

<b>Projekt:</b>	Dorferneuerung Klingsmoos, Gde. Königsmoos, Lkr. ND-SOB
<b>Arbeitskreis</b>	Vortrag von Unternehmensberater Wolfgang Gröll
<b>Betreff:</b>	Möglichkeiten und Konzepte eines Dorfladens
<b>Ort:</b>	Alte Schule Klingsmoos

**Folgendes wurde besprochen und festgelegt:**

Herr Gröll referierte über die Entwicklung und Möglichkeiten eines Dorfladens anhand von Projekten, die er betreut hat mit Ausblick auf eine mögliche Umsetzung in Klingsmoos.

**1. Forderungen und Strukturen der Kunden in der heutigen Zeit:**

- Steigender Serviceanspruch
- Abwechslungsreiche Produktpalette
- Vermehrte Singlehaushalte
- Veralterung der Gesellschaft
- Auf dem Land geht der Trend der Nachfrage weg von Tütensuppen hin zu frischen Lebensmitteln aus regionalem Anbau bzw. Herstellung
- Dorfläden haben einen hohen Stammkundenanteil
- Dorfläden haben einen hohen Anteil nicht mobiler Personen als Kunden
- Dorfläden haben einen hohen Anteil an älteren Personen als Kunden
- Die LAGE ist heute eher EGAL (Die Lage des Geschäfts spielt nicht mehr den größten Aspekt für Kunden)

**2. Hauptproblem der Dorfläden**

- Nicht geklärtes Generationenproblem (Besitzer investiert ca. 7 Jahre vor Pension nicht mehr)
- Das falsche soziale Meinungsbild (groß = billig) (klein = teuer)
- Von 130 betreuten Projekten mussten 5 geschlossen werden (ca. 5% Ausfallsquote)
- Das frühere Tante Emma Ladenkonzept war zum Scheitern verurteilt. Es war zu langweilig und zu viel von Routine geprägt

**3. Hauptlieferanten eines Dorfladens**

- EDEKA (300 € Mindestabsatz, EDEKA strukturiert sein EDEKA CC Geschäft um und will wieder vermehrt auf Dorfläden zugehen)
- REWE
- Regionale Anbieter (Metzger, Bäcker, Getränkemarkt, Milchbauern, Eier von Hühnern aus dem Ort....)

#### **4. Zukunftsfähigkeit liegt im kombinierten Kleinflächenmanagement**

- Kombination des Lebensmittelmarktes mit weiteren im Ort einzigartigen Dienstleistungen
- Wichtig ist ergänzende Tätigkeiten anzubieten und nichts vorhandenes zu ersetzen
- Beispiele:
  - Fax Service, Kopierservice
  - Lottoaufgabestation
  - Postannahmestelle
  - EC-Bankautomat, Minisparkassenagentur, Überweisungseinwurfbox
  - Konzept Geld vom Kassierer ohne Einkauf
  - Tauschbücherei
  - Defibrillator vor der Tür des Dorfladens
- Eine entscheidende Rolle spielen motivierte, kreative und herzliche Mitarbeiter die den Kunden betreuen

#### **5. Mindestanforderungen an die örtlichen Gegebenheiten**

- Kleinster Laden ab 200 Einwohnern möglich
- 30-600 m<sup>2</sup> Ladenfläche
- Wenig Nebenflächen (Lager) notwendig, da ein großer Anteil an frischen Waren im Sortiment ist
- am besten ebenerdig
- 50-70% frischlastiges Sortiment
- Ca. 2.000 bis 3.500 Artikel im Sortiment
- Bezug der Ware bei kleinen regionalen Herstellern im Umkreis 0-20 km

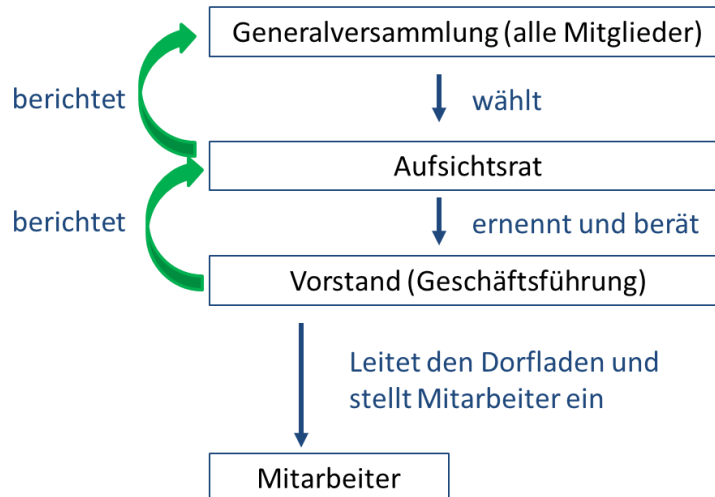
#### **6. Vermarktung des Dorfladens**

- Mund- zu Ohr Marketing
- Flugblätter (Aktionen um Kunden anzulocken und vom frischen Produktportfolio zu überzeugen) Auf der Rückseite werden hochwertige Produkte vorgestellt
- Werben mit Qualität statt Quantität
- Vermarktung von außergewöhnlichen Produkten
- Aufbau einer emotionalen Bindung mit den Kunden
- Exkurs:
  - Vor 50 Jahren ging es darum hungrige Leute satt zu machen
  - Heute geht es darum satte Leute hungrig zu machen

#### **7. Organisation eines Dorfladens**

- Herr Gröll empfiehlt die Umsetzung anhand einer Genossenschaft
- Die Bürger sitzen mit im Boot und können sich an ihrem Dorfladen beteiligen
- Jeder haftet aber nur in der Höhe seiner Einlage
- Jeder bekommt eine Stimme in der Generalversammlung, egal wie viel Kapital vom jeweils einzelnen eingebracht wurde.
- Es geht um Selbstverantwortung, Selbstbestimmung und Selbstverwaltung
- Es geht nicht um Gewinnmaximierung
- Die Mitarbeiter sollen nicht nur des Geldes wegen im Dorfladen arbeiten,

- **Organisationsform:**



- Die Mitarbeiter und der Vorstand sollen ihrer Tätigkeit entsprechend entlohnt werden
- Der Dorfladen wird von Anfang an darauf ausgerichtet sich selbst zu tragen und profitabel wirtschaften zu können. (Es wird keine Subventionslösung angestrebt)

**8. Prozess zur Umsetzung eines Dorfladens zusammen mit Herrn Gröll**

1. Desensibilisierungsphase: (Bürgerinformation, Feedback der Bürger ist notwendig (Fragebögen), Machbarkeitsstudie (Auf Basis der örtlichen Gegebenheiten, Umfragewerte...))
2. Vorgründung
3. Umsetzungsphase

- Grundsatz der Genossenschaft ist, entweder zahlen alle egal an welcher Stelle des Prozesses sie einsteigen oder keiner. (Das Konzept muss auf soliden Füßen stehen)
- Es sind verschiedene Meilensteine notwendig die überwunden werden müssen um den nächsten Schritt zu gehen.

Für die Richtigkeit des Inhaltes:

Moritz Diehl ,

Klingsmoos, den 02.06.2014

Unterschrift