiert dadurch vor allem von den „Was soll ich morgen kochen?“ und den „Wenn ich schon da bin, kann ich auch gleich noch die Bio-Eier mitnehmen“ – Bibliothekskunden.

Auch die Lage der Bibliothek spielt eine Rolle. Sowohl das alte als auch das neue Gebäude befinden sich im Ortszentrum. Für viele Bewohner des Seniorenzentrums liegt die Bücherei in zu Fuß bewältigbarer Nähe. Ein Besuch derselben und ein gesprächiger Austausch mit der Büchereimitarbeiterin stellt für viele eine willkommene Abwechslung dar, bei der nebenbei auch noch Grundnahrungsmittel gekauft werden können.

Alle Waren der Regionalshop-Anbieter stammen aus der näheren Umgebung. Der ökologische Fußabdruck der Lieferanten ist somit gering. Die Wichtigkeit einer regionalen Versorgung wurde vielen während der Corona-Pandemie erst so richtig bewusst.

Stichwort gesunde Lebensmittel. Die angebotenen Produkte werden größtenteils biologisch erzeugt. Meist erledigen die Mütter den Lebensmitteleinkauf und in weiterer Folge auch die Jausenzubereitung für Schule und Kindergarten. 53 % unserer aktiven Kunden sind Kinder. Diese kommen meist in Begleitung eines – vorwiegend weiblichen – Elternteils in die Bibliothek. Nachdem der Regionalshop immer durchquert werden muss bevor man in den Bibliotheksbereich gelangt, spricht das Warenangebot diese Gruppe von Bibliothekskunden sicherlich an.

Eine (ungeprüfte) Behauptung meinerseits ist zudem, dass eine Vielzahl an Menschen die lesen, auch Wert auf Qualität und Regionalität ihrer Lebensmittel legen. Grund dafür ist bei vielen sicherlich eine höhere akademische Ausbildung. Nichts desto trotz gibt es aber auch Nicht-Akademikerinnen, die sich (und ihre Familien) gesund und regional ernähren und mit ihrem Einkaufsverhalten aktiv gegen das Marktsterben vorgehen möchten.

2.2.1.2. Vorteile einer Symbiose für die Bibliothek

Interessant ist natürlich auch die Betrachtungsweise in die andere Richtung, nämlich in welcher Hinsicht die Bibliothek vom Regionalshop profitiert?

Der größte Nutzen für die Bibliothek liegt in der Neugewinnung von Kunden, die den Regionalshop besuchen und dabei auch die Vorzüge der Bibliothek erstmalig kennen lernen. Unser „Buch-Neuheiten-Tisch“ befindet sich direkt neben dem Kassabereich. Während des Anstellens an der Theke bzw. während des Kassiervorganges kann der Kunde einstweilen die aktuellen Neuerscheinungen der Bibliothek inspizieren. Vielleicht fällt ihm gerade das Buch auf, das er auf seiner Leseliste hat, greift zu und wird Bibliothekskunde.

Möglich ist natürlich auch, dass er durch die aufgelegten Flyer und Plakate animiert wird eine Bibliotheksveranstaltungen zu besuchen.

Besonders in kleinen Geschäften, in denen man nicht „ungestört“ das Angebot durchstöbern kann, sondern häufig vom Ladeninhaber angesprochen wird, fühlen sich viele Kunden zum Teil zum Kaufen genötigt.

Diese Art von Zwang liegt im Regionalshop nicht vor. Die Bibliothek ist konsumfrei und außerdem sehr gut frequentiert, weshalb unsere Tätigkeit überwiegend hinter dem Ladentisch stattfindet als davor. Durch unsere zweiseitigen, großflächigen Schaufenster ist die Kundenfrequenz von außen sichtbar und lädt auch unsichere Einkäufer ein die Räumlichkeiten zu betreten.

Weiters begleiten viele Großeltern ihre Enkel in die Bibliothek. Viele von diesen sind keine Bibliothekskunden, verbringen die Wartezeit einstweilen im Regionalshop-Bereich und kaufen dann den einen oder anderen Artikel.

Das teilweise Aufwachen unserer Konsumgesellschaft zum einfacheren und rücksichtsvolleren Verhalten mit sich selbst, anderen gegenüber und vor allem der Umwelt, ist es zu verdanken, dass Mitbringsel und Geschenke zu diversen Anlässen ausgewählter und achtsamer gekauft werden. Viele unserer Regionalshopkunden (darunter auch ich) verschenken „Genusstascherl“ aus dem Regionalshop. Dieses Genusstascherl (siehe Anhang Abb. 15) wurde von uns kreiert und es kann von den Kunden individuell mit diversen Köstlichkeiten aus dem Shop befüllt werden. Zuletzt hat eine ortsansässige Firma ihre gesamten Mitarbeiter-Weihnachtsgeschenke im Regionalshop bestellt. Von der Gewinnung dieser potentiell neuen Regionalshopkunden profitiert indirekt auch wieder die Bibliothek.

2.2.1.3. Vorteile einer Symbiose für den Ort

In unserer Kundenbefragung, die im Herbst 2020 durchgeführt worden ist, stellte ich gezielt einige Fragen in Bezug auf Marktbelebung durch Tätigkeiten der Bibliothek bzw. des Regionalshops (siehe Abschnitt 6.4. insb. Frage 1.2.). Die Antworten zeigten, dass die beiden Institutionen einen wertvollen Beitrag zur Marktbelebung leisten, verbinden doch 71,9 % der auswärtig wohnhaften Kunden ihren Besuch in der Bibliothek bzw. im Regionalshop meist noch mit anderen Tätigkeiten im Ort selbst.

2.2.2. Gründung des Vereins DOSTE

Viele Gemeinden im ländlichen Raum sehen sich mit dem Problem des „Marktsterbens“ konfrontiert. Vielfach wird der Markt als Nahversorger durch

Einkaufszentren ersetzt, die Kunden bleiben aus, die Geschäfte schließen, der Markt stirbt aus. Mit dem Abwandern von Betrieben verliert ein Ort an Attraktivität, die Jungen siedeln sich woanders an. Geringe Steuereinnahmen zwingen eine Gemeinde zu Einsparungen vor allem im Kultur-, Sport- und Freizeitbereich, die Gemeinde wird unattraktiv. Eine Entwicklung die jede Gemeinde verhindern will. So auch die Gemeinde Schwertberg, die sich durch den Bau von Einkaufszentren in den unmittelbaren Nachbargemeinden schon seit den 90er Jahren mit dem "Marktsterben" konfrontiert sah. Dagegen musste vorgegangen werden.

Am 20.01.2011 wurde die Errichtung des Vereins „L(i)ebenswertes Schwertberg“, Verein zur Dorf- und Stadtentwicklung der Marktgemeinde Schwertberg (kurz DOSTE Schwertberg) der Bezirkshauptmannschaft Perg angezeigt.

Der Verein sollte zur Drehscheibe verschiedener Initiativen im Ort werden, um zur Erhaltung und Verbesserung des ländlichen Raumes beizutragen, insbesondere durch Projekte zur Stärkung der Gemeinschaft, durch Projekte zur Landschafts- und Grünraumgestaltung und durch Projekte, die die Wiederbelebung des Ortskerns zum Ziel haben.

Diese Vereine werden vom Oö. Landesverband der Dorf- & Stadtentwicklungsvereine beim Amt der Oö. Landesregierung, Abteilung Raumordnung betreut und in Form einer Startförderung, fachlicher Beratung und Beistellung von Moderatoren sowie finanziellen Projektförderungen unterstützt.

Eines der ersten Projekte, das der Verein DOSTE in Angriff nahm, betraf die Bibliothek Schwertberg. Im Mai 2011 wurden ausrangierte Telefonzellen in Bücherzellen umfunktioniert und im Park, auf der Freizeitwiese und am Marktplatz aufgestellt. Betreut wurden (und werden sie auch noch immer) von den Bibliotheksmitarbeiterinnen. Diese und auch Bürger stellen Bücher in die Zellen. Jeder darf sich kostenlos ein Buch mitnehmen und es entweder wieder zurückbringen oder es behalten und stattdessen eines von seinen Büchern abgeben. Das Projekt wurde seitens des Landes Oö. als förderwürdig befunden und dementsprechend unterstützt.

Ein weiteres sehr erfolgreiches Projekt, das im Jahr 2012 von der DOSTE in Zusammenarbeit mit der Bücherei verwirklicht wurde, ist das „Schwertberger Sozialgartl“. Die Idee war (und ist noch immer), den bewussten und nachhaltigen

Umgang mit Lebensmitteln zu fördern. Alle Personen, die Gemüse, Obst, Pflanzen, Kräuter und Blumen, aus ihren Gärten übrig haben, können diese in die Bibliothek Schwertberg bringen. Andere Bibliotheksbesucher können diese Produkte gegen eine freiwillige Spende erwerben. Der dadurch gesammelte Erlös kommt sozialen Projekten in Schwertberg zugute. Das Projekt wurde 2014 mit dem „VIKTUALIA Award“ ausgezeichnet. Es läuft nach wie vor sehr gut, die Verwaltung dieses Projektes erfolgt durch die Bibliotheksmitarbeiterinnen.

Der Verein DOSTE hat über die Jahre hinweg viele Projekte realisiert, in Bezug auf die Bibliothek Schwertberg sind vor allem die Bücherzellen (2011), das Sozialgartl (2012) und der Regionalshop Schwertberg (2016) von besonderer Bedeutung.

2.2.3. Regionalshop wird „Leader-Projekt“

„Leader“ ist eine seit 1991 bestehende Gemeinschaftsinitiative der EU, welche die Stärkung des ländlichen Raumes zum Ziel hat. Der Verein „LAG Perg-Strudengau“, dem 24 Gemeinden des Bezirkes Perg, darunter auch Schwertberg, angehören, hat die Aufgabe, das zugeteilte Förderbudget an ansuchende Projektträger, laut den in den Statuten des Vereines¹ normierten Projektauswahlkriterien, zu vergeben. Die Förderhöhe ist aktuell mit 80 % bzw. maximal € 150.000 begrenzt. In den letzten 20 Jahren investierte die Region Perg-Strudengau rund 32 Mio. Euro in 165 Projekte, die mit 11,5 Mio. Euro Fördergeld unterstützt wurden.²

Der Verein DOSTE beschloss am 2.3.2016 für das Projekt „Regionalshop Schwertberg“ einen „Leader“ - Antrag zu stellen. Das Projektauswahlgremium hat am 25.04.2016 das Projekt als förderwürdig eingestuft. Begründet wurde dies insbesondere damit, dass durch den Regionalshop die regionale Direktvermarktung gefördert und flexible Nahversorgungsstrukturen etabliert werden. Dadurch kommt es zu einer Stärkung der Landwirtschaft und des Gemeinwohls. Das Amt der Oö. Landesregierung erteilte mit 25.07.2016 eine Förderzusage von 40 % für das Projekt „Regionalshop Schwertberg“.

Mittlerweile sieben Projekte aus der Gemeinde Schwertberg wurden als „Leader-Projekt“ gefördert (nämlich Regionalshop, Langfristiger Schutz der Bühnentechnik

¹http://www.region-strudengau.at/beitraege/downloads/Statuten%20LAG%20PERG-STRUDENGAU_28.04.2015....pdf

²<https://www.strudengau.tv/ankuendigung-20-jahre-leader-in-20-minuten/>

der Aiser-Bühne, Biohof Mascherbauer, Gastro-Gäste-Überdachung Aiser-Bühne, Koa g´mahte Wiesen Schwertberg, Bienenschutzprojekt, Zillenfahren auf der Aist).

2.2.4. Projektverwirklichung

Im Erdgeschoss des Hauses "Am Marktplatz 7" wurde zunächst die Bibliothek im hinteren Bereich auf 104 m² eingerichtet, im vorderen Bereich auf 38 m² befindet sich der Regionalshop.



Abbildung 1: Um in den Bibliotheksbereich zu gelangen, müssen die Kunden zunächst den Regionalshop-Bereich passieren

Am 1. März 2016 wurde die Bibliothek Schwertberg in den neuen Räumlichkeiten eröffnet, vier Monate danach am 1. Juli 2016 der Regionalshop Schwertberg (siehe Anhang Abb. 16).

Zum Zeitpunkt der Eröffnung umfasste der Regionalshop Schwertberg 15 Shop-Partner, die 127 regional erwirtschaftete Produkte lieferten. Dazu zählten bspw. Wachtel- und Hühnereier, Vollkornprodukte (Mehl, Flocken, Nudeln, Reis), Kürbiskerne, Leinsamen, Kapuzinerkresse, Speck, Wurst, Leinöl, Honig, Propolis, Schnaps, Kekse, Fairtrade - Produkte (Kaffee, Reis, Schokolade, Gewürze), Schwertberger Bier, Tante Fanny Frischteige, diverse Schwertberg - Geschenkartikel und auch das Schwertberger Sozialgartl ist hier untergebracht.

3. Rechtliche Aspekte

3.1. Wahl der Rechtsform

Bei der Wahl der rechtlichen Ausgestaltung des Regionalshops kamen folgende Rechtsformen in Frage:

3.1.1. Bäuerliche Direktvermarktung

Eine Idee war den Regionalshop als „Bauernladen“ zu etablieren. Jeder Land- und Forstwirt hat in Österreich das Recht seine Erzeugnisse zu verkaufen, sofern dieses Recht nicht gesetzlich eingeschränkt ist. Sie dürfen mehrere Verkaufsstätten einrichten, eine räumliche Beschränkung (zB. Entfernung vom landwirtschaftlichen Betrieb) besteht dabei nicht. Sie dürfen auch Hilfskräfte beschäftigen, die für den Verkauf eingesetzt werden. Für einen Bauernladen gilt das Gewerberecht nicht (somit ist auch kein Gewerbeschein, Befähigungsnachweis, Geschäftsführerbestellung oder Betriebsanlagengenehmigung erforderlich). Ebenfalls gilt auch das Öffnungszeitengesetz nicht, eine baurechtliche Genehmigung kann uU. jedoch notwendig sein.³

Erforderlich ist in **formeller Hinsicht** insbesondere, dass nach außen der Landwirt in Erscheinung treten muss. Jedes Produkt muss einem bestimmten Landwirt zugeordnet werden können. Es muss erkennbar sein, dass der Verkauf im Namen und auf Rechnung des einzelnen Landwirtes erfolgt (zB. Etikettierung, Beschilderung, Rechnung). Das Verkaufsrisiko liegt dabei beim Landwirt.⁴

In **materieller Hinsicht** ist folgendes zu beachten: Zu den Produkten, die ein Land- und Forstwirt in einem Bauernladen verkaufen darf, zählen alle Produkte aus der **Land- und Forstwirtschaft**⁵. Das sind pflanzliche Erzeugnisse⁶, tierische Erzeugnisse⁷, fremde zugekaufte Produkte (Urprodukte und/oder be-/verarbeitete Produkte) des jeweiligen Betriebszweiges, sofern diese nicht mehr als 25 % des

³ vgl. LFI I, 9., 10.

⁴ vgl. LFI I, 26.

⁵ § 2 Abs. 1 Z1 GewO

⁶ § 2 Abs. 3 Z1 GewO

⁷ § 2 Abs. 3 Z2 GewO

Umsatzes des LuF - Betriebes überschreiten⁸, Produkte aus Jagd und Fischerei⁹ und Urprodukte, auch wenn diese be- oder verarbeitet wurden¹⁰.

Weiters sind Produkte aus einem **Verarbeitungsgewerbe** erlaubt, wobei die Ver- oder Bearbeitung des eigenen Naturproduktes auch ein befugter Gewerbetreibender machen darf¹¹. Erfasst sind somit alle Produkte, die nicht in der Urprodukte-VO aufgelistet sind und für die eine Form der Be- und Verarbeitung notwendig ist.¹²

Auch der Verkauf von **Produkten aus häuslicher Nebenbeschäftigung** ist erlaubt. Dazu zählen Backwaren, bäuerliche Kleinkunst (bemalte Eier, Strickwaren, Korbwaren), Türkränze, Duftsäckchen, Holzschnitzereien, eingelegtes Gemüse und Kräuter und Obst aus dem eigenem Garten.¹³

Die vom Verein einzubehaltende Miete würde der Abdeckung der Betriebs-, Personal- und Werbekosten dienen.

Für diese Vermarktungsform spricht, dass die LuF für den Verkauf ihrer Produkte in rechtlicher Hinsicht selbst in der Verantwortung stehen, es wird lediglich der Raum und das Personal zur Verfügung gestellt. Allerdings wäre das Sortiment begrenzt auf die o.a. Produkte. Der Verkauf von Kunsthandwerksprodukten außerhalb der häuslichen Nebenbeschäftigung und von Handelsware ist vom Direktvermarktungskonzept nicht erfasst.

3.1.2. Lebensmittelhandel

Eine weitere Möglichkeit ist die Anmeldung eines Gewerbes lautend auf „Handelsgewerbe mit Ausnahme der reglementierten Handelsgewerbe und Handelsagent“. Nachdem der Großteil unserer angebotenen Produkte Lebensmittel sind, müsste eine Zureihung zum Lebensmittelhandel erfolgen. Damit könnten wir

⁸ § 2 Abs. 3 Z1 GewO

⁹ § 2 Abs. 3 Z3 GewO

¹⁰ vgl. § 2 Abs. 3a GewO iVm Urprodukte-VO

¹¹ vgl. §§ 2 Abs. 1 Z2 und 2 Abs. 4 Z1 GewO

¹² vgl. LFI I, 6.

¹³ vgl. § 2 Abs 1 Z9 GewO, LFI I, 9., LFI II, 32.

(fast¹⁴) alle Lebensmittel – auch jene, die von einem reglementierten Gewerbe erzeugt wurden wie bspw. Bäckerei- oder Fleischereiprodukte – in eigenem Namen und auf eigene Rechnung verkaufen. Zusätzlich könnten wir auch alle Kunsthandwerksprodukte verkaufen, eine zusätzliche Gewerbeanmeldung wäre nicht unbedingt notwendig.

In **rechtlicher Hinsicht** wäre allerdings noch einiges mehr zu beachten, insbesondere das Gewerberecht (freies Gewerbe, Geschäftsführerbestellung, Betriebsanlagengenehmigung), das Steuerrecht (Umsatzsteuer, Einkommenssteuer bzw. Körperschaftssteuer, Buchführungspflichten, etc.), das Lebensmittelrecht und noch viele weitere Vorschriften, die den Handel betreffen (zB. Öffnungszeitengesetz, Registrierkassenvorschriften, etc.).

In **finanzieller Hinsicht** fielen weitere Abgaben, Steuern und Gebühren an, wie bspw. die jährliche Gebühr für den Gewerbeschein und die Mitgliedschaft bei der Wirtschaftskammer, wobei es insbesondere im Steuerrecht Befreiungen für Kleinunternehmer gäbe.

Die Verantwortung und die Haftung, die uns durch den Betrieb eines Lebensmittelhandels auferlegt wäre, stünde in keiner Relation zum angedachten, nicht gewinnorientierten Verkauf von regionalen Produkten stellvertretend durch die Bibliotheksmitarbeiterinnen. Die durch diese Vorschriften auferlegten Pflichten, könnten nicht „nebenbei“ miterledigt werden. Obwohl regionale Verkaufsstellen wieder boomen, könnte der Regionalshop in dieser Form wohl nicht überleben.

3.1.3. Fachvermietung

Eine weitere Möglichkeit ist, Regalflächen an die Regionalshop-Anbieter iSd §§ 1090 ff. ABGB zu vermieten. Für diese Rechtsform hat sich der Verein DOSTE schlussendlich auch entschieden.

¹⁴ Im Bereich der Medizin, Drogerie, Waffen und Versicherungsleistungen sind weitere Voraussetzungen erforderlich.

Die Regionalshop-Anbieter **mieten** sich einen Teil der Regionalshop-Verkaufsfläche zur Präsentation und zum Verkauf ihrer Waren.

Die **Mietzinsvereinbarung** kommt den Lieferanten entgegen, denn der Mietzins beträgt 15 % vom erzielten Umsatz. Ein Mindestmietzins ist dabei nicht vorgesehen. Wer nichts verkauft, zahlt auch keinen Mietzins. Eine Gewinnerzielungsabsicht war und ist nicht Intention des Vereins. Die erzielte Miete wird ausschließlich zur Begleichung der Betriebs-, Personal- und Werbekosten verwendet.

Ein Gewinn, welcher der **Körperschaftsteuer** zu unterwerfen wäre¹⁵, ist bis dato nicht erzielt worden und ist aufgrund der Mietzinsregelung im Vertrag auch nicht beabsichtigt. Im Gegenteil, der Verein DOSTE wird für die Begleichung der Betriebskosten, die durch den Betrieb des Regionalshops anfallen und die idR. nicht durch die Mieteinnahmen gedeckt sind, von der Gemeinde Schwertberg subventioniert.

Zur Klärung der Frage, ob die Regionalshop-Miete der **Umsatzsteuer** unterliegt, ist bereits diskutabel, ob überhaupt eine gewerbliche oder berufliche Tätigkeit gem. § 2 Abs. 1 UStG vorliegt. Das ist gem. § 2 Abs. 5 Z 2 leg. cit. nämlich nicht der Fall, wenn eine Tätigkeit ausgeübt wird, die auf Dauer gesehen Gewinne oder Einnahmenüberschüsse nicht erwarten lässt (Liebhaberei). Auch wenn die Unternehmereigenschaft iSd. § 2 Abs. 1 UStG zu bejahen wäre, so wäre der Verein gem. § 6 Abs. 1 Z 27 UStG nicht nur von der Umsatzsteuer befreit, da die Umsätze € 35.000 nicht übersteigen, sondern gem. § 21 Abs. 6 UStG auch von der Verpflichtung zur Abgabe einer Steuererklärung. Von der Möglichkeit zur Steuerpflicht zu optieren wurde nicht Gebrauch gemacht, weshalb der Verein DOSTE die Miete ohne Umsatzsteuer vorschreibt.

¹⁵ vgl. § 1 Abs. 2 iVm § 7 Abs. 2 KStG

Dadurch, dass lediglich Regalflächen vermietet werden, liegt die **rechtliche Verantwortung** für die angebotenen Produkte bei den Lieferanten. Der Verkauf der Ware erfolgt in fremdem Namen und auf fremde Rechnung iS. einer **direkten Stellvertretung** gem. §§ 1002 ff. ABGB. ISd. Offenlegungsgrundsatzes kann jedes Regal bzw. jedes Produkt durch entsprechende Kennzeichnung dem jeweiligen Regionalshop-Anbieter zugeordnet werden. Es ist somit erkennbar, dass der Verkauf im Namen und auf Rechnung des einzelnen Regionalshop-Anbieters erfolgt. Die Bibliotheksmitarbeiterinnen fungieren beim Verkauf lediglich als Vermittler. Nicht der Regionalshop, sondern der Regionalshop-Lieferant wird Vertragspartner des Einkäufers. Dementsprechend übernimmt der Verein DOSTE auch keine **Gewährleistung** und **keine Haftung** für die verkaufte Ware. Die Regionalshop-Lieferanten sind somit auch selbst zur Einhaltung der **gewerberechtlichen** (uU. Gewerbeschein, Befähigungsnachweis, etc.) und **lebensmittelrechtlichen** Vorschriften¹⁶ angehalten. Damit diese Bestimmungen von den Regionalshop-Anbietern auch eingehalten werden können, sieht die Regionalshop-Vereinbarung (siehe Anhang 9.10.) vor, dass die Lieferanten aus Schwertberg bzw. aus der Region stammen müssen, denn nur so ist ein regelmäßiges Nachliefern und eine Kontrolle der Produkte in Bezug auf Haltbarkeitsdatum, Schäden und Diebstahl möglich. Die rechtskonforme **Kennzeichnung** der Produkte (zB. Allergene, Inhaltsstoffe, Haltbarkeitsdatum, etc.) bleibt in der Verantwortung der Lieferanten. Die Bibliotheksmitarbeiterinnen müssen lediglich die lebensmittelrechtlichen Vorschriften für die Hygiene vor Ort beachten (zB. Kühlung, Lagerung, etc.).

Aufgrund der Regalvermietung ist auch der Regionalshop-Lieferant für die **steuerliche** Meldung seiner Erträge, die aus dem Regionalshop-Vertrag resultieren, selbst verantwortlich.

Aktuell sind die Produkte der Regionalshop-Anbieter nicht gegen Feuer, Einbruch oder Wasserschäden **versichert**, insbesondere sind sie nicht vom Versicherungsschutz der Bibliothek mitumfasst. Ein Versicherungsschutz wäre allerdings wünschenswert.

¹⁶ vgl. die Vorgaben dazu in LFI III

Die Vereinbarung mit **Non-Food-Produzenten** ist auf 1 Jahr befristet. Grund dafür ist einerseits, dass die Regalflächen begrenzt sind, ein Mindestmietzins nicht vorgesehen ist, „Ladenhüter“ vermieden werden sollen und der administrative Aufwand so gering wie möglich gehalten werden soll. Andererseits möchten wir gerade im Kunsthandwerksbereich allen regionalen Künstlern die Möglichkeit bieten, ihre Produkte vorzustellen. Mit einem befristeten Vertrag und einer maximalen Mietdauer von 4 Monaten pro Jahr, können somit nicht nur mehr Künstler derselben Sparte Vertragspartner werden, es gibt dadurch auch Abwechslung und neue Produkte in den Geschäftsräumlichkeiten.

3.2. Datenschutz

Nachdem der Verein DOSTE Daten seiner Vertragspartner (Name, Adresse, Telefonnummer, Kontonummer, Verkaufsstatistik, etc.) speichert und verarbeitet, sind auch die Bestimmungen der DSGVO zu beachten. Punkt 16 der Regionalshop-Vereinbarung enthält dazu die entsprechenden Bestimmungen, insbesondere muss auch ein Verarbeitungsverzeichnis für den Regionalshop geführt werden (siehe Anhang 9.10.)

3.3. Registrierkassenpflicht

Die Registrierkassenpflicht ist gesondert für Bibliothek und Regionalshop zu beurteilen. Seit 2016 gilt die Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht für Bareinnahmen. Unternehmen haben zur Einzelerfassung der Barumsätze ein elektronisches Aufzeichnungssystem (Registrierkasse) zu verwenden, wenn ihre Jahresumsätze € 15.000 und ihre Barumsätze € 7.500 überschreiten.¹⁷ Davon abgesehen muss jedem Barzahlenden ein Beleg über seine getätigte Leistung ausgehändigt werden.¹⁸

¹⁷ vgl. § 131b BAO

¹⁸ vgl. § 132a BAO

Bibliothek Schwertberg:

Die Bibliothek steht in der Trägerschaft der Marktgemeinde Schwertberg und wird rechtlich als Betrieb gewerblicher Art eingestuft und ist somit Unternehmer iSd. § 1 UStG.¹⁹ Nachdem § 132a Abs. 1 BAO auf den Unternehmensbegriff des § 2 Abs. 1 UStG verweist, gelten die Registrierkassen- und Belegerteilungspflichten auch für die Bibliothek. Das Gebührenmodell der Bibliothek Schwertberg sieht nicht Zeitgebühren, sondern Bandgebühren vor. Die Gebühr hängt vom jeweiligen Medium (Buch, Zeitschrift, DVD, Spiel, Hörbuch, Tonie, Toniebox), vom jeweiligen Alter (Kind, Jugendlicher, Erwachsener) und von der Dauer der Ausleihe ab. Somit fallen einerseits immer Barumsätze an, für die nach § 132a BAO Belegerteilungspflicht gilt, andererseits erzielt die Bibliothek für gewöhnlich (abgesehen von den Corona-Jahren) einen Jahresumsatz von über € 15.000 und überschreitet die Barumsatzgrenze von € 7.500, womit sie auch gem. § 131b BAO registrierkassenpflichtig ist.

Regionalshop Schwertberg

Der Regionalshop wird als Fremdverkauf geführt. Produkte werden auf fremden Namen und auf fremde Rechnung verkauft. Diese Beträge werden als „Durchlaufende Posten“ bezeichnet. Ein solcher erfordert, dass die Vereinnahmung in fremdem Namen und auf fremde Rechnung erfolgt und dies ausdrücklich gegenüber dem Kunden offengelegt wird. Durchlaufposten gehören nicht zu den Barumsätzen iSd. § 131b Abs. 1 BAO. Eine Verpflichtung sie in der Registrierkasse zu erfassen besteht somit nicht, sie können allerdings freiwillig erfasst werden.²⁰

Eine Verpflichtung zur **Belegerteilung** gem. § 132a BAO kann für Durchlaufposten nicht abgeleitet werden.²¹ Sie besteht nur für Barumsätze iSd. § 131b BAO.

