

Eigeninitiative statt Unterversorgung

Dorfläden in Bürgerhand: Versorgung vor Ort und sozialer Treffpunkt

von Günter Lühning

Dorfläden werden »von Bürgern für Bürger« betrieben. Sie verstehen sich als Gegenbewegung zum Niedergang dörflicher Infrastrukturen und Versorgungsleistungen. Dank finanziellem und persönlichem Bürgerengagement gibt es in Deutschland inzwischen fast 300 dieser in Selbsthilfe betriebenen Dorfläden. Ihr Erfolg begründet sich darin, mehr zu tun als »nur Lebensmittel zu verkaufen«: Die neu entstandenen Läden sind zugleich (neuer) sozialer Treff- und Mittelpunkt des Dorfes. Ein Pionier dieser Entwicklung berichtet über die Anfänge »ihres« Dorfladens in Otersen/Niedersachsen und über das bundesdeutsche Netzwerk, das die Bewegung der Dorfläden zusammenhält und weiterentwickelt.

Im Sommer 2000 teilte mir die 67-jährige Inhaberin des letzten Einzelhandelsgeschäftes für Lebensmittel in Otersen, Kreis Verden, mit, dass sie am 30. März 2001 aus Altersgründen den kleinen Edeka-Laden schließen wolle. Als Kommunalpolitiker habe ich damals Aktive aus allen Alters- und Berufsgruppen für einen Arbeitskreis geworben. Wir haben über die absehbar negativen Folgen für die Lebensqualität in unserem Dorf »ohne Laden« beraten und über Alternativen nachgedacht. »Eigeninitiative statt Unterversorgung« wurde zu unserem Leitmotiv. Nach drei Bürgerversammlungen und vielen Arbeitskreissitzungen haben wir am Nikolaustag 2000 unsere Dorfladen-Gesellschaft mit 63 Anteilseignern und 103.000 DM Eigenkapital gegründet.

Wir haben schließlich den »alten Laden« der alten Dame gemietet, ihn modernisiert und am 1. April 2001 als »Dorfladen – von Bürgern für Bürger« mit 140 Quadratmeter Ladenfläche eröffnet. Wir sind gleich mit einem Vollsortiment von A wie Apfel bis Z wie Zahnpasta gestartet und hatten über 2.000 verschiedene Artikel in den Regalen. Backwaren, Wurst und Käse gab es in Bedienung. Ein Café (wie heute) gab es damals noch nicht.

Der Dorfladen Otersen wächst

Bis 2011 war unser Dorfladen »von Bürgern für Bürger« in diesen gemieteten Räumen untergebracht. Doch dieser Standort bot keine Entwicklungsperspektive.

Daher haben wir in »Eigentum statt Miete« investiert. Im Sommer 2010 konnten wir unsere eigene Immobilie kaufen, ein auf einem 3.400 Quadratmeter großen Grundstück stehendes, 200 Jahre altes Fachwerkhaus. Dort befindet sich jetzt seit April 2011 unser neuer, größerer Dorfladen. Auf 180 Quadratmeter Ladenfläche werden derzeit 2.700 verschiedene Artikel angeboten. Am 1. Mai 2011 konnten wir auf dem Grundstück zusätzlich das 70 Quadratmeter große Mehrgenerationen-Dorfcafé, das »Aller-Café«, eröffnen. In unserem nur 500 Einwohner zählenden Dorf erzielen wir seit 2011 jährliche Nettoumsätze von gut 350.000 Euro im Lebensmitteleinzelhandel und beschäftigen sieben Frauen und einen Studenten als Minijobber.

Hauptumsatzträger sind Backwaren, Getränke und Frischeprodukte in Bedienung. Wir beziehen dabei auch Biolebensmittel aus der Region, teilweise von einem Bioland-Betrieb aus unserem Dorf (Erdbeeren, Heidelbeeren, Gemüse etc.). Dabei verfolgen wir eine »Zwei-Produkt-Strategie«: Wir verkaufen Markenartikel und haben auch eine Eigenmarke »Hofgut« mit Preisen auf Discount-Niveau. Beliefert werden wir seit 2008 von Bartels-Langness (Familia/Markant), denn jeder kleine Dorfladen benötigt einen starken Partner. Bartels-Langness beliefert uns zweimal wöchentlich mit frischer Ware und ermöglicht uns auch einen wöchentlichen Werbehändzettel mit Topangeboten. Wir arbeiten sehr gut mit diesem Händler zusammen. Neben dem Lebensmittelbereich betreiben wir zusätzlich noch einen Hermes-Paketshop.

