



Bürgerladen Ippinghausen

## Dorfladen-Sterben und die Bürgerladen-Gegenbewegung ab 1994

Günter Lühning

Die Zahl der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte (LEH) hat sich von 160 000 in 1970 auf 37 375 in 2020 stark reduziert. Die Zahl kleiner LEH-Geschäfte mit Verkaufsflächen < 400 m<sup>2</sup> – insbesondere die letzten Nahversorger im ländlichen Raum – haben sich von 66 450 in 1990 um 85 % auf nur noch 8 450 kleine Nahversorger sehr stark reduziert.<sup>1</sup> „Diese Schließungswelle führte zu einer Gegenbewegung“, betont Anton Brand, 2. Vorsitzender des Bürgerladen-Vereins „Die DORFbegegnungslÄDEN in Deutschland e.V.“ und verweist auf inzwischen über 300 Bürgerläden in Deutschland, deren Gründungswelle vor gut 25 Jahren begann.

Die Dorfläden in Ippinghausen bei Kassel in Hessen und Utzenhofen bei Amberg in Bayern wurden vor 27 Jahren gegründet und im November 1994 eröffnet. Noch älter ist nur die Konsumgenossenschaft im Harz-Städtchen Wildemann in Niedersachsen, die schon vor über 40 Jahren gegründet worden sein soll.



### Günter Lühning

1. Vorsitzender der Dorfbegegnungsläden in Deutschland e.V., der Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden und des Dorfladen Otersen w.V.

luehning@dorfbegegnungslaeden.de  
www.dorfbegegnungslaeden.de

### Ippinghausen in Nordhessen

Ippinghausen mit seinen 1 070 Einwohner\*innen gehört zur Stadt Wolfhagen bei Kassel. Sehr früh, früher als in weit mehr als 300 anderen Dörfern Deutschlands, beklagten die Einwohner\*innen in Ippinghausen nicht nur den Mangel an Nahversorgung, das Fehlen von örtlichen Geschäften und die immer weiteren Wege zum Einkaufen – sondern in Ippinghausen nahmen Mann und Frau das dörfliche Schicksal sehr frühzeitig selbst in die Hand und praktizierten „Eigeninitiative statt Unterversorgung“.

1994 schloss in Ippinghausen der letzte Lebensmittelladen im Dorf. Weite Einkaufsfahrten in die Städte Wolfhagen in die eine Richtung und Naumburg in die andere Richtung waren die Aussichten. Damit wollte man sich in Ippinghausen nicht abfinden. Ortsvorsteher Karl Keßler ergriff die Initiative. Mit Gleichgesinnten gründete er das Projekt „Bürgerladen“ mit einem stattlichen Fundament:

- 220 Gesellschafter\*innen
- jeweils 200 DM als Gesellschafter-Einlage in die GbR
- insgesamt 44 000 DM als Startkapital kamen 1994 zusammen

Die Eröffnung des Bürgerladens erfolgte im November 1994, um unbedingt noch das Weihnachtsgeschäft mitzunehmen. „Hier wohne ich, hier kaufe

<sup>1</sup> EHI-Retail-Institute, www.handelsdaten.de

ich!“ ist auf dem Bürgerladen-Firmenschild über dem Haupteingang zu lesen. Dieser Slogan ist Programm. Der Bürgerladen sei eine „Erfolgsgeschichte“ für Ippinghausen, betont der heutige Ortsvorsteher Klaus-Peter Mohrdieck.

### Utzenhofen in Bayern

In Utzenhofen mit seinen nur rund 300 Einwohner\*innen schloss das einzige Lebensmittelgeschäft bereits Mitte der 1980er Jahre. Im Rahmen der Leitbild-Diskussion zu Beginn der Dorferneuerung entstand die Idee eines von den Dorfbewohner\*innen selbst betriebenen Dorfladens. Folgende Ziele wurden formuliert:

- Der Dorfladen soll die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Haushalts- und Schreibwaren sichern sowie die Direktvermarktung von vor Ort produzierten Lebensmitteln fördern.
- Des Weiteren soll er Dienst- und Sozialleistungen anbieten.

- Der Dorfladen soll als Treffpunkt für die Bevölkerung und als Ausgangspunkt kultureller Aktivitäten dienen.

1992 erwarb die Marktgemeinde Kastl (insgesamt 2 600 Einwohner\*innen in mehreren Ortsteilen) in der Ortsmitte von Utzenhofen eine leerstehende Hofstelle und begann mit Förderung des Amtes für Ländliche Entwicklung Oberpfalz mit dem Umbau der Hofstelle. Eine Teilfläche wurde an die Bürgerinitiative für den neuen Dorfladen vermietet. Vorbereitet von einem Arbeitskreis gründete die Einwohnerschaft eine „Dorfladen Utzenhofen GbR mbH“ mit gut 100 Mitgliedern. Im November 1994 erfolgte die Eröffnung. Aus Kostengründen hat der Dorfladen Utzenhofen an sechs Tagen pro Woche vormittags und an zwei Nachmittagen geöffnet. Im November 2019 berichtete die Lokalzeitung: „25 Jahre nach der Eröffnung des Dorfladens blickten die Utzenhofener auf die Anfänge ihres ‚großen Abenteuers‘ zurück. Ein Abenteuer, das sie nicht bereuen.“ ■

## Fördermöglichkeiten für die Nahversorgung in ländlichen Räumen

Winfried Eberhardt

**Eine Unterstützung der Nahversorgung erfolgt ganz unterschiedlich durch die öffentliche Hand. Die Bundesländer verfolgen die Belange einer in die Zukunft gerichteten Nahversorgung zumeist über die jeweiligen Landesprogramme zur Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), durch Landesinitiativen oder Modellvorhaben. Daneben gibt es auf Landkreisebene und in Österreich weitere interessante Fördervarianten.**

Die Förderarchitektur bestehender Förderangebote zur Nahversorgung ist komplex. Auf Bundesebene bezeichnet der Rahmenplan der Gemeinschaftsaufgabe Küstenschutz (GAK) die Maßnahmen einschließlich der mit ihnen verbundenen Zielstellungen; er beschreibt die Fördergrundsätze, Fördervoraussetzungen sowie die Art und die Höhe der Förderungen. Voraussetzung für eine Förderung vor Ort in einem Bundesland ist, dass die Maßnahme der GAK vom jeweiligen Land angeboten wird, denn für die Durchführung der Förderung ist ausschließlich das jeweilige Land zuständig. Die Länder, die GAK-Förderung anbieten wollen, erlassen zur Umsetzung eigene Förderrichtlinien,

die aber inhaltlich an die Fördergrundsätze der GAK gebunden sind. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Politik zur Entwicklung ländlicher Räume, insbesondere dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) in Deutschland.

### Entwicklungsprogramme der Bundesländer

In ihren EU-kofinanzierten Entwicklungsprogrammen bzw. -plänen für den ländlichen Raum können die Bundesländer mehrere Förderbereiche nutzen. I. d. R. sind es vier potenzielle Instrumente und zwar:

- die Dorferneuerungs- bzw. Dorfentwicklungsprogramme,
- die Förderung von Kleinstunternehmen der Grundversorgung,
- die Förderung von Einrichtungen für lokale Basisdienstleistungen,
- die Regionalentwicklungsinitiative LEADER.

#### Winfried Eberhardt

Thünen-Institut für Ländliche Räume, Braunschweig

winfried.eberhardt  
@thuenen.de

www.thuenen.de/de/lr



Foto: ???