¹⁹ strittig ist ihre rechtliche Qualifikation als gewerbliche Tätigkeit, Stichwort „Liebhaberei“ – vgl. § 2 Abs. 5 Z2 UStG

²⁰ vgl. den Erlass des BMF zur Einzelaufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht vom 4.8.2016, Abschnitt 2 (<https://findok.bmf.gv.at/findok?execution=e1s1>)

²¹ vgl. dazu die rechtlichen Ausführungen zu Durchlaufposten von Dr. Markus Metzl in der Österreichischen Ärztezeitung Nr. 8/25.04.2016, <https://www.aerztezeitung.at/archiv/oeaez-2016/oeaez-8-25042016/registrierkassenpflicht-klarstellung-belegerteilung-durchlaufende-posten-rezeptgebuehren-portogebuehren-markus-metzl.html>

Sie sind allerdings **einzelaufzeichnungspflichtig** zum Zweck der Überprüfung des Kassenstandes. Werden jedoch Durchlaufende Posten gemeinsam mit einem Barumsatz nach § 131b bzw. § 132a BAO in der Registrierkasse erfasst, unterliegen diese auch den allgemeinen Verpflichtungen der §§ 131b, 132a BAO einschließlich den Bestimmungen der Registrierkassensicherheitsverordnung (Siegel bzw. Signatur)²². Durchlaufende Posten sind bei freiwilliger Erfassung als nicht umsatzsteuerrelevant zu kennzeichnen (Erfassung als Null %-Umsatz). Im Falle eines echten Durchläufers fällt die Registrierkassenpflicht auch iS. einer nachträglichen Erfassung durch den liefernden Unternehmer weg.²³

Fazit

Die Barumsätze der Bibliothek Schwertberg unterliegen somit der Aufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht. Die Verkaufserlöse der Regionalshop-Produkte sind Durchlaufposten und unterliegen nur der Einzelaufzeichnungspflicht. Im Jahr 2016 haben wir ein Registrierkassenprogramm installiert. Wir mussten bzw. wollten sowohl die Bibliotheks- als auch die Regionalshop-Einnahmen in dieser Registrierkasse aufzeichnen und einen entsprechenden Beleg dem Kunden aushändigen. Der gemeinsame Beleg, auf dem sich sowohl der Barumsatz als auch der Durchlaufende Posten befindet, wird somit durch die Registrierkasse signiert.

²² Registrierkassensicherheitsverordnung BGBl II 410/2015 idF BGBl II 313/2020

²³ vgl. den Erlass des BMF zur Einzelaufzeichnungs-, Registrierkassen- und Belegerteilungspflicht vom 4.8.2016, Abschnitt 2 (<https://findok.bmf.gv.at/findok?execution=e1s1>)

Der Kassenbeleg muss den formalen Erfordernissen gem. § 132a Abs. 3 BAO und § 9 Abs. 3 Registrierkassensicherheitsverordnung entsprechen, nämlich:

1. die Bezeichnung des leistenden Unternehmens,
2. eine fortlaufende Nummer,
3. den Tag der Belegausstellung,
4. die Menge und die Bezeichnung der gelieferten Gegenstände oder die Art und den Umfang der sonstigen Leistungen,
5. den Betrag der Barzahlung,
6. Kennzeichnung, dass Durchlaufposten nicht umsatzsteuerrelevant sind (Null %-Umsatz) und
7. die Signatur.



Abbildung 2: Registrierkassenbeleg

Vor Einsatz Software "WINLINE" haben wir die Verkaufserlöse der Regionalshop-Produkte händisch aufgezeichnet, eine Pflicht zur Belegerteilung bestand für diese Durchlaufposten nicht. Kaufte jemand mehrere Produkte war es sehr zeitaufwändig diese in den jeweiligen Listen zu vermerken, zusammenzurechnen und zu kassieren. Dieses System ist bei unserem aktuellen Produktsortiment und bei den aktuellen Verkaufsmengen (im Dezember 2020 verkauften wir 1.721 Regionalshop-Produkte) nicht mehr vorzustellen. Die verkauften Mengen und Verkaufserlöse lassen sich mit Hilfe der Software am Monatsende schnell ermitteln. Die Abrechnung eines Monats nimmt allerdings durchaus Zeit in Anspruch, da die Beträge für jeden Anbieter (im Dezember 2020 waren es 30 Anbieter) ermittelt und elektronisch gespeichert werden müssen. Die Verkaufserlöse müssen bei der Bank einbezahlt werden, die Weiterüberweisung der Verkaufserlöse an die Anbieter übernimmt ein Mitglied des

Vereins DOSTE. Zusätzlich führen wir noch eine Statistik über die Verkaufsentwicklung.

Extrem zeitaufwändig ist die Erfassung der Barumsätze der Bibliothek. Für jeden noch so kleinen Betrag (bspw. € 0,60 für ein Erwachsenenbuch) muss der Betrag – mangels Schnittstelle Biblioweb und Winline – händisch als Leihgebühr im Registrierkassenprogramm eingeben und ein Beleg ausgedruckt und ausgehändigt werden. In umweltschutzrechtlicher Hinsicht bedenklich ist, dass das gebräuchliche Kassenbon-Thermopapier mit umstrittenen Chemikalien belastet ist. Übrig gebliebene Belege werden im Restmüll entsorgt. 2021 haben wir uns entschieden auf doppelt so teure umweltfreundliche Thermo-Bonrollen umzusteigen.

3.4. Alkoholverkauf – Jugendschutz

Nachdem im Regionalshop alkoholische Getränke (Schnaps, Wein, Bier, Alkohol-Mischgetränke, Frizzante, Most und Liköre) zum Kauf angeboten werden, müssen wir mit den einschlägigen Bestimmungen des Oö. JSchG. 2001 vertraut sein.

Gem. § 8 Abs. 1 leg. cit. ist *"Jugendlichen bis zum vollendeten 16. Lebensjahr der Erwerb und der Konsum von alkoholischen Getränken verboten. Jugendlichen ab dem vollendeten 16. Lebensjahr ist der Erwerb und der Konsum von gebrannten alkoholischen Getränken, auch in Form von Mischgetränken, verboten."*

Was genau der Gesetzgeber unter alkoholischen Getränken, gebrannten alkoholischen Getränken und Mischgetränken versteht, bedarf näherer Recherche.

Der Alkoholgehalt, den Getränke durch **natürliche Gärung** üblicherweise erreichen können, ist mit ca. 16 Vol.-% Alkohol begrenzt. Ausschließlich Gärungsalkohol enthalten Biere, Sturm und übliche Weine, Perlweine sowie Schaumweine, übliche Obstweine und Fruchtschaumweine und Met.²⁴

²⁴ vgl. Uhl, A.; Bachmayer S.; Schmutterer, I.; Strizek J. (2020): Handbuch Alkohol – Österreich. Band 2: Gesetzliche Grundlagen, Gesundheit Österreich, Wien, 4., 5.,

Ein Alkoholgehalt von bis zu 98 Vol.-% wird durch Destillation (Brennen) von Gärungsalkohol erzeugt. Der so gewonnene Alkohol wird als **gebrannter Alkohol** bezeichnet.²⁵

Reiner oder neutraler Alkohol ist durch natürliche Gärung und anschließende Destillation entstanden. Für neutralen Alkohol sind auch die Bezeichnungen Weingeist oder Spiritus gebräuchlich und für Getränke, die mehr als 15 Vol.-% gebrannten Alkohol enthalten, die Bezeichnung Spirituosen oder geistige Getränke.²⁶

Ein höherer Alkoholgehalt wird durch „**Gefrierkonzentration**“ erreicht, indem alkoholhaltige Getränke gefroren und die entstandenen Eiskristalle abgeschöpft werden (zB. Eisbock, Starkbier mit einem Alkoholgehalt von bis zu 67 Vol.-%).²⁷

Mischgetränke sind Getränke, die neben einer gebrannten alkoholischen Flüssigkeit mit anderen Flüssigkeiten gemischt werden (zB. Cola-Rum, Cocktails, Jäger-Tee, Alkopops,...).

Durch den Destillationsvorgang wird Ethanol nicht verändert, d.h. chemisch und von der Wirkung her unterscheidet sich gebrannter Alkohol nicht von Gärungsalkohol. Allerdings unterscheidet § 8 Abs. 1 Oö. JSchG. zwischen Getränken, die ausschließlich Gärungsalkohol enthalten und solchen, die gebrannten Alkohol enthalten. Für Getränke, die ausschließlich Gärungsalkohol enthalten, gilt ein Alkoholschutzalter von 16 Jahren und für Getränke, die ausschließlich oder teilweise gebrannten Alkohol enthalten, ein solches von 18 Jahren. Hochprozentige Produkte, die nicht durch Destillation, sondern durch Gefrierkonzentration gewonnen wurden, werden durch die sprachliche Ausformulierung des § 8 Abs. 1 leg. cit. nicht erfasst, aber Produkte mit relativ niedrigem Alkoholgehalt (zB. Alkopops = spirituosenhaltiges Mischgetränk) sehr wohl.²⁸

²⁵ vgl. Uhl, A.; Bachmayer S.; Schmutterer, I.; Strizek J. (2020): Handbuch Alkohol – Österreich. Band 2: Gesetzliche Grundlagen, Gesundheit Österreich, Wien, 4.

²⁶ vgl. Uhl, A.; Bachmayer S.; Schmutterer, I.; Strizek J. (2020): Handbuch Alkohol – Österreich. Band 2: Gesetzliche Grundlagen, Gesundheit Österreich, Wien, 4.

²⁷ vgl. Uhl, A.; Bachmayer S.; Schmutterer, I.; Strizek J. (2020): Handbuch Alkohol – Österreich. Band 2: Gesetzliche Grundlagen, Gesundheit Österreich, Wien, 5.

²⁸vgl. Uhl, A.; Bachmayer S.; Schmutterer, I.; Strizek J. (2020): Handbuch Alkohol – Österreich. Band 2: Gesetzliche Grundlagen, Gesundheit Österreich, Wien, 5., 16.

Für uns bedeutet dies in concreto:

An Jugendliche unter 16 Jahren dürfen keine alkoholischen Getränke verkauft werden. An Jugendliche zwischen 16 und 18 Jahren dürfen Wein, Bier, Mischgetränke mit natürlichem Gärungsalkohol (PedAle Radler 2,2 Vol.-%), Perlweine (Aronia-Perlwein mit 4,7 Vol.-%, und Seccos mit 6,2 Vol.-%) und Obstschaumweine (7,3 Vol.-%) verkauft werden.

Ein Verkauf ab 18 Jahre gilt bei folgenden Regionalshop-Produkten:

- Eierlikör(18 Vol.-%)
- Obstbrände (Aronia, Birne, Apfel, Mirabelle,...ca. 40 Vol.-%)
- Johannisbeerlikör (25 Vol.-%)
- Aronia-Likör (26,2 Vol.-%)

Gem. § 11 leg. cit. müssen wir im Zweifel das Alter des Kunden kontrollieren, da wir ansonsten gem. § 12 Abs. 1 Z 3 leg. cit. eine Verwaltungsübertretung begehen, die mit bis zu € 7.000 bedroht ist.

3.5. Kennzeichnungspflicht

Im Zusammenhang mit Produktplatzierungen aus dem Regionalshop und der Veröffentlichung derselben in der Gemeindezeitung und auf Social Media stellt sich die Frage, ob die Produkte als entgeltliche Veröffentlichung iSd. § 26 MedienG²⁹ gekennzeichnet werden müssen?

§ 26 MedienG normiert, dass Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, in periodischen Medien als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein müssen, es sei denn, dass Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können.

²⁹ vgl. Bundesgesetz vom 12. Juni 1981 über die Presse und andere publizistische Medien, StF: BGBl. Nr. 314/1981, idgF BGBl. I Nr. 148/2020

§ 1 Abs. 1 Z 1 leg. cit. definiert ein **Medium** als jedes Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Wege der Massenherstellung oder der Massenverbreitung. Beispiele für periodische Medien- bzw. Druckwerke sind Zeitungen oder Zeitschriften³⁰, also auch die Gemeindezeitung.

§ 1 Abs. 1 Z 5a MedienG besagt, dass ein **periodisches elektronisches Medium** ein Medium ist, das auf elektronischem Wege ausgestrahlt wird (Rundfunkprogramm) oder abrufbar ist (Website) oder wenigstens vier Mal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung verbreitet wird (wiederkehrendes elektronisches Medium). Somit sind Beiträge auf Websites, Instagram oder Facebook von dieser Bestimmung mitumfasst.

Werden Kooperationen nicht entsprechend gekennzeichnet, sieht § 49 MedienG die Verhängung einer Verwaltungsstrafe vor. Zudem kann ein Wettbewerbsverstoß nach UWG vorliegen, der neben Unterlassungs- auch Schadenersatzansprüche nach sich ziehen kann³¹.

Das UWG sanktioniert irreführende Geschäftspraktiken, wozu auch die Veröffentlichung von als Informationen getarnter Werbung zählt. Bei dieser werden scheinbar redaktionelle Inhalte präsentiert, die aber von einem Unternehmen zum Zweck der Verkaufsförderung bezahlt wurden. Die Sanktionierung richtet sich hier nicht gegen den Medieninhaber, sondern gegen das Unternehmen, das den Beitrag in Auftrag gegeben hat.³²

Zu unterscheiden ist zunächst, ob die (elektronische) Veröffentlichung durch die Bibliothek oder den Regionalshop erfolgt. Bibliothek und Regionalshop agieren in der Gemeindezeitung und in den sozialen Medien grds. getrennt voneinander. Beide verfügen über eigene Socia-Media-Accounts.

Die Regionalshop-Miete umfasst uA. auch Werbeleistungen. Da somit ein Entgelt zu Werbezwecken geleistet wurde, sind Beiträge gem. § 26 1. Hs. MedienG grds.

³⁰<https://www.usp.gv.at/brancheninformationen/information-und-kommunikation/kennzeichnung-entgeltlicher-veroeffentlichungen-gemaess-para-26-mediengesetz.html>

³¹ <https://www.derstandard.at/story/2000109552229/wenn-influencer-post-vom-anwalt-erhalten>

³² <https://www.derstandard.at/story/2000109552229/wenn-influencer-post-vom-anwalt-erhalten>

kennzeichnungspflichtig. Allerdings greift bezüglich Regionalshop mE die Ausnahmebestimmung im 2. Hs. leg. cit.: Hinsichtlich der Gestaltung und Führung des Regionalshop-Accounts dürfte keinerlei Zweifel hinsichtlich der Entgeltlichkeit der Beiträge bestehen, weshalb eine diesbezügliche Kennzeichnungspflicht entfällt. Unseren Gemeindezeitungslesern und Followern dürfte klar sein, dass Werbeleistungen für die RS-Anbieter nicht kostenlos sind.

Veröffentlicht allerdings die Bibliothek kombinierte Bücher- und Produktfotos in der Gemeindezeitung oder auf ihren Social Media-Accounts sind Zweifel hinsichtlich der Entgeltlichkeit berechtigt, es könnte sich um "Schleichwerbung" handeln. Entgeltlichkeit iSd. MedienG umfasst nicht nur Geldleistungen, sondern auch kostenlose Überlassungen von Produkten oder die Bereitstellung von "Affiliate-Links"³³.³⁴ Die Bibliothek postet Kombinationsfotos (siehe Anhang Abb. 61) unentgeltlich, weshalb gem. § 26 1. Hs MedienG keine Kennzeichnungspflicht besteht. Es stellt sich jedoch die Frage, ob bei einem durchschnittlich objektiven Leser bzw. Follower bei derartigen Posts Zweifel hinsichtlich Entgeltlichkeit auftreten könnten und damit gem. § 26 2. Hs MedienG doch eine Kennzeichnungspflicht bestünde? Ganz auszuschließen ist dies nicht, weshalb zumindest ein Hinweis auf unentgeltliche Produktplatzierungen ratsam wäre.

3.6. Differenzierte Rechtsbeurteilungen

Da wir nicht nur eine Bibliothek betreiben, sondern auch Geschäftsbereiche zum Verkauf von Lebensmittel und Gewerbeprodukte zur Verfügung stellen, gibt es Situationen, die differenzierte rechtliche Beurteilungen und aufeinander abgestimmte rechtskonforme Entscheidungen erforderlich machen. Insbesondere bei den Corona-Lockdowns 2020/2021 war dies notwendig.

³³ Ein **Affiliate-Link** ist ein Partner-Link, der die Grundlage für die Abrechnung von Vermittlungsprovision bildet, <https://blog.hubspot.de/marketing/affiliate-links>

³⁴ <https://www.derstandard.at/story/2000109552229/wenn-influencer-post-vom-anwalt-erhalten>

Alle Covid-19-Notmaßnahmenverordnungen³⁵ erlaubten das Verlassen der Wohnung zur Versorgung mit Grundgütern des täglichen Lebens. Demnach konnte der Regionalshop Schwertberg geöffnet bleiben, allerdings durfte nur das auf den Lebensmittelhandel abzielende Warensortiment angeboten werden. Das gesamte Kunsthandwerk durfte nicht verkauft werden.

Bis zur ausdrücklichen Regelung der Click & Collect Möglichkeit, die am 25.1.2021 in Kraft trat³⁶, war mE eine Abholung von Medien durch Kunden außerhalb des Kundenbereiches einer Bibliothek nicht von den Covid-19-Notmaßnahmenverordnungen gedeckt, da die Medienabholung mE nicht unter einen in § 1 leg.cit. taxativ aufgezählten Zwecke subsumierbar war. Nach Absprache mit dem Träger boten wir deshalb während des 1. und 2. Lockdowns auch kein Bücher-Abholservice an. Aufgrund des baulichen und computertechnischen Zusammenschlusses mit der Bibliothek sprachen wir uns auch gegen das Betreten der Betriebsfläche des Regionalshops aus. Allerdings boten wir einen Regionalshop- Bestell- und Abholservice während des 2. Lockdowns an, welcher aber nur vereinzelt in Anspruch genommen wurde. Deshalb haben wir diesen während des 3. Lockdowns auch nicht mehr angeboten. Da die 3. Covid-19-Notmaßnahmenverordnung³⁷, die mit 25.1.2021 in Kraft trat, eine Click & Collect Möglichkeit für Bibliotheken erlaubte, mussten wir die geänderte Rechtslage neuerlich überdenken. Die Click & Collect Möglichkeit für die Bibliothek lag grundsätzlich in unserem Interesse, allerdings müssten wir dann auch den Regionalshop öffnen, welcher dem Bibliotheksbereich vorgelagert ist. Dass wieder vermehrt Produkte aus dem Regionalshop gekauft werden würden, wäre zwar wünschenswert, der Verkaufs- und insbesondere der Kassiervorgang müsste aber an der Tür stattfinden, da das Betreten der Bibliothek nach wie vor untersagt war. Der Kassenbereich inklusive Registrierkassenprogramm, das am Stand-Computer installiert ist, befindet sich ca. 15 Meter vom Türbereich entfernt, wir müssten ständig hin und her laufen. Es käme zu Wartezeiten vor der Tür, Menschenansammlungen und Kontakten und genau das sollte zu diesem Zeitpunkt vermieden werden. Somit

³⁵ vgl. bspw. die 479. Covid-19-Notmaßnahmenverordnung, die am 17.11.2020 in Kraft und am 6.12.2020 außer Kraft trat (Covid-19-Notmaßnahmenverordnung, BGBl II 479/2020)

³⁶ 3. Covid-19-Notmaßnahmenverordnung, BGBl II 27/2021

³⁷ 3. Covid-19-Notmaßnahmenverordnung, BGBl II 27/2021

waren auch während des 3. Lockdowns Bibliothek und Regionalshop komplett geschlossen.

Eine abermals differenzierte Beurteilung der Rechtslage gab es am 22. Juli 2021 durch das BGBl II Nr. 321/2021, mit welcher es zu einer Änderung der Verordnung BGBl II Nr. 278/2021 und der 2. COVID-19-Öffnungsverordnung (2. und 3. Novelle zur 2. COVID-19-Öffnungsverordnung) kam. Ab diesem Zeitpunkt galt im Regionalshop-Bereich eine Maskenpflicht, da es sich zum Teil um eine Verkaufsstätte von Lebensmittel handelte und im Bibliotheksbereich wiederum war das Ablegen der Maske erlaubt.

Eine weitere unterschiedliche Rechtslage betrifft bspw. auch das Mitführen von Tieren (insbesondere Hunden). Während die Hausordnung der Bibliothek kein derartiges Verbot vorsieht, sind Tiere von Betriebsstätten, in denen mit Lebensmittel umgegangen wird, fernzuhalten³⁸. Einen Hinweis darauf (insb. durch ein Schild und/oder eine Anleinemöglichkeit vor der Tür) gibt es aktuell nicht, jedoch ersuchen wir Hundebesitzer an der Theke wenn möglich die Bibliothek und den Regionalshop ohne Hunde aufzusuchen, da dies nicht nur im Interesse der Lebensmittelhygiene, sondern auch im Interesse vieler Familien mit Kindern liegt.

³⁸ vgl. 31. Lebensmittelhygieneverordnung, BGBl II 31/1998

4. Finanzielle Aspekte

4.1. Errichtungskosten

Der Verein DOSTE holte vor Einreichung des „Leader“-Antrages alle notwendigen Angebote für die Errichtung und Inbetriebnahme des Regionalshops ein.

Dazu zählten:

- Inneneinrichtung (Regale, Kühlschränke, Geschirrspüler, Wandfarbe, Beleuchtung),
- Außenarbeiten (Fassade, Barrierefreimachung, Sonnenschutz),
- Handwerkerarbeiten (Elektrik- und Wasserinstallationen, Lüftungsarbeiten),
- sonstige Leistungen, wie Architekten- und Tischlerplanungen, Druck- und Werbekosten (Infobroschüren, Schaufensterfolien), EDV-Kosten (Registrierkasse).

Summa summarum beliefen sich die Gesamtkosten für die Errichtung des Regionalshops auf € 35.651. Davon wurden 40 %, also € 14.260,40 als „Leader“-Projekt gefördert. Für den offenen Restbetrag iHv. € 21.390,60 erhielt der Verein DOSTE eine Förderung der Gemeinde Schwertberg.

4.2. Laufende Kosten

4.2.1. Betriebskosten

Zwischen der Marktgemeinde Schwertberg und dem Verein DOSTE wurde eine Nutzungsvereinbarung abgeschlossen: Die Marktgemeinde Schwertberg überlässt dem Verein DOSTE aus den durch die Marktgemeinde Schwertberg angemieteten Räumlichkeiten der Bibliothek den zum Marktplatz gelegenen Teil mit einer Fläche von 45 m² zum Betrieb des Regionalshops auf unbestimmte Zeit. Als Nutzungsentgelt wurde ein Betrag von € 180,-- pro Monat vereinbart (€ 2.160,- jährlich).

4.2.2. Personalkosten

Die neu entstandenen Verwaltungstätigkeiten des Regionalshops wurden mit 10 Wochenarbeitsstunden angesetzt. Die Bibliotheksarbeitszeit beläuft sich auf 40 Wochenstunden. Die Bibliotheksmitarbeiterinnen arbeiten jeweils 25 Wochenarbeitsstunden.

Die Gemeinde Schwertberg hat in Erwägung gezogen, die – aufgrund der Regionalshop-Tätigkeit zusätzlich anfallenden - Personalkosten an den Verein DOSTE weiter zu verrechnen. Durch die entgeltliche Personalgestellung der Gemeinde an den Verein DOSTE, liegt ein Betrieb gewerblicher Art vor, die Gemeinde wird unternehmerisch tätig.³⁹ Die Gemeinde müsste die anfallenden Personalkosten zuzüglich 20 % Umsatzsteuer an den Verein weiterverrechnen und allfällige Einnahmeüberschüsse der Körperschaftssteuer iHv. 25 % unterwerfen.⁴⁰ Die anfallenden Regionalshop-Personalkosten (ca. € 9.450,00) übersteigen bei weitem die „Einnahmen“, die der Regionalshop durch die Lieferanten-Miete erzielt. Bei einer Vorschreibung der Personalkosten würde der Verein DOSTE bei der Gemeinde Schwertberg am Jahresende die Subvention dieser Negativkosten iR. einer „Subvention für Vereine“ beantragen, welche in aller Regel bewilligt werden würde. Fazit: Außer Spesen (und zusätzlichem Arbeitsaufwand für die Gemeindebediensteten) wäre nichts gewesen. Der Verein DOSTE hat deshalb beschlossen für den Personaleinsatz einen jährlichen Pauschalbeitrag iHv. € 2.000,-- an die Gemeinde zu überweisen.

Dass der überwiegende Anteil der Personalkosten weiterhin von der Gemeinde getragen wird (Abteilung Öffentlichkeitsarbeit), lässt sich allerdings damit rechtfertigen, dass die Regionalshop-Tätigkeiten nicht nur die Bibliothek attraktiveren, sondern auch den Markt beleben und damit viele andere Gewerbetreibende indirekt fördert (siehe dazu auch die Ergebnisse meiner Umfrage in Punkt 6.4. insb. Fragen 3.1.ff). Knapp 72 % der auswärtigen Bibliotheks- und Regionalshop-Kunden verbinden mit dem Besuch im Regionalshop bzw. in der Bibliothek noch weitere Tätigkeiten im Ort (Einkauf, Vereine, Freizeit, etc.). Damit, durch die Bewerbung des Regionalshops in Social Media & Co und durch Regionalshop-Veranstaltungen, leistet der Regionalshop einen wichtigen Beitrag zum Image der Gemeinde als Wirtschafts-, Arbeits-, Tourismus- und familienfreundlichen Wohnort.

³⁹ vgl. § 2 Abs. 3 UStG

⁴⁰ Einholung eines Rechtsgutachtens durch die Marktgemeinde Schwertberg vom 12.01.2017

5. Neue Anforderungen an die BibliotheksmitarbeiterInnen

Mit Integration des Regionalshops in die Bibliothek gab es nicht nur eine Fülle an neuen Aufgaben, sondern die Bibliotheksmitarbeiterinnen mussten sich auch neue Kompetenzen, insbesondere in rechtlicher Hinsicht (siehe Ausführungen oben), aneignen.

Zu den (neuen) Verwaltungstätigkeiten des Regionalshops zählen insbesondere:

- Erstinformationen und Beratung potentieller Regionalshop-Anbieter,
- Verwaltung des Vertragsabschlusses, -kündigung und -verlängerung,
- Durchführung und Übermittlung der monatlich zu erstellenden Abrechnungsunterlagen,
- Bedienung des Registrierkassenprogrammes (Verwalten neuer Lieferanten und Produkte),
- Produkteingabe und Erstellen von Kassabelegen, Kassivorgang,
- täglicher Kassenabschluss,
- Führung von Statistiken,
- Kundenberatung,
- Anbieterbetreuung (zB. Weiterleitung von Kundenwünsche, Produktnachbestellungen, Geschenkkörbe, etc.),
- Organisation von Veranstaltungen (zB. Produktverkostungen, etc.)
- Bewerbung neuer Produkte und Anbieter auf Social Media, Website und Gemeindezeitung,
- sonstige Verwaltungsarbeiten (zB. Regalbeschriftungen, Korrespondenz mit Leader-Region Strudengau, Land OÖ, etc.).

6. Umfrage zur Zufriedenheit mit Bibliothek und Regionalshop Schwertberg

Eine Meinungsumfrage über die Zufriedenheit mit der Bibliothek und insbesondere über die Kooperation mit dem Regionalshop, wurde bis jetzt noch nie durchgeführt. Durch Gespräche mit Kunden lassen sich Meinungen abstrahieren, jedoch sicherlich nicht in jener Offenheit, die ein anonymes Feedback ermöglicht.

Damit wir aussagekräftige Ergebnisse durch eine Meinungsumfrage erhalten, musste zuerst das Ziel der Befragung bestimmt werden.

Nachdem wir in weiterer Zukunft eine Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel des Landes Oö. anstreben, möchten wir mit den Umfrageergebnissen einerseits den Ist-Zustand der Bibliothek erheben und in weiterer Folge ein Bibliotheks- und Veranstaltungskonzept erarbeiten. Außerdem möchten wir wissen wie zufrieden die Kunden mit der Produktpalette des Regionalshops sind. Und zuletzt geht es auch noch darum, das Zusammenspiel zwischen Bibliothek und Regionalshop zu analysieren.

6.1. Die Planung der Befragung

Im Juli 2020 erarbeitete ich ein Projektkonzept zur Planung der Befragung. Nach Recherchen zur Fragebogenkonstruktion und reichlichen Überlegungen welche Fakten ich von den Befragten erfahren möchte, hatte ich Mitte August 2020 einen Fragebogen mit 23 Fragen erstellt. Ich holte mir zunächst Feedback von einer ehemaligen Bibliothekskollegin, von meiner Mitarbeiterin und vom Bürgermeister. Dass der Fragebogen sehr umfangreich war, stellte einen Kritikpunkt dar, weshalb ich jede Frage nochmals schriftlich analysierte und auf 18 Fragen kürzte (siehe Anhang Abb. 40). Dennoch blieb der Fragebogen sehr umfangreich. Wir setzten aber vor allem darauf, dass viele Befragte dadurch motiviert werden, dass Sie durch die Beantwortung einen positiven Nutzen ziehen könnten, wie bspw. Ausweitung der Öffnungszeiten, Angebotserweiterung, etc..

