
/// Neues Leben bei und durch „Tante Emma“

TREFFPUNKT DORFLADEN

BARBARA WUNDER /// In vielen Dörfern gibt es mittlerweile nicht mal mehr einen Lebensmittelladen und wer nicht mobil ist, um in den nächst gelegenen Supermarkt zu gelangen, ist somit regelrecht abgehängt. Abhilfe schaffen hier sogenannte Dorfläden, die darüber hinaus auch immer als sozialer Treffpunkt fungieren. Wir haben Barbara Wunder, die Koordinatorin des Dorfladennetzwerkes Donau-Ries dazu befragt.

Politische Studien: Frau Wunder, gibt es bei Ihnen im Landkreis Donau Ries keine Supermärkte mehr oder warum laufen die mittlerweile 10 Dorfläden Ihres Netzwerkes so erfolgreich?

Barbara Wunder: Es wäre toll, wenn wir das Verhältnis Supermärkte – Dorfläden umdrehen könnten. Aber nein, es gibt genügend Supermärkte, auch auf der Fläche. Nichtsdestotrotz

spüren die Dorfbewohner, dass vor allem ein sozialer Treffpunkt im Ort fehlt, eine zentrale Anlaufstelle, beispielsweise mit einem Café und einer Postannahmestelle. Vor allem ist aber auch die Möglichkeit, regionale Produkte kaufen zu können, notwendig. Dies ist immer mehr Verbrauchern wichtig und mit dem großen und vielfältigen Sortiment an regionalen Produkten heben sich die Dorfläden



Quelle: Dorfladennetzwerk Donau-Ries

Der Dorfladen Megesheim ist einer der ältesten im Landkreis und fest im Ortskern etabliert.

von den herkömmlichen Supermärkten ab. Zudem sind Dorfläden preisgünstiger als viele denken – das sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren unserer Dorfläden. Hinzu kommt natürlich das Einkaufserlebnis an sich. Man kennt die Verkäufer, kann bei einem Ratsch Neuigkeiten austauschen und spezielle Produkte bestellen. Auch individuelle Vorbestellungen sind, anders als in Supermärkten,

möglich. Die Vereine am Ort beziehen für Festlichkeiten ebenfalls viele Waren vom Dorfladen. Unser 2016 gegründetes Dorfladennetzwerk, das einzige informelle Dorfladennetzwerk auf Landkreisebene in Deutschland, unterstützt die Dorfläden mit fachlichem Know-how, bietet eine Vernetzungsplattform an und kümmert sich auch um ein umfassendes Marketing für alle Dorfläden.

”

Mit dem großen und vielfältigen Sortiment an **REGIONALEN** Produkten heben sich die Dorfläden von den herkömmlichen Supermärkten ab.



Auf Regionalität zu setzen, hat ideologische, aber vor allem auch WIRTSCHAFTLICHE Gründe.

Warum wollen die großen Ketten, aber auch die kleineren Läden nicht mehr in die kleinen Orte gehen? Die Konsumenten und somit potenziellen Käufer gibt es ja, wie der Erfolg der Dorfläden zeigt.

Die großen Supermärkte und Discounter brauchen eine gewisse Grundgesamtheit an Kunden bzw. ein entsprechendes großes Einzugsgebiet. Wir beobachten aber zunehmend, dass sich eben diese mittlerweile auch in den kleinen Orten ansiedeln, oftmals in Nachbargemeinden von Dorflädenstandorten. Trotzdem sind die Dorfläden erfolgreich, sicherlich auch aus den zuvor genannten Gründen. Notwendig ist aber vor allem auch ein intensives, oft ehrenamtliches Engagement der Dorfladenbetreiber.

Was macht nun den Erfolg des Dorfladens Ihrer Meinung nach aus?

Der (wiedereröffnete) soziale Treffpunkt, sprich ein integriertes Café mit regionalem Kaffee und (hausgemachten) Kuchen, weitere Einrichtungen wie beispielsweise eine Postannahmestelle, ein Zeitschriftenregal, ein Buchhandelverkauf, das Vollsortiment, das in der Regel alle Dorfläden bieten, die große Auswahl an hochwertigen regionalen Produk-

ten in unserem „regionalen Einkaufsregal“, ein oftmals warmer Mittagstisch, ein regionales Bäcker- und Metzgerangebot und das individuelle „Tante Emma“-Einkaufserlebnis. Sozusagen ein Multifunktionsladen für Jung und Alt direkt vor Ort.