Förderschild

Die Bundesländer entscheiden, ob und wie sie diese Maßnahmen in ihren Förderprogrammen festlegen und wie sie diese umsetzen wollen. Dies betrifft v. a. die inhaltliche Ausgestaltung sowie die finanzielle Ausstattung inklusive der jeweiligen Fördersätze und -höhen. Detaillierte Informationen zu den Förderbedingungen enthalten die Entwicklungsprogramme/-pläne der Länder und die dazugehörigen Förderrichtlinien des Landes.<sup>1</sup>

Im Rahmen der GAK- und ELER-Förderung, aber auch in anderen Förderinstrumenten auf Länder- oder Regionalebene, sind folgende Aspekte häufig zu Fördervoraussetzungen geworden: Beratung im Vorfeld, Situationsanalysen an geplanten Standorten (lokaler Bedarf), Nachweise zur Wirtschaftlichkeit und Einbindung der Bewohner\*innen bei der Konzeptentwicklung.

Fördergegenstand sind zumeist Investitionszuschüsse in neue Gebäude und Sachwerte, aber auch Beratungs- bzw. Ingenieurleistungen, die mit der Vorhabenumsetzung verbunden sind (Förderschwerpunkt Grundversorgung). In manchen Ländern werden zudem Grundstückserwerb sowie Kauf, Einrichtung und

Umbau von Gebäuden oder die Umnutzung von Gebäuden bezuschusst. Z. T. werden auch Unterstützungsmöglichkeiten für mobile Angebote als möglicher Fördergegenstand benannt. In einigen Ländern existieren Beratungsangebote zur Unterstützung bestehender oder geplanter Nahversorgungseinrichtungen. Bei Finanzierungsengpässen können ggf. Angebote von Landesbanken und Bürgschaftsbanken in Anspruch genommen werden.

Für Dorfladenprojekte sind zwei Aspekte beachtenswert:

- Tritt eine Gemeinde als Zuwendungsempfänger auf, erhält sie eine höhere Förderquote: Die Höhe der Förderung beträgt für Gemeinden, Gemeindeverbände, Teilnehmergemeinschaften sowie deren Zusammenschlüsse und gemeinnützige juristische Personen bis zu 65 % der förderfähigen Kosten. Bei anderen Begünstigten wird zumeist ein geringerer Zuschuss von bis zu 35 % der förderfähigen Kosten gewährt.
- Die Einbindung in regionale Konzepte ist von Vorteil: Bei Vorhaben, die der Umsetzung eines vom Bundesland anerkannten regionalen Entwicklungskonzeptes (REK oder ILEK) oder einer lokalen Entwicklungsstrategie (LEADER) dienen, kann der Fördersatz um bis zu 10 Prozentpunkte erhöht werden.

### Beispiele für länderspezifische Modelle und Initiativen der Bundesländer

Einige Bundesländer setzen auf spezielle Nahversorgungsmodelle, Landesinitiativen oder Modellvorhaben, drei Beispiele:

Schleswig-Holstein verfolgt mit dem landesweiten Nahversorgungsmodell „MarktTreff“ seit 1999 eine spezielle Strategie. In den geförderten Orten entstehen Multifunktionsangebote nach ortsspezifischem Bedarf. Durch die jahrelange Zusammenarbeit ist ein Netzwerk vieler Partner\*innen entstanden, die regelmäßig Erfahrungen austauschen. In den letzten Jahren wird verstärkt die Gründung von Genossenschaften als Träger angeregt. Neben den Planungs- und Beratungskosten, wie Standort-Check, MarktTreff-Projektleitung, Konzeptkosten, Tragfähigkeitsuntersuchung der Wirtschaftlichkeit, wird allgemein Übliches wie bauliche Investitionen und Ladeninfrastruktur bezuschusst. Mittlerweile gibt es fast 50 MarktTreffs.

In Mecklenburg-Vorpommern erhalten örtliche Initiativen bei der Sicherung oder Wiederherstellung der Nahversorgung vor Ort über die „Landesinitiative Neue Dorfmitte Mecklenburg-Vorpommern“ (kurz: „Neue Dorfmitte“ (NDM)) Unterstützung. Die Basis für eine NDM bilden der stationäre (Dorfladen) oder ein mobiler Lebensmittelladen. Für die Vorhaben ist im Vorfeld ein qualifizierter gutachterlicher Nachweis zur Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsverträglichkeit erforderlich, dessen Kosten aber auch zuwendungsfähige Ausgaben darstellen. Bisher sind überwiegend kleine bestehende Angebote unterstützt worden.

In Bayern und Rheinland-Pfalz besteht insbesondere für kleine Nahversorgungseinrichtungen wie Dorfläden ein Netzwerk vieler Partner\*innen, die professionell beraten und betreut werden. In Rheinland-Pfalz ist das Dorfladenberatungsprojekt „M-Punkt RLP“

<sup>1</sup> Eberhardt, W. (2019): Fördermöglichkeiten zur Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut, 83 S., Thünen Working Paper 128. Das Thünen Working Paper wurde im Rahmen des Projekts „Dynamik der Nahversorgung“ erstellt. Gefördert wurde das Projekt durch das Bundesprogramm Ländliche Entwicklung aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

die zentrale Anlaufstelle für alle Fragestellungen zu den Themen Dorfladen bzw. Nachbarschaftsladen, Gemeindezentren, kommunale und regionale Nahversorgung. Das Projekt bietet Beratungs- und Hilfeleistungen insbesondere für Kommunen an, die sich dafür interessieren, einen Dorfladen zu eröffnen. Das Angebot beinhaltet alle Fragen rund um die Errichtung, Förderung und Finanzierung sowie den langfristigen Betrieb. Der Fokus liegt auf der Wirtschaftlichkeit: fehlt das wirtschaftliche Potenzial oder sind sie konzeptionell nicht zweckmäßig, werden stationäre Projekte nicht weiterverfolgt. Darüber hinaus werden auch bestehende Einrichtungen beraten, damit diese ihre Wirtschaftlichkeit verbessern und bestehen bleiben.

### Langjährige Erfahrungen mit Betriebskostenzuschüssen in Österreich

Weitere Fördervarianten, die in dieser Form aus Förderprogrammen in Deutschland nicht bekannt sind, existieren in Österreich. In der „Richtlinie zur Förderung der Lebensmittel-Nahversorgung“ im Land Vorarlberg sind neben den auch in Deutschland möglichen Investitionszuschüssen zusätzlich Betriebskostenzuschüsse (jährlich bis maximal 25 000 € pro Dorfladen) vorgesehen. Ein Betriebskostenzuschuss wird dort seit 1999 unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Betriebes (Ertragslage) gewährt. Allein 2020 wurden 48 Betriebskostenzuschüsse in Höhe von insgesamt rund 880 000 € bewilligt. Dies entspricht im Durchschnitt 18 300 € pro Laden. Im Land Südtirol kann der Zuschuss bis zu 11 000 € pro Jahr betragen, dort wurden 2019 über 80 kleine Nahversorgungseinrichtungen unterstützt. Des Weiteren sind z. B. auch Zuschüsse für Zustelldienste (Voralberg) oder auch digitale



Dorfladen Adelheidsdorf im Landkreis Celle

Kommunikationsmaßnahmen zum Ausbau des Kundenkreises förderfähig (Land Steiermark). Die Corona-Krise hat dort gezeigt, wenn es die Nahversorgungsförderung der Dorfläden nicht gäbe, wären Teile des Landes ohne funktionierende Nahversorgung.

### Fördervarianten auf Landkreisebene

Auf regionaler Ebene bestehen in manchen Regionen zur Sicherung der Nahversorgung darüber hinaus Unterstützungsmöglichkeiten für Projekte mit geringerem Finanzbedarf.