Da ich vor allem über die sozialen Medien und dem Newsletter den Fragebogen bewerben wollte, habe ich über mein Google Konto mit Hilfe eines Online-Formulars, einen digitalen Fragebogen entworfen und in unserer Homepage integriert. Somit

war Ende August 2020 der Fragebogen sowohl in Print- als auch in digitaler Form fertig gestellt. In der Gemeindezeitung gab es eine Ankündigung dazu und in der Bibliothek sowie in der Bürgerservicestelle des Gemeindeamtes wurden Stehtische zum Ausfüllen der Print-Version sowie Boxen zum Sammeln aufgestellt.

6.2. Der Pretest

Trotz Beachtung der „10 Gebote der Frageformulierung⁴¹“, vielem Nachdenken und Umformulieren wollte ich sicherstellen, dass die Fragen wirklich gut durchdacht und in sich schlüssig waren. Bei einem Pretest werden Personen ausgewählt, die den Fragebogen probenhalber ausfüllen, um mit ihrer Hilfe im Vorfeld der Erhebung Ungereimtheiten auszuräumen.⁴² Der erste Pretest fand im Kreise der Familie statt. Es zeigte sich, dass Nicht-Schwertberger, die auch keine Kunden des Regionalshops- und der Bibliothek sind, den Fragebogen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit nicht ausfüllen werden. Die meisten Fragen müssten sie mit „weiß nicht“ ankreuzen. Somit macht es wenig Sinn das Projekt bei dieser Gruppe intensiv zu bewerben. Der zweite größere Pretest wurde am 24.08.2020 mit rund 30 Gemeindemitarbeitern durchgeführt. Der Fragebogen war nach deren Ansicht in Ordnung.

6.3. Die Durchführung

Am 31.8.2020 startete die Befragung in der Bibliothek. Beim Verleihvorgang wurden die Kunden zum Ausfüllen aufgefordert. Bis Ende Oktober 2020 appellierten wir regelmäßig über Social Media, Newsletter, Gemeindekanäle (Homepage, Facebook, Gemeindezeitung) sowie über Pressemitteilungen zum Ausfüllen der Fragebögen (siehe Anhang Abb. 37-39). Zusätzlich ersuchten wir unsere Stammkunden noch persönlich mit WhatsApp bzw. Messenger um Teilnahme. Die Gemeindeverwaltung schickte den Fragebogen noch per E-Mail an alle Gemeinderäte, mit der Aufforderung sich daran zu beteiligen, aus.

⁴¹ vgl. *Porst, Rolf*: Frageformulierung. in: *Baur/Blasius* (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, 831 ff

⁴² vgl. *Kirchhoff, Sabine*: Der Fragebogen. Datenbasis, Konstruktion und Auswertung. Wiesbaden: Springer Verlag 2010, 24.

6.4. Die Fragen und die Antworten

Viele der Fragen beschäftigen sich damit, ob unsere Hypothesen, die sich aus Gesprächen mit Kunden und Nicht-Kunden ergaben, auch tatsächlich bestätigt werden.

Folgende vier Personengruppen können am Fragebogen teilnehmen:

1. Nicht-Kunden des Regionalshops und Nicht-Kunden der Bibliothek,
2. Nicht-Kunden des Regionalshops aber Kunden der Bibliothek,
3. Kunden des Regionalshops aber Nicht-Kunden der Bibliothek und
4. Kunden des Regionalshops und Kunden der Bibliothek.

Ende Oktober 2020 beendeten wir die Befragung. Wir hatten 132 Antworten. Mein Ziel war es 100 Personen zum Ausfüllen zu motivieren, was auch gelang.

Frage 4.1. bis 4.4.

Im letzten Teil des Fragebogens erhoben wir demographische Daten, die leicht zu beantworten waren und die uns bei der Ausarbeitung eines zukünftigen Bestandskonzeptes Antworten auf fehlende bzw. unterrepräsentierte Medien liefern können, sowie Informationen über die Mediennutzer.⁴³ Weiters liefern uns die Antworten viele weitere Rückschlüsse, die sich in Kombination mit anderen Fragen und deren Antworten ergeben (näheres dazu bei den einzelnen Fragen).

Ich fragte dabei, ob die Person *eingetragener Nutzer der Bibliothek Schwertberg ist, wo die Person wohnt, welchen Berufsstand sie angehört* und schließlich noch das *Alter*. Zu erwähnen ist, dass ich bei der ersten Frage noch nachgefragt habe, warum der Befragte nicht Kunde der Bibliothek ist, ihm aber Antworten vorgab, die mir häufig im Gespräch mit Nicht-Kunden genannt werden, nämlich: *Ich kaufe mir meine Medien selbst. Ausleihe und Rückgabe sind mir zu zeitaufwändig. Die*

⁴³ vgl. Hauke, Petra: Medien: Medienkunde – Medienmarkt – Mediennutzung. in Tretthahn, Susanne (Hrsg.): Literatur und Medien. Wien 2020, 28.

Öffnungszeiten überschneiden sich mit meinen Arbeitszeiten. Sonstiges. Und eine leere Zeile für Gründe, die ich nicht bedacht habe.

Der Großteil der Befragten, nämlich 86,4% sind Bibliothekskunden. Einige Gründe der 13,6% an Nicht-Kunden, warum sie die Bibliothek nicht nutzen wurden genannt, bspw. Zeitmangel, Selbsteinkauf der Medien, Frau und Kind sind Nutzer aber der Befragte nicht.

Nicht überraschend waren die Wohnorte der Befragten. 75,2% unserer Kunden sind aus Schwertberg, die restlichen 24,8% kommen aus den Nachbargemeinden zu uns. Laut unserer Bibliotheksstatistik (Abfrage Oktober 2020) pendeln von unseren 811 aktiven Bibliotheksbenutzern sogar 36,5% aus den Nachbargemeinden zu uns.

Bezüglich beruflicher Qualifikation wurden folgende Antworten genannt:

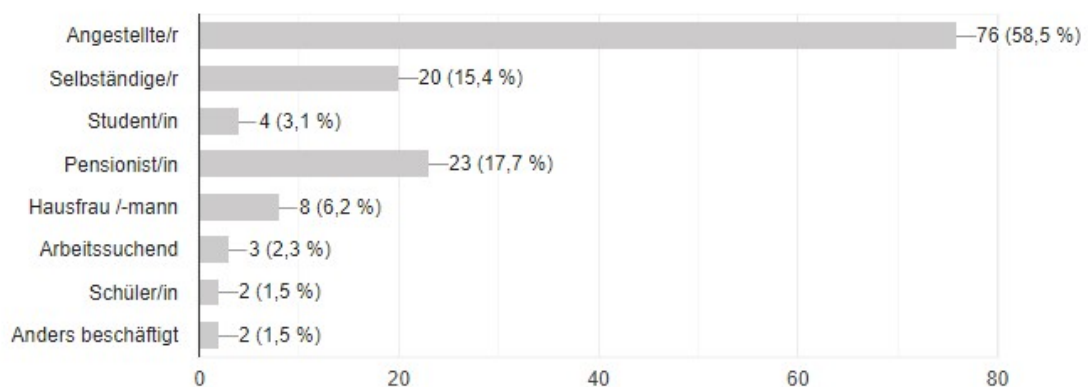


Abbildung 3: Angaben zum Beruf der Befragten

Das Alter der Befragten setzte sich folgendermaßen zusammen:

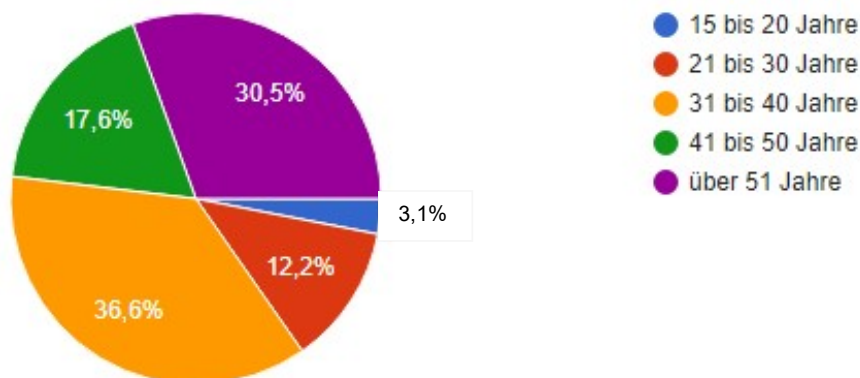


Abbildung 4: Angaben zum Alter der Befragten

Frage 1.1.

Eine der spannendsten Fragen, nämlich jener nach der Zufriedenheit mit den aktuellen Öffnungszeiten, stand an erster Stelle des Fragebogens. Sowohl Bibliothek als auch Regionalshop haben zeitgleich geöffnet. Eine getrennte Öffnung ist derzeit sowohl räumlich (Regionalshop und Bibliothek befinden sich in einem großen Raum) als auch administrativ (der Kassabereich befindet sich im Bibliotheksbereich) nicht möglich.

Da wir keine falschen Hoffnungen auf erweiterte Öffnungszeiten machen wollten, haben wir bei den Antwortmöglichkeiten keine Vorgaben angeführt.

Ich formulierte eine Hybridfrage die lautete: *Aktuell haben Bibliothek und Regionalshop Schwertberg zu folgenden Zeiten geöffnet: Mo u Di von 14 bis 18 Uhr und Do u. Fr von 8.00 bis 11.00 Uhr und 14 bis 18 Uhr. Sind diese Zeiten für Sie ausreichend?* Als Antwortmöglichkeit gab es *Ja* und *Nein*. Mit einer „Wenn“-Ergänzung hatten die Befragten allerdings die Möglichkeit sich zu äußern. Die Ergänzung lautete: *Wenn nein, welche Öffnungszeiten wünschen Sie sich?* Weiters gab es noch die Möglichkeit *Ich bin kein Kunde* zum Auswählen.

Die Frage nach den Öffnungszeiten ist deshalb so spannend, da diese noch aus jenen Zeiten stammte in denen die Bibliothek noch ohne Regionalshop betrieben wurde. Indem jeden Tag – bis auf Mittwoch – immer nachmittags geöffnet ist, sind vor allem Kinder unsere Hauptzielgruppe. Mit der Öffnung Donnerstag- und Freitagvormittag wurden vor Integrierung des Regionalshop vor allem Einkäufer angesprochen, die nebenbei noch schnell Bücher für das Wochenende ausleihen möchten. Das ist mittlerweile noch immer so, allerdings kommen gerade vormittags viele Kunden ausschließlich zum Einkaufen in den Regionalshop. Nachdem wir Donnerstag und Freitag meist bis 12 Uhr unseren Dienst versehen, ab 11 Uhr aber für die Kunden geschlossen ist, beobachten wir immer wieder Kunden die nach 11 Uhr zu uns kommen möchten, aber vor verschlossener Tür stehen. Zudem können manche potentielle Kunden nicht die Bibliothek bzw. den Regionalshop besuchen, da

sie selbst Vollzeit arbeiten und sich ihre Arbeitszeiten mit unseren Öffnungszeiten überschneiden.

Ob eine Änderung der Öffnungszeiten aus diesen Annahmen tatsächlich in Betracht gezogen werden sollte, hoffen wir aus dieser Frage geklärt zu bekommen.

Die Antworten waren folgendermaßen:

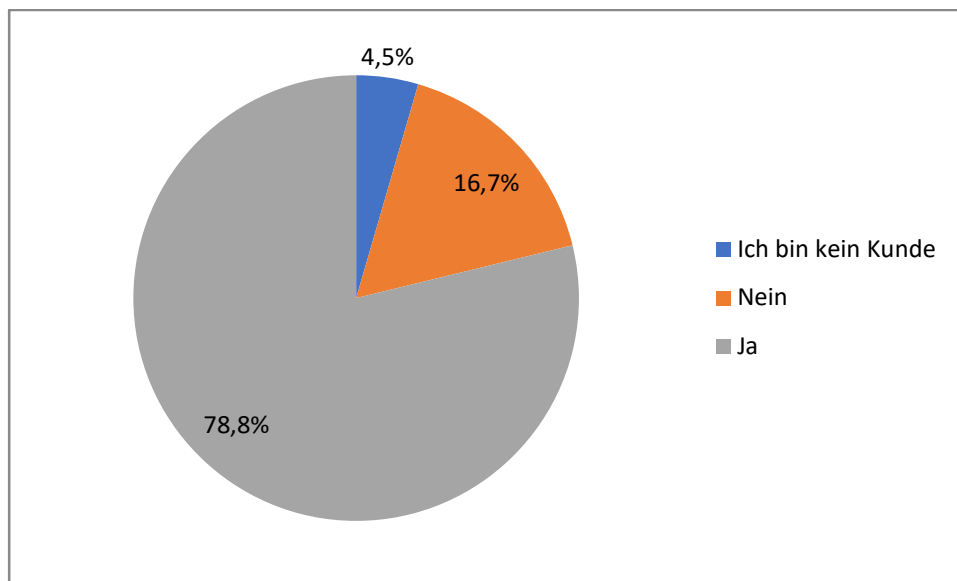


Abbildung 5: Auswertung der Frage nach der Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten

Der Großteil der Kunden, nämlich 78,8 % sind zufrieden mit den aktuellen Öffnungszeiten. Von den 16,7 % der Unzufriedenen wünschen sich 36,4 % den Mittwochnachmittag als zusätzlichen Öffnungstag. 27,3 % würden eine Öffnung am Donnerstag- und Freitagvormittag bis 12 Uhr begrüßen. 3 % wären für eine Vormittagsöffnung auch an den restlichen (geschlossenen Tagen) und weitere 3 % würden sich über eine Öffnung am Samstagvormittag freuen.

Nachdem doch eine Vielzahl an Verwaltungstätigkeiten im Shop und in der Bibliothek anfallen, brauchen wir jedenfalls die Schließtage, um diese bewältigen zu können, da wir ansonsten wieder Abstriche woanders (bspw. bei der Organisation von Veranstaltungen) ziehen müssten. Möglich wäre es jedoch Donnerstag- bzw. Freitagvormittag auf 12:00 Uhr zu verlängern oder auch einmal im Monat an einem Samstagvormittag zu öffnen. Dazu muss natürlich auch der Träger die finanziellen Mittel aufbringen können und eine Notwendigkeit bejahen.

Frage 1.2.

In Schwertberg finden aufgrund des florierenden Vereinslebens und einer sehr aktiven Gemeindeverwaltung viele Veranstaltungen statt. Unsere Nachbargemeinden Perg und Mauthausen verfügen über große Einkaufszentren, die von vielen Bürgern des Bezirkes frequentiert werden. Bibliothek und Regionalshop befinden sich im Ortskern von Schwertberg, der in den letzten Jahren stark von Geschäftsschließungen betroffen war.

Ich wollte wissen, ob auch andere Schwertberger Institutionen vom Besuch unserer Kunden profitieren. Deshalb stellte ich folgende Frage: *Verbinden Sie Ihren Besuch in der Bibliothek / im Regionalshop mit anderen Tätigkeiten (zB. Einkauf im Ort, Behördengänge, Einkehr ins Wirtshaus, Freizeitangebote der Gemeinde, ...).*

Als Antwort gab es vier Möglichkeiten, die auch Nicht-Kunden involvierte, nämlich: *Ja, immer. Ja, manchmal. Nein. Ich bin kein Kunde der Bibliothek / des Regionalshops.*

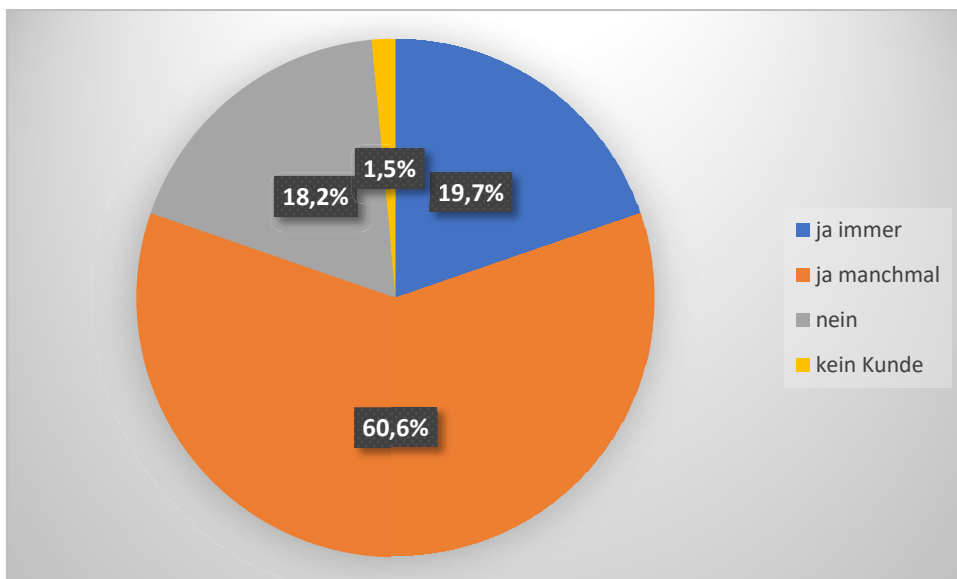


Abbildung 6: Verbinden die Befragten den Besuch in der Bibliothek / im Regionalshop auch mit anderen Tätigkeiten im Ort?

Wie aus der Grafik ersichtlich, kommt der Großteil der Befragten, nämlich 80,3 %, nicht nur ausschließlich in die Bibliothek, sondern verrichtet auch andere Tätigkeiten im Ort. 18,2 % hingegen sind Kunden, die ausschließlich die Bibliothek besuchen.

Interessant sind die Antworten auch in Kombination mit den Antworten zu Frage 4.2. (Wohnort), denn dadurch erfuhr ich, dass **71,9 %** der **auswärtig wohnhaften** Kunden ihren Besuch in der Bibliothek bzw. im Shop **manchmal bzw. immer noch mit anderen Tätigkeiten im Ort verbinden.**

Damit kann durchaus belegt werden, dass die Bibliothek ein Förderer des Marktes und des Gemeinwohls ist und zu einem positiven Image des Ortes beiträgt.

Frage 1.3.

Seit 2016 haben wir das Veranstaltungsangebot, insbesondere in Hinblick auf die Organisation von Kinderveranstaltungen, enorm ausgeweitet. So zählten wir 2015 noch ca. 530 Besucher bei 5 jährlichen Veranstaltungen, 2019 waren es schon ca.. 1.443 Besucher bei 24 Veranstaltungen im Jahr. Das Veranstaltungswesen ist mittlerweile ein zentrales Element unserer Tätigkeit, wobei wir auch Events für den Regionalshop organisieren, wie bspw. Produktverkostungen. Interessant für uns ist vor allem, ob die Kunden mehr Literatur- und Regionalshop-Veranstaltungen begrüßen würden, aber auch, ob wir es mit den Veranstaltungen übertreiben und das Bibliotheksgeschäft vernachlässigen?

Deshalb formulierte ich folgende Hybridfrage: *Sind Sie mit dem aktuellen Veranstaltungsangebot der Bibliothek bzw. des Regionalshops zufrieden?*

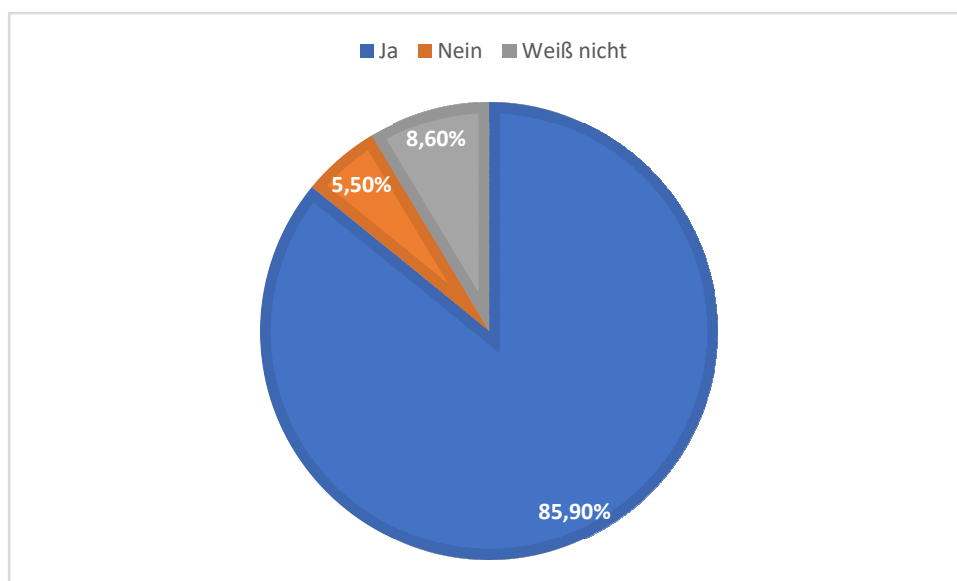


Abbildung 7: Zufriedenheit mit dem aktuellen Veranstaltungsangebot

85,90 % antworteten mit *Ja*, was ein sehr erfreuliches Ergebnis ist und unsere bisherige Arbeit auf diesem Gebiet bestätigt.

Die 8,60 %, die mit *weiß nicht* antworteten sind entweder Nicht-Kunden oder Kunden, die - aus welchen Gründen auch immer - kein Interesse an unseren Veranstaltungen haben.

5,50 % der Befragten sind unzufrieden mit unserer Tätigkeit, einige davon wünschten sich folgende Veranstaltungen: *Lesungen, Kleidertausch, Workshops für Erwachsene, Event Kinder lesen für Kinder, Event Kinder lesen für Senioren, Leseklub oder Leserunde, Buchklub, mehr Verkostungen, Lesekreis, wieder mehr Veranstaltungen für Groß und Klein, auch wenn Zuhöreranzahl besser sein könnte.*

Nachdem wir in den letzten Jahren einige Lesungen für Erwachsene organisiert haben, manche davon aber nur mit unserem Verwandtschafts- und Bekanntenkreis besucht waren, haben wir uns seit 2019 auf Vorlesestunden für Kinder spezialisiert. Einen Leseklub haben wir bereits angedacht. Diese Idee und auch die Idee, dass Kinder vorlesen, werden wir in unser längerfristiges Veranstaltungskonzept

integrieren. Der Wunsch nach Verkostungen betrifft den Regionalshop und kann nach Abflauen der Corona-Pandemie wieder aufgegriffen werden.

Frage 1.4.

Hier fragten wir wie die Personen über das Angebot der Bibliothek bzw. des Regionalshop informiert werden möchten. Die Antworten umfassten *Facebook, Instagram, YouTube, Newsletter der Bibliothek, Bibliothekszeitschrift, persönlich in der Bibliothek, WIG-Fernseher, weiß nicht* und ein offenes Feld. Mit Beantwortung dieser Frage und Frage 2.1. (Zufriedenheit mit Facebook und Instagram) gaben uns die Befragten nicht nur Antwort darauf, über welche Kanäle sie Informationen empfangen möchten und ob wir neue Kanäle (YouTube, Bibliothekszeitschrift) erschließen sollten, sondern auch welche Kanäle sie selbst benutzen. Außerdem gab uns die Antwort darüber Aufschluss, welche Kanäle wir besonders gut „pflegen“ sollten.

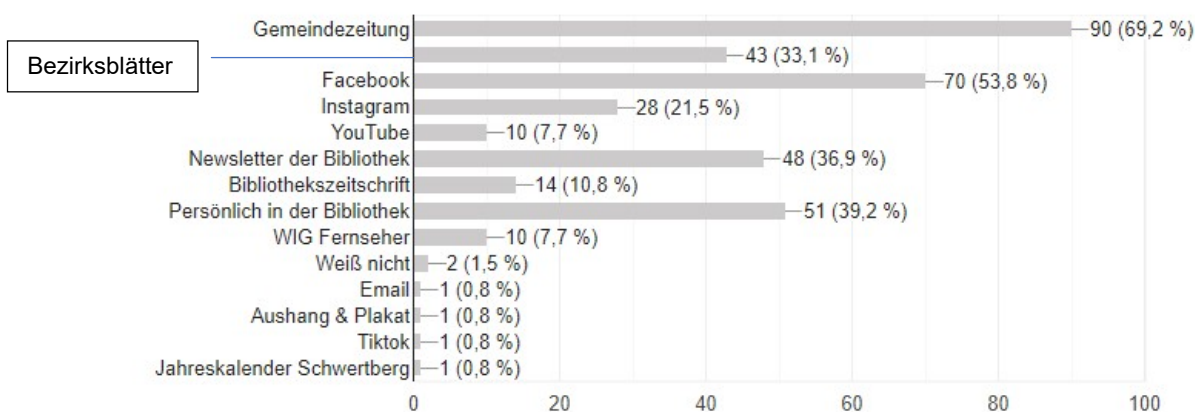


Abbildung 8: Informationsquellen der Befragten

Die wichtigste Informationsquelle ist für 69,2 % der Befragten die Gemeindezeitung. Danach folgt Facebook mit 53,8 %, das persönliche Gespräch in der Bibliothek mit 39,2 %, unser Newsletter mit 36,9 % und dann die Bezirksblätter mit 33,1 %. Facebook kann demnach als bevorzugte Social-Media Informationsquelle angesehen werden.

Die doch sehr hohen *weiß nicht* Antworten bei Frage 2.1. bezüglich Zufriedenheit mit dem Instagram Auftritt der Bibliothek (44 %), sowie das schlechte Abschneiden von YouTube und Tiktok bei dieser Frage (Youtube 7,7 %, Tiktok 0,8 %) deuten darauf

hin, dass der Großteil der Befragten keinen dieser Social-Media-Kanäle benutzt. Es macht somit auch keinen Sinn allzu viele Social-Media-Kanäle zu bedienen, sondern sich vor allem auf die fünf erstgenannten Informationsquellen (Gemeindezeitung, Facebook, Bibliotheksgespräche, Newsletter, Bezirksblätter) zu konzentrieren und diese regelmäßig und qualitativ zu pflegen.

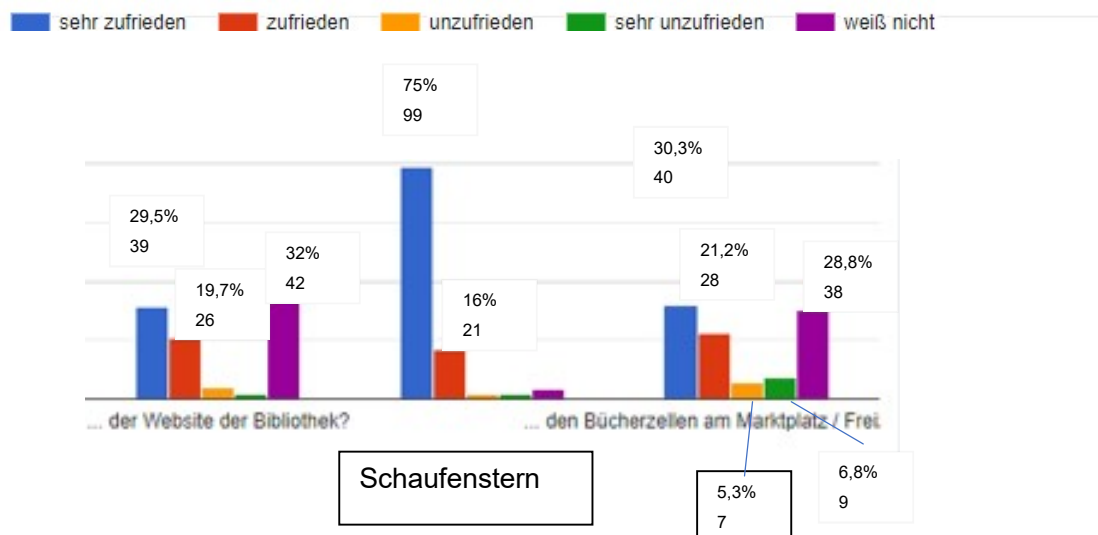
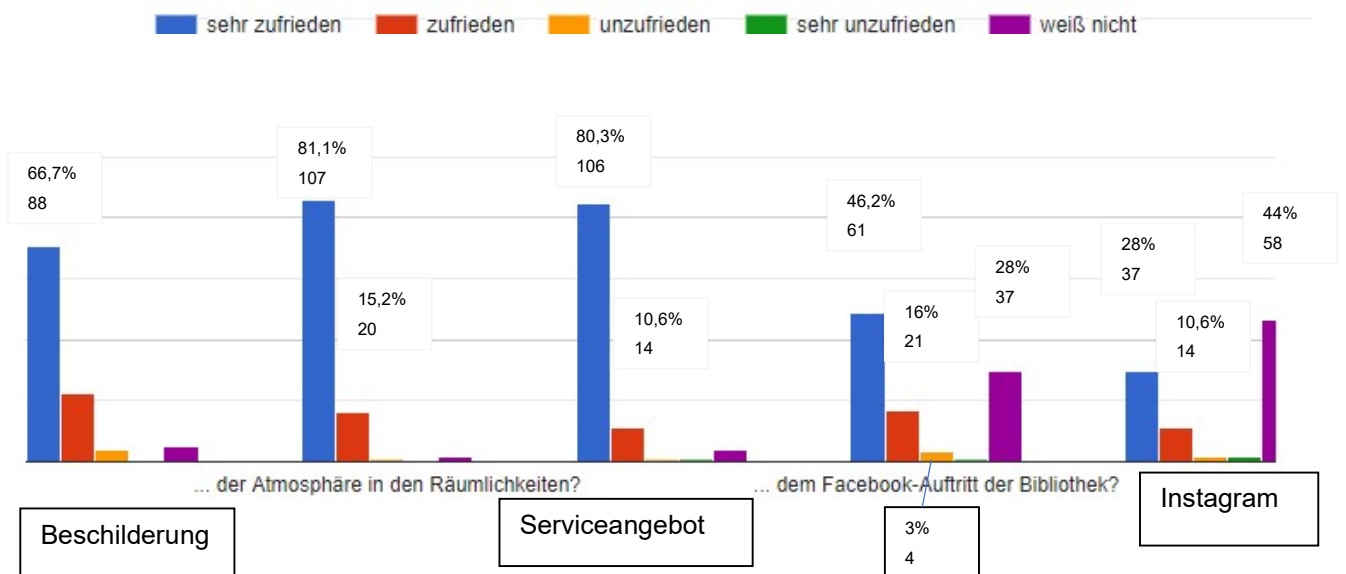
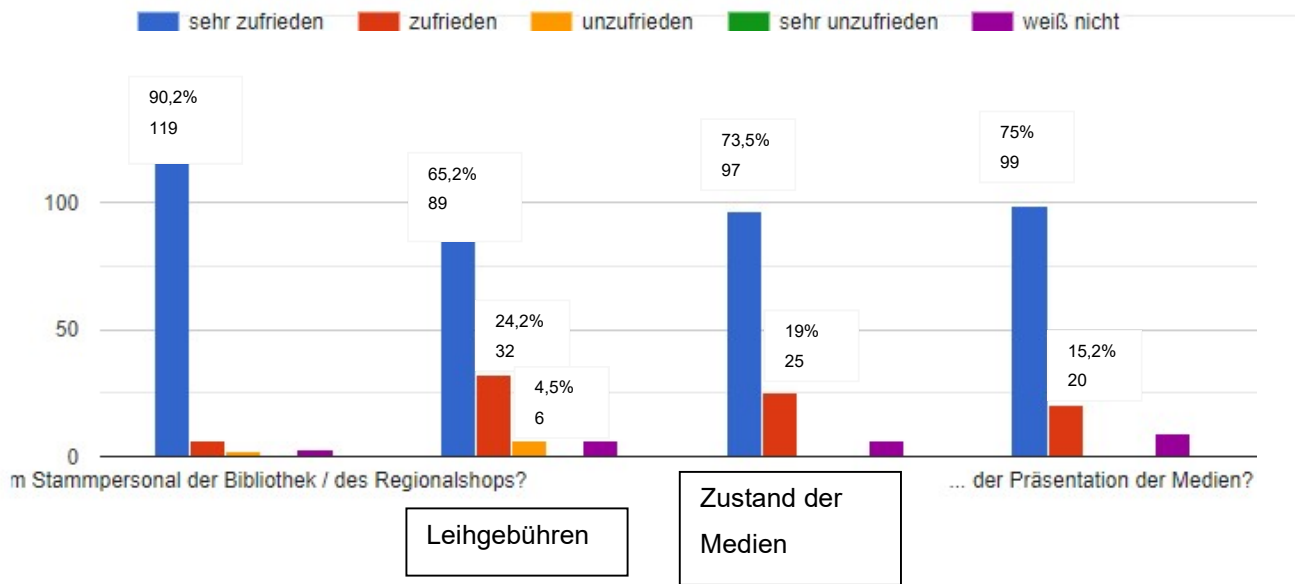
Frage 2.1.

