

Nahversorgung

Nachbarn, leert die Regale

Wenn die Anwohner mitziehen, haben auch kleine Geschäfte auf dem Land eine Chance. Dank der Alleinauslieferung ist neben Lebensmitteln auch der Presseverkauf eine stabile Umsatzquelle für diese Geschäfte.

Otersen, ein kleiner Ort mit rund 500 Einwohnern im Landkreis Verden ist die Nachrichtenzentrale der Dorfladen-„Bewegung“. Wenn in Thüringen ein neuer Dorfladen eröffnet oder in ARD-Plusminus ein Beitrag über „das Comeback von Tante Emma“ in Bayern und Schleswig-Holstein läuft, werden die Medienberichte auf der Internetseite des hier gegründeten Dorfladen-Netzwerkes verlinkt.

Das Dorf ist berühmt für seinen Dorfladen und für seine engagierten Bürger. „Use Lüttje Dörpsladen“ war im ZDF-Länderspiegel und im NDR zu

sehen. Auch die FRANKFURTER RUNDschau und diverse Regionalzeitungen sowie Fach- und Publikumszeitschriften berichteten darüber, wie die Einwohner von Otersen ihren Dorfladen retteten.

Als 2000 bekannt wurde, dass die Besitzerin des letzten Lebensmittelgeschäftes im Ort aus Altersgründen aufgeben wollte, entwickelten engagierte Dorfbewohner unter der Leitung von Sparkassenbetriebswirt Günter Lühning ein Konzept zum Erhalt des Ladens. Schließlich wollten sie nicht für jeden Einkauf 15 Kilometer weit fahren. Also wurde eine Gesellschaft bürgerlichen

Rechts mit beschränkter Haftung (GbR mbH) gegründet, an der 63 Bürger Anteile zeichneten.

Dazu kamen Zuschüsse von der EU und der Gemeinde. Auf diese Weise wurden 103.000 DM Eigenkapital aufgetrieben. Das reichte, um das alte Lebensmittelgeschäft zu modernisieren. Eine kleine Erfolgsgeschichte begann, die mittlerweile sogar niedergeschrieben wurde: Im Januar präsentierten Mitglieder aus Geschäftsführung und Aufsichtsrat der Dorfladen Otersen GbR mbH das neue Handbuch „Dorfladen von Bürgern für Bürger - Sicherung der Nahversorgung im ländlichen Raum“ auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin.

Im September 2008 meldete der Dorfladen Otersen trotz eines leichten Umsatzrückgangs nach Abzug von Personalkosten für fünf Mitarbeiterinnen, Miete, Energiekosten und Abschreibungen im vierten Jahr in Folge „einen kleinen Überschuss“. Außerdem wurde Anfang September die erste Auszubildende eingestellt.

Pressesortiment nach Wunsch

Zum bundesweiten Dorfladen-Netzwerk gehört auch der Lintler Laden im niedersächsischen Bendingbostel. Das Geschäft ist durch eine Einkaufsgemeinschaft mit Use Lüttje Dörpsladen in Otersen verbunden. Gäbe es den Lintler Laden nicht, müssten die rund 600 Einwohner von Bendingbostel für jeden



Ortsvorsteher Hanshermann Honemann kauft nicht nur regelmäßig im Dorfladen Otersen ein. Zusammen mit Verkäuferin Edith Pape führt er zudem die Geschäfte und ist für die Buchführung verantwortlich (links). Der Lintler Laden in Bendingbostel feierte im vergangenen Jahr sein elfjähriges Bestehen

Liter Milch, für ihre Sonntagsbrötchen, die Tageszeitung oder Programmzeitung oder Programmzeitung ins rund sieben Kilometer entfernte Kirchlinteln fahren. Ein spontaner Einkauf wäre für Dorfbewohner ohne Auto nur schwer möglich.

Vor elf Jahren eröffnete der damalige niedersächsische Landwirtschaftsminister Karl-Heinz Funcke den Lintler Laden und beehrte mit seinem Besuch die mehr als 70 Mitglieder des Fördervereins für den Lintler Laden, sowie die 20 Teilhaber, die jeweils 3.000 DM in die GbR mbH und damit in den Dorfladen investiert hatten. Zur Erinnerung an den Tag, als die Bendingbosteler ihre Nahversorgung in die eigene Hand nahmen, wurde zum zehnjährigen Jubiläum ihres Dorfladens ein Findling mit der Aufschrift „Lintler Laden – Bendingbostel 2007“ vor dem Geschäft aufgestellt.