Die Landkreise Emsland und Grafschaft Bentheim bieten jeweils kleine eigene Förderprogramme zur Nahversorgung an. Per Zuschuss werden die Konzeption und Realisierung von Vorhaben zur Sicherung der Nahversorgung sowie Einrichtungen zur Versorgung der dörflichen Bevölkerung unterstützt, wie z. B. Dorf-/Nachbarschaftsläden oder kleine Dienstleistungs- und Grundversorgungszentren mit Einzelhandel, ärztlicher Versorgung oder Apotheke.

Die Region Hannover unterstützt ihr regionales Netzwerk der Dorfläden und Initiativen. Sie übernimmt für Maßnahmen zur Stärkung der Nahversorgung anteilig Kosten bspw. für Vorleistungen zu konkreten Projekten wie Bedarfsermittlungen, Machbarkeitsstudien und Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Dorf-, Hof- und Multifunktionsläden, für Moderationsprozesse und Beteiligungsverfahren zur Einbindung von Bürger\*innen vor Ort sowie für Öffentlichkeitsarbeit. Neben diesen Fördermöglichkeiten gibt es dort zwei weitere Unterstützungsangebote an die Netzwerkmitglieder: Teilnahme am regelmäßigen Erfahrungsaustausch und an Schulungsangeboten für Dorfladen-Initiativen.

Abschließend ist der Vollständigkeit halber zu vermerken, dass bundesweit noch weitere Beispiele auf lokaler Ebene existieren, wo sich z. B. Kommunen beim Start von Dorfläden auf Basis bürgerschaftlichen Engagements beteiligen und auf unterschiedliche Art unterstützen (z. B. Anteile einer Genossenschaft zeichnen, Mietzuschuss in der Startphase oder zu den Energiekosten, kostenlos oder vergünstigt zur Verfügung gestellte Verkaufsflächen, ideelle Unterstützung). ■

## Dorfläden in Bayern – eine Erfolgsgeschichte

Wolfgang Gröll

**Seit mehr als 25 Jahren werden in Süddeutschland sehr erfolgreich Bürgerläden gegründet. Mehr als 200 Bürgerläden (Dorfläden mit Bürgerbeteiligung) wurden bereits an den Start gebracht; davon haben weniger als 10 % wieder geschlossen.**

Diese Erfolgsgeschichte hat in Bayern sehr klein angefangen. Die Wiege zahlreicher Bürger- und Dorfläden findet man in Thierhaupten. Gerlinde Augustin, Leiterin der Schule für Dorf- und Landentwicklung Thierhaupten e.V.<sup>1</sup>, erkannte sehr früh die Notwendigkeit und das Potenzial der Bürger- und Dorfläden in Bayern. Seit mehr als 15 Jahren werden mindestens ein- bis zweimal jährlich alle Bürgermeister\*innen bayernweit zur Informations- und Motivationsveranstaltung nach Thierhaupten eingeladen und einen Tag lang über das Thema intensiv informiert.

### Dorfladen-Netzwerk vertritt die Interessen der einzelnen Läden

Vor ca. 25 Jahren musste noch jeder Bürgerladen ohne Fördermittelunterstützung gegründet und auch aufgebaut werden. Es gab auch keine Großhändler wie EDEKA, REWE etc., die bereit gewesen wären, kleinere Bürger- und Dorfläden zu beliefern. Zu dieser Zeit gründete sich das erste Dorfladen-Netzwerk, um die Interessen der Bürger- und Dorfläden gegenüber den Lieferanten sowie den jeweiligen Landesregierungen (damals noch hauptsächlich Sachsen, Thüringen, Bayern) zu vertreten.

Das Dorfladen-Netzwerk war von Grund auf so strukturiert, dass es ohne öffentliche Förderung geführt wird. Mit Hilfe des Bayerischen Wirtschaftsministeriums wurden gezielt Innovationsprojekte zu den Themen „Mindestlohn für Dorfläden“ noch vor der Einführung des gesetzlichen Mindestlohnes sowie „5-Sterne-Dorfläden“ mit der Auszeichnung zum „Dorfladen des Jahres“ gefördert. Derzeit arbeiten sieben Berater\*innen für die Qualifizierung der Betreiber\*innen von Bürger- und Dorfläden in ganz

Deutschland. Das jüngste Projekt ist die 24/7-Akademie. Hier können sich die Mitglieder des Dorfladen-Netzwerkes zeitlich unbegrenzt über die wichtigsten Fachthemen rund um den Dorfladen zwanglos informieren. Die Schwerpunkte der Dauerbegleitung sind Trainees vor Ort in den Bereichen Bedienteke, Sortimentsgestaltung, Kalkulation, Task-Force-Einsätze, Qualifizierung zum 5-Sterne-Dorfladen etc.

### Fördermöglichkeiten für Bürger- und Dorfläden

In Bayern befinden sich derzeit ca. 50 Dorfladenprojekte in der Gründer- und Umsetzungsphase. Trotz – oder wegen?!? – Corona hat sich dieser Trend eher verstärkt.

Dank der aktuell sehr guten Förderung der Bürger- und Dorfläden wird es für die Akteur\*innen vor Ort leichter, in hochwertige Technik und Ausstattung zu investieren. Im Rahmen der Standortbewertungen werden bereits heute schon je nach Region Mindestlöhne von 11,50 € und 12,00 € angesetzt. Unabhängig von Fördermöglichkeiten wurde schon sehr früh darauf gesetzt, dass die Mitarbeiter\*innen vor Ort fair und auch marktgerecht bezahlt werden können.

Oberstes Credo dabei war und ist, dass die Dorfladenprojekte grundsätzlich ohne öffentliche Förderung realisiert werden können sollen. Mit der Inanspruchnahme von öffentlichen Fördermitteln sollten folgende Ziele verfolgt werden:

- Verkürzung der Anlaufphase
- Ermöglichen höherer Investitionen, um die Gesamtattraktivität des Bürger- bzw. Dorfladens zu erhöhen.

Folgende Fördermittel können aktuell für die Bürger- bzw. Dorfläden in Bayern in Anspruch genommen werden:<sup>2</sup>

- Förderung der Dorferneuerung über die Kleinstunternehmerförderung von 10 000 € bis maximal 200 000 € (= De Minimis-Regelung der EU); Fördersatz zwischen 35 % und 45 %



**Wolfgang Gröll**

Vereinigung der Bürger- und Dorfläden in Deutschland e.V., Berg

wimgroell@t-online.de  
www.dorfladen-netzwerk.com

<sup>1</sup> www.sdl-thierhaupten.de

<sup>2</sup> Nähere Informationen in Eberhardt, W.: Fördermöglichkeiten zur Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Braunschweig 2019, Johann Heinrich von Thünen-Institut, Thünen Working Paper 128. S. auch den Artikel auf S. 37 in diesem Heft.