Auch die persönliche Einstellung, die Motive und Werthaltungen unserer Kunden sind für unsere Tätigkeit von Bedeutung weshalb ich Frage 2.2. als Meinungsfrage formulierte.⁴⁴ Ich fragte nach der Zufriedenheit zu verschiedenen Bereichen nämlich nach der Zufriedenheit mit *dem Stammpersonal der Bibliothek / des Regionalshops, den Leihgebühren, dem Zustand und der Präsentation der Medien, der Beschilderung und den Orientierungshilfen, der Atmosphäre in den Räumlichkeiten, dem Serviceangebot (zB. Anschaffungswünsche, telefonische Auskünfte, Reservierungen, ...), dem Facebook- und dem Instagram-Auftritt der Bibliothek, der Website der Bibliothek, der Schaufenstergestaltung und den Bücherzellen am Marktplatz und der Freizeitwiese*. Ich gab abgestufte Antwortmöglichkeiten vor, nämlich *sehr zufrieden, zufrieden, unzufrieden, nicht zufrieden* und *weiß nicht*.

Bezüglich Stammpersonal, Leihgebühren, Zustand und Präsentation der Medien, Beschilderung, Atmosphäre in den Räumlichkeiten, Schaufenstern und dem Serviceangebot sind die Befragten alle (sehr) zufrieden. Bei der Frage nach der Zufriedenheit mit den Social-Media-Kanälen und der Website gibt es doch sehr viele *weiß nicht* Angaben, was darauf hindeutet, dass diese von den Befragten nicht benutzt werden. Die Unzufriedenheit mit den Bücherzellen am Marktplatz bzw. auf der Freizeitwiese ist uns bekannt. Alte (entsorgungsbedürftige) Bücher werden dort zum Teil einfach abgelegt und die, von uns mehrmals in der Woche hergestellte

⁴⁴ vgl. *Kirchhoff, Sabine*: Der Fragebogen. Datenbasis, Konstruktion und Auswertung. Wiesbaden: Springer Verlag 2010, 20.

Ordnung dauert meist nur wenige Stunden an. Diese Umstände äußern sich auch in der Antwort auf die Zufriedenheit mit den Bücherzellen.



Frage 2.2.

Frage 2.2. lautete: *In welchen Bereichen sollte das Medien-Angebot der Bibliothek Schwertberg erweitert werden?* Als Antwort standen neben drei Leerzeilen zum Selbsteintragen folgende (Mehrfach-) Antworten zur Verfügung: *Weiß nicht. Ich bin zufrieden, so wie es ist. Kinder-Vorlesebücher bis 5 Jahre. Kinderbücher ab 6 Jahre. Jugendbücher. Tonies. Krimis. Biographien. Österreichische Literatur. Romane. Zeitschriften. Kochbücher, Do-It-Yourself / Basteln / Kreatives / Lifestyle. Politik / Gesellschaft / Wirtschaft. Gesundheit. Haus und Garten. Kinder-Hörbücher. Erwachsenen-Hörbücher. DVDs. Spiele. Englische Literatur. Comics. Konsolen-Spiele.*

46,5 % der Befragten sind zufrieden mit unserer Medienauswahl. Dass vor allem Kinder und Jugendliche unsere Hauptkunden sind, wird auch im Wunsch nach mehr Jugendbüchern (10,2%), Kinderbüchern ab 6 Jahre (9,4%) und Kinder-Vorlesebüchern (8,7%) deutlich zum Ausdruck gebracht.

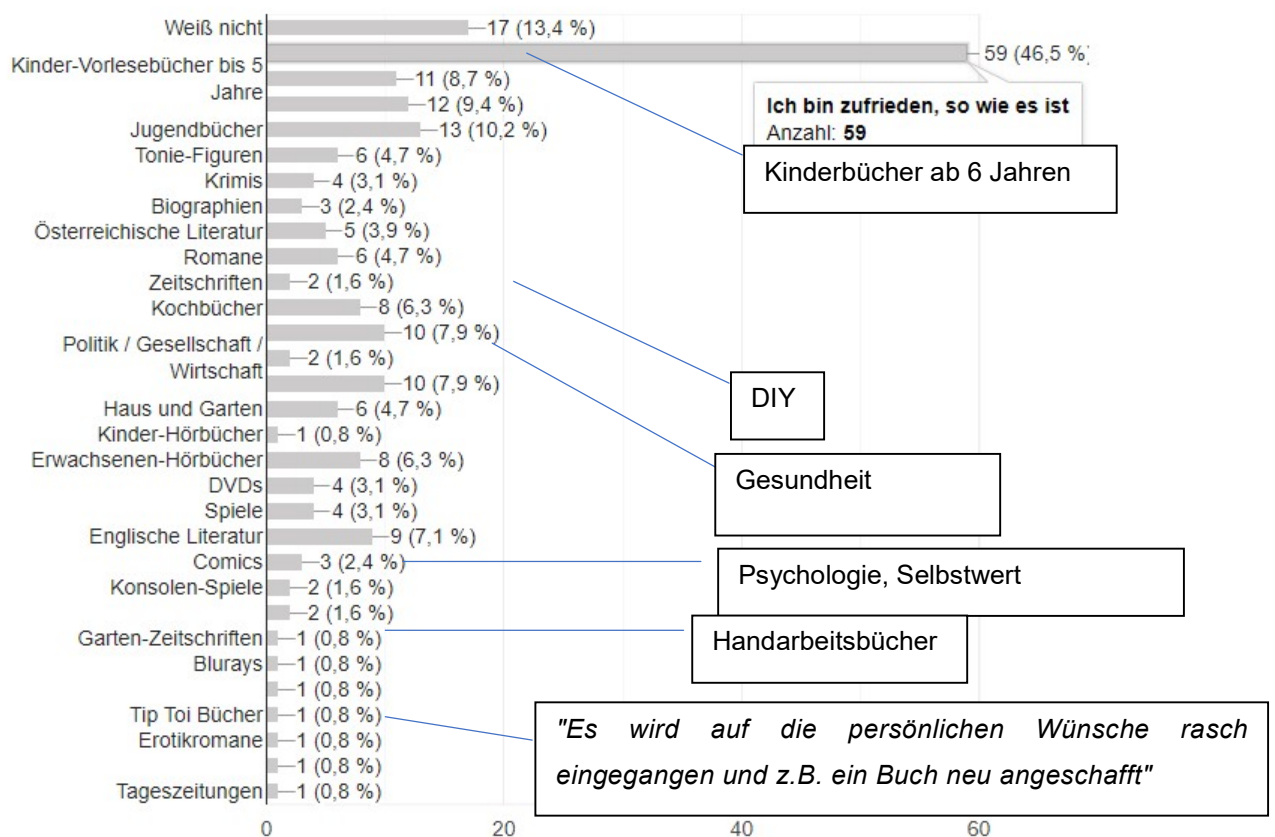


Abbildung 9: Welche Medien sollten vermehrt angeschafft werden?

Frage 2.3.

Frage 2.3. beschäftigte sich mit der (technischen) Ausstattung in und vor der Bibliothek. Wir fragten die Kunden ob sie damit zufrieden seien und wenn nicht, was sie sich in diesem Bereich wünschen. Wir gaben folgende Antwortmöglichkeiten vor: *Ja. Weiß nicht. Nein.* Beim Ankreuzen von *Nein* wollten wir dann natürlich auch wissen womit sie unzufrieden sind, weshalb wir ihnen neben einem Leerfeld auch folgende Möglichkeiten zum Ankreuzen vorgaben: *Freies WLAN, PC-Arbeitsplatz für Kunden, barrierefreie Eingangstür (automatische Schiebetür), Kaffeeautomat, Sitzmöglichkeiten in der Bibliothek und Sitzmöglichkeiten vor der Bibliothek.* Die Antworten sind von uns deshalb ausgewählt wurden, weil sie entweder schon von Kunden genannt wurden oder wir uns bereits darüber Gedanken gemacht haben.

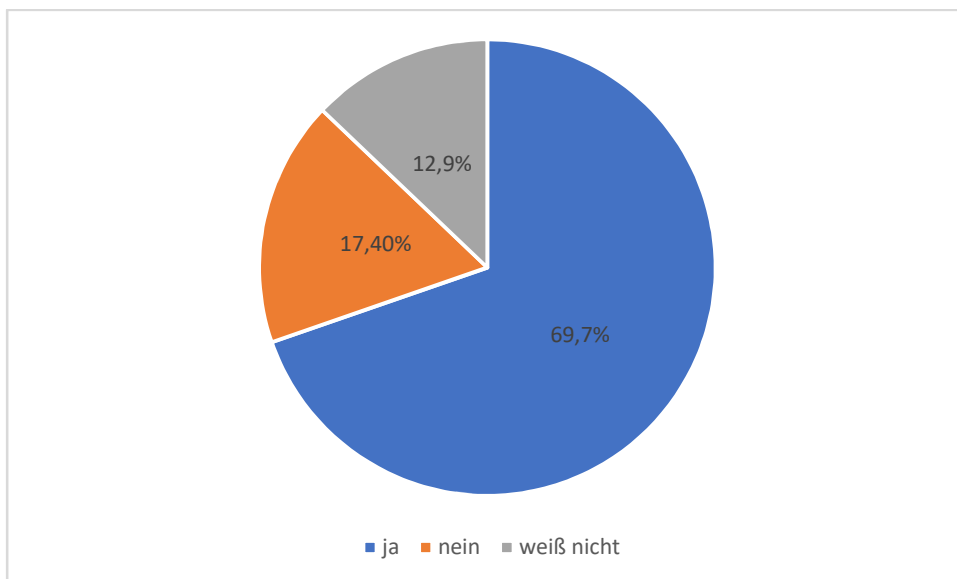


Abbildung 10: Sind die Befragten zufrieden mit der technischen Ausstattung?

Rund 69,7 % der Befragten sind zufrieden, die 17,4 % an Unzufriedenen nannten uns folgende Wünsche: Kaffeeautomat (11x), Sitzmöglichkeiten vor/in der Bibliothek (8x), gratis WLAN (4x), barrierefreie Eingangstür (3x), mehr Blumen u Pflanzen (2x), Fahrradständer (2x), mehr Spielzeug für Kinder, mehr Sitzplätze für Kinder, PCs, Parkplätze, Wasserspender, mehr Ecken zum Schmökern und „Reinlesen“ und Terminal zum Suchen von verfügbaren Medien.

Dem Wunsch nach einer Kaffeemaschine sind wir bereits einmal nachgegangen. Damit wir einen großen Fairtrade-Kaffeeautomaten mietfrei zur Verfügung gestellt

bekämen müssten täglich 50 Becher Kaffee getrunken werden, was an einem langen 7-stündigen Öffnungstag im Winter vielleicht möglich wäre, im Sommer und an den kurzen 4-stündigen Öffnungstagen mit großer Wahrscheinlichkeit jedoch nicht. Alle anderen Arten von becherlosen Kaffeeautomaten würden einen zusätzlichen Arbeits- und Zeitaufwand für uns bedeuten (Kaffeegeschirr hin- und wegräumen, Wasser und Bohnen nachfüllen, Kaffeemaschine, Kosten, usw. erklären). Somit gibt es Kaffee in der Bibliothek nur während der "EZA-Woche" im November mit Hilfe meines privaten Kaffeeautomaten. Der Wunsch nach einer barrierefreien Eingangstür wurde an den Träger der Bibliothek weitergeleitet, fraglich ist allerdings die technische Machbarkeit, aufgrund der mangelnden Raumbreite und des angrenzenden Schaufensters. Alle anderen genannten realisierbaren Wünsche werden wir weiter verfolgen.

Frage 2.4.

Die Bibliothek Schwertberg ist schon sehr lange auf Facebook aktiv: am 16. Oktober 2013 erstellten wir unseren Account und informieren unsere Follower seither regelmäßig über das Bibliotheksgeschehen. Am 8. März 2018 haben wir auch einen Instagram-Account eröffnet. Wir versuchen nicht nur mit Social-Media, sondern auch mit Hilfe von Printmedien präsent zu sein. Frage 2.4. bezieht sich auf unsere Öffentlichkeitsarbeit und lautete: *Sollte die Bibliothek medial (Gemeindezeitung, Facebook, Instagram, ...) aktiver sein?* Es gab drei Antwortmöglichkeiten, nämlich: *ja, nein, weiß nicht.*

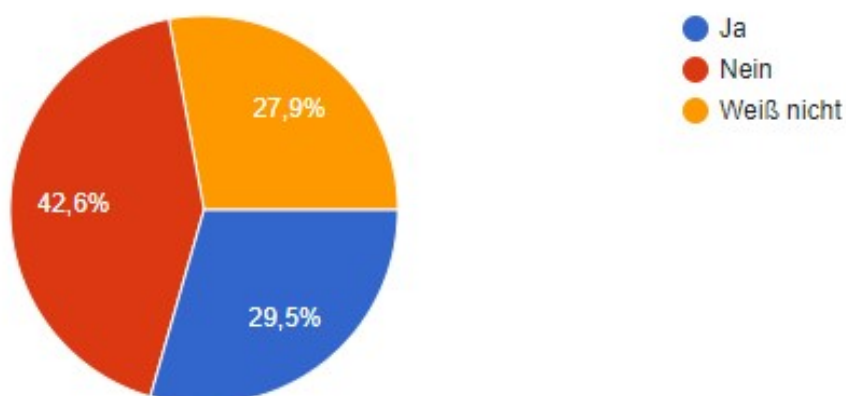


Abbildung 11: Sollte die Bibliothek medial aktiver sein?

Für den Großteil der Befragten nämlich 42,6 % ist unsere Medienpräsenz ausreichend. 29,5 % wünschen sich mehr davon.

Frage 2.5.

Zu guter Letzt habe ich noch eine offene Frage (ohne jedwede Antwortvorgabe) gestellt.⁴⁵ Die Befragten teilten uns bei Frage 2.5. noch ihre Ideen/Verbesserungsvorschläge und Wünsche für die Bibliothek mit. Einige Äußerungen lauteten:

- Ich bin ein absoluter Fan der Gemeindebibliothek! Ich kenne vom Team beide Alexandras, beide sind top. Schade, dass das Angebot der Vorlesestunden abgenommen hat. Nachfrage schwer halt bar, wahrscheinlich und natürlich die Covid19 Pandemie. FB Auftritt war schon mal intensiver - brandaktuelle News wie Buchpreise und Co - allgemeine Infos zur Buchbranche fehlt ein bisschen... aber ansonsten alles wunderbar. Ein Lichtblick in der doch etwas öden Schwertberger Innenmarktlanschaft!!!! Am besten wäre die Möglichkeit einen Kaffee/Tee zu trinken - Coffee Shop und Buch - das wäre mal eine Idee! Es wird so viel gebaut in Schwertberg, so viele neue Wohnungen - die Menschen, die hier herziehen brauchen doch einen Grund in den Markt zu kommen. Vor allem Eltern mit Kleinkindern - das wäre der Renner - bin ich überzeugt.
- Ein kleines Bibliotheks-Café wär super da man ja immer jemanden trifft den man kennt. Im Sommer könnte man die drei Parkplätze zu einem kleinen „Lese-Gastgarten“ umwandeln.
- Interviews mit Autoren machen oder teilen, Themenwochen bei denen die Besucher etwas beitragen können, Lesungen im Freien, etwas für die Umwelt tun.
- Die Bibliothek ist sehr einladend, gemütlich, immer wieder umgestaltet und voller toller/interessanter Bücher und Medien. Ihr macht das großartig!

⁴⁵ vgl. *Porst, Rolf*: Frageformulierung. in: *Baur/Blasius* (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, 831 ff

- Bücher nicht mehr einbinden. Das ist für eine klimafreundliche Gemeinde nicht so förderlich. Sicherlich gibt es Alternativen zum Plastik!
- Größere Räumlichkeiten ev. mit Lesecken, Regionalshop getrennt von Bücherei.

Frage 3.1.

Die Frage 3.1. lautete: *Haben Sie schon einmal im Regionalshop Schwertberg eingekauft? Folgende Antworten standen zur Verfügung: Ja, aber nur zu bestimmten Anlässen (Geburtstage, Mitbringsel, Weihnachten, etc.). Ja, ich kaufe dort regelmäßig ein (zumindest 1x im Monat). Nein → Warum nicht? Und als weitere Antwortmöglichkeiten bei einer Verneinung: Ich kaufe meine Lebensmittel in anderen Geschäften. Ich finde keinen Parkplatz. Der Eingang ist nicht barrierefrei. Aus anderen Gründen. Und noch ein Leerfeld zum Selbstauffüllen für andere Gründe.*

Folgendes konnte ich durch die Antworten feststellen: 92,4 % haben schon einmal im Regionalshop eingekauft. Von diesen sind die meisten nämlich 48,5 %, **Gelegenheitskunden**, die nur zu bestimmten Anlässen einkaufen, 43,9 % sind **Stammkunden**, die regelmäßig – also mind. 1x im Monat einkaufen.

Die Gründe der **7,6 % Nicht-Regionalshopkunden** warum sie hier nicht einkaufen waren beispielsweise, dass ihnen das Sortiment zu klein ist und dass sie woanders ihren Einkauf erledigen.

Erfreulich wäre natürlich mehr Stammkunden zu lukrieren, die regelmäßig im Regionalshop einkaufen.

Kombinationsfrage 3.1 und 4.1.

Mit Hilfe einer Kontingenztabelle⁴⁶ (und eines befreundeten Mathematikers) konnte ich durch die Antworten bei Frage 3.1. (Haben Sie schon einmal im Regionalshop eingekauft) und bei Frage 4.1. (Sind Sie Kunde der Bibliothek Schwertberg) noch folgende Informationen gewinnen:

1. Der Großteil der Befragten, nämlich **82,6 %** sind sowohl Kunden des Regionalshops als auch der Bibliothek Schwertberg.
2. Es gibt **9,80 %** ausschließliche Regionalshopkunden.
3. In Summe sind 92,4 % der Befragten Kunden des Regionalshops.
4. **3,80 %** der Befragten sind ausschließliche Bibliothekskunden.
5. Somit sind 86,4 % der Befragten Kunden der Bibliothek.
6. **3,80 %** der Befragten waren noch nie in der Bibliothek Schwertberg und haben auch noch nie im Regionalshop Schwertberg eingekauft.

Dass die Kombination von Regionalshop und Bibliothek sehr gut funktioniert wird durch den Prozentsatz von 82,6 % Gesamtkunden bestätigt. Nachholbedarf ist sicherlich erforderlich bei den 9,80 % ausschließlichen Regionalshopkunden. Es könnten durchaus mehr Kunden den Shop frequentieren auch wenn sie keine Medien ausleihen. In Summe gesehen war es doch überraschend, dass der Großteil der Befragten nämlich 92,4% Regionalshopkunden sind.

Frage 3.2.

Die Frage lautete: *Wann kaufen Sie im Regionalshop Schwertberg ein? 4 exklusive Antwortmöglichkeiten standen zur Verfügung nämlich: Immer bzw. meistens, wenn ich auch die Bibliothek Schwertberg besuche. Ich kaufe manchmal im Regionalshop ein, auch ohne einen Besuch in der Bibliothek Schwertberg. Ich kaufe **nur** im Regionalshop und leihe mir keine Medien in der Bibliothek aus. Ich habe noch **nie** im Regionalshop Schwertberg eingekauft.*

⁴⁶ Kontingenztafeln sind Tabellen, die die absoluten oder relativen Häufigkeiten von Kombinationen bestimmter Merkmalsausprägungen enthalten. Kontingenz hat dabei die Bedeutung des gemeinsamen Auftretens von zwei Merkmalen, vgl. ausführlich <https://de.wikipedia.org/wiki/Kontingenztafel>

Die Antworten waren:

	Anzahl	Prozent
Immer bzw. meistens, wenn ich die Bibliothek besuche	64	48,50%
manchmal im RS, auch ohne Besuch in der Bibliothek	45	34,10%
kaufe nur im RS und leihe mir keine Medien aus	13	9,80%
noch nie im RS eingekauft	10	7,60%

Abbildung 12: Profitieren Bibliothek und Regionalshop tatsächlich voneinander?

Mit der Antwortmöglichkeit: *Immer bzw. meistens, wenn ich die Bibliothek Schwertberg besuche*, stellte ich fest, dass von den **Regionalshopkunden** (Kombination mit Frage 3.1.), die **auch Bibliothekskunden** sind (Kombination Frage 4.1.), **48,5 %** bei **fast jedem Besuch sowohl im Shop einkaufen als auch in der Bibliothek Medien ausleihen**, somit also den **größten Nutzen** für beide Einrichtungen erzielen.

Mit der Antwort: *Ich kaufe manchmal im Regionalshop ein, auch ohne einen Besuch in der Bibliothek Schwertberg*, ließ sich feststellen, dass von den **Regionalshopkunden** (Kombination mit Frage 3.1.) die **auch Bibliothekskunden** sind (Kombination Frage 4.1.) **34,10 %** manchmal im Regionalshop einkaufen **auch ohne die Bibliothek Schwertberg** zu besuchen.

Die Antwortmöglichkeit: *Ich kaufe nur im Regionalshop und leihe mir keine Medien in der Bibliothek aus*, ist zwingend nötig gewesen, um bei der Frage 3.2. auch den **ausschließlichen 9,80 % Regionalshopkunden** eine Antwortmöglichkeit zu bieten. Mit Verneinung der Frage 4.1. ist diese Antwort bereits mitumfasst.

Mit der Antwort: *Ich habe noch nie im Regionalshop Schwertberg eingekauft* ermittelte ich 60% **Nicht-Kunden des Regionalshops**.

Frage 3.3.

Frage 3.3. lautete: *Würden Sie im Regionalshop auch dann einkaufen, wenn sich dieser in einem anderen Gebäude im Zentrum von Schwertberg – ohne Bibliothek – befinden würde?*

Die Zahl der Bejahungen bzw. Verneinungen ist deshalb von Interesse, da sie uns Informationen darüber liefert, ob eine Trennung des Regionalshops von der Bibliothek und Unterbringung in ein anderes Gebäude in ähnlicher Lage oder eine ausschließliche Öffnung des Regionalshops ohne Bibliotheksöffnung (bspw. Samstagvormittag) rentabel wäre.

Der Großteil der Befragten nämlich 58,9 % würde auch im Regionalshop ohne Bibliothek einkaufen. Ein doch hoher Prozentsatz nämlich 41,1 % der Befragten würde einen ausschließlichen Regionalshop allerdings nicht besuchen.

Da 58,9 % mit ja antworteten, wäre eine Trennung zwar möglich, fraglich ist allerdings die Rentabilität des Regionalshops ohne Bibliothek, da doch 41,1 % der jetzigen Regional- und Bibliothekskunden dadurch wegfielen würden.

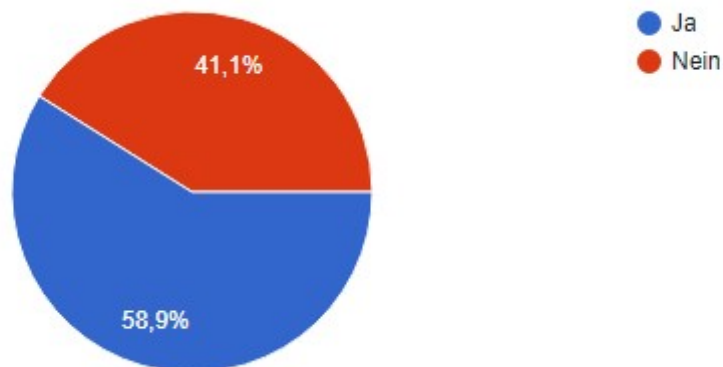


Abbildung 13: Käme der Regionalshop ohne Bibliothek als Einkaufsmöglichkeit in Betracht?

Frage 3.4.

Frage 3.4. formulierte ich als Meinungsfrage, wobei ich beim Aufbau das didaktische Prinzip, nämlich vom Allgemeinen zum Besonderen analog eines Trichters, verwendete.⁴⁷ Zunächst erstellte ich ganz allgemeine Aussagen zum Regionalshop: *Ich finde die Kombination Regionalshop und Bibliothek sehr vorteilhaft und Das Produkt-Angebot ist ausreichend.* Danach ging es bei den Aussagen ins Detail: *Die Produkte entsprechen qualitativ meinen Erwartungen. Die Produkte sind mir zu teuer. Ich fühle mich vom Personal gut beraten. Hätte der Regionalshop länger /*

⁴⁷ vgl. Kirchhoff, Sabine: Der Fragebogen. Datenbasis, Konstruktion und Auswertung. Wiesbaden: Springer Verlag 2010, 23.

öfters geöffnet würde ich (öfters) dort einkaufen. Die Betreuung der Regionalshopkunden leidet durch die Mitbetreuung der Bibliothek.