Bürgergeld für den Dorfladen

Finanziert wurde das neue Vorhaben von 100 Haushalten aus zwei Dörfern. Sie haben 2010 über 50.000 Euro neues Eigenkapital eingebracht. Es haben auch über 70 Frauen und Männer insgesamt 5.000 Stunden Eigenleistungen auf der Baustelle erbracht und damit wohl rund 75.000 Euro Kosten eingespart. Außerdem schultern die Bürger rund 200.000 Euro Fremdfinanzierung und zahlen Zinsen und Tilgung statt wie bisher Miete. Hilfreich war – Dank der guten Zusammenarbeit mit dem Amt für regionale Landesentwicklung in Verden und dem Ministerium für den ländlichen Raum in Hannover – zudem eine EU-Förderung in Höhe von 103.000 Euro. Außerdem beteiligte sich die Gemeinde Kirchlinteln mit rund 60.000 Euro Zuschuss an den Gesamtkosten.

Ursprünglicher Betreiber unseres Dorfladens »von Bürgern für Bürger« war eine GbRmbH mit 70 Gesellschaftern. Die GbRmbH ist inzwischen von unserem neuen wirtschaftlichen Verein »Dorfladen Otersen w.V.« übernommen worden. Er hat inzwischen über 160 Mitglieder und deutlich über 110.000 Euro Eigen-

Der Dorfladen »von Bürgern für Bürger« in Otersen¹

- **Lage:** Direkt an der Landesstraße 159 (Ortsdurchfahrt), in der Ortsmitte.
- **Verkaufsfläche:** 180 Quadratmeter plus 70 Quadratmeter Mehrgenerationen-Dorfcafé.
- **Mitarbeiterinnen:** Sieben Mitarbeiterinnen, umgerechnet rund 3,5 Vollzeit-Kräfte.
- **Öffnungszeiten:** Montag bis Freitag 6.30 – 13 Uhr, Sonnabend 7 – 13 Uhr, Sonntag 8 – 10 Uhr, Montag, Dienstag und Freitag 15 – 18 Uhr, Mittwochnachmittag geschlossen, Donnerstag 15 – 19 Uhr.
- **Kundenpotenzial:** 750 Einwohner in drei Dörfern im Süden des Landkreises Verden, mitten in Niedersachsen. Durchschnittlich 150 Kunden täglich; 350.000 Euro Nettoumsatz konstant in den letzten Jahren.
- **Wettbewerber:** Vollsortimenter in zwölf Kilometer Entfernung, Discounter in zehn Kilometer, kleine Lebensmitteleinzelhändler in acht Kilometer Entfernung.
- **Sortimentsgruppen:** Circa 2.700 Artikel aus folgenden Gruppen: Backwaren / Tiefkühlkost / Getränke / Obst und Gemüse / Drogerieartikel / Fleisch und Wurstwaren / Biolebensmittel / Fair-Trade-Produkte / Nahrungsmittel, Trockensortiment, Konserven / Regionale Produkte, saisonabhängig / Zeitungen, Zeitschriften.

kapital. Der Dorfladen Otersen w.V. ist auch Eigentümer unseres neuen Dorfladens mit dem Mehrgenerationen-Dorfcafé.

Nachhaltigkeit ist mehr

Bei der Sanierung des Fachwerkhäuses und beim Anbau des Dorfladens war uns Nachhaltigkeit wichtig. So haben wir den Anbau in Holzrahmenbauweise mit Lärchen-Deckelschalung und Pultdach gebaut und zugleich eine 100 Quadratmeter große, 10-Kilowatt-Photovoltaikanlage mit 97 Prozent Eigennutzung des erzeugten Sonnenstroms integriert. Damit konnten wir unseren Stromverbrauch von 2011 bis 2016 um 25 Prozent reduzieren. Seit 2017 sind wir kleinster Teilnehmer im bundesweiten Modellvorhaben »Energieeffizient Handeln« für Handelsimmobilien in Deutschland. Ende März 2018 haben wir fast 60.000 Euro in eine neue Kälteverbundanlage und drei neue, moderne Kühlmöbel investiert. Seit April sparen wir Monat für Monat im Vergleich zum Vorjahr nochmals rund 30 Prozent Strom ein.

