



Ortsgemeinde Illerich

Machbarkeitsstudie

Analyse und Ergebnisse zur Betreibung eines Dorfladens
in der Ortsgemeinde Illerich

- Analyse der örtlichen Strukturen
- Auswertung der Haushaltsbefragung
- Einschätzung wirtschaftlicher Potenziale
- Ableitung konzeptioneller Grundgedanken

Gefördert durch:



volker bulitta^b
UNTERNEHMENSBERATUNG

15. Juli 2015

Digitales Exemplar der
Ortsgemeinde Illerich

Inhaltsübersicht

Ausgangslage und Vorgehen	Seite	1
A	Analyse der örtlichen Nahversorgungssituation	Seite 5
	Gemeindestruktur	Seite 5
	Versorgungssituation	Seite 7
	Einkaufsverhalten / Kaufkraftströme	Seite 11
B	Konzeption und Nachfrage	Seite 13
	Standort	Seite 13
	Potenzielle Zielgruppen	Seite 15
	Potenzialabschätzung	Seite 17
C	Beurteilung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit	Seite 25
	Kosteneinschätzung	Seite 25
	Break-even-Berechnung	Seite 29
	Kostensenkung / Intervention Ortsgemeinde	Seite 31
	Beurteilung der Wirtschaftlichkeit	Seite 34
Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen	Seite	36
Nächste Schritte	Seite	47
Anhang – Fragebogen mit Häufigkeitsauswertung	Seite	48

Ausgangslage und Vorgehen

Ausgangslage und Gegenstand der Studie

Die Ortsgemeinde Illerich im Landkreis Cochem-Zell nahm im Oktober 2014 Kontakt zur Volker Bulitta Unternehmensberatung auf. Aufbauend auf Gesprächen mit der nahgelegenen Ortsgemeinde Greimersburg beschäftigten sich Ortsbürgermeister Helmut Braunschädel und der Gemeinderat bereits seit einigen Monaten mit der Aufwertung der dörflichen Nahversorgung.

Eine Versorgung im Vollsortiment mit Gütern des täglichen Bedarfs ist in der Ortsgemeinde Illerich nicht gegeben. Die Metzgerei Schneider, über welche die Ortsbevölkerung sich zumindest im Teilsortiment versorgen konnte, schloss ihre Filiale in Illerich im Sommer 2014. Dies veranlasste Ortsbürgermeister Helmut Braunschädel und die Gemeinderatsmitglieder in Illerich dazu, sich mit Möglichkeiten zur **Wiederherstellung und Sicherung der innerörtlichen Nahversorgung** auseinanderzusetzen.

Nach einer ersten Kontaktaufnahme der Ortsgemeinde mit der Volker Bulitta Unternehmensberatung, erfolgte auf Basis eines Gemeinderatsbeschluss im Februar 2015 die Beauftragung zur Erstellung einer Machbarkeitsstudie im Rahmen des Landesprojekts M.Punkt RLP.

Die Gemeinde möchte prüfen lassen, **ob sich ein Dorfladen in Illerich wirtschaftlich tragfähig – d.h. langfristig kostendeckend – betreiben lassen kann**. Im Hinblick auf dieses Ziel ist im Rahmen dieser Machbarkeitsstudie auch die grundsätzliche Ausrichtung des möglichen Ladens in Abhängigkeit der relevanten Zielgruppen sowie der dadurch anzustrebenden Sortimentsschwerpunkte zu erörtern. Das vorgesehene Ladenlokal befindet sich an der Kaisersescher Straße, nahe der Kreuzung zur Hauptstraße.

Die Analysen im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurden maßgeblich durch die Ergebnisse einer **Haushaltsbefragung** gestützt. Die schriftliche Vollerhebung unter allen Haushalten von Illerich wurde im Mai 2015 durchgeführt. Die Auswertung der Fragebögen erfolgte durch die Volker Bulitta Unternehmensberatung.

Weitergehende Informationen wurden durch die Ortsgemeinde Illerich zusammengestellt. Darüber hinaus wurden durch die Volker Bulitta Unternehmensberatung **Umfeld-Recherchen** durchgeführt und geeignete **statistische Quellen** zur Generierung belastbarer Daten herangezogen.