Die Antwortmöglichkeiten lauteten: *Trifft zu. Trifft weniger zu. Trifft nicht zu. Weiß nicht.*

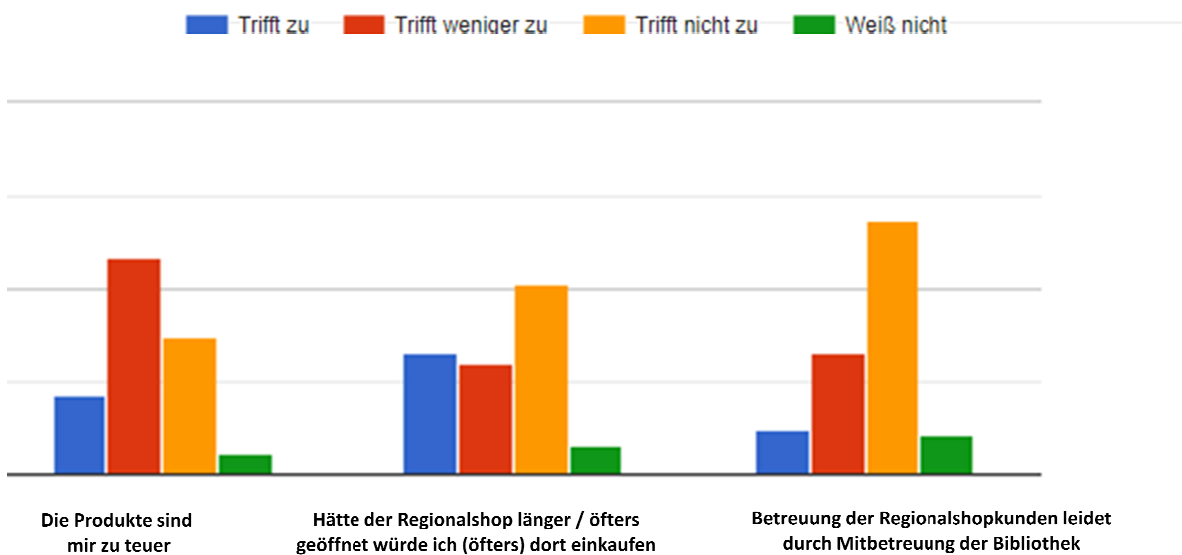
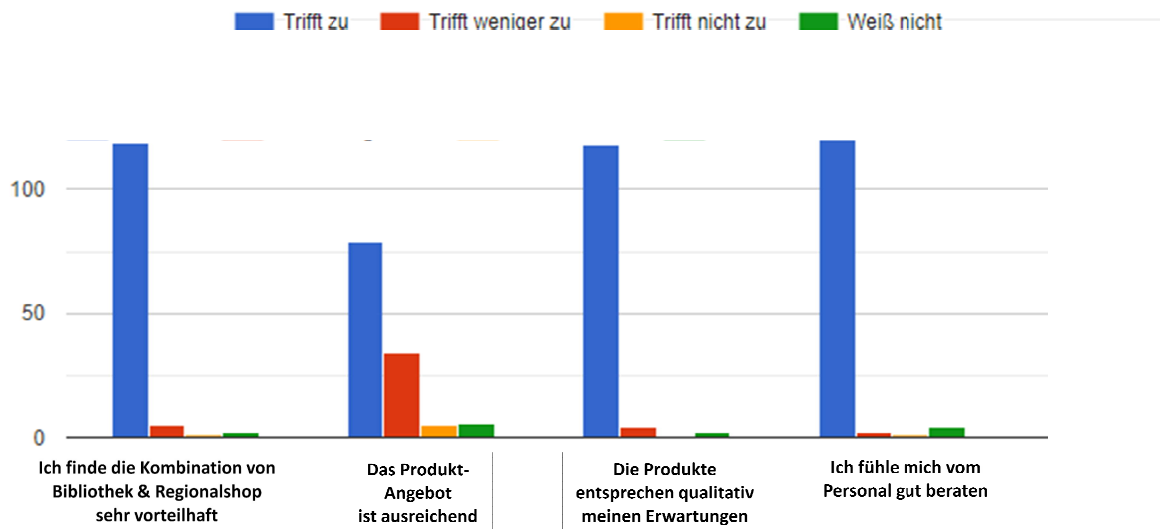


Abbildung 14: Frage 3.4. wurde als Meinungsfrage nach dem didaktischen Prinzip formuliert

Die Antworten sind grundsätzlich sehr positiv ausgefallen: 90,2 % finden die Kombination aus Regionalshop und Bibliothek sehr vorteilhaft, 89,4 % sind mit der Qualität der Produkte zufrieden und 91 % der Befragten finden sich auch vom Personal gut beraten. Das Produktangebot könnte allerdings etwas umfangreicher sein, finden zumindest 25,8 % der Befragten. Der Tenor dieser Aussage findet sich auch in den Antworten bei Frage 3.5. wieder. Gesunde und qualitativ hochwertige Lebensmittel sind teuer, was 16 % der Befragten auch als Grund nannten alternativen billigeren Produkten den Vorzug zu geben. 25 % der Befragten würde allerdings (öfters) im Regionalshop einkaufen, wenn dieser länger oder öfters geöffnet hätte. Nur ein geringer Anteil, nämlich 9,1 % ist der Meinung, dass durch die Mitführung der Bibliothek die Betreuung des Regionalshops leidet.

Frage 3.5.

Nachdem in Kundengesprächen regelmäßig die Nachfrage nach bestimmten Produktgruppen auftaucht, möchten wir mit der Frage: *Welche Produkte würden Sie sich im Regionalshop Schwertberg noch wünschen?* herausfinden, ob gewisse Produktgruppen tatsächlich vermehrt gewünscht werden?

Der Großteil der Befragten, nämlich 75 % wählten Antwort 1, die lautete: *Ich bin mit dem aktuellen Angebot zufrieden*, 3,8 % der Befragten wählten Antwort 2 aus nämlich dass sie *keine Kunden des Regionalshops Schwertbergs sind*. Der Rest von 21,2 % ist nicht zufrieden mit dem Produktangebot und wünscht sich vor allem ein größeres Bio-Angebot. Speziell genannt wurden dabei Milchprodukte und frisches Gemüse gefolgt von Wurst- und Speckwaren, als auch Obst, Essig, Kräuter, Öle, Tee, Süßigkeiten, Vollkorng Gebäck und mehr lokale Handwerksprodukte. Die Antworten waren wenig überraschend, bestätigten sie doch unsere Vermutungen.

Frage 3.6.

Auch beim Regionalshop Schwertberg stellten wir die Frage, ob dieser medial (Gemeindezeitung, Facebook, Instagram, ...) aktiver sein sollte. Als Antwortmöglichkeiten gab es: *Ja. Nein. Weiß nicht*. Das Ergebnis war ausgeglichen, denn 35,9 % antworteten mit nein (womit unsere bisherigen Tätigkeiten ausreichen würden), 35,2 % beantworteten die Frage mit ja und würden sich mehr mediale Aktivität wünschen. Ich plädiere eher zu mehr Aktivität in diesem Bereich, wobei ich damit nicht mehr Quantität sondern mehr Qualität meine wie bspw. ein

Regionalshop-Werbeblatt, Berichterstattung in den regionalen Medien, Verkostungen, etc.. Mit Stichtag 11.10.2020 hat der Regionalshop 408 Facebook- und 137 Instagram-Abonnenten, zum Ende der Projektarbeit im September 2021 waren es 530 Facebook- und 205 Instagram-Abonnenten. Eine Steigerung, die allerdings noch ausbaufähig ist!

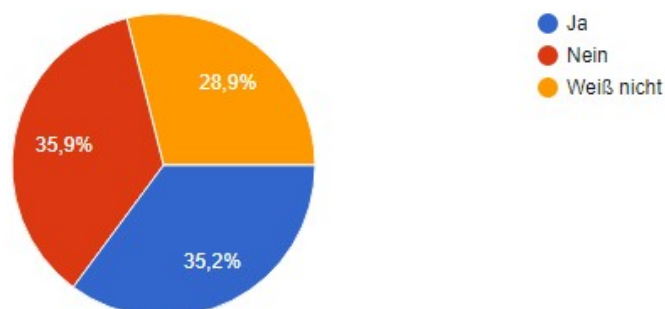


Abbildung 15: Sollte der Regionalshop medial aktiver sein?

Frage 3.7.

Zum Abschluss des Regionalshop-Fragebereichs gab es noch eine offene Frage für Ideen, Verbesserungsvorschläge und Wünsche iZm. dem Regionalshop Schwertberg. Am häufigsten wurde die Antwort genannt, dass ein größeres Angebot aus regionalen Produkten wünschenswert wäre.

6.5. Resümee

Überraschungen brachte die Umfrage keine. Viele inhaltliche Wünsche kannten wir bereits. Die Frage nach der beruflichen Qualifikation war informativ und dient der Ausarbeitung eines Bestandskonzepts. Die Dauer der Befragung hätte durchaus kürzer sein können, ein Monat – wenn nicht sogar zwei Wochen – wären vollkommen ausreichend gewesen. Die Auswertung, insbesondere die Kombinationsauswertungen aus mehreren Fragen waren sehr zeitintensiv, da ich dafür Kontingenztabelle erstellen musste, in welche ich alle benötigten Daten aus den 132 Fragebögen händisch eingeben musste. Manche Wünsche bezüglich Regionalshop haben wir bereits erfüllt. Seit November 2020 gibt es einen neuen Bio-Wurst- und Specklieferanten, heimische Bio-Kräuterteemischungen und Bio-

Gewürze haben wir seit dem Herbst 2020 im Sortiment. Zudem gibt es seit der Umfrage Most und Perlweine, Fertigpizzen und Lasagne zu kaufen. Mit der befristeten Handwerkerregelung versuchen wir mehr Abwechslung und Vielfalt in unseren Räumlichkeiten anzubieten und neue Regionalshop- und Bibliothekskunden anzulocken. Seit Ende der Umfrage haben acht neue Künstler (Babyartikel, Zirbenholzprodukte, handgefertigte Karten, Babykleidung, ätherische Öle, Weihrauchprodukte, Kinderbücher, Papeterie- und Geschenkartikel) im Shop ausgestellt und verkauft. Gemeinsam mit der DOSTE wurden zudem Überlegungen angestellt einen Wochenmarkt im Marktbereich gemeinsam mit den Regionalshop-Anbietern zu organisieren, bei dem vor allem auch dem Wunsch nach frischen Produkten Genüge getan werden soll. Ende Oktober 2020 kauften wir Teppiche, Pflanzen und Kissen, um die Bibliothek zu „begrünen“ und gemütliche Ecken zu schaffen. Bei der DOSTE-Sitzung am 22.10.2020 wurden die Ergebnisse der Befragung präsentiert und unsere Überlegungen, die sich an den Kritikpunkten der Umfrage orientierten, dargeboten. Die Mitglieder begrüßten diese Informationen, befanden die Umfrage für sehr aufschlussreich und die geplanten Regionalshop-Projekte im Rahmen meiner Ausbildung (insb. Werbeauftritt und „BUCHSTART“-Schwertberg) für sehr innovativ und erfolgsversprechend.

7. Kooperierende Projektverwirklichungen

Dass Bibliothek und Regionalshop bestens zusammen funktionieren und auch voneinander profitieren, möchte ich anhand einiger ausgewählter Veranstaltungen und Projekte aufzeigen.

7.1. Lockdown-Challenges

Wie alle anderen Bibliotheken in Österreich musste auch die Bibliothek Schwertberg den Vorgaben der Bundesregierung zur Eindämmung des Corona-Virus Folge leisten und die Bibliothek während der angeordneten Zeiträume im Jahr 2020/21 schließen. Wir bemühten uns - trotz Bibliotheksschließung - in dieser Zeit präsent zu sein. Im März 2020 gab es die „Regenbogen-Challenge“ und im Jänner 2021 das „frame it“-Projekt.

Bei der „Regenbogen-Challenge“ malten Kinder einen Regenbogen und klebten ihn an die Fenster oder Türen ihres Zuhauses. Andere Kinder konnten bei einem Spaziergang die Regenbögen suchen und zählen und gleichzeitig sahen sie, dass eine Menge anderer Kinder gerade auch Zuhause bleiben mussten.

Über unsere Social-Media-Kanäle erstellten wir einen Aufruf, die Kinder mögen uns doch helfen die Auslage der Bibliothek Schwertberg mit Regenbögen zu verschönern. Für alle Kinder, die uns einen Regenbogen mailten, per Facebook übermittelten oder in Papierform in den Postkasten vor dem Bibliothekseingang warfen, gab es – sobald wir wieder geöffnet hatten – ein Regenbogen-Säckchen, gefüllt mit Produkten aus dem Regionalshop (Schokolade und Schlecker von Fairtrade, Buchweizen-Cracker vom Schönauerhof) und ein Lesezeichen, auf dem alle gemalten Regenbögen abgebildet waren. Mit den Produkten machten wir auf das große Produktsortiment unsere Anbieter im Regionalshop aufmerksam, denn alles was im Säckchen zu finden war, gibt es auch im Regionalshop Schwertberg zu kaufen. Insgesamt beteiligten sich 61 Kinder an der Regenbogen-Challenge. Darüber wurde in diversen Medien berichtet (siehe Anhang 9.2.).

Für den nicht enden wollenden 3. Lockdown (26.12.2020 – 7.2.2021) überlegten wir uns ein Kinderbuch-Kreativprojekt mit dem Namen "frame it". Alle Kinder, die sich bei

uns meldeten, bekamen ein Kinderbuch und Bastelmaterialien zugestellt. Ihre Aufgabe war es sich mit dem Buch genauer auseinanderzusetzen. Sie sollten es nicht nur lesen, sondern auch eine Szene, eine Figur oder eine Textstelle kreativ gestalten. Im Kuvert befanden sich eine Kurzanleitung und Materialien aus denen sie einen Rahmen basteln sollten. Darin konnten sie eine Szene aus dem Buch darstellen. Die Namen aller Kinder kamen in den Lostopf, drei wurden gezogen und bekamen ein Geschenk, das aus einem Buch und drei Artikeln aus dem Regionalshop (Pedacola-Sirup, Aronia-Schokolade, Tante-Fanny Teig) bestand.

Ich bewarb die Aktion am Montag, 25.1.2021 auf Facebook, Instagram und unserer Website und schickte am selben Tag auch eine Pressemeldung an die Bezirkszeitung, die Oö. Nachrichten und die Kronen Zeitung aus. Es meldeten sich am 1. Tag bereits 46 Kinder via Facebook an.

Dass der Regionalshop und die Bibliothek von ihren Tätigkeiten gegenseitig profitieren, zeigte die Tatsache, dass an diesem Tag der Regionalshop Schwertberg 5 neue Abonnenten erhielt, obwohl ich keinen Facebook-Post auf der Regionalshop-Seite erstellt hatte. Zurückzuführen ist das darauf, dass ich im „frame it“-Facebook-Post auf der Bibliotheksseite darauf aufmerksam gemacht habe, dass drei Gewinner ausgelost werden, die neben einem Buch, auch Produkte aus dem Regionalshop Schwertberg erhalten werden (siehe Anhang 9.3.). Dadurch, dass der Regionalshop auch immer in Bibliotheksposts auf Facebook und umgekehrt verlinkt ist, können alle Interessierten schnell und einfach hin- und herclicken. Alle teilnehmenden Kinder bekamen am ersten Öffnungstag noch zusätzlich eine Dankeskarte mit einer Süßigkeit überreicht.

Das positive Feedback unserer Kunden war enorm. Eine Mutter erzählte mir, dass sie mit ihren Kindern zwei Tage lang beschäftigt war das Projekt umzusetzen. Vor der Auslage der Bibliothek drängten sich nicht nur neugierige Kinder, sondern auch ortsansässige Künstler und Spaziergänger, die von der Kreativität der Kinder sehr angetan waren. Diese kommen natürlich auch in Genuss, der in der Auslage präsentierten Regionalshop-Produkte. Schlussendlich beteiligten sich 56 Kinder an der Aktion.

In den Highlights unserer Instagram-Seite sind beide Aktionen dokumentiert!

7.2. Schwertberger Einkaufsaktion

7.2.1. Worum ging es

Um die Umsätze der Schwertberger Geschäfte und Gewerbetreibenden nach den Corona-Beschränkungen im Jahr 2020 wieder anzukurbeln, hat die Marktgemeinde Schwertberg gemeinsam mit der örtlichen Wirtschaftsinteressen-Gemeinschaft (WIG) von 1. bis 30. September 2020 eine Gutschein-Aktion organisiert: Jeder, der in Schwertberg wohnt oder arbeitet und von mindestens vier unterschiedlichen Gewerbetreibenden oder Dienstleistern Rechnungen vorweisen konnte, erhielt für einen € 100 Einkauf in Schwertberg, von der Gemeinde einen € 10 WIG-Gutschein, wobei die Aktion mit € 400 und somit mit € 40 WIG-Gutscheinen begrenzt war. Ein WIG-Gutschein hat einen Wert von € 10, er kann an 6 Stellen gekauft werden und bei 61 Schwertberger Geschäftsstellen anstelle von Bar-/Giralgeld eingelöst werden, darunter auch im Regionalshop Schwertberg.

7.2.2. Wie konnten wir uns daran beteiligen und warum

Einkäufe im Regionalshop sowie die Leihgebühren der Bibliothek Schwertberg waren ebenfalls mitumfasst. Diese Aktion bot eine gute Gelegenheit für uns, nach der coronabedingten Schließzeit und eines zweiwöchigen Betriebsurlaubes im August 2020, den Umsatz im Regionalshop wieder etwas anzukurbeln und dadurch auch wieder neue Kunden für die Bibliothek Schwertberg zu gewinnen sowie die Anzahl der Entlehnungen zu steigern.

Nachdem die Aktion über die WIG und die Gemeinde bereits in den regionalen Printmedien und über Social Media beworben worden war, mussten wir spezifisch den Regionalshop bewerben. Deshalb wurde zunächst an verschiedenen Stellen in und vor der Bibliothek visuell auf die Aktion hingewiesen. Weiters bewarben wir die Aktion auf unserer Website, verschickten einen Newsletter, planten wöchentliche Posts auf der Instagram- und Facebook-Seite des Regionalshops und änderten das Titelbild der Regionalshop-Facebook-Seite dementsprechend (siehe Anhang Abb. 42). Weiters wurde das gesamte RS-Produktsortiment eines jeden RS-Anbieters mit der Hintergrundkulisse der Bibliothek fotografiert (insgesamt 21 Fotos, siehe Anhang

Abb. 43), mit einem selbst verfassten Text zu den Produkten und den Anbietern versehen und im September 2020 auf Facebook, Instagram und in den Instagram-Stories des Regionalshops gepostet und auch in den Highlights gespeichert.

7.2.3. Resümee Regionalshop Schwertberg

Die **Facebook-Seite des Regionalshops** hatte im August 2020 45 Seitenaufrufe, 14 neue Gefällt-mir-Angaben (somit 393 Abonnenten) und eine Beitragsreichweite von 89 Personen.

Im September 2020 gab es 72 Seitenaufrufe (+28 %), 13 neue Gefällt-mir-Angaben (somit 406 Abonnenten) und eine Beitragsreichweite von 3.488 erreichten Personen (+619 %).

Wir konnten leider nicht sehr viele neue Follower auf Facebook dazugewinnen, allerdings gab es eine deutliche Steigerung der Beitragsreichweite, nämlich ein Plus von 3.399 Personen. Diese organische, d. h. unbezahlte Reichweite bedeutet, dass meine Posts auf den Seiten meiner Abonnenten angezeigt wurden⁴⁸. 3.399 Personen haben somit im September 2020 Posts vom Regionalshop Schwertberg gesehen und hoffentlich auch gelesen!

Eine adäquate Steigerung verzeichnete die **Instagram-Seite** des Regionalshops Schwertberg. Es konnten 12 neue Follower gewonnen werden, womit nun 136 Personen dem Regionalshop folgen.

Die **Regionalshop-Website** wurde im August 2020 97-mal aufgerufen, im September 107-mal.

Gegenüber Juli 2020 (im August 2020 war der Shop aufgrund des Betriebsurlaubes zwei Wochen geschlossen) konnten im September 2020 die Einnahmen im Regionalshop um 21,84 % gesteigert werden, gegenüber September 2019 waren es um 15,29 % mehr Einnahmen. Die steigenden Einnahmen waren überaus erfreulich und auf die vermehrten Werbeaktivitäten durch die WIG und den Regionalshop zurückzuführen.

⁴⁸ vgl. *Besl, Valerie*: Öffentlichkeitsarbeit. Wien: 2020, 24.

Erfreulich ist außerdem die Steigerung der Beitragsreichweite und die neuen Kunden, die wir während der Öffnungszeiten begrüßen durften.

7.2.4. Resümee Bibliothek Schwertberg

Der Schwerpunkt der Werbeaktion lag beim Regionalshop und nicht bei der Bibliothek. Seitens der Bibliothek wurde die Einkaufsaktion nicht beworben. Mit dem verstärkten Werbeauftritt des Regionalshops im September 2020 wollte ich vor allem die Auswirkungen auf die Bibliothek analysieren und dokumentieren, insbesondere in Bezug auf Social Media, Neuanmeldungen und Entlehnungen.

Die **Facebook-Seite der Bibliothek** hatte im **August 2020** 90 Seitenaufrufe, 1 neue Gefällt-mir Angabe (somit 648 Abonnenten) und eine Beitragsreichweite von 837 Personen. Im **September 2020** gab es 151 Seitenaufrufe (+28 %), 7 neue Gefällt mir Angaben (somit 655 Abonnenten) und eine Beitragsreichweite von 1.368 Personen (+724 %).

Es gab eine deutliche Steigerung bei den Seitenaufrufen (+61 Aufrufe) und bei der Beitragsreichweite (+531 Personen).

Auch bei Instagram verzeichneten wir eine Steigerung: mit 31.8.2020 hatte die **Instagram-Seite** der Bibliothek Schwertberg 641 Abonnenten, mit 1.10.2020 waren es um 39 mehr, also insgesamt 680 Abonnenten.

Im August 2020 wurde die **Bibliotheks-Website** 680-mal aufgerufen, im September 2020 686-mal. Leider steht für die regelmäßige Wartung mit Neuigkeiten auf der Website zu wenig Zeit zur Verfügung, was sich dann natürlich auf die Zahl der Aufrufe niederschlägt.

Im September 2020 haben sich 23 **neue Kunden** angemeldet. Im Durchschnitt lag die Anmeldequote in den Vormonaten bei ca. 12 Neuanmeldungen pro Monat (ohne Miteinberechnung des coronabedingten Schließmonates März). Im September 2019 waren es im Vergleich 9 Neuanmeldungen. Sowohl im Vergleich mit der Zahl an

Neuanmeldungen im Durchschnitt (12) von 2020 als auch im Vergleich zum Monat des Vorjahres (9), sind 23 neue Kunden eine äußerst erfreuliche Bilanz.

Im September 2020 gab es 2.032 **Entlehnungen**. Im Durchschnitt lag die Entlehnquote in den Vormonaten bei ca. 1.646 Entlehnungen pro Monat (ohne Miteinberechnung des coronabedingten Schließmonates März 2020). Im Vergleich dazu waren es im September 2019 2.021 Entlehnungen (bei einer durchschnittlichen monatlichen Entlehnquote von 1.987). Im Vergleich zu September 2019 sind 2.032 Entlehnungen sehr solide. Wenn man sie allerdings mit den Monaten davor vergleicht, die bei ca. 1.646 Entlehnungen liegen, was durchaus auf die coronabedingten Umstände zurückzuführen ist, ist eine Steigerung um 386 Entlehnungen ein deutliches positives Zeichen.

Alles in allem hat die Bibliothek Schwertberg von der aktiven Werbepräsenz des Regionalshops Schwertberg im September 2020 vor allem in Bezug auf Beitragsreichweite, Neuanmeldungen und Entlehnzahlen profitiert, ohne in diesem Monat selbst presse- und veranstaltungsmäßig aktiv geworden zu sein.

7.3. Gemeinsamer Werbeauftritt

7.3.1. Die Vorbereitung

Schon seit längerem hatten wir die Idee einen gemeinsamen Bibliotheks- und Regionalshop-Flyer zu gestalten. Der Werbeauftritt der Stadtbibliothek Ried im Innkreis⁴⁹ hat großen Eindruck bei uns hinterlassen, insbesondere die Plakatserie gefiel uns sehr gut.

Außerdem wollten wir ein Transparent entwerfen, das (genauso wie die Plakatserie) bei einer stark befahrenen Durchzugsstraße angebracht werden sollte. Die Vorbeifahrenden bzw. -gehenden sollten dadurch zum Besuch der Bibliothek bzw. des Regionalshop motiviert werden.

Für mich war es wichtig die Büchereikunden miteinzubeziehen, indem ich Sprüche "erfand", die eigens auf die Kunden abgestimmt waren.

Die fotografische, grafische und textliche Gestaltung übernahm ich, weshalb nur Druckkosten entstanden, die in unseren Budgetrahmen passten.

7.3.2. Die Durchführung

7.3.2.1. Plakatserie

Von Anfang an war für mich klar wer der Mittelpunkt unserer Plakatserie sein sollte, nämlich unsere Kunden und Leser. Mit ihnen steht und fällt nicht nur die Bücherei, sondern auch der Regionalshop. Kämen sie nicht, gäbe es uns nicht. Ich wollte definitiv keine Menschen aus einer Online-Fotoquelle für die Drucksorten verwenden. Es war leicht Personen zu finden, die unsere Bibliothek und unseren Regionalshop repräsentieren, weil sie in ihrer Art und Weise speziell und einzigartig sind. Das fertige Bild bereits vor meinem inneren Auge sehend, wollte ich die Models in unserem Lesesessel fotografieren, wobei die Bibliotheks-Kulisse für die Bibliotheksmodels einerseits und die Regionalshop-Kulisse für die Regionalshop-Models andererseits als Hintergrund vorgesehen war. Während meiner Kinderwagen-Ausfahrten in der Karenzzeit überlegte ich mir passende Sprüche und schon war unsere neue Plakatserie geboren!

⁴⁹ vgl. *Kirchsteiger, Christine*: Wie Werbung wirkt. in: *Büchereiperspektiven* Nr. 3/17, 12 ff

An zwei Büchereitagen Ende September 2020 machte ich Probefotos und testete die Lichtverhältnisse vor Ort (siehe Anhang Abb. 44). Grundsätzlich gefiel uns die ursprünglich angedachte Variante sehr gut, allerdings war uns dann der Hintergrund mit den vielen Bücher bzw. den vielen Regionalshop-Produkten doch zu unruhig. Er lenkte von den eigentlichen Hauptdarstellern ab, nämlich den Personen und dem dazugehörigen Spruch. Also haben wir das Konzept wieder umgestaltet und das Fotoshooting neu im Fotostudio des Fotoclubs Schwertberg geplant. Unsere Models habe ich beim Bibliotheksbesuch auf das Projekt angesprochen. Ich zeigte ihnen das Probefoto und den auf sie abgestimmten Spruch (siehe Anhang Abb. 45). Es waren alle begeistert von der Idee und sagten zu. Es freuten sich viele, dass wir gerade sie ausgewählt haben.

Als Foto-Shooting-Termin wurde ursprünglich der 14.10.2020 vereinbart, nachdem wir dann das Konzept wieder umgestaltet haben, war der neue Termin am 14.11.2020 vorgesehen. Dann kamen der 2. und der 3. Lockdown und wir verschoben den Termin neuerlich ins Jahr 2021. Nachdem ich mir bereits eine Vielzahl an bibliotheksbezogenen Sprüchen ausgedacht habe und zudem noch Veranstaltungsbudget vorhanden war, erstellte ich kurzerhand eine andere Plakatserie mit unserem Bibliothekssujet, nämlich einer „Vorlese-Prinzessin“. Während der tristen Wintermonate erfreuten diese farbenprächtigen Plakate die Menschen und luden zum Besuch in der Bibliothek ein (siehe Anhang Abb. 46 - 48). Nachdem die Corona-Zahlen auch im Frühjahr 2021 noch sehr hoch, die Regeln für Zusammenkünfte sehr streng waren und ich die Bibliotheks- und Regionalshop-Broschüren ehestmöglich für das Projekt „BUCHSTART“ benötigte, das ich mit 1. Juli 2021 verwirklichen wollte, legten wir die Plakatserie vorerst auf Eis. Ursprünglich hatte ich geplant die Fotos für das Leporello (siehe Abschnitt 7.3.2.2.) zu verwenden, was dadurch in dieser Form ebenfalls nicht mehr umsetzbar wurde.

7.3.2.2. Flyer

Meine Internet-Recherche zu Bibliotheksflyern war sehr ernüchternd. Ob sich potentielle Kunden angesprochen fühlen, wenn sie im Flyer lesen, dass sie mit Säumnisgebühren zu rechnen haben, wenn sie Medien nicht fristgerecht zurückbringen und bei Verlust Ersatz zu leisten haben, bezweifle ich. Fotos von menschenleeren Bücherregalen und einsamen Kinderecken trugen noch ihr übriges dazu bei. Mir war klar: unser Flyer sollte anders werden.

Meine erste Überlegung betraf das Format. Das typische Flyer-Format kam nicht in Frage. Aber welches Format war besonders und dazu noch geeignet Bibliothek und Regionalshop gemeinsam vorzustellen? Mir kam die Idee ein Leporello zu gestalten, in einem etwas kleineren Format, mit abgerundeten Ecken und reduziert gehalten. Nachdem ich so viel Zeit und Kreativität in die Plakatserie gesteckt habe, sollten einige ausgewählte Personenfotos im Leporello links platziert werden, rechts der auf die Models abgestimmte Spruch. Ich persönlich mag es aus dem Schwarm ausubrechen und genauso wollte ich es auch bei unseren neuen Werbemitteln machen.