Der Dorfladen selbst sollte auch mehr sein als nur eine Einkaufsstätte. Wir haben dazu auf dem Grundstück des Dorfladens das »Aller-Café« gegründet. Es hat 48 Sitzplätze auf zwei Terrassen und gut 40 Plätze im Innenbereich. Es ist kein herkömmliches Café, sondern ein Mehrgenerationen-Dorfcafé. Damit wollen wir aus dem dörflichen Lebensmittelmarkt einen Lebensmittelpunkt für unser Dorf machen. Im Jahr 2007 sind wir Bundessieger geworden im Wettbewerb »Unser Dorf hat Zukunft«, wohl auch wegen unserem Bürgerengagement für den Dorfladen. Inzwischen finden hier unter anderem auch Kunstausstellungen statt. 2014 haben wir mit unserem »multifunktionalen Dorfladen mit Wissenstransfer für den ländlichen Raum« einen Preis bekommen als »Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen«.

Dorfläden als Gegenbewegung

Manchmal höre ich, diese Dorfläden, das sei doch nur ein Medienhype. Aber ehrlich gesagt: Dorfläden werden »von Bürgern für Bürger« betrieben – doch nicht für die Medien gegründet und betrieben, um in die Zeitung zu kommen! Die Sicherung der Nahversorgung ist von besonderer Bedeutung für die Zukunftsfähigkeit des ländlichen Raumes und die Lebensqualität der Menschen in den Dörfern. Immer mehr Bürgermeister und Mitbürgerinnen und Mitbürger im ländlichen Raum sind es leid, sich von den großen Lebensmittelketten vorschreiben zu lassen, wie weit (nämlich immer weiter) die Menschen zum Einkaufen fahren müssen. Die Kilometerzahl für Einkaufsfahrten verdoppelte sich in Deutschland von 1982 bis 2002 von

Nahversorgungsinitiativen in Deutschland

Inzwischen gibt es zahlreiche verschiedene Ansätze, Zusammenschlüsse und Plattformen für Initiativen verbesserter Nahversorgung.

- Das DORV-Konzept (www.dorv.de)
- Das multiple Haus, das Nahversorgung und soziale Dienste vereinigt (www.multiples-haus.de)
- Der Markttreff in Schleswig-Holstein: www.markttreff-sh.de

Das Bayerische Staatsministerium hat eine gute Broschüre herausgegeben für Gründer von Dorfläden (inkl. Fördermöglichkeiten)². Weitere Informationen finden sich auch im Forum Netzwerk Brandenburg.³

219 Millionen Kilometer auf 444 Millionen Kilometer. Das hat das Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) Berlin ermittelt.⁴ Und zwar 444 Millionen Kilometer *täglich!* Acht Millionen Menschen in Deutschland gelten als unterversorgt. Das sind doch klare Fakten. Das ist kein Medienhype. Diesem Ladensterben begegnen die Menschen und sie nehmen ihr Schicksal selbst in die Hand. Bei unserem Dorfladen »von Bürgern für Bürger« lautet daher das Motto »Eigeninitiative statt Unterversorgung«.

Die Gründung von Dorfläden ist inzwischen zur Bewegung geworden: Fast 300 bürgerschaftlich, als Selbsthilfeeinrichtungen organisierte Dorfläden gibt es aktuell zwischen dem bayerischen Alpenvorland und der Nordseeküste, die meisten davon in Bayern. Dieser Trend zu mehr Bürgerengagement bei der Sicherung der Nahversorgung wird sich in den nächsten Jahren eher noch verstärken.

