

- Zusammenfassende Beurteilung -

Beauftragt durch:

Ortsgemeinde Leutesdorf

Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Erstellt durch:

Volker Bulitta Unternehmensberatung

im Rahmen des Landesprojekts M.Punkt RLP

gefördert durch das Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz

Bedarf

Insgesamt ist der Bedarf der Leutesdorfer Haushalte nach einer Verbesserung der Lebensmittelversorgung als **mäßig** einzustufen. Sowohl die Rücklaufquote (29%) als auch die Unzufriedenheit mit den derzeitigen Einkaufsmöglichkeiten sind im Vergleich zu Befragungen in anderen Gemeinden mit Dorfladenprojekten **leicht unterdurchschnittlich** ausgeprägt.

Mehr als zwei Drittel der Befragungsteilnehmer zeigt sich – zumindest weitestgehend – zufrieden mit der aktuell vorliegenden Versorgungssituation, welches sich auch durch die Einkaufsgewohnheiten der Haushalte begründet. Die Mehrheit der Haushalte bevorzugt den wöchentlichen Großeinkauf und verbindet dies mit anderen Erledigungen. Dies lässt auf einen eher verhaltenen Bedarf hinsichtlich eines möglichen Vollsortiments schließen.

Bei differenzierterer Betrachtung lässt sich aber eine **deutlichere Unzufriedenheit und ein Handlungsbedarf bei der Versorgung mit Frischeprodukten** erkennen (insbesondere Backwaren, Obst, Gemüse). Dies führt dazu, dass sich insgesamt über die Hälfte der an der Befragung teilgenommenen Haushalte eine wesentliche Einkaufserleichterung durch einen Dorfladen erwarten, die sich vorrangig auf den Bezug entsprechender Frischewaren bezieht.

Positiv zu werten ist in diesem Zusammenhang, dass die Haushalte besonders großen Wert auf Aspekte legen, durch die sich ein Dorfladen von größeren Märkten in der Umgebung abheben kann. Das **Qualitätsbewusstsein** ist ebenso deutlich überdurchschnittlich stark ausgeprägt wie die positive Einstellung zu **Regionalität** und **Nachhaltigkeitsaspekten**.

Die **Zweckmäßigkeit** des Vorhabens zur Errichtung eines Dorfladens wird darüber hinaus vor allem dadurch bekräftigt, dass weitergehender Verbesserungsbedarf von den Haushalten gerade bei jenen Themen gesehen wird, die ein Dorfladen mit in sein Leistungsangebot integrieren kann. Bemängelt wird insbesondere das Angebot an **Dienstleistungen** und **Café-Angeboten** in der Umgebung. Auch wenn Zusatzangebote oftmals nur vergleichsweise geringe Erträge liefern, steigern sie die Attraktivität des Ladens für die Bürger und sorgen für eine höhere Frequenz und Mitnahmeeffekte bei den Waren.

Mit einem entsprechend multifunktional ausgerichteten Dorfladen könnte somit auf gleich mehrere der wichtigsten Bedürfnisse der Bürger reagiert werden.

Konzept

Der eher verhaltene Bedarf der Haushalte in Bezug auf das Angebot eines Vollsortiments macht grundsätzlich **zwei Konzeptvarianten** denkbar, die den gleichen Fokus besitzen, sich aber hinsichtlich der Sortimentsbreite beim Warenangebot unterscheiden.

Beiden Konzeptvarianten ist gemein, dass die der Dorfladen **nicht in Konkurrenz zur örtlichen Metzgerei** tritt, d.h. dass die -Aufnahme von Fleisch- und Wurstwaren nur in Abstimmung bzw. Kooperation mit der örtlichen Metzgerei in Leutesdorf erfolgt.

Zusätzlich sind entsprechend den Bedürfnissen der Leutesdorfer Haushalte Zusatzangebote zu integrieren, um den Dorfladen als zentralen Treffpunkt im Ort zu etablieren.