- Förderung über die Städtebauförderung von bis zu 60 %
- Über die Gemeinden auch „Innen statt Außen“ von bis zu 90 % für Baumaßnahmen
- Leader-Förderung (Fördersätze je Region bis 65 % möglich)
- Bürgerschaft ohne Rückbürge über die Bürgerschaftsbank Bayern bei bürgerschaftlichem Vorhaben; damit wird die Möglichkeit gegeben, auch Förderdarlehen in Anspruch zu nehmen.
- Stille Beteiligungen über die Mittelstandsbeteiligungsgesellschaft ohne Rückbürge
- Beratungsförderung über das Vorgründercoaching in Bayern
- Beratungsförderung in der Entstehungs- und Gründerphase über die Gemeinden zu Beginn des Dorfladenprozesses; in dieser Phase der

Idee bis zur Gründung übernehmen die Gemeinden die Beratungs- und Begleitungsphase des Dorfladenprojektes mit Bürgerbeteiligung

### Ausblick

Blickt man in die Zukunft, so wird die Erfolgsgeschichte „Bürger- und Dorfläden“ erst noch richtig Fahrt aufnehmen. Spätestens in 10 bis 15 Jahren, wenn die „Babyboomer“ in ihren wohlverdienten Ruhestand gehen, fällt der Arbeitsort als Einkaufsort weg. Der Wohnort als Einkaufsstätte rückt damit deutlich in den Mittelpunkt. Hinzu kommt, dass die Dorfcafés und Tagesbistros als sozialer Treffpunkt immer mehr aufgesucht werden. Verpackungsfreies Einkaufen, Interneteinkauf über einfache Dorfladen-Apps sowie regional unterschiedlich das Einkaufen auch außerhalb der Öffnungszeiten werden dafür sorgen, dass sich diese Dorfläden stets am Puls der Zeit bewegen. ■

## Warum Coworking zu Dorfläden passt

Coworking Spaces sind nicht mehr nur in Großstädten ein Phänomen. Die gemeinschaftlichen Orte zum flexiblen und mobilen Arbeiten entstehen auch immer stärker in der Peripherie. Im Gegensatz zu ihren städtischen Pendanten decken die ländlichen Coworking Spaces wesentlich stärker die Breite der Gesellschaft ab. Statt nahezu ausschließlich Digitalarbeitende zu beherbergen, passen sich die ländlichen Spaces dem Bedarf vor Ort an und bieten zunehmend weitere Services wie Kinderbetreuung, Werkstätten, Postannahmestellen oder Cafés an.

Hier kommen Dorfläden ins Spiel. Sie können den Nutzen eines Coworking Spaces noch erweitern und seine Attraktivität erhöhen. Schließlich verfolgen beide Konzepte ähnliche Ziele:

- 1 Daseinsvorsorge ausbauen: Das Landleben wird attraktiver oder für manche überhaupt erst möglich, wenn es moderne und nachhaltige Einkaufs- und Arbeitsmöglichkeiten auch in kleinen Orten gibt.
- 2 Fahrzeiten reduzieren: Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute so nah ist? Sowohl die Umwelt als auch die Gesundheit der Menschen profitieren von kürzeren Fahrzeiten – sei es zum Arbeitsplatz oder um einen Sack Kartoffeln zu kaufen.
- 3 Dorf beleben: Florierende Coworking Spaces mit Zusatzangeboten wie einem Dorfladen sorgen für Aufmerksamkeit. Mehr Menschen kommen in den Ort, um die Infrastruktur zu nutzen. Das wiederum inspiriert weitere Gewerbe, sich dort niederzulassen, und kleine Orte werden so auch tagsüber wieder lebendig.



PopUp-Coworking bietet die Möglichkeit zu testen, ob Coworking an diesem Standort ein sinnvolles Zusatzangebot sein könnte – z. B. neben einem Dorfladen.

## Dorfläden als Absatzmarkt regionaler Lebensmittel

„Bewusster einkaufen, regionale Erzeuger unterstützen und dabei etwas für den Klimaschutz tun: Das ist für viele wichtig“ stellte Bundesministerin Julia Klöckner anlässlich der Veröffentlichung des BMEL-Ernährungsreports 2021 „Deutschland, wie es isst“ heraus.<sup>1</sup> Geschmack (96 %), regionale Herkunft (82 %) und Saisonalität (78 %) sind die drei (von acht) meistgenannten Kriterien für die Auswahl von Lebensmitteln. Die regionale Herkunft ist den Befragten bei folgenden Lebensmitteln (sehr) wichtig: Eier sowie frisches Obst und Gemüse (jeweils 86 %), Brot- und Backwaren (83 %), Fleisch und Wurstwaren (78 %) sowie Milch und Milcherzeugnisse (71 %).

Je stärker regionale Lebensmittel bei den Verbraucher\*innen an Bedeutung gewinnen, desto größer wird der Bedarf an Hofläden und Dorfläden als Vermarkter regionaler Produkte. Bei den Hofläden haben sich in der Vergangenheit drei Vertriebswege entwickelt:

- 1 Hofläden mit persönlicher Bedienung,
- 2 Hofläden ohne Personal, in Selbstbedienung mit Bezahlung auf Vertrauensbasis und
- 3 zunehmend Hofläden mit einem oder mehreren Waren-Automaten, deren Anschaffung schon eine ordentliche Investition darstellt.

Immer öfter fungieren Dorf- und Bürgerläden als Absatzmarkt für regionale Lebensmittel, als Dorf- und Hofläden unter einem Dach, sodass die lokalen Erzeugnisse nicht in 5 bis 15 verschiedenen Hofläden angeboten werden, sondern gebündelt im Dorfladen.

„Nicht überall passt ein Hofladen“, schrieb im April 2021 das Bayerische



Käseherstellung im Lkw direkt auf dem Hof der Familie Hiebler, v.l.: Christoph Einhellig, Kaser; Josef Hiebler mit Schwester Elisabeth, Milchbauern; Anton Klöck, Milchbauer; Peter Böhmer, Dorfladen; Kathi Grünauer, Milchbäuerin

Landwirtschaftliche Wochenblatt<sup>2</sup> und empfahl, die Gründung eines Dorfladens anzuregen. Durch die Bündelung der regionalen Erzeugnisse mehrerer Direktvermarkter in einem Dorfladen können bei den Landwirt\*innen und Erzeuger\*innen Personalkosten und auch die hohen Investitionen in Waren-Automaten gespart werden. Durch diese Ersparnisse lassen sich die Wiederverkäufer-Rabatte an den Dorfladen refinanzieren – denn der Dorfladen muss Personal- und Energiekosten sowie Mieten und andere Kosten decken können. Wie ein „Dorfladen als Absatzmarkt“ landwirtschaftlicher Erzeugnisse funktionieren kann, beschrieb das Bayerische Landwirtschaftliche Wochenblatt in seiner Reportage zur Direktvermarktung am Beispiel des Farchanter Dorfladens im Landkreis Garmisch-Partenkirchen.

### Regionalität nicht in der Nische sondern im Fokus

Der Dorfladen Farchant ist eine bürgerschaftlich organisierte Selbsthilfeeinrichtung, die 2013 von 280 Anteilseigner\*innen ge-

gründet wurde und auf 130 m<sup>2</sup> Ladenfläche mit täglich gut 200 Kund\*innen jährlich rund 900 000 € Umsatz erzielt. Diese hohe Kundenfrequenz nutzt auch den regionalen Produkten, die beim agilen Geschäftsführer Peter Böhmer kein Nischen-Dasein fristen, sondern klar im Fokus des Warensortiments stehen. „Das Angebot im Farchanter Dorfladen ist auf den vier Säulen

- Regionalität
- Frische
- Bio-Produkte
- und ergänzende Supermarkt-Ware von einem Großhändler

aufgebaut“, so Peter Böhmer, der seinen Kund\*innen insgesamt ein Vollsortiment anbieten kann. Gleichzeitig leistet die Regionalwaren-Vermarktung aufgrund kurzer Lieferwege auch einen nennenswerten Beitrag zum Klimaschutz. Mit seinem grünen Kleinbus holt Peter Böhmer die regionalen Produkte von den Bauernhöfen, Käsereien und einem regionalen Kaffeeröster ab – und ist stets nah dran an Produzent\*innen und Produkten. Zum beliebten Regional-Sortiment des Farchanter

<sup>1</sup> [www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2021.html](http://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2021.html) (letzter Zugriff 8.6.2021)

<sup>2</sup> Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt vom 23.4.2021, S. 40.