Gründung des Dorfladen-Netzwerkes

2004 haben wir daher in Otersen das Dorfladen-Netzwerk für Niedersachsen gegründet. Von hier aus betreiben wir auch das gleichnamige Internetportal www.dorfladen-netzwerk.de mit zahlreichen Informationen und aktuellen Berichten. 2008 haben wir das *Dorfladen-Handbuch* veröffentlicht,⁵ in dem wir auf über 200 Seiten unser Konzept und unsere vielfältigen Erfahrungen dokumentiert haben. Fehler, die wir gemacht haben, müssen von künftigen Gründungsinitiativen nicht wiederholt werden, und unsere guten Erfahrungen dürfen gerne kopiert werden, obwohl jede Dorfladen-Initiative ein eigenes Konzept entwickeln sollte.

Ein weiteres Dorfladen-Netzwerk gibt es auch in Bayern. Im Januar 2016 gelang während der Interna-

tionalen Grünen Woche in Berlin der Schulterschluss zwischen Dorfläden in Nord- und in Süddeutschland. Wir haben die »Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden« (BmD) gegründet, die inzwischen schon rund 80 Mitglieder aus neun Bundesländern hat.⁶ Wir wollen den Austausch von Informationen und Best-practise-Ansätzen noch stärker praktizieren und eine Interessenvertretung für alle Bürgerläden wahrnehmen. Auf Vorschlag der Kollegen aus Bayern wurde der Dorfladen Otersen zum Sitz der Bundesvereinigung.

Wir halten viele Informationen für Gründungsinitiativen bereit und sind immer öfter Ansprechpartner für Bürgermeister, Kommunalverwaltungen, Dorferneuerungsplaner und engagierte Bürgergruppen. Bei der Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel sind oftmals fundierte Machbarkeitsstudien vorzulegen. In diesem Zusammenhang kann das Netzwerk seriöse Unternehmensberater vermitteln. In Otersen etablieren wir aktuell eine Wissenstransferstelle für die Dorfladen-Bewegung.⁷ In Bayern gibt es umfassende Seminarprogramme der Schule für Dorf- und Landentwicklung in Thierhaupten. Derartige Angebote zur Unterstützung der Dorfläden sind auch für Norddeutschland erforderlich.

Reformbedarf bei Rechtsformen für Dorfläden

Noch ein paar notwendige Anmerkungen zur Rechtsform: Die bürgerschaftlich organisierten Dorfläden sind nach genossenschaftlichen Grundsätzen aufgestellt und ausgerichtet. Sie sollten aber nicht unbedingt die Rechtsform der eingetragenen Genossenschaft (e. G.) wählen, weil die Kosten für die jährliche Prüfung der Jahresbilanz durch einen Genossenschaftsverband nur schwer zu erwirtschaften sind bzw. den Jahresgewinn zur Bildung von Rücklagen für spätere Ersatzbeschaffungen und andere Investitionen schmälern oder sogar ganz aufzehren. Immer mehr Dorfläden werden deshalb hilfsweise als Unternehmungsgesellschaft (UG & Still) oder als wirtschaftlicher Verein (w.V.) gegründet, um diese Kosten zu sparen. Seit Jahren hoffen wir, dass der Bundesgesetzgeber endlich eine passende Rechtsform für kleine Bürgerunternehmen schafft.

Eigentlich müssten Dorfladen-Vereine, die der Allgemeinheit dienen und immer Selbsthilfeeinrichtungen sind, als gemeinnützige Vereine anerkannt werden, damit sie gemeinnützigen Sport- und Kulturvereinen sowohl steuerrechtlich als auch bei der Beantragung von Fördermitteln z. B. aus EU-Förderprogrammen gleichgestellt werden. Während gemeinnützige Vereine oftmals mit 63 Prozent oder mehr gefördert werden, erhalten bürgerschaftlich organisierte Dorfläden – wie private Unternehmen auch – nur 30 Prozent Förderung.