3-Säulen-Konzept im Überblick

mit den beiden unterschiedlichen Varianten beim Warenangebot

I Warenangebot

Variante 1: Frische- und Regionalladen

Konzentration auf **umfassendes Frischeangebot (aus der Region)**

Zusatzsortiment an weiteren **heimischen Produkten sowie eine Auswahl an Bioprodukten** (unter konsequenter Einbeziehung örtlicher Erzeuger, u.a. auch Winzer) / ggfs. ergänzt durch ausgewählte Unverpackt-Produkte

Verzicht auf Einbindung eines Großhändlers

Verkaufsfläche (inkl. Zusatzangebote) 60 – 90 qm zzgl. Lager / Nebenräume

Variante 2: Dorfladen mit Grundversorgungsanspruch / Vollsortiment

Fokus auf Frische- und Regionalwaren (Sortiment wie bei Variante 1)

Zusätzlich erweitertes Sortiment im Sinne einer Vollversorgung (Trockenware) / alle Warengruppen abdeckend
-> **Belieferung durch Großhändler**

Verkaufsfläche (inkl. Zusatzangebote) 110 – 150 qm zzgl. Lager / Nebenräume

II Dienstleistungen / Serviceangebote

Vor allem nachgefragt: Post-, Paketdienste, Annahmestelle für Kleiderreinigung / Ergänzende Serviceleistungen: EC-Kartenzahlung, Heimlieferservice

III Café-Bereich

Einrichtung von Sitzmöglichkeiten (max. 3 – 4 Tische) / Kleines Snack-, Kuchenangebot / Verkostung regionaler Produkte

Standort

Zentrale Lage mit ausreichenden **Parkmöglichkeiten** (möglichst viele Haushalte in einem Umkreis von 5 Gehminuten)

Ladeneinrichtung

Attraktive Ladengestaltung („Wohlfühlumgebung“) / Flächenaufteilung und Einrichtung daran angepasst, dass die Bedienung auch mit nur **einer Verkaufskraft** möglich ist („Bedieninsel“ im vorderen Ladenbereich)

Öffnungszeiten

Tägliche, regelmäßige Verkaufszeiten mit frühzeitiger Öffnung morgens und ausgedehnter Mittagspause / Ruhnachmittag möglich / Öffnung Samstag- und **Sonntagvormittag** / insgesamt ca. 45 - 50 Wochenstunden

Anmerkungen zum 24/7-Gedanken:

Es gibt ein gewisses Interesse an einer Abhol- / Einkaufsmöglichkeit außerhalb der gängigen Öffnungszeiten, welches aber angesichts der eher verhaltenen Ausprägung (17% der Befragten) in Bezug auf die Einrichtung eines 24-Stunden-Marktes als **sehr kritisch** zu bewerten ist. Die Bedürfnisse der Bürger konzentrieren sich primär auf die Aspekte Frische, Dienstleistungen, Café / Treffpunkt, die konträr zum Gedanken eines technik-gestützten 24-Stunden-Marktes stehen. Der Ersatz von Personal durch technische Hilfsmittel (elektronisches Zutrittssystem, Kameras, Selbstscanner-Kassen) ist daher für die gängigen Öffnungszeiten nicht zu empfehlen. Hinzu kommt, dass es für eine Rund-um-die-Uhr-Öffnung solcher Läden in Rheinland-Pfalz bislang keine rechtliche Grundlage gibt. Eine Ausnahmegenehmigung in Bezug auf das Ladenöffnungsgesetz ist sehr fraglich.

Es sollten daher alternative Lösungen in Betracht gezogen werden, die hinsichtlich des Kosten-Nutzen-Verhältnisses und des Investitionserfordernisses angemessen sind (z.B. Abholboxen, in denen bestellte Waren für eine spätere Abholung bereitgestellt werden).