Dorfladens zählen: Eier, Honig, Kaffee, Liköre, Gewürze, Geflügel, Räucherfisch, Lammfleisch, Mehl-Produkte, heimisches Wildbret, viel Obst und Gemüse, Kartoffeln vom Biohof, Aronia-Säfte, Apfelsäfte, Fruchtsäfte, Apfel-Essige, Ziegenkäse aus Lenggries, Joghurt, Farchanter Käse.

Sogar 5 kg- oder 10 kg-Fleischpakete vom Murnau-Werdenfelser Rind werden erfolgreich nach Vorbestellung vom Farchanter Dorfladen vermarktet – neuerdings auch online.

Durch sein langjähriges Engagement hat Peter Böhmer, der auch Vorstandsmitglied im Verein

„Die DORFbegegnungsLÄDEN in Deutschland e.V.“ ist, den Dorfladen Farchant zu einem bundesweit beachteten Leuchtturm-Projekt entwickelt – insbesondere als Förderer der regionalen Wertschöpfungskette und als Vermarkter guter Lebensmittel aus bekannter Herkunft. 2019 wurde der Farchanter Dorfladen auf der LandSchaubühne der Internationalen Grüne Woche in Berlin von der Dorfladen-Bundesvereinigung<sup>3</sup> als „Dorfladen des Jahres“ prämiert. Auf seinen Lorbeeren ruhen sich Peter Böhmer und seine 12 Kolleginnen und Kollegen aber nicht aus. Auf einem eigenen Youtube-Kanal des „Dorfladen Farchant UG“ werden in

professionell erstellten Videos Lieferant\*innen und Hersteller\*innen regionaler Lebensmittel vorgestellt.

Unter dem Motto „Wer weiter denkt, kauft näher ein“ setzen die Farchanter „Dorfladler“ auf stationären Vertrieb und gute persönliche Beratung sowie einen „Ratsch“ im Dorfladen. Peter Böhmer und sein Team gehen aber auch neue Wege und nutzen in Zukunft auch den Vertriebskanal „Internetshop“ – zunächst als Rindfleisch-Shop<sup>4</sup>. Die Bündelung von regionalen Lebensmitteln in diesem neuen Internetshop könnte die regionale Wertschöpfungskette weiter stärken. ■ Günter Lühning

<sup>3</sup> [www.dorfladen-netzwerk.de](http://www.dorfladen-netzwerk.de)

<sup>4</sup> [www.fleisch.dorfladen-farchant.de](http://www.fleisch.dorfladen-farchant.de)

## Hybride Dorfläden:

### Stationär & digital – das Beste aus zwei Welten

**Die Digitalisierung hat Einzug gehalten in die ländliche Nahversorgung. Reine 24/7-Märkte, sieben Tage in der Woche rund um die Uhr geöffnet – aber ohne persönliche Bedienung – werden aktuell von verschiedenen Anbietern projektiert, erprobt und realisiert. Aber auch hybride Konzepte, die eine Mischung von Öffnungszeiten mit und ohne Personal realisieren, werden umgesetzt.**

In den Medien haben die 24/7-Märkte einen Hype ausgelöst. Ob diese Entwicklung nachhaltig und erfolgreich ist, wird erst in der Zukunft zu beantworten sein. Den Freunden herkömmlicher Nahversorgung mit Tante Emmas Enkelinnen hinter dem Bedientresen und an der Ladenkasse fehlt bei den reinen 24/7-Märkten die „Seele“, die Menschlichkeit beim Einkaufen – insbesondere die soziale Funktion eines Dorfladens als örtliche Begegnungsstätte. Mit Blick in die Zukunft werden sich jedoch zunehmend mehr Dorf- und Bürgerläden der Digitalisierung öffnen müssen, um steigende laufende Kosten für Energie und Personal abfedern und die letzten Nahversorger auf dem Lande zukunftssicher erhalten zu können.

„Lebensmittelversorger sind ein entscheidender Revitalisierungsimpuls für die Dörfer“, betonte Thorsten Bausch, CMO von myEnso/Tante Enso mit Blick auf den § 72 des Grundgesetzes (gleichwertige Lebensverhältnisse) zu Beginn eines Online-Seminars von Agrarsozialer Gesellschaft e.V., Verein „Die

DORFbegegnungsLÄDEN in Deutschland e.V.“ und Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e.V. Thorsten Bausch gründete gemeinsam mit Norbert Hegmann den Online-Supermarkt myEnso in Bremen. Für Seniorenheime und Dörfer ab ca. 1 000 Einwohner\*innen haben die Bremer das Kleinflächen-Konzept „Tante Enso“ entwickelt – als Kombination von „Tante Emma“ einerseits und dem „myEnso-Online-Vertrieb“ andererseits.

„Tante Enso“ verbindet

- den stationären Lebensmittelverkauf mit Online-Bestellmöglichkeiten
- bis zu 3 000 Artikel in den Regalen vor Ort mit rd. 20 000 Artikeln virtuell im Online-Shop
- Einkaufszeiten mit persönlicher Bedienung, die jeder Laden individuell bestimmen kann, mit Einkaufszeiten ohne Bedienung und mit Nutzung der Self-Scanning-Kasse.



Der erste „Tante Enso“-Dorfladen wurde in Blender im Landkreis Verden südlich von Bremen eröffnet, 2020 folgte der zweite, ebenfalls in Niedersachsen, in Kooperation mit der Bürger-Genossenschaft in Schnega, einem 1 300-Einwohner-Dorf im Landkreis Lüchow-Dannenberg.<sup>1</sup> Vorausgegangen war der Gründung in Schnega eine erste Informationsveranstaltung mit 350 (!) Interessierten. Die 30 000 € Mindesteinlage für die Bürgergenossenschaft waren schnell zusammen. Mit Bedienung hat der Tante Enso-Dorfladen von Montag bis Sonnabend (außer am Mittwoch) jeweils von 8.00 bis 12.00 Uhr geöffnet und zusätzlich am Dienstag, Donnerstag und Freitag von 15.00 bis 18.00 Uhr. Außerhalb der Zeiten mit Bedienung bekommen die Kund\*innen mit „Tante Enso“-Karte Zutritt zum Dorfladen und können kameraüberwacht einkaufen. Nach dem SB-Einkauf wird die eingekaufte Ware von den Kund\*innen eigenständig über den Scanner gezogen und am Ende per Karte und Lastschriftzug oder zu Lasten des Guthabens auf der Karte bezahlt. Diese Flexibilität wurde während des Online-Seminars von Edna Heller aus Schnega positiv herausgestellt. „Ich muss mich nicht an Ladenschließungszeiten halten und Stress machen, sondern kann entspannt am späteren Abend einkaufen. Den Einkaufstrubel vor Feiertagen kennen wir auch nicht, weil sich die Kundenströme auf 24 Stunden am Tag verteilen. Durch diese Kombination werden Tante Enso-Dorfläden zu hybriden Dorfläden – „mit dem Besten aus zwei Welten“. Trotzdem praktizieren die Einwohner\*innen in Schnega auch den Klönschnack beim Einkaufen und die sozialen Kontakte“, bestätigte Edna Heller. Im zweiten Schritt soll es bald ein DorfCafé neben Tante Enso geben.

„Kann die ältere Kundschaft mit dieser neuen Technik umgehen?“ war eine der vielen Fragen während der Online-Veranstaltung. „Die Annahme, dass ältere Menschen nicht offen gegenüber neuen Technologien sind, hat sich für uns nicht bewahrheitet, sogar ganz im Gegenteil! Unsere älteste Self-Checkout-Kundin ist 98 Jahre alt! Sie hat sich die Benutzung der Kasse vom Tante Enso-Personal zeigen lassen und nutzt diese inzwischen sogar bevorzugt, weil sie die damit verbundene Flexibilität und Eigenständigkeit sehr schätzt“, antwortete Lisa Bädecker von Tante Enso.