Der Findling passt zu seinem Umfeld: Bendingbostel liegt im Landkreis Verden, genauer in der Lintelner Geest, einem waldreichen Gebiet am westlichen Rand der Lüneburger Heide. In einer ehemaligen Scheune mitten im Dorf befindet sich der Lintler Laden. Das Fachwerkgebäude mit Holzanbau wurde mit Fördermitteln von der Klosterkammer, dem Land und der EU umgebaut. „Die Ladeneinrichtung und die Ware wurden aus Eigenmitteln der GbR finanziert“, sagt Ulrike Bartusch, eine von drei Frauen aus der Region, die hier eine Anstellung als Verkäuferin gefunden haben.

Der Laden kommt gut an: „Vor allem donnerstags und samstags ist hier viel los. Die Kunden sind oft schon vor uns da und auch nach Geschäftsschluss klopft es noch oft an der Tür. Deswegen zählen wir die Kasse immer erst um viertel vor sieben aus“, sagt die Verkäuferin. Die Öffnungszeiten sind für einen Dorfladen vergleichsweise lang: Der Lintler Laden ist wochentags von 7:00 bis 13:00 Uhr und von 14:30 Uhr bis 18:00 Uhr geöffnet.

Die kleinen Einkaufswagen im Vorraum des Geschäftes benutzt heute niemand. An diesem Samstagmorgen rei-



Das Beste aus der Region: Der Dorfladen in Bendingbostel vermarktet frische Lebensmittel von Bauern aus der Lintelner Geest (links). Das 170 Titel umfassende Pressesortiment des Lintler Ladens bietet, was die Kunden wünschen

chen die Hände, um die Einkäufe zum Fahrrad oder zum Auto zu tragen. Samstags ist das Geschäft von 8 bis 13 Uhr geöffnet, die Kunden holen zumeist frische Brötchen oder geben einen Lottoschein ab. Manche kaufen auch Obst, Gemüse oder Fleischwaren aus der Region oder stöbern im 170 Titel umfassenden Pressesortiment.

„Die Sortimente der Dorfläden haben sich im Laufe der Zeit durch die Nachfrage der Einwohner entwickelt“, erklärt Wolfgang Borsutzky Vertriebsleitung Einzelhandel beim Pressevertrieb Schwarz aus Bad Fallingbostel die Zusammenstellung des Pressesortiments in kleinen ländlichen Verkaufsstellen. So ist es auch in Bendingbostel: Titel wie das Satiremagazin TITANIC oder das Hundemagazin DOGS wurden „auf Kundenwunsch bestellt“ und finden seitdem regelmäßig ihre Abnehmer, wie Ulrike Bartusch bestätigt.

Der Pressevertrieb Schwarz aus Bad Fallingbostel zählt die Dorfläden in Bendingbostel und Otersen zur Geschäftsart 0201. „In dieser Geschäftsart haben wir 72 Einzelhändler, die man jedoch nicht alle als typischen Dorfladen bezeichnen kann. Die Umsatzentwicklung in dieser Geschäftsart ist leicht rückläufig, da in den vergangenen Jahren einige Händler geschlossen haben“, sagt Borsutzky.

Politisch gewollt, finanziell gefördert

„Grundsätzlich haben es die ländlich gelegenen Verkaufsstellen schwer“, weiß auch Jens Kundrun, Geschäftsleitung Marketing/Vertrieb beim Rendsburger Grossisten VPV Lamich zu berichten. „Das liegt an den überall entstehenden Einkaufszentren mit riesigen Einzugsgebieten, dem Einkaufsverhalten, der Preissensibilität, der Landflucht etc. Aus diesen Gründen ist letztlich das Konzept der Markttreffs entstanden, das mit seinen drei Säulen Kerngeschäft, Dienstleistung und Treffpunkt die Dörfer und ihre Gemeinschaft stärken will“, so Kundrun weiter.

Unter der Dachmarke „Markttreff“ sind derzeit 25 Gemeindeläden in Schleswig-Holstein organisiert, acht weitere sind in Planung. Sie sollen die Grundversorgung im ländlichen Raum sicherstellen. Das Kerngeschäft, die wirtschaftliche Säule der Markttreffs, besteht in der Regel aus einem Lebensmittel-Einzelhandel. Im Vertriebsgebiet von VPV Lamich befinden sich derzeit neun Markttreffs, davon werden alle mit Presse beliefert, berichtet Kundrun. Der Pressewochenumsatz in diesen Geschäften beträgt nach Aussage des VPV-Vertriebsleiters im Durchschnitt 365 Euro bei einer Sortimentsbreite von 280 Titeln.



Gemeinsam mit ihrem Ehemann betreibt Anja Sibold in Kürnberg (Südschwarzwald) einen Dorfladen. Das Geschäft wird seit 2007 vom Haberer Medienvertrieb mit Presse beliefert. Mit einem Präsenzsoriment von rund 50 Titeln erzielt das Betreiberhepaar einen Pressewochenumsatz von 35 bis 50 Euro.