Eine Alternative zum Ladensterben

Mit Blick auf die Alterung der Gesellschaft und den demografischen Wandel wird der Bedarf an wohnortnahen Einkaufsmöglichkeiten steigen. Seit 1970 hat sich die Zahl der Lebensmittelgeschäfte von 160.000 auf unter 39.000 in ganz Deutschland stark reduziert, obwohl die Verkaufsfläche von 33,6 Millionen Quadratmeter 2006 auf 35,5 Millionen Quadratmeter 2015 angestiegen ist⁸ – also rund 0,40 Quadratmeter pro Einwohner im Bundesdurchschnitt beträgt (und leider immer öfter 0,00 Quadratmeter je Einwohner in den Dörfern ...). Die immer größeren Märkte siedeln mit Vorliebe am Ortsrand, auf der »grünen Wiese«, in Orten mit mindestens 5.000 Einwohnern. Für die Menschen im ländlichen Raum werden die Wege zum Einkaufen daher immer weiter. Inzwischen ist das Problem der »Weit entfernt«-Versorgung (statt »Nahversorgung«) nicht nur ein Problem für die Menschen in dünner besiedelten ländlichen Räumen, sondern auch an Stadträndern.

Wer aber selbstbestimmt in vertrauter Umgebung alt werden möchte (Motto: »Daheim statt im Heim«), muss sich auch im direkten Umfeld selbst versorgen und dort einkaufen können. Jede Negativentwicklung sorgt daher irgendwann für eine Gegenbewegung. Beim Dorfladen-Netzwerk stellen wir immer öfter fest, dass sich Bürgermeister, Kommunalpolitiker und viele engagierte Bürger von den großen Lebensmittelkonzernen, wie bereits oben erwähnt, nicht vorschreiben lassen wollen, wie weit die Menschen auf dem Land zum Einkaufen fahren müssen. Es geht auch nicht allein um die Versorgung mit Artikeln des täglichen Bedarfs – es geht auch um soziale Treffpunkte im Dorf und Wohnquartier. Die sozio-kulturelle Funktion von Dorfläden ist nicht zu unterschätzen.

Wir engagieren uns dafür, dass die Lebensmittel zu den Menschen kommen und nicht die Menschen zu den immer weiter entfernten Märkten fahren müssen. Bürgerdorfläden ermöglichen es außerdem Kindern, im Dorf den Umgang mit Taschengeld zu lernen. Die multifunktionalen Geschäfte im Dorf mit vielen Dienstleistungen und Angeboten unter einem Dach, ermöglichen es jungen Familien wie Senioren gleichermaßen, wohnortnah die notwendigen Besorgungen zu erledigen. Bürgerläden steigern für alle Generationen die Lebensqualität und für das jeweilige Dorf die Zukunftsfähigkeit. Wohnortnahe Bürgerdorfläden tragen aber auch zur Attraktivität eines Dorfes für alle Generationen bei.

Gemeinsinn statt Gewinnstreben

Dem letzten Kaufmann im Dorf oder der »Tante Emma« vergangener Generationen wird von der

Dorfbevölkerung leider fälschlicherweise »Gewinnmaximierung« unterstellt. Wenn der letzte Kaufmann dann sein Geschäft endgültig schließt, bemerken die Einwohner erst, was ihnen plötzlich fehlt. »Stirbt die Nahversorgung, stirbt das Dorf«, wurde vor einigen Jahren formuliert – zumindest geht es mit dem Dorf abwärts. Immer öfter nehmen engagierte Dorfgemeinschaften ihr Schicksal selbst in die Hand, wollen sich die Nahversorgung als Selbsthilfeeinrichtung für alle Generationen erhalten. Gerade für die älteren Einwohner ermöglichen Dorfläden, sich möglichst lange eigenständig versorgen und in vertrauter Umgebung alt werden zu können.

Unterschiedlichste Fachkenntnisse können in einer Bürgergesellschaft, die den Dorfladen führt, gebündelt werden, damit der Bürgerladen erfolgreich läuft. Zusätzlich kann ehrenamtliches Engagement beim Wareneinräumen, in der Geschäftsführung, bei Umbauten sowie bei der Grundstücks- und Gebäudepflege eingebracht werden – das hilft, Kosten zu sparen. *Gemeinsam* kann eine engagierte Dorfbevölkerung die Herausforderungen besser meistern als der letzte Kaufmann oder die betagte »Tante Emma« ohne Zukunftsperspektive, weil kein Nachfolger in Sicht ist.