Wirtschaftlichkeit

Die Beurteilung der Wirtschaftlichkeit erfolgt in Form einer **Deckungsbeitragsrechnung**. Es wird dazu jener Betrag ermittelt, der – nach Abzug der laufenden Kosten vom erwirtschafteten Ertrag – zur Deckung der Personalaufwendungen verbleibt. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine abschließende Einschätzung der Machbarkeit. Sie verdeutlicht die Anforderungen an die Personalplanungen, die Einkommenserwartungen für einen Betreiber bzw. das möglicherweise erforderliche Engagement der Bevölkerung im Falle einer gemeinschaftlichen Betreibungsform.

Die nachfolgende Darstellung der Wirtschaftlichkeit stellt die beiden zuvor dargestellten konzeptionellen Varianten gegenüber (ohne Berücksichtigung von Fleisch- und Wurstwaren).

Deckungsbeitragsrechnung auf Monatsbasis

Beträge in Tausend Euro (TEUR) netto

	Variante 1	Variante 2
Umsatz	22,5	29,3
Wareneinsatz	16,4	22,3
Rohertrag entsprechend einer Marge von ca.	6,1 27%	7,0 24%
Miete	0,6	1,0
Energie- / Nebenkosten	0,5	0,8
Abschreibungen / Zinsen Fremdfinanzierung Abschreibungs- und Tilgungsdauer 8 Jahre Zins 3,5% (Mittelwert der ersten drei Jahre)	0,4	0,6
Sonstige Kosten u.a. Instandhaltung, Werbung, Versicherung, Steuerberater	0,6	0,7
Verbleibender Betrag zur Deckung der Personalkosten	4,0	3,9
entspricht z.B. ungefähr Stunden Einsatzzeit im Dorfladen wöchentlich bei 10 EUR Stundenlohn / Urlaubszeit berücksichtigt	67 h	64 h

- Umsatz

Die Umsatzeinschätzung basiert insbesondere auf den Ergebnissen der Haushaltsbefragung, die eine Kategorisierung der **Befragungsteilnehmer** in potenzielle Dorfladenkunden ermöglicht. Konsum- und Einkaufspräferenzen werden hier ebenso herangezogen wie der bestehende „Leidensdruck“. Nur wenn das Angebot eines Dorfladens den Vorlieben der Haushalte entspricht und eine merkliche Unzufriedenheit mit der jetzigen Situation zu erkennen ist, kann davon ausgegangen werden, dass die bisherigen Einkaufsgewohnheiten zugunsten eines Dorfladens geändert werden.

Haushalte Leutesdorf - Befragungsteilnehmer (monatlich netto):

Variante 1: ca. 13,0 TEUR

Variante 2: ca. 17,1 TEUR

Zusätzliche Umsatzbeiträge durch **Nicht-Befragungsteilnehmer** werden über Erfahrungswerte von anderen realisierten Dorfladenprojekten abgeleitet. Da verstärkt jene Haushalte an der Befragung teilnehmen, die ein gesteigertes Interesse an einem Dorfladen besitzen, fallen die Ausgaben pro Haushalt über alle Nicht-Befragungsteilnehmern deutlicher geringer aus als bei den Befragungsteilnehmern.

Haushalte Leutesdorf - Nicht-Befragungsteilnehmer (monatlich netto):

Variante 1: ca. 8,0 TEUR

Variante 2: ca. 10,2 TEUR

Zusätzliche Umsatzpotenziale sind insbesondere im Hinblick auf die örtliche Jugendherberge möglich. Darauf ausgerichtet sollte auch in Variante 1 ein kleines Convenience-Angebot vorgehalten werden sollte.