Nachdem die Fotos der Plakatserie allerdings essenziell für mein Leporello waren, ich diese im Herbst 2020 wegen den Corona-Lockdowns nicht mehr umsetzen konnte und wir 2021 unbedingt zum Beginn von „BUCHSTART“-Schwertberg (1. Juli 2021) sowie der 5-Jahres Feier von Regionalshop und Bibliothek neue Broschüren brauchten, konnte ich den Leporello wie ursprünglich angedacht nicht mehr umsetzen. Für die Abhaltung des Fotoshootings und die Gestaltung eines innovativen Leporellos fehlte mir schlichtweg die Arbeits- und Freizeit. Deshalb entschied ich mich zwei klassische Broschüren für Bibliothek und Regionalshop zu erstellen, die ich Anfang Juli 2021 fertig gestellt hatte (siehe Anhang Abb. 53).

7.3.2.3. Transparent

Während des 2. Lockdowns (17.11. - 6.12.2020) gestaltete ich je ein Transparent für Bibliothek und Regionalshop (siehe Anhang Abb. 49 - 52). Die beiden Transparente wurden - sofern keine anderen Veranstaltungen stattfanden – nach Absprache mit dem Obmann der WIG, an den - im Eigentum der WIG Schwertberg befindlichen - Ständern kostenlos angebracht. Als Gegenleistung habe ich das Regionalshop-Transparent sehr allgemein auf den Einkaufsort Schwertberg bezogen gestaltet sowie das WIG- und das Gemeinde Schwertberg-Logo noch hinzugefügt. Das Regionalshop-Logo überwiegt allerdings. Weiters ist das Marktplatz-Foto Richtung Regionalshop ausgerichtet und die angegebenen Öffnungszeiten sind jene des Regionalshops. An einer großen Durchzugsstraße im Ort wurden die Transparente angebracht. Trotz 50 km/h-Beschränkung legte ich bei der Gestaltung viel Augenmerk auf die gute Lesbarkeit des Textes, da vor allem Autofahrer die

Adressaten der Transparente sind. Am Mittwoch, 2.12.2020 haben wir den Druckauftrag erteilt und am 17.12.2020 konnte man sie erstmals vom Auto aus oder beim Spaziergehen betrachten.

7.3.3. Resümee

Die sehr farbenprächtigen Transparente und Plakate erhellten im Corona-Winter 2020/21 unseren Ort während der grauen, schneefreien Wintermonate nicht nur farbenmäßig, sondern auch die selbst erdachten Sprüche regten zum Anhalten, Lesen und Nachdenken an. Da diese Drucksorten terminlos sind können sie jederzeit nachgedruckt oder verändert werden. Sie machen auf das Lesen im Allgemeinen und die Bibliothek bzw. den Regionalshop im Besonderen aufmerksam.

Auffallend war, dass wir trotz der Schließtage im Dezember 2020, 401 Entlehnungen mehr als 2019 verzeichneten. Das gleiche Bild zeigte sich auch beim Regionalshop. Der Dezember 2020 war umsatzmäßig der beste Monat seit der Eröffnung desselben. Die intensiven Berichterstattungen auf Social Media, die klassische Pressearbeit vor allem in der Gemeindezeitung und die Mitte Dezember angebrachten Transparente, waren wesentliche Faktoren für dieses erfolgreiche Bibliotheks- und Regionalshop-Monat Dezember 2020!

Die Bibliotheks- und Regionalshop-Broschüren sind bildgewaltig und wortreich gestaltet. Sie finden ab sofort Eingang in unser „BUCHSTART“-Paket und in die Willkommensmappe, die allen neuen Bibliothekskunden ausgehändigt wird. Natürlich liegen sie auch in der Bibliothek und im Gemeindeamt zur freien Entnahme auf.

7.4. Projekt „BUCHSTART“- Schwertberg

7.4.1. Die Vorbereitung

Die „BUCHSTART“-Veranstaltungsreihe ist eine wunderbare Idee, frisch gebackene Eltern mit der ortsansässigen Bibliothek vertraut zu machen. Ich habe dieses Projekt aufgegriffen und auf unsere Verhältnisse zugeschnitten, insbesondere wollte ich den Regionalshop mit an Bord holen. Das Konzept dazu sah folgendermaßen aus: Viermal pro Jahr werden alle Eltern mit Kindern im Alter von 12 bis 15 Monate mit einem Schreiben des Bürgermeisters in die Bibliothek eingeladen. Von der ursprünglich geplanten Präsenzveranstaltung (mit Bürgermeister und Bibliotheksmitarbeiterinnen) wird wegen Covid-19 vorerst abgesehen. Deshalb werden die Eltern postalisch verständigt sich in der Bibliothek Schwertberg ein kostenloses „BUCHSTART“-Willkommenspaket abzuholen. Darin sind nicht nur Infos zur Bibliothek und Leseförderung enthalten, sondern auch ein Babybuch und „Regionalshop-Goodies“, wie bspw. kleine Kostproben (Honig, Babykekse, Tee, etc.), Gutscheine für ein gratis Produkt, Rabatt-Gutscheine, etc.. Damit möchten wir den Eltern einerseits unsere Regionalshop-Produkte vorstellen und andererseits auch die Wichtigkeit der regionalen Lebensmittel-Versorger aufzeigen.

7.4.2. Die Durchführung

7.4.2.1. Einholung von Vorinformationen

Die Planung des Projekts startete im August 2020. Bis zum geplanten Start am 1. Juli 2021 gab es noch viel zu erledigen. Zunächst musste ich einige Daten und Informationen sammeln: Im Meldeamt der Marktgemeinde Schwertberg bekam ich die Auskunft, dass es ungefähr 70 Babys im Alter von 8-12 Monaten pro Jahr gibt. Unter Berücksichtigung, dass auch Familien mit Babys in diesem Alter zu- und wegziehen, rechnete ich mit ca. 80 Babys pro Jahr, die eine Begrüßungsbox erhalten werden. Danach machte ich mir zum Inhalt des Pakets Gedanken und den Kosten. Nach Rücksprache mit dem Träger bezüglich Kostenübernahme dieses neuen Projektes, begannen im Herbst/Winter 2020/21 die konkreten Vorbereitungsarbeiten.

7.4.2.2. Regionalshop-Goodies

Im Dezember 2020 informierte ich per E-Mail die Regionalshop-Anbieter über die geplante Veranstaltung. Meine Idee und mein Ansuchen an sie war, dass abwechselnd bei jedem Termin je zwei Regionalshop-Anbieter „Goodies“ zur Verfügung stellen, wobei es den RS-Anbietern frei gestellt ist, ob sie Kostproben oder Gutscheine beisteuern möchten. Nachdem Tante Fanny sich bereit erklärte immer ein Tante Fanny-Kochbuch zur Verfügung zu stellen, wurden alle anderen teilnehmenden Anbieter auf die zukünftigen Termine verteilt. Beispielsweise beteiligte sich Frau Nicole Horner - „Raum für dich“ mit einem -5%-Gutschein für den Kauf ihrer Produkte, Familie Pichlbauer stellt eine Vollkorngrießpackung zur Verfügung und Familie Prinz - „Schönauerhof Naarn“ legt Buchweizen-Kekse bei.

7.4.2.3. Inhalt und Kosten des „BUCHSTART“-Willkommenspakets:

Der Inhalt des „BUCHSTART“-Willkommenspakets setzte sich im Juli 2021 wie folgt zusammen:

- Regionalshop-Broschüre
- Bibliotheks-Broschüre
- „BUCHSTART“-Broschüre
- „BUCHSTART“-Lesezeichen
- „BUCHSTART“-Postkarten
- Babybuch
- Regionalshop-Goodies
 - 1 Tante Fanny Kochbuch
 - 2 Tante Fanny Teige (Selbstausswahl im Kühlschrank)
 - 1 Aronia-Tee
 - -5 % Gutscheine für Aroma-Düfte von Nicole Horner
- Eltern-Kind-Zentrum Programmheft

Ein Teil der durch dieses neue Projekt entstandenen Kosten würde sich im Veranstaltungsbudget der Bibliothek unterbringen lassen, jedoch nicht alles. Deshalb war meine Idee jedes Jahr die Babybücher über eine andere Schwertberger Firma sponsern zu lassen, natürlich mit Hinweisen auf die Unterstützung (Aufkleber am Buch, Presseaussendungen, Social Media, etc.). Am 7.12.2020 fragte ich bei Firma

Steinbach International GmbH an, ob ein Sponsoring der Babybücher iHv. ca. € 300 möglich wäre. Die Anfrage wurde positiv beantwortet und ich konnte damit rund 80 Babybücher kaufen. 70 „BUCHSTART“-Hefte kaufte ich beim BVÖ (€ 159,00), „BUCHSTART“-Lesezeichen und Postkarten bei biblio.at um € 50,-. Die benötigten weißen Boxen beziehen wir über unser benachbartes Catering-Unternehmen (€ 24). Grafikkosten entstanden keine, da ich diese Arbeiten übernahm. Die Gesamtkosten für die Bibliothek für ein Jahr belaufen sich somit auf ca. € 233,-.

7.4.2.4. Start des Projektes

Als Start für das Projekt hab ich mir den 1. Juli 2021 gesetzt. Nachdem der Regionalshop an diesem Datum sein 5-jähriges Bestehen feierte und wir aufgrund der Corona-Pandemie noch nicht genau wussten, ob und unter welchen Bedingungen Veranstaltungen abgehalten werden dürfen, wollte ich das „BUCHSTART“-Projekt anlässlich des Jubiläums vorstellen. Kurz vor knapp wurde ich mit all den Vorbereitungsarbeiten fertig, sodass die ersten Eltern mit 1. Juli 2021 ihre Bücherboxen in der Bibliothek abholen konnten.

7.4.3. Resümee

Die Vorbereitungen waren sehr aufwändig, insbesondere erstellte ich die gesamten Drucksorten, Einladungsschreiben und Pressemitteilungen (siehe Anhang 9.7.). Die zukünftigen Einladungsschreiben und das Zusammenstellen der Pakete wird in Zukunft nicht mehr derartig zeitintensiv sein, da bereits alle Dateien druckfertig vorhanden sind. Jedes Jahr im Herbst muss allerdings ein neuer Sponsoring-Partner lukriert werden.

Regionalshop-Anbieter, Kunden, Eltern und Gemeindevertreter lobten unser Projekt und fanden es sehr innovativ und zeitgemäß. Mittlerweile beteiligen sich auch noch andere Schwertberger Vereine und Institutionen am „BUCHSTART“-Projekt wie bspw. das Eltern-Kind-Zentrum Schwertberg, die sehr froh sind mitmachen zu dürfen, um auf diesem Weg Familien erreichen zu können. Einen umfassenden Einblick zu diesem Projekt gibt es als Highlight auf unserem Instagram Konto.

7.5. Buch- und Produktkooperationen

Zu vielen im Regionalshop Schwertberg angebotenen Produkten gibt es mittlerweile passende Literatur in der Bibliothek. Als bspw. Buchweizen- und Aroniaprodukte neu im RS angeboten wurden, waren die Eigenschaften dieser neuen heimischen Superfoods noch nicht allgemein bekannt. Deshalb kauften wir diesbezügliche Sach- und Kochbücher ein, um unseren Kunden dahingehend entsprechende Informationen anbieten zu können (siehe Anhang Abb. 65).

Zu Weihnachten haben wir für unsere Kunden nicht nur Lebkuchenrezepte in den Weihnachtsmedien parat, sondern auch gleich die passenden (Bio-) Zutaten aus der Region dazu. Wir präsentieren diese Kombinationen den Kunden in den Räumlichkeiten, im Schaufenster und auch auf Social Media (siehe Anhang Abb. 59). Das "One-Stop-Shop"-Prinzip funktioniert auch im kleinen Rahmen!

7.6. Veranstaltungs- und Produktkooperationen

Die Diversität der Regionalshop-Anbieter eröffnet zahlreiche Möglichkeiten Bibliotheksveranstaltungen und -projekte aufeinander abzustimmen oder zu kombinieren. Wir konzipieren derartige Veranstaltungen gerne als WIN-WIN Projekte: Sowohl Bibliothek (Image, Neukunden, Entlehnungen) als auch Regionalshop-Anbieter (neue Käufer, Image) sollen davon profitieren. So feiern wir den Weltbuchtage als Weltbuch(tel)tag, an dem alle Kunden eine gratis Buchtel, die aus einem Tante Fanny-Germteig gemacht wurde (siehe Anhang Abb. 67), bekommen. Zum Frühlings-Lesehaus-Termin, bei dem ein Bienenbuch vorgelesen wurde, erklärte der Honig-Regionalshop-Anbieter und Imker das geheime Leben der Bienen und verteilte im Anschluss Honigbrote. Zu den jedes Jahr im November stattfindenden EZA-Wochen des Landes Oö. verteilen die Mitglieder des Fairtrade - Arbeitskreises nicht nur Kostproben der im Shop angebotenen Fairtrade - Artikel (zB. Schokolade, Tee, Kaffee....), sondern es gibt auch immer ein passendes Bibliotheksprojekt dazu (zB Kinder dürfen eine Schokoladeverpackung malen, einige wurden ausgewählt und durften im Dezember die Fairtrade-Schokolade umhüllen). Die Möglichkeiten sind riesig, das Potential enorm und Bibliothek und Regionalshop sind und bleiben in der Region präsent!

8. Reflexion

Das Ziel meiner Projektarbeit war die Vorstellung des Regionalshops sowohl in theoretischen als auch praktischen Aspekten. Der Theorieteil sollte nicht nur die Entstehung des Regionalshops beinhalten, sondern auch die rechtlichen Grundlagen erörtern. Beide Bereiche waren mit sehr viel Recherchearbeiten verbunden. Gerade im Rechtsbereich stieß ich auf ein Sammelsurium an Rechtsfragen, deren Erörterung diese Projektarbeit bei weitem überschreiten würde. Somit konzentrierte ich mich auf die Ausarbeitung der wichtigsten Rechtsbereiche, die zur Errichtung und Führung eines Regionalshops notwendig sind. Dass mit meiner Projektarbeit auch andere Bibliotheken einen "Leitfaden" zur Errichtung einer derartigen Kooperation in den Händen halten, war eines meiner erklärten Ziele zu Beginn der Arbeit und wurde mE auch erreicht.

Ein wichtiger Aspekt meiner Arbeit sowohl im Bibliotheks- als auch im Regionalshop-Bereich ist die Meinung und die Zufriedenheit der Kunden. Das durchwegs positive Feedback der Kunden, das uns iRd Bibliotheks- und Regionalshop-Umfrage erreichte, bestärkt uns Mitarbeiterinnen nicht nur in unserer bisherigen Tätigkeit, es motiviert uns auch neue Ideen, Wünsche und Projekte mit Tatkraft und (zum Teil ehrenamtlicher) Arbeitsleistung umzusetzen.

In den zweiten Teil der Arbeit flossen mehrere geplante und nicht geplante Projekte, Veranstaltungen und Kooperationen von Regionalshop und Bibliothek. Es ging mir dabei vor allem darum aufzuzeigen, dass beide Einrichtungen bestens korrelieren und von ihren Tätigkeiten gegenseitig profitieren. Ich denke, dass es mir gelungen ist dies entsprechend zu analysieren und zu dokumentieren.

Der praktische Teil hielt immer coronabedingte Überraschungen bereit, die mich persönlich zwar nicht aus der Bahn warfen, aber dennoch Flexibilität und zusätzlichen Arbeitsaufwand erforderten. Nicht nur den theoretischen Teil, sondern auch den Großteil der Projekte habe ich in der Freizeit durchgeführt. 2020 sind meine Aufsichtspersonen aufgrund der Corona-Pandemie ausgefallen, weshalb ich alle Arbeiten nachts oder sonntagvormittags erledigen musste. Dieser Aspekt stellte für mich die größte Herausforderung der Projektarbeit dar.

Umso mehr freut es mich, dieses in Oberösterreich einzigartige Projekt in diesem Umfang und innerhalb meines persönlich gesteckten Zeitplanes entsprechend ausgearbeitet und dokumentiert zu haben. Unser Regionalshop ist nachahmungswürdig, zeitgemäß und innovativ und diese Arbeit soll auch andere Entscheidungsträger zu solch zukunftsorientiertem, regionalitätsstärkendem und umweltbewusstem Handeln motivieren!

9. Anhang (Bilder, Presseberichte, Fragebogen, Flyer)

9.1. Zur Entwicklung des Regionalshop Schwertberg



Abbildung 16: Das „Schwertberger GenusTascherl“ (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 16: Zum Zeitpunkt der Eröffnung (2016) gab es 15 Regionalshop-Anbieter, aktuell (September 2021) zählen wir 34 (© Marktgemeinde Schwertberg)

Ein Blick in den neuen Regionalshop in Schwertberg
 22. Juli 2016, 10:07 Uhr



Bei der Eröffnung Foto: Privat hochgeladen von Michael Köck

Für den Regionalitätspreis der Bezirksrundschau nominiert: Der neue Regionalshop in Schwertberg.

SCHWERTBERG. In Schwertberg haben Gemeinde und der Verein Dorf- und Stadtentwicklung (Doste) dem lange Zeit leer stehenden Markthaus 7 wieder Leben eingehaucht. Am 30. Juni eröffnete bei der langen Einkaufsnacht das Vorzeigeprojekt Regionalshop. "Damit wollen wir unseren bäuerlichen Direktvermarkten, Vereinen, Jägerschaft, aber auch Künstlern und Kleinbetrieben eine Verkaufsplattform bieten", sagt Bürgermeister Max Oberleitner (VP). Es gibt bereits 15-Shop Partner mit 127 verschiedene regional erzeugten Produkten wie Eier, Nudeln, Getreide- und Dinkelprodukte, Kürbiskerne, Speck, Wurst, Wild, Öle, Honig, Propolis, Schnaps, Most, Säfte etc.

SEI RUSCH

Produkte künftig über Wochenmarkt vertreiben

Der Shop erhielt eine neue Fassade und wurde neu eingerichtet, hat vier große Kühlschränke. Betreiber ist der Verein Doste unter Doste-Obmann Vizebürgermeister Karl Weillig (SP). Der Regionalshop wurde in die Bücherei integriert. Die Produkte werden vorerst von den Bibliotheks-Bediensteten (mit)verkauft. Aus der Provision des Verkaufserlöses werden die Betriebs- und zusätzlichen Personalkosten finanziert. "Wir wollen den Regionalshop zu einem neuen attraktiven Geschäft am Marktplatz entwickeln und die Angebote künftig auch regelmäßig über einen Wochenmarkt vertreiben", so Oberleitner. Die Investitionskosten betragen rund 35.000 Euro. Davon wurden 40 Prozent über die Leader-Region Strudengau gefördert.

Nominieren Sie Ihre Projekte für den Regionalitätspreis unter <http://www.bezirksrundschau.com/regionalitaetspreis>



Gefällt 0 mal

Abbildung 17: Pressebericht Bezirksrundschau Perg vom 22.7.2016 über die Eröffnung des Regionalshops



Abbildung 18: Das Gebäude "Am Marktplatz 7" vor (2015) und nach der Adaptierung (2016). Das Schild rechts neben dem Eingang weist auf Julius Strnadt hin. Er war der Begründer des Oö. Landesarchives und wurde in diesem Haus 1833 geboren (© Alexandra Pichlbauer)

9.2. Regenbogen-Challenge



Abbildung 19: Pressebericht über die Regenbogen-Challenge in den OÖ Nachrichten vom 31.3.2020



Abbildung 20: Das Auslagenfenster im März 2020 voll behangen mit Regenbogen-Zeichnungen (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 21: Der Inhalt des Regenbogen-Säckchen, das unter anderem mit Produkten aus dem Regionalshop Schwertberg befüllt wurde (© Alexandra Pichlbauer)

**MEINUNG**

Michael Köck
Redaktion Perg
mkoeck@bezirksrundschau.com

Das Beste aus der Situation machen

Die Corona-Pandemie verlangt uns einiges ab. Nach wie vor ist Durchhaltevermögen gefragt: Soziale Kontakte sollten weiterhin so gut es geht ausbleiben, um die Virus-Ausbreitung einzudämmen. Veranstaltungen sind überhaupt bis zumindest Ende Juni verboten. Getreu dem Spruch „weil es ja eh nichts hilft“: warum nicht das Beste aus der jetzigen Situation machen? Vielleicht gelingt es ja, eine neue, positive Gewohnheit in sein Leben zu integrieren. Etwa ein regelmäßiges Muskel-Training auf der Matte oder gemäßigter Sport im Freien – derzeit natürlich ohne Mitstreiter. Oder wieder vermehrt selber mit gesunden und saisonalen Zutaten zu kochen? Die Kinder freuen sich bestimmt über mehr Zeit mit Mama und Papa. Da zahlt es sich aus, die alten Brettspiele aus dem Keller zu kramen. In dem Sinne: Eine gute Zeit daheim.

FÜR SIE DA

BezirksRundschau Perg
Innere Straße 43
20 Perg
Geschäftsstellenleiter:
Fritz Huber
Tel.: 07262/58991
E-Mail: perg@bezirksrundschau.com
Redaktionsleiter:
Mag. Michael Köck
Tel.: 07262/58991
E-Mail: perg.red@bezirksrundschau.com
meinbezirk.at/perg finden Sie viele weitere Berichte und Fotos aus Ihrer Region, Oberösterreich und...

Ideen für die Zeit in den eigenen vier Wänden

Zerstreung für Groß und Klein: Wir haben zehn Anregungen, wie die Zeit daheim genutzt werden kann.

1. Malen und Basteln: Anna Maria Brandstätter aus St. Nikola gestaltete ein Kinderbuch zum Ausmalen. Es steht auf annamariabrandstaetter.com/malbuch kostenlos bereit. „Auf den 23 Seiten tummeln sich Tiere, die Sonne scheint und Einhörner dürfen auch nicht fehlen. Jetzt ist alles gut, was gute Laune macht“, so die Künstlerin. Der Landesfeuerwehrverband bietet auf ooelfv.at eine Sammlung an Spiel- und Bastelmöglichkeiten – Faltmodelle von Einsatzfahrzeugen, Malbuch und ein Brettspiel zum Ausdrucken. Malvorlagen gibts auch von den FF Ried und Schwertberg im Netz. Die Bücherei Schwertberg bietet um Regenbogen-Bilder: Auf alle, die mitmachen, wartet eine Überraschung, die Werke kommen ins Schaufenster.

2. Zeitverbringer-Tipps: Die Kinderfreunde Mühviertel posten auf ihrer Facebook-Seite laufend Tipps. Ein Auszug: „Schaut mal in den Keller wegen alter Karten- oder Brettspiele. Bastelt aus leeren Klopapier-Rollen Tiere. Sagt den Kindern, sie sollen sich selbst in zehn Jahren zeichnen. Welchen Beruf werden sie haben, was machen sie mit Freunden und wie tragen sie ihre Haare? Spielt Stadt – Land – Fluss! Überlegt euch einige Kategorien und los.“ Einen Spiel- und Basteltipp der Kinderfreunde OÖ finden Sie auf Seite 24.

3. Lern-Apps: Lehrer Dominik Huber hat für die BezirksRundschau eine Auswahl zusam-



Daheim basteln mit Ideen der Kinderfreunde. Foto: Kinderfreunde OÖ

Sofatutor, Die Maus und Fiete. Wichtig ist, dass sich die Eltern Zeit nehmen und mit ihren Kindern Inhalte erarbeiten.

4. Jetzt gemeinsam kochen: Wenn man gemeinsam kocht, schmeckt das Essen noch viel besser. Warum nicht einen Kuchen oder Muffins backen? Die BezirksRundschau lieferte jede Woche moderne Rezepte von Foodbloggerin Katrin Ebtschhuber – saisonal, regional und gesund. Mehr auf meinbezirk.at/kochstorys und Seite 14.

5. Workout: Anleitungen für das Training daheim bietet etwa die „Rückentankstelle“ Mauthausen: Mithilfe von Videos auf rueckentankstelle.at kann man in Form bleiben. Für Kinder und Jugendliche drehte Union Arbing ein Video, wie sich der Nachwuchs unterhalten und fit halten kann – siehe youtu.be/8ywr_07nZZY.

6. Gedenken und Lernen: Die Vermittler der KZ-Gedenkstätte Mauthausen hätten in den nächsten Wochen Hunderte (Schüler)Gruppen betreut. Die wichtige Bildungsarbeit wird nun digital geleistet. Mehr als zehn Videos wurden auf der Youtube-Seite des Mauthausen Memorial hochgeladen. Die Beiträge werden ergänzt mit Lern- und Arbeitsmaterialien und unterstützen Pädagogen.



Digitale Bildungsangebote der KZ-Gedenkstätte. Foto: Mühleder



Regenbogen-Challenge der Bücherei Schwertberg. Foto: Pichlbauer

tos, 50 Videos, Basisinfos und interaktive Touren.

7. Perger Betrieben helfen: Wer einkaufen will, sollte gerade jetzt regional shoppen. Viele sind in einer schwierigen Lage. Auf lieferserviceregional.at/perg haben sich schon 200 Firmen eingetragen, die bei Bedarf zustellen. Auch Gutscheine können bestellt werden.

8. Online-Kurse besuchen: Die Volkshochschule (VHS) OÖ bietet viele ihrer Kurse im Online-Format, siehe vhsooe.at

9. Bücher online ausleihen In einer eigenen Online-Bücherei auf ooe.arbeiterkammer.at/bibliothek warten E-Books, Audiobooks und Sprachkurse insgesamt 50.000 Werke.

10. Kneippen daheim: Regio-naut Bilal Bilal und das Curhaus Bad Kreuzen präsentieren jede Woche einen Gesundheitstipp. Diesmal ist es der Knieguss bei

Abbildung 22: Über die Regenbogen-Challenge wird auch in der Bezirksrundschau Perg vom 17.04.2020 berichtet

9.3. „frame it“ - Challenge

Bibliothek Schwertberg



Marktplatz 7, 4311 Schwertberg

Tel.: (07262) 61103 Mail: bibliothek@schwertberg.at Web: www.schwertberg.bvoe.at

Facebook: Bibliothek Schwertberg Instagram: bibliothek_schwertberg

Liebe Kinder, liebe Eltern!

Nun ist es doch schon eine Weile her, dass wir uns das letzte Mal in der Bibliothek Schwertberg getroffen haben. Unsere Bücher warten schon sehnsüchtig darauf gelesen zu werden. Wir haben einen Weg gefunden, sie zu euch zu bringen, zumindest eines pro Kind und das mit der Post! Wir wissen ja, dass für viele Kinder ein Buch schnell gelesen ist und nachdem wir euch nicht mehr schicken können, haben wir uns zu diesem einem Buch eine Aufgabe überlegt:

- 1) **Lest das Buch**, das wir euch geschickt haben
- 2) Nachdem ihr es gelesen habt, möchten wir dass ihr eine **Szene** aus dem Buch **kreativ gestaltet**.

Das kann eine Szene aus dem Buch sein, die euch besonders gut gefallen hat. Oder eine Person, eine Figur oder ein Tier aus dem Buch. Wo musstet ihr lachen? Was hat euch traurig gemacht? Was gefällt euch an dem Buch besonders gut oder was findet ihr doof? Gibt es eine Textstelle, die euch besonders gut gefallen hat?

Ihr könnt diese Szene zeichnen, mit diversen (Natur-) Materialien nachbauen, fotografisch darstellen, eine Textzeile schreiben, usw die Möglichkeiten sind grenzenlos!

Schreibt uns in das Bild auch einen **Hinweis zum Buch** (Titel des Buches, der Figur, ...) und auf der Rückseite euren **Namen**.

- 3) **Bastelt einen Rahmen** für eure Szene! Im Kuvert haben wir euch einen Pappteller mitgeschickt und Eisstiele. Bastelt daraus einen Rahmen für euer Bild (Anleitung und Inspirationen auf der Rückseite). Auch hier könnt ihr euren Ideen freien Lauf lassen, ihr könnt auch einen eigenen Rahmen basteln.

- 4) Bitte bringt euer fertiges Bild **bei einem Spaziergang zur Bibliothek**. Wir haben vor der Eingangstüre eine Schachtel aufgestellt, in die ihr es bitte reinlegt. All eure Bilder werden wieder im Schaufenster der Bibliothek aufgehängt. Die Bücher bringt ihr bei eurem nächsten Bibliotheksbesuch wieder mit, diese werden euch natürlich nicht verrechnet!

- 5) Alle, die mitmachen kommen in einen **Lostopf!** Drei Kinder werden gezogen. Zu gewinnen gibt es ein **kleines Überraschungspaket**, gefüllt mit Büchern und Leckereien aus dem Regionalshop Schwertberg!

PS: Liebe Eltern, auch ihr könnt gerne mitbasteln und kreativ werden!
Wir freuen uns auf ein baldiges Wiedersehen!