Und welche Rolle spielen dabei das Angebotssortiment und der Preis?

Dies spielt eine große Rolle. Einerseits, weil wir in Schwaben sind, andererseits, weil natürlich auch auf dem Land viele Menschen preisbewusst leben und einkaufen wollen. Ein Vollsortiment zu Supermarktpreisen zu bieten, ist daher essenziell. Und dies können die Dorfläden auch leisten. Zusätzlich zu den üblichen Produkten des täglichen Bedarfs gibt es eben die regionalen Produkte aus dem Landkreis Donau-Ries.

Wie sieht die Regionalität genau aus und was bezwecken Sie damit?

Auf Regionalität zu setzen, hat ideologische, aber vor allem auch wirtschaftliche Gründe. Wir wollen damit die Wertschöpfung in der Region halten. Dies hat einen Mehrwert für alle – für die Kunden, die hochwertigen



Die Menschen sind **STOLZ** auf ‚ihren‘ Laden und ‚ihr‘ Dorf.

ge Produkte aus der Region gebündelt an einem Ort kaufen können, für die Dorfläden, die sich damit von Supermärkten abheben können und ihr Sortiment erweitern und damit ein Alleinstellungsmerkmal schaffen und für die Produzenten selbst, die einen weiteren Vertriebsweg erhalten. Zudem wird durch kurze Lieferwege das Klima geschützt und wir erhalten und unterstützen die regionaltypische Kultur- und Naturlandschaft.

Ihr Dorfladenprinzip ist genossenschaftlich organisiert. Wie kann man sich das vorstellen?

Auch dies ist ein Erfolgsgarant für die Dorfläden. Der Laden gehört so niemandem privatwirtschaftlich, sondern dem gesamten Ort bzw. jedem, der an dem genossenschaftlichen Dorfladen Anteile zeichnet. Man kauft damit nicht in irgendeinem (Dorf-)Laden, sondern im eigenen Dorfladen bzw. in „unserem“ Dorfladen ein. Ein Laden von den Dorfbewohnern für die Dorfbewohner. Dass dies nicht ohne erhebliches ehrenamtliches Engagement geht, kann man sich vorstellen. Darauf sind die Dorfläden angewiesen und bei uns funktioniert dies bestens. Die vielen engagierten Dorfladenverantwortli-

chen treffen sich alle drei Monate im Netzwerk, um aktuelle Anliegen und Herausforderungen zu diskutieren, gemeinsame Projekte zu planen, sich zu unterschiedlichsten Themen zu vernetzen und um Ideen auszutauschen. Hier stellen sich auch regelmäßig Direktvermarkter und regionale Produzenten vor, die das Angebot der Dorfläden kontinuierlich erweitern.

Hat das auch Auswirkungen auf das Leben und die Gemeinschaft im Ort?

Die Menschen sind stolz auf „ihren“ Laden und „ihr“ Dorf, das ist emotional und für die gefühlte Versorgung vor Ort enorm wichtig. Es hat aber auch ganz pragmatische Auswirkungen auf den Standort. Eine entsprechende Nahversorgungsmöglichkeit (mit Vollsortiment) vor Ort und ein Café und Bistro mit Mittagstisch stellen einen erheblichen Standortvorteil dar. Dies ist vor allem dann wichtig, wenn es darum geht, Bauplätze und Leerstände zu verkaufen und um neue Bewohner für einen Ort zu gewinnen. Das wiederum hat Auswirkungen auf die Auslastung der vorhandenen Kindergärten, Schulen, Freizeiteinrichtungen, Vereine etc. und somit auch für die strukturelle Aufrechterhaltung eines Ortes.

Wenn der Dorfladen dann noch in einem Leerstand im Ortskern umgesetzt wird, ist das umso besser. Auch das haben einige Dorfläden im Donau-Ries geschafft und somit den Ortskern belebt. Das ist ein Erfolg, der gerade jetzt, in einer Zeit, in der viel über belebte Ortskerne, Leerstandsaktivierung und Wohnen diskutiert wird, hoch geschätzt wird.

Brauchen bzw. vermissen Sie überhaupt noch einen Supermarkt?

Eigentlich bräuchten wir keinen mehr.

Die Fragen stellte Verena Hausner, Stv. Redaktionsleiterin der Politischen Studien und Publikationen, Hanns-Seidel-Stiftung, München. ///



/// BARBARA WUNDER

ist Konversionsmanagerin des Landkreises Donau-Ries in der Stabsstelle Kreisentwicklung, Donauwörth