Gäste Jugendherberge (monatlich netto – über das Jahr gemittelt):

Variante 1: ca. 1,5 TEUR

Variante 2: ca. 2,0 TEUR

Weitere Beiträge sind durch örtliche Betriebe, Vereine und Einrichtungen (z.B. Grundschule und Kindergarten) möglich, wenn diese ihren Bedarf an Lebensmitteln regelmäßig im Dorfladen decken. Dies betrifft auch die Ausrichtung von Festen und Veranstaltungen. Die hierdurch möglichen Umsatzbeiträge sind nicht separat in die Umsatzeinschätzung eingerechnet, sondern dienen in der vorliegenden Betrachtung als **Reserven zur Risikoabsicherung**. Gleiches gilt für Einkäufe von sonstigen Touristen, die in den örtlichen Beherbergungsbetrieben übernachten oder Leutesdorf im Rahmen von Tagesausflügen besuchen. Die diesbezüglichen Potenziale sollten abgeschöpft werden, um die Stabilität der Wirtschaftlichkeit zu stärken. Die grundlegende Tragfähigkeit eines Ladenprojekts muss aber im Wesentlichen über die Haushaltseinkäufe sichergestellt werden.

- Wareneinsatz / Marge

Die durchschnittliche Marge orientiert sich am geplanten Sortiment sowie der zu erwartenden produktbezogenen Absatzverteilung und basiert auf Vergleichswerten anderer Dorfläden mit entsprechender Ausrichtung. Hier ist auch der Warenverderb berücksichtigt.

Der höhere Ansatz in Variante 1 resultiert aus der Konzentration auf Frische- und Regionalwaren, die in der Regel Margen von 25% bis 40% ermöglichen. Bei der Standardprodukten, die in Variante 2 zusätzlich über einen Großhändler bezogen werden, sollten die Margen hingegen mit maximal 15% - 20%, teilweise auch darunter, angesetzt werden.

- Kosten

Die Kostenansätze beziehen sich auf die hier angenommene Ladenfläche im Bereich von 60 - 90 qm zzgl. Lager und Nebenräume *bei Variante 1 und 110 – 150 qm bei Variante 2*. Mögliche Kosten für Bau- und Instandsetzungsmaßnahmen sind nicht inkludiert. Stattdessen werden Aufwendungen für Miete und laufende Instandhaltung der Räumlichkeiten berücksichtigt.

Die Ansätze bezüglich Abschreibung und Zinsen gehen von einer weitgehenden Neuanschaffung der Ladeneinrichtung (ohne 24-Stundenlösung) aus – Variante 1: 28 TEUR / Variante 2: 40 TEUR. Angenommen wird eine Fremdfinanzierung der gesamten Investitionen, die zusätzlich zur Einrichtung auch die Warenerstausstattung mit ca. 7 TEUR (Variante 1) bzw. 20 TEUR (Variante 2) umfasst.

Die Position der „Sonstigen Kosten“ ergibt sich aus der Umlage der jährlichen Kosten für einen Steuerberater (3,0 TEUR), Werbung (1,0 TEUR), Instandhaltung der Räumlichkeiten (abhängig von der Variante 1,0 – 1,5 TEUR), Versicherungen (0,5 – 0,7 TEUR) und einer Sammelposition für weitere kleinere Aufwendungen (2,1 – 2,4 TEUR).

Bewertung

Bei beiden Konzeptvarianten verbleibt nach Abzug der laufenden Kosten vom Rohertrag ein vergleichbarer Betrag von monatlich ca. 4 TEUR, der zur Deckung der Personalaufwendungen zur Verfügung steht. Dies entspricht einer **möglichen Entlohnung von ca. 65 Einsatzstunden** im bzw. für einen Dorfladen in Leutesdorf pro Woche (Urlaubszeiten berücksichtigt).

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass ein Laden mit den hier zugrunde gelegten Öffnungszeiten einen höheren Einsatz erfordert. Wenn geschäftsführende und unterstützende Tätigkeiten (wie Büroarbeiten, Ladengestaltung, Warenannahme, Regalbestückung, etc.) eingerechnet und ggfs. eine zweite Verkaufskraft zu Stoßzeiten berücksichtigt werden, müssen insgesamt mindestens 90 - 100 Stunden angesetzt werden.