Alex Strohmaier & Alex Pichlbauer aus der Bibliothek

Abbildung 23: Anleitung für das Projekt "frame it"

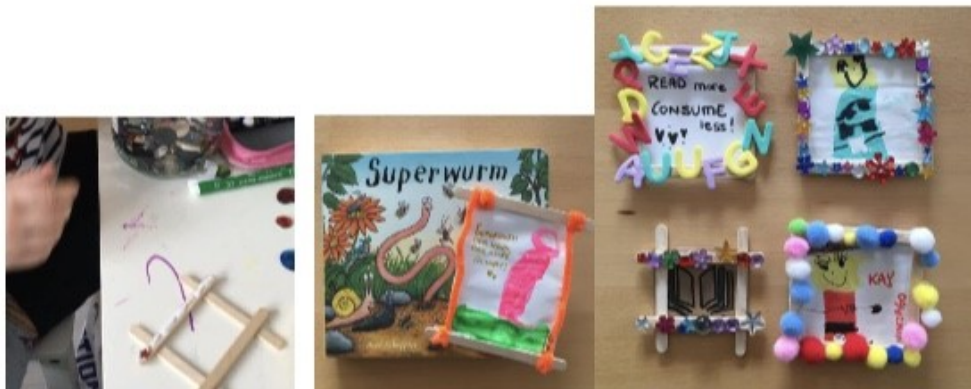
Und so bastelt ihr einen Rahmen aus dem Pappteller:

Pappteller-Innenteil ausschneiden. Das sollte am besten ein Erwachsener machen, der Außenrand ist der Rahmen und kann beliebig gestaltet werden



Und so bastelt ihr einen Rahmen aus den Eisstielen:

Die Eisstiele rechteckig zusammenkleben und beliebig gestalten



Das fertige Bild aus dem Buch hinter den Rahmen aufkleben, Name und Hinweis zum Buch bitte noch draufschreiben und zur Bibliothek bringen.

Abbildung 24: Anleitung für das Projekt "frame it" während des 3. Lockdowns (26.12.2020-7.2.2021) (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 25: Inhalt des Pakets zur "frame it"-Aktion: Bastelmaterialien, Buch und Anleitung (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 26: Das Auslagenfenster der Bibliothek ist voll mit Bilder der Kinder, die an der "frame it" Aktion mitgemacht haben (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 27: Auslieferung der "frame it"-Pakete (© Alexandra Pichlbauer)

REISEN ALLE INFOS ZU **OÖNplus** ABO / EPAPER ANMELDEN

OÖNachrichten LINZ 19° 07° WÄRMEN >

REICH WIRTSCHAFT POLITIK SPORT PANORAMA MEINUNG KULTUR MEINE WELT THEMENSPECIALS AKTIONEN

RTKL

MÖHLVIERTEL

Wie Bücherei die Leselust im Lockdown fördert

27. Januar 2021 00:04 Uhr

LESEDAUER < 1 MIN

SCHWERTBERG. Das Motto "Gemeinsam gegen die Langeweile" hat sich das Team der Bibliothek Schwertberg auf die Fahnen geheftet, um vor allem bei den Jüngsten unter ihrer Leserschaft die Lust am Lesen aufrechtzuerhalten.

Viele im Lockdown angeschaffte Bücher warten schon sehnsüchtig darauf, endlich gelesen zu werden. Weil Kinder ein Buch üblicherweise recht schnell ausgelesen haben, hat sich das Team eine zusätzliche Kreativaufgabe für jedes ausgeliehene Buch überlegt.

Die Kinder sind aufgerufen, nachdem sie das Buch gelesen haben, ein Bild zum Inhalt zu gestalten. Damit noch nicht genug: Auch ein selbst gebastelter Rahmen soll dieses Bild vervollständigen. Das Buch, eine Kurzbeschreibung sowie Materialien zum Basteln von zwei Rahmen werden den Kindern mit der Post zugeschickt. Das Buch kann in die Bibliothek zurückgebracht werden, sobald diese wieder geöffnet hat. Die sonst fälligen Leihgebühren entfallen für diese Zeit.

Um möglichst viele Kinder zum Lesen und Basteln zu animieren, kommen Namenskärtchen aller

Abbildung 28: Bericht über die "frame it"-Aktion in der online-Ausgabe der Oö Nachrichten (27.1.2021)



Abbildung 29: Facebook-Post über die "frame it"-Aktion vom 25.1.2021



Abbildung 30: Pressebericht über die "frame it"-Aktion in der Bezirksrundschau vom 28.1.2021

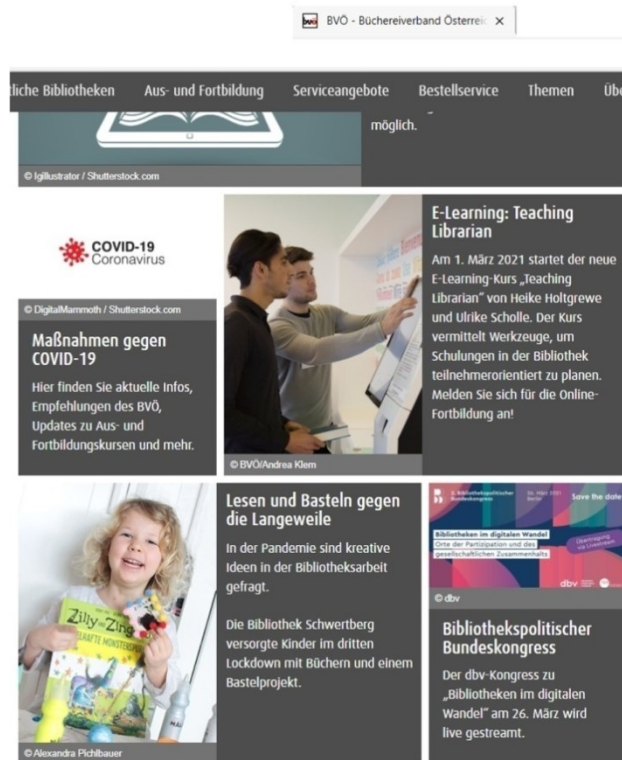


Abbildung 31: Bericht über die "frame-it"-Aktion auf der Website des BVÖ vom 15.02.2021

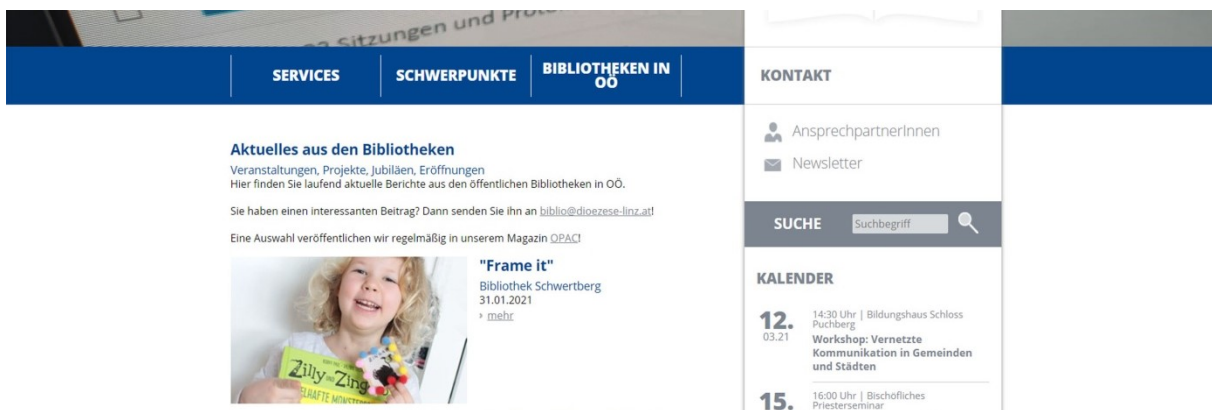


Abbildung 32: Bericht über die "frame it"-Aktion auf der Website der Diözese Linz, 10.02.2021

FÜNF ANSTECKENDE IDEEN aus dem Lockdown

Das letzte Jahr hat auf beeindruckende Weise gezeigt, wie kreativ und flexibel die Bibliothekar*innen in Oberösterreich sind. Vieles, das vor der Pandemie undenkbar war, weil es zu aufwendig oder zu neuartig und deshalb mit Ängsten verbunden war, wagte man unter den aufgezwungenen Umständen und man wurde dafür reich belohnt. Einige Beispiele haben wir hier zusammengetragen, damit die Erfahrungen und das dabei Gelernte auch nach der Krise nicht verloren gehen.

Text: ELKE GROß-MIKO

SCHWERTBERG: FRAME IT

Die Bibliothek Schwertberg hat einen Weg gefunden, die während des Lockdowns neu angekauften Bücher zu den Kindern zu bringen. Buch lesen, Bild malen und einen Rahmen dazu selber basteln. Das Buch, eine Kurzbeschreibung, sowie Materialien zum Basteln von zwei Rahmen wurden den Kindern mit der Post geschickt. Das Buch konnte man zurückbringen, sobald die Bibliothek wieder geöffnet hatte. Die Kunstwerke konnten in eine Schachtel vor der Bibliothek gelegt werden und wurden im Schaufenster der Bibliothek ausgestellt. Alle, die mitgemacht hatten, konnten außerdem ein kleines Überraschungspaket gewinnen!



Idee
2



Idee
1

UNGENACH: OSTERBASTELSACKERL TO GO

Als Ersatz für die Kinderveranstaltungen vor Ostern hat sich das kreative Team rund um Bibliotheksleiterin Margit Neumüller für die situationsbedingt voll im Trend liegende „to go“-Variante entschieden und viele kleine Osterhasen-Bastelsackerl zusammengestellt. Ein Sackerl enthielt 5 Holzwäscheklammern, Watte, einen fertigen Osterhasen, eine Geschichte und ein Ausmalbild. Die Sackerl konnten ab dem 5. Fastensonntag in der Bibliothek abgeholt werden.

Abbildung 33: Bericht über die "frame it"-Aktion in der Zeitschrift OPAC Nr. 1-2021 (Juni 2021)

9.4. Fragebogen



SOMMERNEWS AUS DER BIBLIOTHEK

Umfrage zu Bibliothek & Regionalshop Schwertberg

Bibliothek und Regionalshop Schwertberg befinden sich nun schon seit vier Jahren am neuen Standort am Marktplatz. Mit dem Verlauf der Zeit ändern sich viele Lebensgewohnheiten und Interessen. Die Gemeinde und das Bibliotheksteam Schwertberg möchte auf diese Veränderungen reagieren und Ihnen dort wo es möglich ist, das Service bieten, das Sie sich wünschen.

Deshalb möchten wir Sie in regelmäßigen Abständen um Ihre Meinung zu Bibliothek und Regionalshop Schwertberg bitten. Welche Bücher lesen Sie besonders gerne? Fehlen Ihnen bestimmte Zeitschriften in der Bibliothek? Würden Sie gerne mehr Veranstaltungen der Bibliothek besuchen? Welche Produkte würden Sie gerne im Regionalshop noch kaufen? Das und noch einige weitere Fragen, haben wir für Sie zusammengestellt.

Nehmen Sie sich bitte kurz Zeit, füllen Sie den Fragebogen aus und gestalten Sie damit Bibliothek und Regionalshop aktiv mit! Der Fragebogen ist natürlich anonym. Sie können ihn online ausfüllen (www.schwertberg.bvoe.at), und er liegt auch in der Bibliothek und im Gemeindeamt Schwertberg auf, sie können ihn dann in den Bibliotheks-Postkasten werfen bzw in der Bibliothek oder Gemeinde abgeben.

Die Umfrage läuft bis Ende Oktober 2020. Auch wenn Sie kein Kunde der Bibliothek bzw des Regionalshops Schwertberg sind, machen Sie bitte mit! Vielleicht können wir Sie ja alsbald umstimmen, einer zu werden!

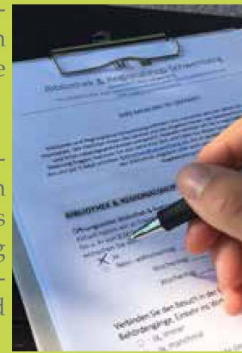


Abbildung 34: Bericht über die Kundenbefragung in der Gemeindezeitung Schwertberg, September 2020



Abbildung 35: Das Facebook-Titelbild wurde mit einem Hinweis auf unsere bis Oktober 2020 laufende Umfrage adaptiert (September 2020)

Bibliothek Schwertberg
 Gepostet von Alexandra Baderer | 7 | · 20 Std. · 🌐

Regen, Wolken, Wind... so schaut aktuell unser Sonntagswetter aus!
 Wer heute Zeit hat, der kann ja das Schlechtwetter nützen, um unseren Fragebogen zu Bibliothek & Regionalshop Schwertberg auszufüllen!
 Den Link dazu findet ihr in den Kommentaren!
 ... und vielleicht scheint dann am Nachmittag schon wieder die Sonne!
 😊

#schwertberg #umfrage #regionalshop #bibliothekschwertberg



415 Erreichte Personen 162 Interaktionen [Beitrag bewerben](#)

👤 Du und 33 weitere Personen 4 Kommentare

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen 🗄

Relevanteste zuerst ▾

Autorin
 Bibliothek Schwertberg Hier geht's zum Online-Formular:
<https://docs.google.com/.../1FAIpQLScTuyJ0xZy.../viewform...>

Umfrage zu Bibliothek & Regionalshop Schwertberg
 DOCS.GOOGLE.COM
 Umfrage zu Bibliothek & Regionalshop Schwertberg

Abbildung 36: Wöchentliche Facebook-Posts auf der Bibliotheks- und Regionalshop-Seite mit Kunden sollen zur Teilnahme an der Umfrage motivieren (September 2020)

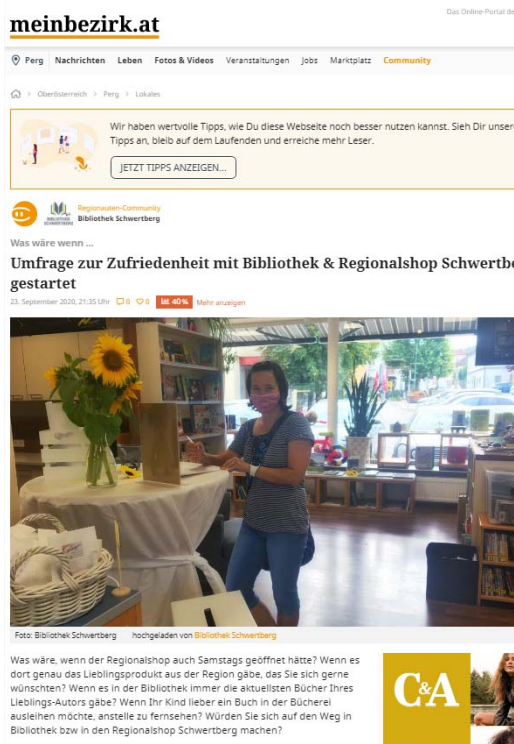


Abbildung 37: Aufruf zum Mitmachen bei der Meinungsumfrage in der Online Ausgabe der Bezirksrundschau vom 23.09.2020



Abbildung 38: Fragebogen-Bewerbung auf der Website der Gemeinde Schwertberg



Bibliothek & Regionalshop Schwertberg

Marktplatz 7, 4311 Schwertberg
Tel.: (07262) 61103 Mail: bibliothek@schwertberg.at oder oberleitner@schwertberg.at
Web: www.schwertberg.bvoe.at

IHRE MEINUNG IST GEFRAGT!

Bibliothek und Regionalshop Schwertberg befinden sich nun schon seit vier Jahren am neuen Standort am Marktplatz. Mit dem Verlauf der Zeit ändern sich viele Lebensgewohnheiten und Interessen. Die Gemeinde und das Bibliotheksteam Schwertberg möchte auf diese Veränderungen reagieren und Ihnen das Service und das Angebot bieten, das Sie sich wünschen. Deshalb möchten wir Sie in regelmäßigen Abständen um Ihre Meinung zu Bibliothek und Regionalshop Schwertberg fragen! Nehmen Sie sich bitte kurz Zeit, füllen Sie diesen (anonymen) Fragebogen aus und gestalten Sie damit das Bibliotheks- und Regionalshopleben aktiv mit! Den ausgefüllten Fragebogen können Sie in den Bibliotheks-Postkasten werfen oder auch in der Bibliothek oder Gemeinde Schwertberg abgeben. Die Umfrage läuft bis Ende Oktober 2020!

1. BIBLIOTHEK & REGIONALSHOP SCHWERTBERG

1.1. Öffnungszeiten Bibliothek & Regionalshop:

Aktuell haben Bibliothek und Regionalshop Schwertberg zu folgenden Zeiten geöffnet: Mo u Di von 14 bis 18 Uhr und Do u. Fr von 8.00 bis 11.00 Uhr und 14 bis 18 Uhr. Sind diese Zeiten für Sie ausreichend? Wenn nein, welche Öffnungszeiten wünschen Sie sich?

- Ja
- Nein → Wochentag: _____ Uhrzeit: _____
Wochentag: _____ Uhrzeit: _____
Wochentag: _____ Uhrzeit: _____
- Ich bin kein Kunde

1.2. Verbinden Sie Ihren Besuch in der Bibliothek / im Regionalshop mit anderen Tätigkeiten (zB. Einkauf im Ort, Behördengänge, Einkehr ins Wirtshaus, Freizeitangebote der Gemeinde, ...)

- Ja, immer
- Ja, manchmal
- Nein
- Ich bin kein Kunde der Bibliothek / des Regionalshops

1.3. Sind Sie mit dem aktuellen Veranstaltungsangebot der Bibliothek bzw des Regionalshops zufrieden? Wenn nein, was wünschen Sie sich?

- Ja
- Weiß nicht
- Nein
- _____
- _____

1

Abbildung 39: Der Fragebogen, der im September und Oktober 2020 an die Kunden der Bibliothek und des Regionalshops verteilt wurde

**1.4. Wie möchten Sie über das Angebot der Bibliothek / des Regionalshops informiert werden?
(Mehrfachnennungen möglich)**

- Gemeindezeitung
- Bezirksblätter
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Newsletter der Bibliothek
- Bibliothekszeitschrift
- Persönlich in der Bibliothek
- WIG-Fernseher
- Weiß nicht
- _____
- _____

2. BIBLIOTHEK SCHWERTBERG

2.1. Wie zufrieden sind Sie in der Bibliothek Schwertberg mit ...

	Sehr zufrieden	Zufrieden	Unzufrieden	Sehr unzufrieden	Weiß nicht
... dem Stammpersonal der Bibliothek / des Regionalshops?					
... den Leihgebühren?					
... dem Zustand der Medien (sauber, gepflegt, vollständig, ...)?					
... der Präsentation der Medien?					
... der Beschilderung und den Orientierungshilfen?					
... der Atmosphäre in den Räumlichkeiten?					
... dem Serviceangebot (zB. Anschaffungswünsche, telefonische Auskünfte, Reservierungen, ...)?					
... dem Facebook-Auftritt der Bibliothek?					
... dem Instagram-Auftritt der Bibliothek?					
... der Website der Bibliothek?					
... der Schaufenstergestaltung?					
... den Bücherzellen am Marktplatz / Freizeitanlage?					

**2.2. In welchen Bereichen sollte das Medien-Angebot der Bibliothek Schwertberg erweitert werden?
(Mehrfachnennungen sind möglich)**

- Weiß nicht
- Ich bin zufrieden, so wie es ist
- Kinder-Vorlesebücher bis 5 Jahre
- Kinderbücher ab 6 Jahren
- Jugendbücher
- Tonies
- Krimis
- Biographien
- Österreichische Literatur
- Romane
- Zeitschriften wie _____
- Kochbücher
- Do-It-Yourself / Basteln / Kreatives / Lifestyle
- Politik / Gesellschaft / Wirtschaft
- Gesundheit
- Haus und Garten
- Kinder-Hörbücher
- Erwachsenen-Hörbücher
- DVDs
- Spiele
- Englische Literatur
- Comics
- Konsolen-Spiele
- _____
- _____
- _____

2.3. Ausstattung

Sind Sie mit der (technischen) Ausstattung in und vor der Bibliothek zufrieden? Wenn nein, was wünschen Sie sich?

- Ja
- Weiß nicht
- Nein →
 - Gratis WLAN
 - PC-Arbeitsplatz für Kunden
 - Barrierefreie Eingangstür (automatische Schiebetür)
 - Kaffeeautomaten
 - Sitzmöglichkeiten in der Bibliothek
 - Sitzmöglichkeiten vor der Bibliothek
 - _____
 - _____
 - _____
 - _____

2.4. Sollte die Bibliothek medial (Gemeindezeitung, Facebook, Instagram, ...) aktiver sein?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

2.5. Meine Ideen / Verbesserungsvorschläge / Wünsche für die Bibliothek Schwertberg:

3. REGIONALSHOP SCHWERTBERG:

3.1. Haben Sie schon einmal im Regionalshop Schwertberg eingekauft?

- Ja, aber nur zu bestimmten Anlässen (zB.: Geburtstage, Mitbringsel, Weihnachten, etc.)
- Ja, ich kaufe dort regelmäßig ein (zumindest 1x im Monat)
- Nein → Warum nicht?
 - Ich kaufe meine Lebensmittel in anderen Geschäften
 - Ich finde keinen Parkplatz
 - Der Eingang ist nicht barrierefrei
 - _____
 - _____

3.2. Wann kaufen Sie im Regionalshop Schwertberg ein? (Bitte nur 1 Antwort ankreuzen)

- Immer bzw meistens, wenn ich auch die Bibliothek Schwertberg besuche
- Ich kaufe manchmal im Regionalshop ein, auch ohne einen Besuch in der Bibliothek Schwertberg
- Ich kaufe **nur** im Regionalshop und leihe mir keine Medien in der Bibliothek aus
- Ich habe noch **nie** im Regionalshop Schwertberg eingekauft

3.3. Würden Sie im Regionalshop auch dann einkaufen, wenn sich dieser in einem anderen Gebäude im Zentrum von Schwertberg – ohne Bibliothek – befinden würde?

- Ja
- Nein

3.4. Bitte kreuzen Sie an, was für Sie bezüglich Regionalshop Schwertberg zutrifft:

	Trifft zu	Trifft weniger zu	Trifft nicht zu	Weiß nicht
Ich finde die Kombination Regionalshop und Bibliothek sehr vorteilhaft				
Das Produkt-Angebot ist ausreichend				
Die Produkte entsprechen qualitativ meinen Erwartungen				
Ich fühle mich vom Personal gut beraten				
Die Produkte sind mir zu teuer				
Hätte der Regionalshop länger / öfters geöffnet würde ich (öfters) dort einkaufen				
Die Betreuung der Regionalshopkunden leidet durch die Mitbetreuung der Bibliothek				

3.5. Welche Produkte würden Sie sich im Regionalshop Schwertberg noch wünschen?

- Ich bin mit dem aktuellen Angebot zufrieden
- Ich bin kein Kunde des Regionalshops Schwertberg

3.6. Sollte der Regionalshop medial (Gemeindezeitung, Facebook, Instagram, ...) aktiver sein?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

3.7. Meine Ideen / Verbesserungsvorschläge / Wünsche für den Regionalshop Schwertberg:

4. ZUR PERSON:

4.1. Sind Sie eingetragener Nutzer der Bibliothek Schwertberg

- Ja
- Nein → Warum nicht?
 - Ich kaufe mir meine Medien selbst
 - Ausleihe und Rückgabe sind mir zu zeitaufwendig
 - Die Öffnungszeiten überschneiden sich mit meinen Arbeitszeiten
 - Sonstiges
 - _____
 - _____

4.2. Wo wohnen Sie?

- Schwertberg
- Perg
- Ried in der Riedmark
- Mauthausen
- Naarn
- Tragwein
- _____

4.3. Bitte kreuzen Sie die Antwort an, die auf Sie zutrifft:

- Angestellte/r
- Selbständige/r
- Schüler/in
- Student/in
- Pensionist/in
- Hausfrau /-mann
- Arbeitssuchend
- Anders beschäftigt

4.4. Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

- 15 bis 20 Jahre
- 21 bis 30 Jahre
- 31 bis 40 Jahre
- 41 bis 50 Jahre
- Über 51 Jahre

Vielen Dank für Ihre Mithilfe! Wir werden die Auswertung der Befragung in der Gemeindezeitung bzw auf unserer Website veröffentlichen und in unserer zukünftigen Planung berücksichtigen!

Alexandra Strohmaier & Alexandra Pichlbauer
Das Bibliotheksteam Schwertberg

Bgm. Max Oberleitner
Obmann des Vereins DOSTE

Abbildung 40: Der fertige Fragebogen mit insgesamt 18 Fragen zu Bibliothek & Regionalshop Schwertberg

9.5. Schwertberger Einkaufsaktion



Abbildung 41: Facebook-Titelbild-Adaptierung mit Hinweis auf die Schwertberger Einkaufsaktion (September 2020)



Abbildung 42: Insgesamt 21 Posts dieser Art wurden auf der Facebook und Instagram Seite des Regionalshops im September 2020 veröffentlicht, wobei sowohl Foto als auch Text von mir erstellt wurden

9.6. Gemeinsamer Werbeauftritt



Abbildung 43: Vorbereitungen im Oktober 2020 für die Fotostrecke mit unseren Kunden(© Alexandra Pichlbauer)



Kuni, Kathi & Valerie Pichlbauer



Marlene und Kristina Richtsfeld



Abbildung 44: Musterplakate für die geplante Plakatserie. Alle Sprüche sind individuell auf unsere Bibliotheks- bzw. Regionalshopkunden abgestimmt worden (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 45: Plakatserie, die im Dezember 2020 in Schwertberg anstelle der ursprünglich geplanten Plakatserie mit den Kunden neben der Straße platziert wurde



Abbildung 46: Die farbenfrohen Plakate laden zum Besuch der Bibliothek ein (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 47: Die Plakate sind wiederverwendbar und dienen auch als Platzhalter, wenn keine anderen Plakate angebracht sind (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 48: Das von mir gestaltete Bibliothekstransparent, das entlang einer der Hauptstraßen im Ort angebracht wurde und zum Besuch der Bibliothek einladen soll



Abbildung 49: Das Bibliothekstransparent wurde Mitte Dezember 2020 aufgestellt (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 50: Das Werbetransparent, das im Kern auf den Einkauf im Regionalshop Schwertberg abzielt



Abbildung 51: Das Regionalshop-Transparent trug sicherlich einen Teil zum großartigen Umsatz des Regionalshops im Dezember 2020 bei (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 52: Die Ursprungsidee eines Leporello, in der Bibliothek und Regionalshop gemeinsam vorgestellt werden, konnte ich aufgrund der Corona-Bestimmungen im Herbst 2020 nicht umsetzen. Deshalb erstellte ich zwei „normale“ Broschüren (© Alexandra Pichlbauer)

9.7. „BUCHSTART“ Schwertberg



Abbildung 53: Das von mir erstellte Sujet für die „BUCHSTART“-Box



Abbildung 54: Bürgermeister Max Oberleitner überreichte am 1.7.2021 Familie Lumetsberger das erste „BUCHSTART“-Paket. Aroniahof Hochreiter und Tante Fanny Frischteige stellen für die erste "Buchstart-Box" "Goodies" zur Verfügung (© Gemeinde Schwertberg)



Abbildung 55: Zum Inhalt des ersten „BUCHSTART“-Pakets gibt es nicht nur Materialien zur frühen Leseförderung, sondern auch die neu erstellten Regionalshop- und Bibliotheksbrochüren sowie Regionalshop-"Goodies" (Aronia-Tee, Tante Fanny Kochbuch und zwei Teige nach eigener Wahl) (© Alexandra Pichlbauer)

5 Jahre Bibliothek & Regionalshop

Erfolgreiche Kooperation in Schwertberg lädt am 2. Juli zur Geburtstagsfeier

SCHWERTBERG. Am 1. März 2016 feierte die Bibliothek ihre Wiedereröffnung am Marktplatz 7. Der Startschuss für den „Regionalshop“ fiel zwei Mo-



Alexandra Pichlbauer, Max Oberleitner, Leonard & Tamara Lumetsberger, Sylvia Mitterhuber (Tante Fanny), Maria Hochreiter (Aroniahof). Foto: Gemeinde

FAMILIEN RUNDSCHAU

meinbezirk.at/familienrundschau

nate später. Knapp 700 Kunden besuchen regelmäßig die Bibliothek, um sich an 16.000 Medien zu bedienen und an circa 25 Veranstaltungen im Jahr teilzunehmen. Stolz 83 Prozent der Kunden kaufen regelmäßig Produkte aus dem Regionalshop. Die Verbindung dieser beiden Einrichtungen hat sich bewährt. „Besonders freut uns, dass die Bibliothek nun Teil der 'Buchstart'-Gemeinschaft geworden ist, mit einer Besonderheit: Alle Schwertberger Babys erhalten eine Willkommensbox mit Infos zur frühen Leseför-

derung, einem Kinderbuch und Regionalshop-'Goodies', berichtet Mitarbeiterin Alexandra Pichlbauer. „Das lange Zeit leer stehende Gebäude im Zentrum konnte mittels Gemeindegeld und Leader-Fördermittel mit diesen zwei Einrichtungen belebt werden. Sie leisten einen wertvollen Beitrag für Bildung, Gesundheit und Stärkung der landwirtschaftlichen Region“, so Bürgermeister Max Oberleitner. Auf Initiative von Mittelschuldirektor Jakob Klein gibt es in Zu-

kunft „Mint“-Veranstaltungen für Bibliothekskinder. Die ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen Sonja Lorenz und Lisi Aigner gestalten abwechslungsreiche Vorlesestunden. „Wir starten motiviert in die nächsten Jahre und haben schon einige Neuigkeiten in Planung!“, sagt Mitarbeiterin Alexandra Strohmaier. Die Bibliothek lädt zur Geburtstagsfeier am Freitag, 2. Juli. Von 15 bis 17 Uhr versüßt die Bäckerei Thurner den Nachmittag mit einer kühlen Überraschung.