Zusätzlich wurden zur Erstellung der Machbarkeitsstudie am 3. Dezember 2014 Gespräche vor Ort in Illerich mit Vertretern der Ortsgemeinde geführt. In diesem Zusammenhang wurden eine Begehung der Ortsgemeinde und eine äußerliche Besichtigung des geplanten Standortes vorgenommen. Hieraus konnten erste Eindrücke über die im Ort vorhandenen Strukturen und die Intensität des Dorflebens gewonnen werden. Ferner ließen sich qualitative Rückschlüsse über den tatsächlichen Bedarf eines Dorfladens in Illerich gewinnen.

Aufbau der Machbarkeitsstudie

Ausgangspunkt der Studie bilden 3 Analyse-Phasen:

- A Der **Analysebereich A** stellt die aktuelle Versorgungssituation in der Gemeinde dar und zeigt auf, welche Einkaufsmöglichkeiten im Sinne der Grundversorgung in der Umgebung vorhanden sind. Diese angebotsbezogene Analyse und Sichtweise wird in Analysephase B im Rahmen der Betrachtung möglicher Zielgruppen um die Nachfrageseite ergänzt.

Mit der Aufarbeitung und Darstellung der Orts- und Umfeldstruktur hinsichtlich bevölkerungsstatistischer Daten, der Ortslage und der Versorgungssituation soll sichergestellt werden, dass die vorliegende Studie von verschiedenen Zielgruppen (auch außerhalb der Gemeinde) inhaltlich nachvollzogen werden kann.

- B **Analyse B** geht auf den möglichen Standort und die damit verbundene, zu erwartende Nachfrage ein. Eine differenzierte Darstellung der möglichen Zielgruppen eines Dorfladens bildet die Basis zur Ermittlung von Kunden- und Umsatzpotenzialen. Die Zielgruppenanalyse dient ferner der Ableitung sinnvoller Sortiments- und Angebotskomponenten in einem Dorfladen.

Anhand der definierten Zielgruppen wird ein Kunden- bzw. Umsatzpotenzial ermittelt, welches insbesondere auf den Ergebnissen der Haushaltsbefragung basiert.

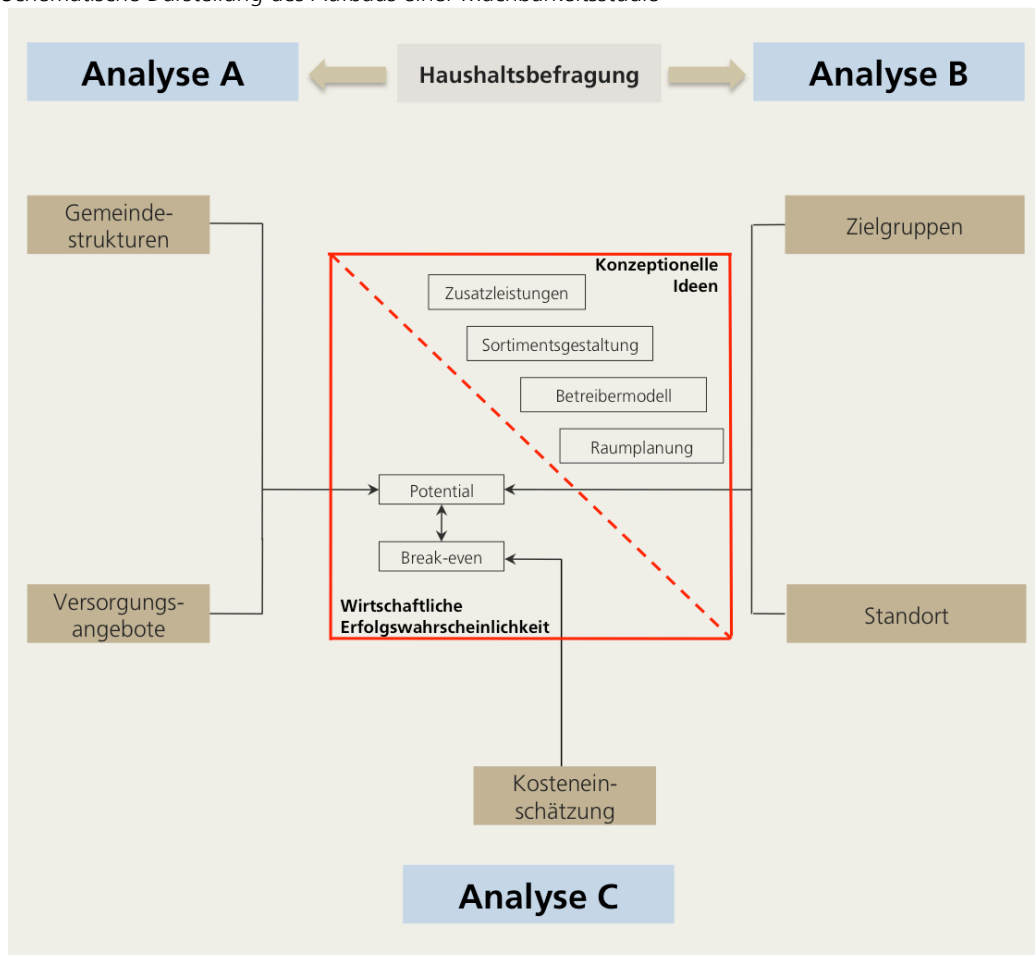
- C **Analyse C** erörtert die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines möglichen Ladens. Die Ermittlung der Kosten bildet den zentralen Ausgangspunkt zur Einschätzung der Wirtschaftlichkeit. Hierbei werden auch mögliche Einsparungen durch das Engagement der Ortsgemeinde und die Bürgerschaft erörtert und bei den Berechnungen berücksichtigt.

