

Wir haben wieder einen Laden

Mit dem Prinzip »Bürger für Bürger« sichern Dorfladen-Initiativen die Nahversorgung auf dem Land

Etwa 200 bürgerschaftlich geführte Dorfläden gibt es bundesweit – Tendenz steigend. Wo private Lebensmittelhändler schließen müssen, erhalten sie die Lebensqualität im Dorf und fördern das Miteinander.

Sie heißen »S'Lädle«, »Markt-Treff« oder »Unser Laden«. Von Bürgern geführte Dorfläden sind die neuen Garanten der Nahversorgung im ländlichen Raum. Sie entstehen dort, wo die früheren Lebensmittelhändler aufgeben – nach Angaben des Institutes für Ökologische Wirtschaftsforschung waren das in den vergangenen zehn Jahren etwa 40 Prozent.

Die Genese der Dorfladen-Initiativen verläuft in vielen Fällen wie im bayerischen 2000-Einwohner-Dorf Krugzell (Markt Altusried). Dort stand die Geschäftsaufgabe des einzigen Lebensmittelladens unmittelbar bevor. »Der Laden konnte als privater Betrieb nicht mehr existieren«, erinnert sich Geschäftsführer Reinhold Hipfl (67). So entstand im Juli 2004 das Projekt »Dorfladen Allgäu« Krugzell, eine GmbH mit Bürgerbeteiligung.

Kommunikationszentrale

Neu an den Dorfladen-Initiativen ist die finanzielle wie emotionale Rückkopplung der Bürger an den Laden am Eck. In Krugzell beteiligten sich etwa 300 Menschen mit einer einmaligen Einlage zwischen 100 und 300 Euro am Startgeld von rund 35 000 Euro. Hinzu kam eine Förderung von 15 000 Euro aus dem EU-Förderprogramm LEADER+. Nach fünf Jahren bekamen die Bürger die Zinsen ihrer Einlagen in Form von Warengutscheinen ausbezahlt.

»Eine Familie könnte von dem Laden nicht leben«, sagt Geschäftsführer Hipfl, der vor seiner Pensionierung als Leiter eines Restaurants arbeitete und nun ehrenamtlich mit 30 bis 40 Stunden pro Woche den Dorfladen in Krugzell leitet. Durch das neue Konzept könne sich das Geschäft jedoch selbst tragen. Von den acht Mitarbeitern kämen fast alle aus dem Dorf. Etwa 5500 Kunden im Monat zählt der Laden mit 200 Quadratmetern Verkaufsfläche, der Umsatz liegt bei 590 000 Euro im Jahr.

»Es geht darum die Dorfstruktur zu stärken«, sagt Hipfl. Mit dem Laden wolle man die Verödung des Ortskerns verhindern, Arbeitsplätze sichern und regionale Hersteller unterstützen. Auch im Zuge der demografischen Entwicklung könnten Dorfläden als Nahver-



■ Reinhold Hipfl (67), ehrenamtlicher Geschäftsführer im »Dorfladen Allgäu« Krugzell (Markt Altusried) im Gespräch mit einer Kundin. Der Laden wurde 2004 mit Bürgerbeteiligung gegründet.

Foto: Spengler

sorger für ältere, immobile Menschen künftig eine immer wichtigere Rolle spielen.

Die »Dorfladen Allgäu GmbH« solle die Nahversorgung im ländlichen Raum durch ein professionell geführtes Netzwerk von Dorfläden nachhaltig sichern, erklärt Hipfl. Mittlerweile seien fünf Gemeinden – Niederrieden und Wolfertschwenden im Unterallgäu, Krugzell und Probstried im Oberallgäu sowie Neuburg a. d. Kammel im Landkreis Günzburg – Teil des Netzwerks.

Die Anlaufphase für einen »Bürgerladen« sei einfacher als für ein Privatunternehmen, erklärt der bayerische Unternehmensberater Wolfgang Gröll, seit 15 Jahren Spezialist für Dorfläden. »Es fallen keine Zinsen an, da diese Geschäfte zu 100 Prozent über Eigenkapital funktionieren.« Etwa 90 Prozent der seit 1995 gegründeten Dorfläden, die von ihm betreut wurden, existierten noch. Ein Drittel dieser Läden habe bereits im ersten Jahr schwarze Zahlen geschrieben, der Rest spätestens in zwei bis drei Jahren. Je nach »Zielstellung« seien gängige Rechtsformen die Genossenschaft, die GmbH, die Gesellschaft bürgerli-

chen Rechts oder der wirtschaftliche Verein.

Als Erfolgsfaktor von Dorfläden hebt Elisabeth Gutmann, Regionalmanagerin für den Landkreis Weilheim/Schongau, die »häufig ehrenamtliche Beteiligung der Bürger« hervor. Trotzdem sei der Laden immer noch ein Wirtschaftsunternehmen, betont die Agrarwissenschaftlerin, die 2004 ihre Diplomarbeit über Dorfläden in Bayern geschrieben hat. Es reiche daher nicht aus, sich gegenseitig bei der Eröffnung auf die Schultern zu klopfen. »Der Laden muss auch von den Kunden genutzt werden.«

Wie Gutmann betont, ist vor allem die kommunikative Seite für viele Kunden von großer Bedeutung. In einigen Dörfern hieße es nach der Wiedereröffnung: »Früher konnten wir nur noch zum Friedhof gehen, jetzt haben wir wieder einen Laden.« Albert Beaumart, Geschäftsführer von »Unser Laden« im Westallgäuer Dorf Primisweiler, drückt es so aus: »Wir sind eine wichtige Kommunikationszentrale. Manche reden hier mehr, als dass sie kaufen.«

Hanna Spengler

Internet: www.dorfladen-netzwerk.de