SPORT

Bad Kreuzen, Freibad, Aquagymnastik, 9.30 bis 10.15 Uhr
St. Georgen/Walde, Sportplatz, Beweg im Park – Summer Fit mit Pound & Piloxing, keine Anmeldung erforderlich, 18.30 bis 19.30 Uhr

Mittwoch, 30.06.

SEMINAR

Perg, Vereinsheim der Hundeschule, Sachkundenachweis, 19 bis 22 Uhr

SEMINAR/

Perg, MS Stadtzentrum, Elternwerkstatt – die Entwicklung des Kindes bis zum 6. LJ, 19.30 bis 21 Uhr

Donnerstag, 01.07.

KONZERT/BÜHNE/KINO

Grein, 20er Hof, Hofmusikfestival, 19.30 Uhr

Perg, Kulturhof, „37 Ansichtskarten“ Sommertheater, 20 Uhr

Freitag, 02.07.

KONZERT/BÜHNE/KINO

Grein, 20er Hof, Hofmusikfestival, Eintritt € 28, 19.30 Uhr

Perg, Kulturhof, „37 Ansichtskarten“ Sommertheater, 20 Uhr

MARKT/BASAR

Perg, Hauptplatz, Perger Wochenmarkt, 12 bis 17 Uhr

Abbildung 56: Bericht über den Beginn des „BUCHSTART“-Projektes in der Bezirksrundschau Perg Nr. 25 vom 24./25.6.2021

NEUE ANGEBOTE ZUR DACHMARKE

SERVICES | SCHWERPUNKTE | BIBLIOTHEKEN IN OÖ | KONTAKT

Aktuelles aus den Bibliotheken
 Veranstaltungen, Projekte, Jubiläen, Eröffnungen
 Hier finden Sie laufend aktuelle Berichte aus den öffentlichen Bibliotheken in OÖ.
 Sie haben einen interessanten Beitrag? Dann senden Sie ihn an biblio@diocese-linz.at
 Eine Auswahl veröffentlichen wir regelmäßig in unserem Magazin [ODAC](#)

Bibliothek und Regionalshop feiern ihr 5-jähriges Bestehen
 Bibliothek Schwertberg
 23.06.2021
 4 mehr

Verdienstmedaille des

KONTAKT
 AnsprechpartnerInnen
 Newsletter

SUCHE Suchbegriff

KALENDER
03. 09:00 Uhr | Priesterseminar
 07-21 Ausbildung für Vorlesepatinnen - 8. Lehrgang, Modul 3
07. 18:00 Uhr | Öffentliche Bibliothek St. Georgen am Walde
 07-21 Regiofestreffen in der Region Grein

Abbildung 57: Bericht über die „BUCHSTART“-Reihe auf der Website der Diözese Linz im Juli 2021

9.8. Buch- und Produktverbindungen



Abbildung 58: Alles was zur Lebkuchenherstellung benötigt wird, ist in der Bibliothek und im Regionalshop erhältlich (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 59: Für Gerichte von Haya Molcho gibt es im Fairtrade-Regal passende Produkte (© Alexandra Strohmaier)



Abbildung 60: Zum Bienen-Thementisch gehören auch die Imkerei-Produkte aus dem Regionalshop dazu (© Alexandra Strohmaier)



Abbildung 61: Saft selbst herstellen oder lieber gleich kaufen? Beides ist bei uns möglich! (© Alexandra Strohmaier)



Abbildung 62: Unsere Kunden lieben es wenn die ersten Kürbisse im Herbst geliefert werden (© Alexandra Strohmaier)



Abbildung 63: Warum Dinkel so gesund ist kann in den Bibliotheksbüchern nachgelesen werden (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 64: Super-Food Aroniabeere und Buchweizen (© Alexandra Pichlbauer)



Abbildung 65: Nachschlagewerk zu Leinöl (© Alexandra Pichlbauer)

9.9. Veranstaltungs- und Produktverbindungen



Abbildung 66: Wir feiern den Weltbuchtag auf unsere Weise (© Alexandra Strohmaier)

9.10. Regionalshop-Vereinbarung

Vereinbarung mit dem Verein DOSTE – Liebenswertes Schwertberg über den Verkauf im Regionalshop

Vereinbarung

über den Verkauf von Produkten im Regionalshop Schwertberg zwischen
dem Verein DOSTE – Liebenswertes Schwertberg, vertreten durch
Obmann BGM Mag. Max Oberleitner und

Name: _____
Adresse: _____
Tel.: _____
E-Mail: _____
IBAN / BIC: _____

Ja, ich werde ab _____ meine Produkte im Regionalshop der DOSTE – Liebenswertes Schwertberg verkaufen und akzeptiere die Rahmenbedingungen.

Die an den Verein DOSTE zu entrichtende Provision beträgt 15 Prozent des Verkaufspreises und wird bei der monatlich durchgeführten Abrechnung für folgende Produkte gleich einbehalten:

Produkt 1: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

Produkt 2: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

Produkt 3: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

Produkt 4: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

Produkt 5: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

Produkt 6: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

Produkt 7: _____

Produktpreis: _____ EAN-Code: _____

oder für beiliegende Produktliste

Rahmenbedingungen für den Verkauf im Regionalshop

- 1.) Der Regionalshop wird vom Verein DOSTE – Liebenswertes Schwertberg als Fremdverkauf geführt.
- 2.) Die Produzenten/Shoppartner müssen aus Schwertberg bzw. der Region sein und erhalten vom Vorstand der DOSTE – Liebenswertes Schwertberg ihre Verkaufsgenehmigung für den Regionalshop.
- 3.) Die Produzenten/Shoppartner liefern ihre Ware selbst an. Die mögliche Liefermenge und Lagerung wird individuell mit dem Verein DOSTE vereinbart. Die Ware wird auf Kommission entgegengenommen. Nicht verkaufte Produkte sind vom Produzenten zurück zu nehmen. Der Verein DOSTE muss die vorgeschriebenen Lagerbedingungen (z.B. Kühlung) einhalten.
- 4.) Die Ware bleibt bis zum Verkauf im Eigentum der Produzenten. Die Waren müssen mit dem Namen der produzierenden Person gekennzeichnet werden. Das Produkt wird im Namen und im Auftrag der Person verkauft. Der Verein tritt nur als Vermittler zwischen Produzenten und Käufer auf.
- 5.) Die Waren werden mittels Registrierkassa vom Verein DOSTE verkauft. Jeder Produzent wird daher seitens der DOSTE registriert. Jedes Produkt erhält eine Registriernummer. Es sind 15 Prozent Provision vom Verkaufserlös an den Verein DOSTE zu bezahlen. Damit sind für die Produzenten/Shoppartner die Kosten für die Lagerung, Geschäftsmiete und Verkaufspersonal abgedeckt.
- 6.) Jeder Produzent ist verpflichtet, die gesetzlichen Regelungen (zB. Steuerrecht, Gewerberecht, etc.) selbst einzuhalten und die genaue Etikettierung der Ware selbst vorzunehmen (zB. Haltbarkeitsdauer, Inhaltsstoffe, Zusammensetzung des Produktes, Allergene, etc.)
- 7.) Jedes Produkt wird mit der zusätzlichen Auszeichnung „Schwertberger Regionalshop“ gekennzeichnet. Die Etiketten hierfür liegen im Regionalshop auf oder werden auf Wunsch zugesandt.
- 8.) Für verdorbene Waren oder Schwund übernimmt die DOSTE keine Haftung bzw. leistet in derartigen Fällen keine Ersatzzahlung.
- 9.) Die Waren können nur zu den Öffnungszeiten des Regionalshops, in den von unseren Mitarbeitern zugewiesenen Regalen, platziert werden. Es gibt daher kein Weisungsrecht über die Gestaltung und Präsentation der Ware.
- 10.) Es besteht die Möglichkeit eigene Prospekte und Informationen, auf den dafür vorgesehenen Einrichtungen, zu präsentieren. Größe, Art und Weise der Werbung muss mit dem verantwortlichen Verkaufspersonal abgestimmt werden.
- 11.) Die Öffnungszeiten des Regionalshops obliegen dem Verein DOSTE – Liebenswertes Schwertberg.
- 12.) Grundsätzlich gilt eine beiderseitige Kündigungsfrist des Vertrages von 3 Monaten. Künstler- und Handwerkerverträge erlöschen automatisch mit Ablauf der vereinbarten Ausstellungsdauer.
- 13.) Jegliche Änderungen z.B.: Firmenwortlaut, Änderung der Rechtsform, Namensänderung, Bankverbindung etc., sind umgehend im Regionalshop Schwertberg zu melden.
- 14.) Verträge mit Künstler/Handwerker/Aussteller sind auf die Dauer von 1 Monat begrenzt, wobei maximal 4 Mal pro Jahr eine Präsentation/Verkauf im Regionalshop stattfinden kann. Es stehen dazu 3 Schaufenster und 1 Ausstellungstisch zur Verfügung, die je nach Verfügbarkeit in Anspruch genommen werden können.

- 15.) Die Regelungen laut Punkt 1 – 14 gelten nur für den Verkauf der Produkte im Regionalshop und nicht für Wochenmärkte.
- 16.) Datenschutzerklärung: Wir verarbeiten Ihre Daten ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (DSGVO, DSG, TKG 2003). Die von Ihnen bereit gestellten Daten sind zur Abwicklung des Verkaufs und der Abrechnung notwendig. Eine Datenübermittlung an Dritte erfolgt nicht. Mit Kündigung oder Erlöschen des Vertrages, werden auch Ihre Daten gelöscht. Buchhaltungsunterlagen sowie elektronische Aufzeichnungen iZm der elektronischen Registrierkassa werden nach Ablauf von 7 Jahren gelöscht. Die Datenverarbeitung erfolgt zur Erfüllung eines Vertragsverhältnisses bzw aufgrund Ihrer Einwilligungserklärung.

Ihre Rechte: Ihnen stehen die Rechte auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung und Widerspruch zu. Sie haben das Recht, aus Gründen, die sich aus Ihrer besonderen Situation ergeben, jederzeit gegen Sie betreffender personenbezogener Daten, die aufgrund eines berechtigten Interesses verarbeitet werden, Widerspruch einzulegen.

Wenn Sie glauben, dass die Verarbeitung Ihrer Daten gegen das Datenschutzrecht verstößt oder Ihre datenschutzrechtlichen Ansprüche sonst in einer Weise verletzt worden sind, können Sie sich bei der Aufsichtsbehörde beschweren, sofern wir nicht in angemessener Zeit reagieren. In Österreich ist dies die Datenschutzbehörde.¹

Sie erreichen uns unter folgenden Kontaktdaten:

Verein DOSTE – Liebenswertes Schwertberg
Obmann Bgm. Mag Max Oberleitner
Schacherbergstraße 3, 4311 Schwertberg
Tel.: 07262 / 61155
E-Mail: oberleitner@schwertberg.at

Schwertberg, am _____

Obmann des Vereins DOSTE
Liebenswertes Schwertberg
BGM Mag. Max Oberleitner

Produzent/Lieferant des Regionalshops

¹ Weitere Informationen zu diesen Rechten finden Sie unter <https://www.dsb.gv.at/>

10. Literaturverzeichnis

10.1. Printverzeichnis

Besl, Valerie: Öffentlichkeitsarbeit. Wien: 2020

Hauke, Petra: Medien: Medienkunde – Medienmarkt – Mediennutzung. In *Tretthahn, Susanne* (Hrsg.): Literatur und Medien. Wien 2020

Kirchsteiger, Christine: Wie Werbung wirkt. In: Büchereiperspektiven Nr 3/17

Kirchhoff, Sabine: Der Fragebogen. Datenbasis, Konstruktion und Auswertung. Wiesbaden: Springer Verlag 2010

Porst, Rolf: Frageformulierung. In: *Baur/Blasius* (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019

Uhl, A.; Bachmayer S.; Schmutterer, I.; Strizek J. (2020): Handbuch Alkohol – Österreich. Band 2: Gesetzliche Grundlagen, Gesundheit Österreich, Wien

10.2. Onlineverzeichnis

https://www.meinbezirk.at/perg/c-wirtschaft/ein-blick-in-den-neuen-regionalshop-in-schwertberg_a1807327

<http://www.region-strudengau.at/>

<https://www.strudengau.tv/ankuendigung-20-jahre-leader-in-20-minuten>

<https://www.aerztezeitung.at/archiv/oeaez-2016/oeaez-8-25042016/registrierkassenpflicht-klarstellung-belegerteilung-durchlaufende-posten-rezeptgebuehren-portogebuehren-markus-metzl.html>

<https://www.ris.bka.gv.at/>

<https://findok.bmf.gv.at/findok?execution=e1s1>

<https://ooe.lko.at/bäuerliche-direktvermarktung-von-a-bis-z+2500+2949784>

<https://www.lko.at/rechtliche-rahmenbedingungen-für-direktvermarkter+2500+2949803>

<https://www.lko.at/jeder-direktvermarkter-ist-lebensmittelunternehmer+2500+2949771>

<https://www.nachrichten.at/oberoesterreich/muehlviertel/wie-buecherei-die-leselust-im-lockdown-foerdert;art69,3343748>

https://www.bvoe.at/news/lesen_und_basteln_gegen_die_langeweile

<https://www.meinbezirk.at/perg/profile-119919/bibliothek-schwertberg?type=article>

<https://schwertberg.bvoe.at/index.php>

<https://www.facebook.com/bibliothekschwertberg>

<https://www.facebook.com/RegionalshopSchwertberg>

https://www.instagram.com/bibliothek_schwertberg/

https://www.instagram.com/regionalshop_schwertberg/

https://www.meinbezirk.at/perg/c-wirtschaft/ein-blick-in-den-neuen-regionalshop-in-schwertberg_a1807327

<https://www.nachrichten.at/oberoesterreich/muehlviertel/regenbogen-hellen-die-stimmung-auf;art69,3246051>

<https://de.wikipedia.org/wiki/Kontingenztafel>

[https://www.usp.gv.at/brancheninformationen/information-und-](https://www.usp.gv.at/brancheninformationen/information-und-kommunikation/kennzeichnung-entgeltlicher-veroeffentlichungen-gemaess-para-26-mediengesetz.html)

[kommunikation/kennzeichnung-entgeltlicher-veroeffentlichungen-gemaess-para-26-mediengesetz.html](https://www.usp.gv.at/brancheninformationen/information-und-kommunikation/kennzeichnung-entgeltlicher-veroeffentlichungen-gemaess-para-26-mediengesetz.html)

<https://www.derstandard.at/story/2000109552229/wenn-influencer-post-vom-anwalt-erhalten>

<https://blog.hubspot.de/marketing/affiliate-links>

11. Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Um in den Bibliotheksbereich zu gelangen, müssen die Kunden zunächst den Regionalshop-Bereich passieren</i>	13
<i>Abbildung 2: Registrierkassenbeleg</i>	22
<i>Abbildung 3: Angaben zum Beruf der Befragten</i>	36
<i>Abbildung 4: Angaben zum Alter der Befragten</i>	36
<i>Abbildung 5: Auswertung der Frage nach der Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten</i>	38
<i>Abbildung 6: Verbinden die Befragten den Besuch in der Bibliothek / im Regionalshop auch mit anderen Tätigkeiten im Ort?</i>	39
<i>Abbildung 7: Zufriedenheit mit dem aktuellen Veranstaltungsangebot</i>	41
<i>Abbildung 8: Informationsquellen der Befragten</i>	42
<i>Abbildung 9: Welche Medien sollten vermehrt angeschafft werden?</i>	45
<i>Abbildung 10: Sind die Befragten zufrieden mit der technischen Ausstattung?</i>	46
<i>Abbildung 11: Sollte die Bibliothek medial aktiver sein?</i>	47
<i>Abbildung 12: Profitieren Bibliothek und Regionalshop tatsächlich voneinander?</i>	51
<i>Abbildung 13: Käme der Regionalshop ohne Bibliothek als Einkaufsmöglichkeit in Betracht?</i>	52
<i>Abbildung 14: Frage 3.4. wurde als Meinungsfrage nach dem didaktischen Prinzip formuliert</i>	53
<i>Abbildung 15: Sollte der Regionalshop medial aktiver sein?</i>	55
<i>Abbildung 17: Zum Zeitpunkt der Eröffnung (2016) gab es 15 Regionalshop-Anbieter, aktuell (September 2021) zählen wir 34 (© Marktgemeinde Schwertberg)</i>	73
<i>Abbildung 18: Pressebericht Bezirksrundschau Perg vom 22.7.2016 über die Eröffnung des Regionalshops</i>	74
<i>Abbildung 19: Das Gebäude "Am Marktplatz 7" vor (2015) und nach der Adaptierung (2016). Das Schild rechts neben dem Eingang weist auf Julius Strnad hin. Er war der Begründer des Oö. Landesarchives und wurde in diesem Haus 1833 geboren (© Alexandra Pichlbauer)</i>	74
<i>Abbildung 20: Pressebericht über die Regenbogen-Challenge in den OÖ Nachrichten vom 31.3.2020</i>	75
<i>Abbildung 21: Das Auslagenfenster im März 2020 voll behangen mit Regenbogen-Zeichnungen (© Alexandra Pichlbauer)</i>	76
<i>Abbildung 22: Der Inhalt des Regenbogen-Säckchen, das unter anderem mit Produkten aus dem Regionalshop Schwertberg befüllt wurde (© Alexandra Pichlbauer)</i>	76
<i>Abbildung 23: Über die Regenbogen-Challenge wird auch in der Bezirksrundschau Perg vom 17.04.2020 berichtet</i>	77
<i>Abbildung 24: Anleitung für das Projekt "frame it"</i>	78
<i>Abbildung 25: Anleitung für das Projekt "frame it" während des 3. Lockdowns (26.12.2020-7.2.2021) (© Alexandra Pichlbauer)</i>	79
<i>Abbildung 26: Inhalt des Pakets zur "frame it"-Aktion: Bastelmaterialien, Buch und Anleitung (© Alexandra Pichlbauer)</i>	80

<i>Abbildung 27: Das Auslagenfenster der Bibliothek ist voll mit Bilder der Kinder, die an der "frame it" Aktion mitgemacht haben (© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>80</i>
<i>Abbildung 28: Auslieferung der "frame it"-Pakete (© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>81</i>
<i>Abbildung 29: Bericht über die "frame it"-Aktion in der online-Ausgabe der Oö Nachrichten (27.1.2021).....</i>	<i>81</i>
<i>Abbildung 30: Facebook-Post über die "frame it"-Aktion vom 25.1.2021</i>	<i>82</i>
<i>Abbildung 31: Pressebericht über die "frame it"-Aktion in der Bezirksrundschau vom 28.1.2021</i>	<i>82</i>
<i>Abbildung 32: Bericht über die "frame-it"-Aktion auf der Website des BVÖ vom 15.02.2021</i>	<i>83</i>
<i>Abbildung 33: Bericht über die "frame it"-Aktion auf der Website der Diözese Linz, 10.02.2021</i>	<i>83</i>
<i>Abbildung 34: Bericht über die "frame it"-Aktion in der Zeitschrift OPAC Nr. 1-2021 (Juni 2021).....</i>	<i>84</i>
<i>Abbildung 35: Bericht über die Kundenbefragung in der Gemeindezeitung Schwertberg, September 2020.....</i>	<i>85</i>
<i>Abbildung 36: Das Facebook-Titelbild wurde mit einem Hinweis auf unsere bis Oktober 2020 laufende Umfrage adaptiert (September 2020).....</i>	<i>85</i>
<i>Abbildung 37: Wöchentliche Facebook-Posts auf der Bibliotheks- und Regionalshop-Seite mit Kunden sollen zur Teilnahme an der Umfrage motivieren (September 2020)</i>	<i>86</i>
<i>Abbildung 38: Aufruf zum Mitmachen bei der Meinungsumfrage in der Online Ausgabe der Bezirksrundschau vom 23.09.2020</i>	<i>87</i>
<i>Abbildung 39: Fragebogen-Bewerbung auf der Website der Gemeinde Schwertberg</i>	<i>87</i>
<i>Abbildung 40: Der Fragebogen, der im September und Oktober 2020 an die Kunden der Bibliothek und des Regionalshops verteilt wurde.....</i>	<i>88</i>
<i>Abbildung 41: Der fertige Fragebogen mit insgesamt 18 Fragen zu Bibliothek & Regionalshop Schwertberg</i>	<i>93</i>
<i>Abbildung 42: Facebook-Titelbild-Adaptierung mit Hinweis auf die Schwertberger Einkaufsaktion (September 2020)</i>	<i>93</i>
<i>Abbildung 43: Insgesamt 21 Posts dieser Art wurden auf der Facebook und Instagram Seite des Regionalshops im September 2020 veröffentlicht, wobei sowohl Foto als auch Text von mir erstellt wurden</i>	<i>94</i>
<i>Abbildung 44: Vorbereitungen im Oktober 2020 für die Fotostrecke mit unseren Kunden(© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>95</i>
<i>Abbildung 45: Musterplakate für die geplante Plakatserie. Alle Sprüche sind individuell auf unsere Bibliotheks- bzw. Regionalshopkunden abgestimmt worden (© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>95</i>
<i>Abbildung 46: Plakatserie, die im Dezember 2020 in Schwertberg anstelle der ursprünglich geplanten Plakatserie mit den Kunden neben der Straße platziert wurde.....</i>	<i>96</i>
<i>Abbildung 47: Die farbenfrohen Plakate laden zum Besuch der Bibliothek ein (© Alexandra Pichlbauer).....</i>	<i>97</i>
<i>Abbildung 48: Die Plakate sind wiederverwendbar und dienen auch als Platzhalter, wenn keine anderen Plakate angebracht sind (© Alexandra Pichlbauer).....</i>	<i>97</i>
<i>Abbildung 49: Das von mir gestaltete Bibliothekstransparent, das entlang einer der Hauptstraßen im Ort angebracht wurde und zum Besuch der Bibliothek einladen soll.....</i>	<i>98</i>
<i>Abbildung 50: Das Bibliothekstransparent wurde Mitte Dezember 2020 aufgestellt (© Alexandra Pichlbauer) .</i>	<i>98</i>
<i>Abbildung 51: Das Werbetransparent, das im Kern auf den Einkauf im Regionalshop Schwertberg abzielt.....</i>	<i>98</i>

<i>Abbildung 52: Das Regionalshop-Transparent trug sicherlich einen Teil zum großartigen Umsatz des Regionalshops im Dezember 2020 bei (© Alexandra Pichlbauer).....</i>	<i>99</i>
<i>Abbildung 53: Die Ursprungsidee eines Leporello, in der Bibliothek und Regionalshop gemeinsam vorgestellt werden, konnte ich aufgrund der Corona-Bestimmungen im Herbst 2020 nicht umsetzen. Deshalb erstellte ich zwei „normale“ Broschüren (© Alexandra Pichlbauer).....</i>	<i>99</i>
<i>Abbildung 54: Das von mir erstellte Sujet für die „BUCHSTART“-Box</i>	<i>100</i>
<i>Abbildung 55: Bürgermeister Max Oberleitner überreichte am 1.7.2021 Familie Lumetsberger das erste „BUCHSTART“-Paket. Aroniahof Hochreiter und Tante Fanny Frischteige stellten für die erste "Buchstart-Box" "Goodies" zur Verfügung (© Gemeinde Schwertberg).....</i>	<i>101</i>
<i>Abbildung 56: Zum Inhalt des ersten „BUCHSTART“-Paketes gibt es nicht nur Materialien zur frühen Leseförderung, sondern auch die neu erstellten Regionalshop- und Bibliotheksbroschüren sowie Regionalshop-"Goodies" (Aronia-Tee, Tante Fanny Kochbuch und zwei Teige nach eigener Wahl) (© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>101</i>
<i>Abbildung 57: Bericht über den Beginn des „BUCHSTART“-Projektes in der Bezirksrundschau Perg Nr. 25 vom 24./25.6.2021.....</i>	<i>102</i>
<i>Abbildung 58: Bericht über die „BUCHSTART“-Reihe auf der Website der Diözese Linz im Juli 2021</i>	<i>102</i>
<i>Abbildung 59: Alles was zur Lebkuchenherstellung benötigt wird, ist in der Bibliothek und im Regionalshop erhältlich (© Alexandra Pichlbauer).....</i>	<i>103</i>
<i>Abbildung 60: Für Gerichte von Haya Molcho gibt es im Fairtrade-Regal passende Produkte (© Alexandra Strohmaier)</i>	<i>103</i>
<i>Abbildung 61: Zum Bienen-Thementisch gehören auch die Imkerei-Produkte aus dem Regionalshop dazu (© Alexandra Strohmaier)</i>	<i>104</i>
<i>Abbildung 62: Saft selbst herstellen oder lieber gleich kaufen? Beides ist bei uns möglich! (© Alexandra Strohmaier)</i>	<i>104</i>
<i>Abbildung 63: Unsere Kunden lieben es wenn die ersten Kürbisse im Herbst geliefert werden (© Alexandra Strohmaier)</i>	<i>105</i>
<i>Abbildung 64: Warum Dinkel so gesund ist kann in den Bibliotheksbüchern nachgelesen werden (© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>105</i>
<i>Abbildung 65: Super-Food Aroniabeere und Buchweizen (© Alexandra Pichlbauer).....</i>	<i>106</i>
<i>Abbildung 66: Nachschlagewerk zu Leinöl (© Alexandra Pichlbauer)</i>	<i>106</i>
<i>Abbildung 67: Wir feiern den Weltbuchtage auf unsere Weise (© Alexandra Strohmaier)</i>	<i>107</i>

12. Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz, Absätze
BAO	Bundesgesetz über allgemeine Bestimmungen und das Verfahren für die von den Abgabenbehörden des Bundes, der Länder und Gemeinden verwalteten Abgaben (Bundesabgabenordnung 1961, BGBl 194/1961 idF BGBl I 20/2009)
BGBl	Bundesgesetzblatt
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
Covid-19- NotMV	Covid-19-Notmaßnahmenverordnung
DOSTE	Dorf- und Stadtentwicklung
DSGVO	Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG
EZA	Entwicklungszusammenarbeit
ff.	fortfolgend(e)
Hs.	Halbsatz
idF.	in der Fassung von
idR.	in der Regel
iHv.	in Höhe von
iVm.	in Verbindung mit
iR.	im Rahmen
KStG	Körperschaftsteuergesetz 1988 (KStG 1988, BGBl 401/1988 idF BGBl I 103/2019)
leg.cit.	legis citate (die zitierte vorherige Norm)
LFI I	Broschüre „Rechtliches zur Direktvermarktung“, Wien, Ländliches Fortbildungsinstitut Österreich, Landwirtschaftskammer Österreich, 1. Auflage, April 2012,

abrufbar unter <https://www.lko.at/rechtliche-rahmenbedingungen-für-direktvermarkter+2500+2949803>

LFI II	Broschüre „Bäuerliche Direktvermarktung von A bis Z“, Wien, Ländliches Fortbildungsinstitut Österreich, 2. Auflage, September 2013, abrufbar unter https://ooe.lko.at/bäuerliche-direktvermarktung-von-a-bis-z+2500+2949784
LFI III	Broschüre „Handbuch zur Eigenkontrolle für bäuerliche Betriebe, die mit Lebensmittel umgehen“, Wien, Ländliches Fortbildungsinstitut Österreich, 5. Auflage, Oktober 2016 abrufbar unter https://www.lko.at/jeder-direktvermarkter-ist-lebensmittelunternehmer+2500+2949771
31. Lebensmittel-hygieneverordnung	31. Verordnung der Bundesministerin für Frauenangelegenheiten und Verbraucherschutz über allgemeine Lebensmittelhygiene (Lebensmittelhygieneverordnung), StF: BGBl. II Nr. 31/1998, idgF BGBl. I Nr. 13/2006
LuF.	Land- und Forstwirt
MedienG.	Bundesgesetz vom 12. Juni 1981 über die Presse und andere publizistische Medien (Mediengesetz – MedienG), StF: BGBl. Nr. 314/1981 , idgF BGBl. I Nr. 148/2020
mE	meines Erachtens
Nr.	Nummer
Oö. JSchG 2001	Landesgesetz über den Schutz der Jugend (Oö. Jugendschutzgesetz 2011), LGBl 93/2001 idF LGBl 1/2019
RS	Regionalshop
Urprodukte-VO	Verordnung des Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit über die Zugehörigkeit der von Land-und Forstwirten hergestellten Produkte zur land- und forstwirtschaftlichen

Urproduktion (Urprodukteverordnung), BGBl II 410/2008

UStG	Bundesgesetz über die Besteuerung der Umsätze (Umsatzsteuergesetz 1994), BGBl 663/1994 idF BGBl 663/1994
UWG	Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, BGBl. 448/1984 idF BGBl. I Nr. 104/2019
Vol.-%	Volumsprozent
WIG	Wirtschafts-Interessens-Gemeinschaft (Schwertberg)
Z	Zahl, Ziffer