Das berechnete Umsatzpotenzial gibt im Abgleich mit der Kosteneinschätzung Aufschluss über die wirtschaftliche Machbarkeit zur Errichtung und Betreibung eines Nahversorgungsgeschäfts in der Ortsgemeinde Illerich.

Die Ableitung **von Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen** basiert vorrangig auf den Ergebnissen der Analysephasen A, B und C sowie der durchgeführten Haushaltsbefragung. Für die Gestaltung eines möglichen Dorfladens oder anderweitiger Lösungsansätze werden Empfehlungen hinsichtlich der Sortimentsgestaltung, zu integrierender Zusatzleistungen sowie des Betreibermodells gegeben.

Im Rahmen dieser Studie können jedoch nur erste Ideen entwickelt und dargestellt werden. Eine konzeptionelle Ausarbeitung zur Erstellung eines Detailkonzepts muss zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen, wenn der grundsätzliche Entschluss zur Umsetzung eines solchen Vorhabens gefasst bzw. entsprechende Voraussetzungen geklärt wurden.

Schematische Darstellung des Aufbaus einer Machbarkeitsstudie



Quelle: Eigene Darstellung.

Haushaltsbefragung als ein wesentliches Analyseelement

Die im Frühjahr 2015 in der Gemeinde Illerich durchgeführte **Haushaltsbefragung** ist wesentlicher Bestandteil der verschiedenen Analysephasen. Die hier gewonnenen Daten wurden nach statistischen Methoden ausgewertet und auf ihre Objektivierbarkeit hin überprüft.

Die Befragung verfolgt das Ziel, die Konsum- und Kaufgewohnheiten der Bewohner detailliert zu erfassen und hinsichtlich der wirtschaftlichen Tragfähigkeit eines möglichen Dorfladens auszuwerten. Weiterhin können Erkenntnisse über die konzeptionelle Ausgestaltung der zu errichtenden Angebote gewonnen werden. Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung fließen direkt in die jeweiligen Analysen – insbesondere in Bezug auf die Kaufkraftströme und die Ermittlung des möglichen Umsatzpotenzials – ein.

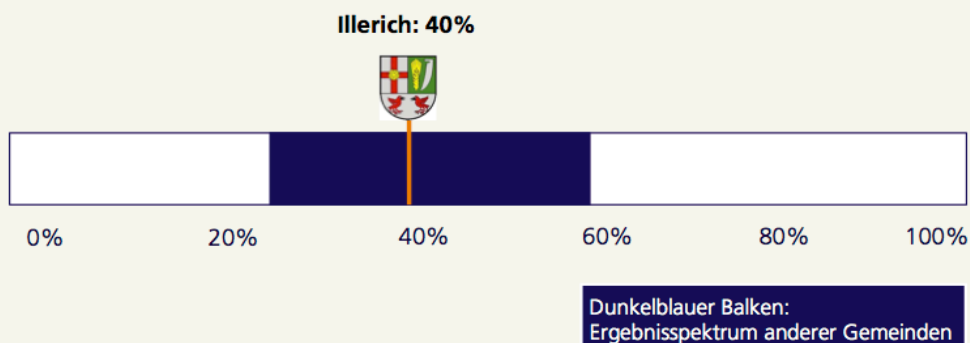
Der vollständige Fragebogen mit entsprechender Häufigkeitsauswertung ist diesem Bericht im Anhang beigefügt. Relative, prozentuale Häufigkeitsangaben beziehen sich, sowohl im Text als auch in der Dokumentation im Anhang, stets auf die Gesamtanzahl der gültigen Antworten. Diese Gesamtanzahl kann zwischen den einzelnen Fragen variieren und entspricht im Maximum der Anzahl der abgegebenen Fragebögen. Somit sind nur die Befragten in die jeweilige Auswertung einbezogen, die auf eine Frage in den jeweiligen angebotenen Antwortkategorien eine gültige Antwort abgegeben haben.