Gefragt wurde auch nach den Ansiedlungs-Voraussetzungen für „Tante Enso“-Dorfläden. Lisa Bädecker: „Neben den harten Fakten wie Einwohnerzahl und Distanz zum nächsten Supermarkt, zählt für uns der Wille des Ortes. Wie groß ist der Wunsch nach einer Nahversorgung durch Tante Enso wirklich? Den Liebesbeweis erbringen Dörfer durch besondere Bewerbungsvideos, Willensbekundungen und nicht zuletzt durch die Anteilszeichnung in unserer Genossenschaft und direkte Teilhabe an ihrem Tante Enso“. „Bei der Einwohnerzahl sind es grundsätzlich 1 000 Einwohner, wichtiger ist aber die Zahl der angestrebten Anteile von 300 Einwohnern mit 100 € pro Anteil“ ergänzte Thorsten Bausch.

„Ich glaube, wer nach einer Lösung für die Versorgung der Menschen in ländlichen Regionen sucht, der darf den Menschen als Teil der Lösung dann auch nicht ausschließen. Es geht am Ende um Lebensqualität für den Menschen und die ist ohne Menschen für mich nicht lebenswert“, resümierte Thorsten Bausch von myEnso. ■ Günter Lühning

<sup>1</sup> Von der Eröffnung berichtete u. a. das NDR-Fernsehen: [www.ndr.de/fernsehen/sendungen/hallo\\_niedersachsen/Einzelhandel-20-Der-digitale-Dorfladen-in-Schnega,hallonds61836.html](http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/hallo_niedersachsen/Einzelhandel-20-Der-digitale-Dorfladen-in-Schnega,hallonds61836.html)

MarktTreff (SH) und Neue Dorfmitte (MV):

## Soziale Faktoren mitten im Dorf

Ingwer Seelhoff

### MarktTreffe in Schleswig-Holstein

Es gab Zeiten, da hatte das schleswig-holsteinische Dorf Koberg im Kreis Herzogtum Lauenburg keinen sozialen Ortsmittelpunkt. Seit 2008 ist dies anders: Die Menschen der 780-Einwohner-Gemeinde schufen mit einem MarktTreff in dem ehemals kleinsten Bauerngehöft von 1748 ein multifunktionales Zentrum, das sie mit vielfältigem Leben füllen. „Seit der Eröffnung hat sich gezeigt, dass unser MarktTreff mit seiner Kombination aus lediglich 45 Quadratmeter großem Backladen mit kleinem Lebensmittelsortiment und Dorfgemeinschaftshaus ein Glücksgriff für Koberg ist“, sagt Johannes Kuhnhardt, einer der Aktivkräfte des rund 100 Mitglieder zählenden MarktTreff-Vereins. Fast jeden Tag finden zu Nicht-Corona-Zeiten Veranstaltungen statt – von Vorträgen über Theateraufführungen, Sportangeboten und Krabbelgruppen bis hin zu Literaturabenden und Privatfeiern. Ganz wichtig: das „Mittagessen in Gemeinschaft“, das vor allem für Ältere im Dorf – auch wegen des sozialen Austauschs – große Bedeutung hat. Kuhnhardt: „Mittlerweile haben wir 22 000 Essen gekocht und gemeinsam genossen.“

Der soziale Treffpunkt ist eine Funktion, die allen über 40 schleswig-holsteinischen MarktTreffe<sup>1</sup> gemeinsam ist – jeweils in ihrer individuellen Ausprägung. Und die kann sich wandeln, weiß Christina Pfeiffer, Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung, Kiel,



Gelebte Dorfgemeinschaft: Eröffnung des MarktTreffe Koberg 2008

das seit 1999 Gemeinden für dieses Modell jeweils eine infrastrukturelle Förderung mit EU-, Bundes- und Landesmitteln ermöglicht: „MarktTreff ist ein lernendes Projekt – das macht es so faszinierend.“ Kombinieren die Dorfgemeinschaften doch Einkaufsmöglichkeit oder Gastronomie mit Dienstleistungen und der Treffpunktfunktion fürs Dorf. Erste MarktTreff-Standorte im Land zwischen den Meeren integrieren gerade vor dem sozialen Hintergrund Kümmererstellen oder Quartiersmanagement, z. B. durch die Diakonie.

### Neue Dorfmitte Mecklenburg-Vorpommern

Die soziale Funktion von Dorfläden und -zentren rückt auch in Mecklenburg-Vorpommern stärker in den Fokus. Mit ihrer Initiative „Neue Dorfmitte MV“<sup>2</sup> hat das Land seit 2011 mittlerweile 48 Lebensmittelgeschäfte in Ortschaften gefördert.

„Die Neue Dorfmitte ist eben der gute alte Konsum auf dem Dorf, nur viel schöner und viel vielfältiger. Die Idee ist, dass wir in die Dörfer zurückholen den Punkt, wo man sich trifft, wo man über Dinge schnackelt. Deswegen versuchen wir, die Neue Dorfmitte zu

ergänzen um Cafébereiche, um die Post, um viele andere Ideen“, betont Minister Christian Pegel, dessen Ministerium für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung, Schwerin, gemeinsam mit dem Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Dorfläden und -zentren fördert. Einer der Standorte ist das „Stall.Dich.Ein“ in Poppendorf (700 Einwohner\*innen) im Landkreis Rostock: 15 km von der Ostseeküste entfernt, eine Kombination aus Dorfladen, Café, Kreativwerkstatt und Veranstaltungsmöglichkeiten – und das alles in einem ehemaligen Schweinestall. „Jeden Morgen hierherzukommen, die Türen aufzumachen, die ersten Kunden zu begrüßen, die ersten Gespräche zu führen, das ist wirklich was, worauf ich mich jeden Morgen freue“, berichtet Julia Kindt, Betreiberin des Dorfladens, voller Begeisterung. ■

### Ingwer Seelhoff

Geschäftsführer ews group gmbh, Lübeck

seelhoff@ews-group.de  
www.ews-group.de



<sup>1</sup> www.markttreff-sh.de

<sup>2</sup> www.neue-dorfmitte-mv.de



Mit neuer, energieeffizienter Kühltechnik, Kühl-Bedientresen und Tiefkühlmöbeln können Dorfläden den Energieverbrauch senken und Kosten sparen. Seit Jahresbeginn 2020 gibt es dafür auch für kleine Lebensmittelgeschäfte Bundeszuschüsse.

Foto: Günter Lühning

## Dorfläden als Klimaschützer

Durch die Schließung von 85 % aller kleinen Lebensmittelgeschäfte (bis 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) seit 1990 und den Rückgang auf nur noch 8 450 Läden<sup>1</sup> hat sich die Nahversorgung in vielen Regionen Deutschlands zu einer „Weit entfernt-Versorgung“ entwickelt. Folgen: deutlich mehr Einkaufsfahrten, deutlich höherer CO<sub>2</sub>-Ausstoß und negative Folgen für den Klimaschutz.

Dort, wo Nahversorger-Geschäfte und damit kurze Wege (auch per Fahrrad oder zu Fuß) zum Lebensmitteleinkauf erhalten werden, wird auch ein bedeutender Beitrag für den Klimaschutz geleistet. 2019 plädierten drei Physiker der Universität Heidelberg für die stärkere Nutzung erneuerbarer Energien, aber auch für stärkere Energieeinsparungen – auch im Verkehrssektor. „Würde beispielsweise im Verkehr zwölf Prozent weniger Kraftstoff verbraucht, würde dies mehr Energie einsparen als alle Windkraftanlagen zusammen liefern“, betonten die drei Physiker in ihrem Gastbeitrag für den Münchner Merkur.

