

Ein Erfolgskonzept für die Nahversorgung

Ein erfolgreiches Team (v. l.): Marlies Schulte (Mitarbeiterin), Sabine Niemeyer (Geschäftsführerin Dorfladen Albaum GmbH), Albrecht Sandholz (Schriftführer Dorfladen Albaum GmbH und 1. Vorsitzender des Heimat- und Fördervereins Albaum) und Stephanie Sandholz (1. Vorsitzende des Vereins Albaumer Dorfladen).



Es ist ein Schicksal, das auf Dauer immer mehr ländliche Regionen ereilt: Schulen und Kindergärten machen dicht, Restaurants und Kneipen schließen, Einkaufsmöglichkeiten und Geschäfte für den täglichen Bedarf fallen weg. Kein Wunder also, dass etliche junge Menschen aus den Dörfern wegziehen und ihr Glück in Städten und größeren Gemeinden suchen. Doch was ist mit denjenigen, die bleiben? Um wenigstens die örtliche Nahversorgung zu gewährleisten, setzen viele Ortschaften auf kleine, in Eigenregie betriebene Geschäfte: die sogenannten Dorfläden. Doch so wunderbar die Idee auch klingen mag, ein großes Manko hat sie. Denn auch diese Einkaufsmöglichkeiten fallen mancherorts bereits wieder weg. Viele der Geschäfte halten nicht durch, scheitern an den Finanzen. Nicht so in Albaum. Trotz aller Trends zeigt der Dorfladen seit sechs Jahren auf eindrucksvolle Weise, wie man erfolgreich sein und ein ganzes Dorf beleben kann.

Noch ist es ruhig im „ALDO“, wie der Albaumer Dorfladen auch liebevoll genannt wird. Es ist 14.45 Uhr, kurz vor Ladenöffnung, und so langsam macht sich Mitarbeiterin Marlies Schulte ans Werk, das Geschäft vorzubereiten. Die Kasse wird überprüft, die Waren in den Regalen werden zu-rechtgerückt und die Kühltheke wird kontrol-

liert – alles eingespielte Handgriffe. Schon kommt die erste Kundin. Man kennt sich, hält ein kurzes Schwätzchen und tauscht sich aus. Denn auch das ist wichtig im Albaumer Dorfladen: nicht nur das Kaufen und Verkaufen, sondern gleichermaßen das Treffen und Austauschen mit anderen. Kein Wunder also, dass der „ALDO“ über die Jah-

re hinweg zu einem wichtigen Treffpunkt für die ganze Ortschaft geworden ist.

Was so einfach und schön klingt, war für alle Beteiligten aber zu Beginn harte Arbeit gepaart mit großer Entschlossenheit, erinnert sich Albrecht Sandholz. Der 1. Vorsitzende des Heimat- und Fördervereins Albaum

ist Mitinitiator des Projektes und nach wie vor im Team eingebunden. „Wir haben den Dorfladen damals innerhalb von sieben Monaten hochgezogen – und das völlig eigenständig vom Dorf finanziert. Es gab keinerlei öffentliche Förderung oder Fremdkapital.“ Ein großer Kraftakt, der zunächst vor Herausforderungen gestellt wurde. Im Februar 2011 gründete sich der Verein „Albaumer Dorfladen“, dessen 150 Mitglieder innerhalb von vier Wochen das Startkapital von rund 28.000 Euro aufbrachten. Hinzu kamen Spenden aus dem Ort von rund 8.000 Euro. „Doch wir hatten ein Problem: Das Amtsgericht in Siegen verweigerte unserem neu gegründeten Verein die Eintragung in das Vereinsregister. Deshalb mussten wir uns schnell etwas anderes überlegen, wenn wir das Projekt doch noch starten wollten“, fasst Sandholz die erste Zeit zusammen. Die Lösung: die Gründung der „Dorfladen Albaum GmbH“. Damit sei es zwar leichter gewesen, habe auf Dauer aber natürlich einige Nachteile: „Die Buchführung ist aufwendig; außerdem müssen wir eine Bilanz erstellen, die kostspielig ist.“ Trotz der genannten Hürden eröffnete innerhalb weniger Wochen – am 18. August 2011 – der Albaumer Dorfladen an der Heinsberger Straße. Bis heute ist sein Erfolg ungeboren.