Dennoch laufen viele – vor allem bürgerschaftlich organisierte - Läden in Rheinland-Pfalz auf dieser Basis sehr erfolgreich. Eine tragfähige Betreuung ist somit möglich, wenn Folgendes beachtet und umgesetzt werden kann:

Bürgerschaftlich organisierte Läden basieren in der Regel auf einem breiten Unterstützernetzwerk mit ehrenamtlichem Engagement. Gleichzeitig ist es für eine nachhaltige Ausrichtung eines Ladens aber wichtig, dass er sich auf stabile Strukturen mit verbindlich geregelten Arbeitseinsätzen stützen kann.

Um eine Verbindlichkeit und Professionalität in den Abläufen zu gewährleisten, wird als **Mindestvoraussetzung** angesehen, dass die **Entlohnung einer durchgängigen Verkaufskraft im Laden** möglich ist. **Dies ist bei den vorliegenden Ergebnissen für einen Dorfladen in Leutesdorf gegeben.**

Zusätzlich anfallende Tätigkeiten werden in der Regel durch die Vereins- bzw. Genossenschaftsmitglieder ehrenamtlich erbracht. Hierfür ist ein hinreichendes Engagement durch die Bürgerschaft erforderlich. Die im Rahmen der Befragung geäußerte **Unterstützungsbereitschaft** ist diesbezüglich mit ca. 40 bis 110 Wochenstunden als gute Grundlage zu werten, die im Rahmen eines Bürgerbeteiligungsprozesses aber zukünftig überprüft und gefestigt werden muss.

Zusätzlich müssen **1 bis 2 Personen** vorhanden sein (im Sinne einer „Geschäftsführung“), die das Projekt mit der notwendigen Leidenschaft federführend umsetzen und über mehrere Jahre hinweg leiten – ohne für diese übergeordnete Funktion umfassender entlohnt zu werden. Dies ist als grundlegende Voraussetzung einer erfolgreichen Betreuung anzusehen.

Zur Umsetzung bürgerschaftlicher Modelle haben sich in Rheinland-Pfalz vornehmlich die Rechtsformen des wirtschaftlichen Vereins oder der Genossenschaft bewährt. Die Genossenschaft bietet den Vorteil einer engeren Begleitung durch den Verband, unterliegt aber strengeren und kostenintensiveren (Prüf-) Auflagen. Der wirtschaftliche Verein ist grundsätzlich einfacher und freier zu gestalten, muss aber einige formale Kriterien im Rahmen des Genehmigungsverfahrens erfüllen. Eine Anfrage ist diesbezüglich bei der Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion Rheinland-Pfalz in Trier zu stellen. Zu den weiteren Alternativen gehört insbesondere die vermehrt in anderen Bundesländern eingesetzte Rechtsform der Unternehmergesellschaft (UG & Still).

Die Attraktivität für einen **privatwirtschaftlichen Betreiber** hängt letztlich von dessen Verdiensterfordernissen und betrieblichen Strukturen ab. Eine Stärkung des wirtschaftlichen Fundaments wäre möglich, wenn der Dorfladenbetrieb mit anderen Angeboten gekoppelt wird bzw. der Betreiber eigene Erzeugnisse (mit entsprechend höherer Marge) in dem Dorfladen verkauft. Durch eine Zusammenlegung von Strukturen könnten Synergien auf der Kostenseite genutzt werden. Gleiches gilt, wenn sich das Ladenlokal im Eigentum des Betreibers befindet.

Zusammenfassend

Die Ergebnisse der Studie verdeutlichen, dass die Etablierung eines **Dorfladens sehr gut geeignet** wäre, um auf einige zentralen Bedürfnisse der Leutesdorfer Bürger zu reagieren – auch über die Lebensmittelversorgung hinausgehend durch die Integration weiterer Funktionen.

