

Projekt:	Dorferneuerung Klingsmoos, Gde. Königsmoos, Lkr. ND-SOB	
Arbeitskreis	Vortrag von Unternehmensberater Wolfgang Gröll	
Betreff:	Möglichkeiten und Konzepte eines Dorfladens	
Ort:	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 m² 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

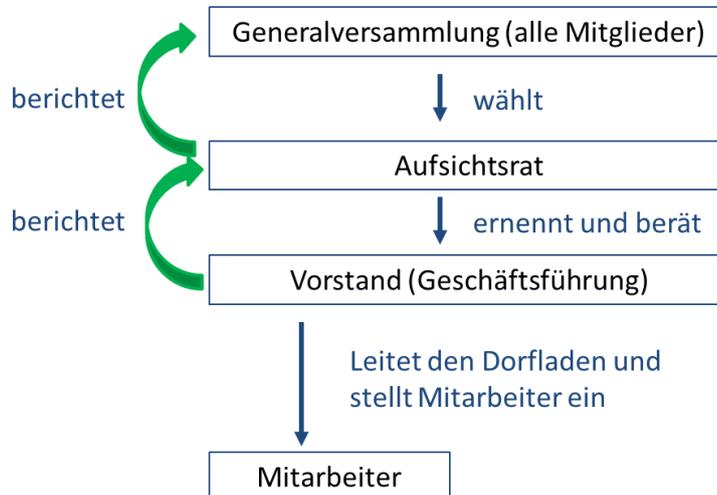
6. Vermarktung des Dorfladens

- 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