Immer öfter schreiben sich kleine Dorfläden, davon über 300 bürgerschaftlich organisierte Selbsthilfeeinrichtungen, Nachhaltigkeit und Klimaschutz auf ihre Fahnen – auch um sich vom Wettbewerb abzuheben und dem zunehmenden Kostendruck durch steigende Energiepreise zu entkommen. Dorfläden sind Klimaschützer weil

- 1 sie regionale Lebensmittel – oft aus einem 40 bis 50 km-Umkreis – verkaufen und kurze Wege zwischen Erzeuger und Verkaufsstätte fördern,
- 2 sie kurze Wege zum Einkaufen ermöglichen und weite Fahrten von fünf und mehr Kilometern zum Brötchen-Einkauf sowie Pkw-Fahrten von zehn und mehr Kilometern zum nächsten Vollsortimenter nicht erforderlich machen,
- 3 sie immer öfter Sonnenstrom vom Dorfladen-Dach zur Eigenversorgung der Kühlgeräte im Dorfladen nutzen und
- 4 zunehmend energieeffiziente Kühltechnik, Kühl-Bedientresen und Kühl- und Tiefkühlregale nutzen.

In der Klimaschutzbrochure des Handelsverbandes Deutschland HDE<sup>2</sup> wurde 2019 mit dem Dorfladen Otersen auch ein Bürgerladen als „Vorreiter“ porträtiert – nachdem Otersen 2018 von der Deutschen Energieagentur (dena) für das Modellvorhaben „Energieeffizient Handeln“ nominiert war. Innerhalb von zehn Jahren gelang es dem Dorfladen aus Niedersachsen, fast 50 % des Stromverbrauchs und damit jährlich 19 t CO<sub>2</sub> einzusparen. Seit Ende 2010 nutzt der Dorfladen eine 10 100 Watt (10,1 kWp) Sonnenstromanlage auf dem Dorfladen-Dach und nahm im Sommer 2021 weitere 70 Photovoltaik-Module mit 24,9 kWp Leistung in Betrieb. In Zukunft soll die Sonne jährlich gut 34 000 Kilowattstunden Strom in den Dorfladen liefern – fast den gesamten Jahres-Strombedarf.<sup>3</sup>

Seit Jahresbeginn 2021 gibt es jetzt auch für kleine Lebensmittelgeschäfte und Dorfläden wieder Bundesfördermittel für die Modernisierung der Kälte-technik und der Kühlmöbel.<sup>4</sup>

■ Günter Lühning

<sup>1</sup> EHI-Retail-Institute, [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de)

<sup>2</sup> <http://dorfladen-netzwerk.de/2019/12/neue-klimaschutz-broschuere-des-handelsverbandes-hde> (letzter Zugriff 18.6.2021)

<sup>3</sup> Kleine Nahversorger können weitere Informationen beim Dorfladen Otersen per E-Mail an [dorfladen@otersen.de](mailto:dorfladen@otersen.de) anfordern.

<sup>4</sup> <http://dorfladen-netzwerk.de/2020/12/jetzt-auch-fuer-dorflaeden-bundes-foerderung-fuer-klimafreundliche-kaeltetechnik>

## Modell- und Demonstrationsvorhaben LandVersorgt:

# Von LebensmittelPunkten bis Lieferdrohnen

Während der Corona-Pandemie hat sich die Art des Einkaufens verändert und wird sich weiter verändern. Online-Shops verzeichnen Zuwächse und die Digitalisierung einerseits sowie der Kostendruck insbesondere durch steigende Personalkosten andererseits werden auch nach der Pandemie die Nahversorgung im ländlichen Raum mehr oder weniger stark verändern.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) begleitet die Weiterentwicklung und den Veränderungsprozess in der ländlichen Nahversorgung mit dem Modell- und Demonstrationsvorhaben „LandVersorgt – Neue Wege der Nahversorgung in ländlichen Räumen“. Unterstützt werden „beispielhafte, innovative Projekte, die geeignet sind, die Nahversorgung in den ländlichen Räumen zu verbessern und damit einen Beitrag zur Sicherung von Teilhabe und Daseinsvorsorge zu leisten. Diese Fördermaßnahme wird durch den Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB) im Rahmen des Aktionsbündnisses *Leben auf dem Land* begleitet und ist auf Kommunen im ländlichen Raum ausgerichtet. Gefördert wird die Erarbeitung von innovativen Projektkonzepten für die Entwicklung nachhaltiger Lösungen für die Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Die Konzepte sollen modell-

haft sein, neue Ideen aufgreifen und übertragbare Lösungen entwickeln – so dass sie für andere ländliche Regionen als Vorbild dienen können“.<sup>1</sup> Nach einem 2020 gestarteten Bewerbungsverfahren wurden deutschlandweit 15 Modellvorhaben von Kommunen und Regionen ausgewählt.

Die Bandbreite der zukünftigen Optionen für die Nahversorgung auf dem Land – das spiegeln auch die 15 Modellprojekte wider – kann kaum größer sein. 24/7-Märkte, die an sieben Tagen in der Woche rund um die Uhr geöffnet haben, aber ganz ohne persönliche Bedienung auskommen wollen, erfahren aktuell besondere Aufmerksamkeit in den Medien. Auch mehrere der geförderten Kommunen haben vergleichbare Lösungen in ihren Konzepten vorgesehen. Zwei Modellprojekte aus Thüringen (Nobitz) und Hessen (Wolfhagen) sehen den ländlichen Nahversorger jedoch auch in Zukunft mit freundlicher Bedienung und wollen auf die soziale Komponente der „LebensMittelPunkte“ mit dörflichem Treffpunkt nicht verzichten. Ein zukunftsfähiger Kompromiss könnten Hybride Dorfläden (teilweise 24/7 und teilweise mit Bedienung) werden.

Ein weiterer Ansatz, der verfolgt wird, ist die Kombination aus Lebensmittel-Nahversorgung

## LandVersorgt

### Neue Wege der Nahversorgung in ländlichen Räumen

**Die 15 Standorte der Modellprojekte**

© BMEL

<sup>1</sup> [www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/dorfentwicklung/nahversorgung/mud-land-versorgt.html](http://www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/dorfentwicklung/nahversorgung/mud-land-versorgt.html) (letzter Zugriff 27.6.2021)

mit weiteren Angeboten in einem multifunktionalen Dorfladen. Zahlreiche geförderte Projekte bearbeiten darüber hinaus das Thema Lieferlogistik. Die Gemeinde Wusterhausen/Dosse, Brandenburg, entwickelt beispielsweise ein Konzept für den Einsatz von Lieferdrohnen.

Groß ist die Bandbreite bei der Digitalisierung und Automatisierung sowie dem Bring-Dienst auch bei Nahversorgungslösungen außerhalb des Modellvorhabens. Kleinen Warenautomaten auf Hofläden stehen Neuentwicklungen von Start-up-Unternehmen wie z. B. „DorfladenBox“ in Österreich, Click & Collect-Abholstationen mit Normal- und Kühlfächern sowie „LateBird“-Container mit 600 Artikeln in Deutschland gegenüber.