Die wirtschaftliche Seite der Dorfläden ist unterschiedlich: Einige Bürgerläden schreiben leicht rote Zahlen, leben von der Substanz und müssen Maßnahmen zur wirtschaftlichen Gesundung einleiten. Die meisten Dorfläden erreichen jedoch eine »schwarze Null« oder einen kleinen Gewinn, der in der Regel den

Folgerungen & Forderungen

- Dorfladen-Gründungen sind eine stabile und zukunftsfähige Gegenbewegung zum Ladensterben im ländlichen Raum. Dorfläden verbessern die Versorgungs- und Lebensqualität auf dem Land.
- Sie bieten mehr als nur eine Nahversorgung mit Lebensmitteln. Sie sind zugleich Kern gemeinwirtschaftlichen Zusammenarbeitens und sozialer Treffpunkt für alle Generationen.
- Sie sind ökonomisch nachhaltig infolge des Bürgergeldes und ehrenamtlicher Leistungen. Die Wertschöpfung verbleibt vor Ort.
- Dorfläden benötigen starke Partner für die Belieferung und stehen vor neuen Herausforderungen wie Mindestlohn und steigenden Energiekosten.
- Eine bessere Förderung ist notwendig, z. B. auch von Beratung und Coaching der Mitarbeiterschaft und des Vorstands.
- Gefordert wird eine passende Rechtsform für bürgerschaftlich organisierte Unternehmen wie z. B. eine kostengünstige »Mini-Genossenschaft«.

Rücklagen zugeführt wird, um künftige Ersatzinvestitionen aus Eigenmitteln finanzieren zu können.

Neue Herausforderungen

Die Bürgerläden stehen aber vor großen Herausforderungen: Mindestlohn und deutliche Steigerungen der Energiekosten sind da nur zwei Stichworte. Deshalb müssen Bürgerläden künftig noch professioneller geführt werden. Dafür benötigen wir weitere Unterstützungen.

Unser Geschäftsprinzip von 2001 »Auskömmlichkeit statt Gewinnmaximierung« reicht heute nicht mehr – wir müssen die regionale Wertschöpfung steigern, um nachhaltig erfolgreich zu sein. Zusatzerträge durch Café-Angebote, einen regelmäßigen Mittagstisch, die »Warenveredelung« durch Speisenzubereitung vom belegten Brötchen bis hin zur »Heiße Theke« sind nur einige Beispiele dafür. Außerdem gilt es, den Verkauf von Waren mit höheren Rohertträgen auszuweiten.

Beratung und Coaching für Dorfladen-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ehrenamtliche Vorstände sind ebenso notwendig, wie endlich eine passende Rechtsform für bürgerschaftlich organisierte Kleinunternehmen – z. B. eine kostengünstige »Mini-Genossenschaft« oder »Kooperativgesellschaft« – statt jährlich vierstelliger Prüfungsgebühren für eine Dorfladen e. G.

Wenn es die Landes- und Bundespolitik mit den (annähernd) gleichwertigen Lebensverhältnissen ge-

mäß Grundgesetz ernst meint, dann haben diese erfolgreichen Bürgerinitiativen zum Erhalt der Versorgungs- und Lebensqualität auf dem Land eine bessere Förderung und Unterstützung verdient.

Anmerkungen

- 1 www.dorfladen-otersen.de
- 2 Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Der Dorfladen in Bayern. Leitfaden für Gründung und Betrieb. München 2016 (www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2016/161014-Der_Dorfladen_in_Bayern.pdf).
- 3 www.forum-netzwerk-brandenburg.de/de/themen/dorfladen
- 4 Quelle: Georg Etschert: Selbst ist der Kunde. Wenn Lebensmittelkonzerne ihre Filialen in Dörfern aufgeben, gründen Bürger zunehmend ihre eigenen Läden. In: Zeit online vom 15. Juli 2010 (www.zeit.de/2010/29/Dorf-Versorgung-Kaufhaeuser).
- 5 www.dorfladen-netzwerk.de/dorfladen-handbuch/PDF-Dateien/
- 6 www.dorfladen-netzwerk.de/bundesvereinigung/
- 7 www.dorfladen-netzwerk.de/tag/wissenstransferstelle/
- 8 Quelle: EHI, www.handelsdaten.de.



Günter Lühning

Vorsitzender Dorfladen Otersen w.V.
Vorsitzender Bundesvereinigung Dorfläden

Fährstraße 4, 27308 Kirchlinteln-Otersen
guenter.luehning@gmail.com
www.guenter-luehning.de