Denkbar sind grundsätzlich zwei Modelle, die sich bezüglich der Sortimentsbreite unterscheiden. Unerlässlicher Schwerpunkt des Warensortiments bildet ein umfassendes und qualitativ ansprechendes **Frischwarenangebot** mit einem erweiterten Sortiment an **regionalen Erzeugnissen**. Ebenso wichtig sind ergänzende Dienstleistungen sowie ein Café-Bereich, um den Dorfladen als zentralen Bürger-Treffpunkt zu etablieren.

Aufgrund des eher verhaltenen Bedarfs der Haushalte bezüglich eines Vollsortiments, ist das Angebot der Standardprodukte aus dem Bereich der **Trockenwaren als optional** für das Ladenkonzept anzusehen. Grundsätzlich steigt der Nutzen für die Bürger bei einem breiteren Sortiment, gleichzeitig erhöht sich aber der Flächenbedarf, das Investitionserfordernis und damit in gewissem Maße auch das Risiko. Gegebenenfalls wird die Entscheidung über die Konzeptvariante letztlich auch von den Standortoptionen beeinflusst, da aufgrund der Ortsstruktur von Leutesdorf einem zentral und (zu Fuß wie mit dem Auto) gut erreichbaren Ladenlokal eine wichtige Bedeutung zukommt.

Die **wirtschaftlichen Erfolgsaussichten** bezüglich des laufenden Betriebs sind bei beiden Konzeptvarianten vergleichbar. Die Entlohnung der Verkaufstätigkeit (eine Präsenzkraft) ist möglich, sodass die **Mindestvoraussetzung** zur Gestaltung eines Bürgermodells **erfüllt** sind. Der Großteil der darüber hinaus gehenden Tätigkeiten müsste **ehrenamtlich** erbracht werden (ca. **25 – 35 Stunden** pro Woche).

Die Umsetzung in Form eines Bürgermodells sollte daher erst angegangen werden, wenn eine verlässliche Struktur mit **klaren Verantwortlichen (1 bis 2 Führungspersonen)** und einem verbindlichen Engagement aufgebaut werden kann. Die Gewinnung eines privatwirtschaftlichen Betreibers ist angesichts der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen als schwierig einzustufen, außer wenn Synergien, z.B. durch die Zusammenlegung von Strukturen oder den Verkauf eigener Erzeugnisse, generiert werden können.

Nächste Schritte

Grundsätzliche Entscheidung seitens der Ortsgemeinde

- Klärung Umsetzungsabsicht und Rolle der Ortsgemeinde:
Unterstützungsmöglichkeiten / Präferenzen bezüglich Konzeptvarianten

Erörterung möglicher Betreibermodelle

- Prüfung Umsetzbarkeit und Ausarbeitung Bürgermodell: Ansprache / weitergehende Einbindung der Bürger -> Bildung / Ausbau einer Projektgruppe -> Aufbau einer möglichen Struktur

„Gibt es Personen, die die (inhaltliche) Verantwortung übernehmen und das Projekt langfristig leiten möchten?“

- Klärung eventueller Ansätze zur Einbindung bestehender, privatwirtschaftlicher Akteure (im Rahmen der Betreibung, in Form von Kooperationen, zur Zusammenlegung von Angeboten, etc.)

Prüfung von Standortoptionen

- Listung / Beurteilung potenzieller Standorte - in Bezug auf die Anforderungen: zentrale Lage, Parkmöglichkeiten, Flächenerfordernis je Konzeptvariante sowie Mietkonditionen und Investitionserfordernis

Konzeptdetaillierung bei Umsetzungsabsicht

- Rechtsform / Fördermöglichkeiten / Raumkonzept / Leistungsangebot (insb. Regionalanbieter) / Gründungsprozess / Ladeneinrichtung