„Allerdings haben wir eine große Spreizung. Drei Markttreffs sind ursprüngliche Edeka-Märkte, die Umsätze von bis zu 600 Euro realisieren, während ein anderer Markttreff lediglich einen Bruchteil dieses Umsatzes erzielt“, so Kundrun weiter.

Wirtschaftlichkeit nebensächlich

Die Frage, ob sich die Belieferung kleiner, entlegener Verkaufsstellen rechnet, ist für die Grossisten nebensächlich, wie Nicole Weiß, Leiterin Marketing beim Haberer Medienvertrieb berichtet: „Wichtiger als die Rentabilität der Verkaufsstelle ist für uns eine flächendeckende Versorgung mit Presse.“ Durch die Alleinauslieferung verpflichtet, werden weite Wege gern in Kauf genommen, betont auch Jens Kundrun: „Dafür fahren wir dann auch gerne, jeden Tag z. B. auf entlegene Inseln“, so der VPV-Vertriebsleiter. Beim Pressevertrieb Schwarz ist man derselben Meinung: „Wir beliefern alle Presseverkaufsstellen, ohne eine wirtschaftliche Untersuchung durchzuführen“, sagt Wolfgang Borsutzky.

Das Markttreff-Projekt wird von Wohlfahrts- und Interessensverbänden, Politik und Wirtschaft unterstützt. Zu den Förderern gehören neben der Landesregierung auch der Schleswig-holsteinische Zeitungsverlag, das Deutsche Rote Kreuz und der Bauernverband Schleswig-Holstein. Die Markttreffs

erhalten eine Anschubfinanzierung, die vom Landesministerium für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume aus EU-, Bundes- und Landesmitteln bereitgestellt wird. Die Gemeinden streichen als Projektträger die Fördermittel ein. Betreiber können je nach Betriebsmodell die Kommunen, öffentlich-private Trägervereine, Privatpersonen oder bürgerchaftliche Organisationen sein. Ihnen wird eine Fülle von Arbeitsmaterialien, vom Markttreffhandbuch über Satzungsmuster für Trägervereine bis hin zum

Medienleitfaden zur Verfügung gestellt.

Der Grundgedanke der Markttreffs, die Nahversorgung zu sichern und ein Gefühl sozialer Verbundenheit herzustellen, findet sich auch in Bayern und Baden-Württemberg, allerdings in anderer Form. Hier haben drei Lebensmittelgroßhändler das Franchise-Konzept „Ums Eck“ mit dem Slogan „Ihr Kauftreff“ ins Leben gerufen. Auch dieses Konzept scheint aufzugehen: Mittlerweile wurden rund 200 Geschäfte mit Verkaufsflächen zwischen 70 und 350 Quadratmetern mit einem einheitlichen Werbeauftritt ausgestattet.

Daneben gibt es auch „unabhängige“ Läden, in öffentlicher oder privater Hand, wie die genossenschaftlich organisierten Dorfläden in Gottwollshausen und Gailenkirchen, die durch das Grosso-Unternehmen G. Umbreit GmbH & Co. KG aus Bietigheim-Bissingen beliefert werden sowie den Dorfladen der Familie Sibold in Kürnberg, beliefert vom Haberer Medienvertrieb aus Schopfheim.

Nahversorgung hat ihren Preis: Unabhängig davon, ob die Dorfläden als GbR, Franchise-Geschäft, Genossenschaft oder als Familienbetrieb geführt werden, sind sie auf den Rückhalt in der Nachbarschaft angewiesen. Die Anwohner stimmen täglich am Regal über den Erhalt ihres Dorfladens ab. Eine dauerhafte Stimmenthaltung kann für „Tante Emma“ tödlich sein. (jf)

Dorfläden im Vergleich

Gottwollshausen | Gailenkirchen (Baden-Württemberg)

Betreiber/Träger: Gottwollshausen-Gailenkirchen eG
Beliefert durch: G. Umbreit GmbH & Co. KG, Bietigheim-Bissingen
Beliefert seit: 2005 | 2007
Verkaufsfläche in qm: 75 | 99
Pressewochenumsatz in Euro: 117 | 101 Euro
Präsenztitel: 47 | 44
Bordmeter: 5 | 4
Regalmeter: 1 | 2

Otersen | Bendingbostel (Niedersachsen)

Betreiber/Träger: Dorfladen Otersen GbR mbH | Lintler Laden GbR mbH
Beliefert durch: Pressevertrieb Schwarz, Bad Fallingbostel
Beliefert seit: 2001 | 1997
Verkaufsfläche in qm: 140 | 90
Pressewochenumsatz in Euro: 145 | 150
Präsenztitel: 125 | 170
Bordmeter: 10 | 6
Regalmeter: 2 | 1