Ein LandVersorgt-Projekt in der Gemeinde Kirchlinteln, Niedersachsen, will in einer Dorfregion mit 2 500 Einwohner\*innen in acht Dörfern – mit nur noch einem Dorfladen – neue Wege gehen und einen 180 m<sup>2</sup>-Dorfmarkt zum Hybrid-Dorfladen umwandeln, per Elektro-Kleinbus bestellte Ware ausliefern und Menschen zum selbstbestimmten Einkaufen fahren. Erprobt werden sollen auch Abhol-Stationen und die Einrichtung von Bestell- und Abhol-Cafés z. B. in Dorfgemeinschaftshäusern, um die ländliche Nahversorgung zu verbessern. Die Erkenntnisse aus den 15 LandVersorgt-Modellprojekten werden die Neuausrichtung der ländlichen Nahversorgung sicherlich zukunftsweisend beeinflussen.<sup>2</sup> ■ Günter Lühning

<sup>2</sup> In der Online-Veranstaltungsreihe „Zukunftsmodell Dorfladen“ von Agrarsozialer Gesellschaft e.V., dem Verein „Die DORFbegegnungSLÄDEN in Deutschland e.V.“ und dem Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e.V. werden bis zum Jahresende in sieben weiteren Veranstaltungen ebenfalls unterschiedliche Typen kleiner Nahversorger („Tiny Stores“) sowie „Click & Collect“-Abholboxen behandelt.

## Drehscheibe Neuenkirchen:

# Multifunktionshaus schließt dörfliche Versorgungslücken

Uwe Hummert

**Die Drehscheibe Neuenkirchen soll den Bürger\*innen der Samtgemeinde als Dreh- und Angelpunkt für ihre Belange und als Treffpunkt dienen. Nach dem Motto „Wir bringen es zusammen – Menschen und Ideen unter einem Dach“ bietet die Drehscheibe professionelle externe Beratungsangebote, private Dienstleistungen, Informationen zu Tourismus und Kultur sowie ein Warenangebot in Ergänzung zum örtlichen Einzelhandel und hilft auf diese Weise, dörfliche Versorgungslücken zu schließen.**

Das Projekt Drehscheibe Neuenkirchen wurde in einem leerstehenden Ladenlokal in der Nähe des Ortskerns umgesetzt. Eine Lenkungsgruppe, bestehend aus Bürger\*innen der Mitgliedsgemeinden sowie Akteur\*innen aus Verwaltung, Politik und der ortsansässigen Werbegemeinschaft, entwickelte Ideen und trieb

den Umbau des Ladenlokals zu einem Mehrfunktionshaus voran; sie begleitet auch die Umsetzung weiterhin aktiv. Am 29. August 2017 öffnete die Drehscheibe ihre Türen.

Das Mehrfunktionshaus beruht auf vier Säulen:

- Shop-in-Shop (Vermietung kleiner Flächen an Gewerbetreibende): Das Shop-in-Shop-System bietet den Bürger\*innen ein niedrigschwelliges Angebot und dient als sog. „Türöffner“: Der Shop mit regionalen und handwerklichen Erzeugnissen senkt die Hemmschwelle, in die Drehscheibe zu kommen und weitere Angebote, insbesondere die

sozialen Beratungsangebote, in Anspruch zu nehmen.

- Beratungsangebote (extern): Vermittlung von Angeboten, u. a. der Agentur für Arbeit, Heilpädagogischen Hilfe, Caritas, Deutschen Rentenversicherung und des Landkreises Osnabrück
- Dienstleistungen: Hörgeräteakustiker (ein Beratungstag/Woche), Reinigung/Wäscherei (zwei Abholungen/Woche), Kopierer/Scanner, E-Book- und E-Bike-Ausleihe
- Informationen zu Tourismus- und Kulturangeboten: Flyer-/Prospektwand und Infoterminal<sup>1</sup>



**Uwe Hummert**

Leiter Multifunktionshaus Drehscheibe, Samtgemeinde Neuenkirchen

hummert@neuenkirchen-os.de  
www.neuenkirchen-os.de  
www.facebook.com/  
DrehscheibeNeuenkirchen

<sup>1</sup> Ein kurzer Film vermittelt einen guten Eindruck vom Mehrfunktionshaus: [www.nordsehen.tv/Videos/drehscheibe-neuenkirchen](http://www.nordsehen.tv/Videos/drehscheibe-neuenkirchen)

## Erfolgsfaktoren und Hemmnisse

Zentraler Erfolgsfaktor für das Projekt war die Einrichtung der Lenkungsgruppe, die ein breites Spektrum an Interessen, Kreativität und Offenheit vereint. Gerade die Politik spielt dabei eine wichtige Rolle, denn ohne deren Bereitschaft, die Daseinsvorsorge in der Samtgemeinde Neuenkirchen durch ein solches Projekt zu verbessern, wäre das Projekt nicht so gut gelungen. Auch in Zukunft führt die Samtgemeinde Neuenkirchen das Projekt weiter und finanziert es. Der Drehscheibe stehen u. a. Gelder für Personal, sachliche Ausgaben und für Werbung zur Verfügung.

Die Bürger\*innen sind dem Projekt gegenüber positiv eingestellt und nehmen die Angebote vermehrt wahr, Veranstaltungen sind immer gut besucht. Insgesamt hat sich die Drehscheibe als Treffpunkt für alle Bürger\*innen der Samtgemeinde Neuenkirchen etabliert. Die große Bereitschaft von Verwaltung und Politik, das Projekt mitzutragen, liegt in der hohen Akzeptanz durch die Bevölkerung begründet. Von den örtlichen Gewerbetreibenden wird die Drehscheibe, insbesondere der Shop-in-Shop, als Teil der Gewerbestruktur vor Ort akzeptiert. Sie ist nicht als Konkurrenz, sondern Ergänzung zu anderen Angeboten vor Ort zu sehen.

Dementsprechend soll das Konzept weiter ausgebaut werden, insbesondere durch die Ergänzung der bestehenden Angebote und die Ausweitung der Teilnahme an Festen, Aktionen und Events in der Samtgemeinde Neuenkirchen. Durch die ständige Weiterentwicklung der Angebotskombination sollen immer mehr Menschen angesprochen werden und in die Drehscheibe kommen. Die Dreh-



schreibe wird als ein zentraler Bestandteil der ganzheitlichen Entwicklung der Samtgemeinde Neuenkirchen gesehen. U. a. ist geplant, sie verstärkt in die örtlichen Verwaltungsstrukturen einzubinden und eine engere Zusammenarbeit mit der Gemeinde zu erreichen. Z. B. soll das bestehende Bürgerportal „Open Rathaus“ in die Drehscheibe eingegliedert werden. Auf dieser Plattform können die Bürger\*innen bereits digitale Verwaltungsdienstleistungen in Anspruch nehmen, Termine buchen oder sich für Veranstaltungen anmelden. Außerdem sind die Strukturen der Drehscheibe langfristig ein wichtiges Element in der stra-

tegischen Planung zukünftiger Projekte wie z. B. der sozialen Dorfentwicklung in der Samtgemeinde Neuenkirchen und der geplanten „Dorfküche“ im Nachbarort Voltlage. Zu guter Letzt soll die Arbeit der Drehscheibe auf die anderen beiden Mitgliedsgemeinden ausgeweitet werden. In sog. Satellitenstellen sollen Beratungs- und Informationsmöglichkeiten für die Bürger\*innen angeboten werden. Da dies aber mit einem sehr hohen Aufwand an Organisation und Personal verbunden ist, wird dieser Projektbaustein voraussichtlich nicht in gleichem Umfang wie die Drehscheibe ausgebaut werden können.<sup>2</sup> ■



<sup>2</sup> Am 29.9.2021 wird Projektleiter Uwe Hummert das Mehrfunktionshaus Drehscheibe in der ASG-Online-Seminarreihe „Zukunftsmodell Dorfläden“ vorstellen.