Denn in all den sechs Jahren hat der Dorfladen immer schwarze Zahlen geschrieben. Durchschnittlich macht er einen Umsatz von 220.000 Euro im Jahr. Die Erträge werden dazu genutzt, das Geschäft zu sanieren und zu modernisieren. Zum Beispiel ist vor drei Jahren in energiesparende Kühlanlagen investiert worden. Momentan wird an ei-

nem Schild für die Außenfassade des Gebäudes überlegt. 13 ehrenamtliche und drei angestellte Mitarbeiter auf 450-Euro-Basis helfen dabei, den Albaumer Dorfladen am Laufen zu halten. Doch für den Erfolg spielt noch etwas anderes eine wichtige Rolle, ist sich Sabine Niemeyer, die Geschäftsführerin der Dorfladen Albaum GmbH, sicher. „Durch die GmbH sind alle 150 Vereinsmitglieder Gesellschafter des Ladens und erwirtschaften sozusagen ihr eigenes Geld, wenn sie hier einkaufen gehen. Das bedeutet, dass die meisten im Dorf ein hohes Interesse daran haben, dass der ‚ALDO‘ bestehen bleibt.“ Ein weiterer Pluspunkt des Ladens ist, dass die Mitarbeiter meist aus dem Ort kommen und sich Kunden und Mitarbeiter so oft kennen. Vor allem ältere Leute fühlen sich dadurch im „ALDO“ direkt heimisch und kommen wieder.

Im Dorfladen gibt es fast alles, was man für den täglichen Bedarf gebrauchen kann – von Lebensmitteln über Hygieneartikel bis hin zum Schulbedarf. „Natürlich tätigen nicht alle Kunden ihren kompletten Wocheneinkauf bei uns“, ergänzt Sandholz. „Das ist auch nicht das alleinige Standbein des Dorfladens. Es geht auch darum, mal eben die vergessene Tube Zahnpasta, Gemüse für das Mittagessen oder Brötchen am Samstagmorgen schnell, nah und unkompliziert kaufen zu können.“ Dabei ist den Verantwortlichen vor allem eines wichtig: Frische. „Das war ein Punkt, den die Leute bei Umfragen immer wieder betont haben: Frische und Regionalität. Deshalb bieten wir auch frisches Fleisch, Eier, Käse oder Honig aus der Umgebung an“, fasst Niemeyer zusammen. Was nicht vorrätig ist oder als SB-Ware in der Frischetheke

liegt, kann meist problemlos (vor-)bestellt werden. „Wir gucken schon, mit welchen Sachen wir unser Grundsortiment erweitern können“, so die Geschäftsführerin. Zum Beispiel läuft gerade eine Bedarfsabfrage nach Babynahrung und Windeln. „Aber erstens können wir – allein schon aus Platzgründen – nicht alle Wünsche erfüllen und zweitens: Nicht alles, was in anderen Läden gut läuft, muss zwangsläufig auch bei uns gut verkauft werden.“ Sie erinnert sich dabei an einen Fall in den Anfangszeiten des Dorfladens. „Wir hatten einmal eine ganz bekannte und eigentlich beliebte Marmeladenmarke im Angebot – die ging bei uns überhaupt nicht weg. Wir haben die Marke dann kurzerhand komplett aus dem Sortiment genommen.“ Albaum habe eben einen ganz eigenen Geschmack, schmünzelt Niemeyer. Zu wissen, welche Produkte sich gut verkaufen ließen, sei ein wichtiger Bestandteil.

Doch trotz der positiven Entwicklungen der letzten Jahre dürfe man nicht aufhören, für das Projekt und damit den eigenen Laden zu werben, schiebt Albrecht Sandholz ein. „Deshalb freuen wir uns über solche Aktionen wie ‚Heimat shoppen!‘“ Das rücke das Dorfladenkonzept noch einmal in den Fokus der Öffentlichkeit. Mehr „Heimat shoppen“ gehe schließlich nicht. „Wir brauchen die Unterstützung der Bürger – ohne funktioniert unser Laden nicht.“ Es brauche aber gleichzeitig auch engagierte Leute in den Dörfern, um solch ein Konzept erfolgreich umsetzen zu können, bilanziert Sabine Niemeyer. „Wichtig ist aber auch der Abstand zum nächstgrößeren Geschäft. Bei uns stimmt einfach beides.“ Genau darin liegt wohl der Erfolg des Albaumer Dorfladens. ck

Albaumer Dorfladen

Adresse:

Albaumer Dorfladen
Heinsberger Straße 35
57399 Kirchhundem

Öffnungszeiten:

Mo. bis Fr.: 8–11 Uhr, 15–17 Uhr
Sa.: 7–11 Uhr

Fakten:

- Die Eröffnung war am 18. August 2011
- Der Dorfladen wurde völlig eigenständig vom Ort finanziert
- Neben dem Verein gibt es eine GmbH
- 150 Vereinsmitglieder sind Gesellschafter
- Es sind 13 ehrenamtliche und drei angestellte Mitarbeiter auf 450-Euro-Basis dort tätig
- Seit einem Jahr gibt es anstelle des Bankautomaten einen Bargeldservice
- Seit dem 8. September gibt es eine Bonuskarte für Einkäufe ab 25 Euro



Das Grundsortiment des Dorfladens wurde zuletzt um zusätzliche Hygieneartikel erweitert. Zurzeit läuft noch eine Abfrage, um den Bedarf an Babynahrung und Windeln zu ermitteln.