Insgesamt haben **121 Haushalte** an der Befragung teilgenommen. Dies entspricht bei einer Gesamtzahl von ca. 300 Haushalten in Illerich einer **Rücklaufquote von 40%** (siehe Abbildung unten – Ergebnis Illerich jeweils dargestellt mit Gemeindewappen; blauer Balken: Ergebnisspektrum in anderen Ortsgemeinden, bereinigt um Ausreißer). Bei einer derartigen Rücklaufquote kann von einer **repräsentativen Umfrage** gesprochen werden, die die Ableitung stabiler Erkenntnisse und Empfehlungen ermöglicht. Es ist jedoch gleichzeitig anzumerken, dass es sich – im Vergleich zu Rücklaufquoten in anderen Gemeinden – um eine leicht unterdurchschnittliche Beteiligung handelt.

Rücklaufquote der Haushaltsbefragung

Rücklaufquote der Haushaltsbefragung

gemessen an der Anzahl zurückgegebener Fragebögen (121) in Bezug auf die Gesamtzahl der Haushalte in Illerich (ca. 300)



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

A Analyse der örtlichen Nahversorgung

Gemeindestruktur

Lage

Die Ortsgemeinde Illerich liegt im Landkreis Cochem-Zell und gehört der Verbandsgemeinde Kaisersesch an. Durch die Gemeinde verläuft die Landesstraße L107, welche die Ortsgemeinden Pommern und Landkern verbindet, sowie die Kreisstraße K24, über die man nordwestlich in ca. 6 Kilometer Entfernung das Unterzentrum Kaisersesch sowie die zwischen Illerich und Kaisersesch gelegene Autobahn A 48 erreicht. In anderer Richtung gelangt man in ca. zwei Kilometern in die Nachbargemeinde Wirfus (siehe hierzu auch die geografische Übersicht auf Seite 7).

Bevölkerung

Die Struktur der – gemäß den Daten des statistischen Landesamtes – 702 Einwohner zählenden Ortsgemeinde (Stand: 31.12.2013) weist **signifikante Abweichungen** vom rheinland-pfälzischen Durchschnitt auf. Sämtliche jüngere Altersgruppen sind in Illerich überdurchschnittlich vertreten, wobei insbesondere die Altersgruppe der 35- bis 50-Jährigen mit etwa 3,5% deutlich überdurchschnittlich ausgeprägt ist.

Dies lässt auf einen verhältnismäßig **großen Anteil junger Familien** schließen. Gerade diese sind als eine potenziell ausgabenkräftige und tendenziell qualitätsorientierte Zielgruppe interessant für einen Dorfladen.

Daten zur Bevölkerungsstruktur in Illerich

			Σ	%	RLP Ø
Bevölkerungszahl			702		

Verteilung nach Altersklassen					
0-20 Jahre			137	19,5%	18,3%
20-35 Jahre			126	17,9%	17,6%
35-50 Jahre			169	24,1%	20,7%
50-65 Jahre			154	21,9%	22,7%
65-80 Jahre			88	12,5%	15,0%
Über 80 Jahre			28	4,0%	5,6%

Quelle: Eigene Darstellung auf Datenbasis des statistischen Landesamtes RLP, Stand 12.2013.

Entsprechend unterdurchschnittlich ausgeprägt ist der Anteil an älteren Menschen in Illerich. Auch wenn ältere Menschen aufgrund ihrer wertbezogen geringeren Einkaufsbedürfnisse nur zu einem begrenzten Anteil für die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Dorfladens in Illerich beitragen können, sollte diese Zielgruppe bei der Konzeption des Dorfladens besondere Berücksichtigung finden, da insbesondere sie auf eine Nahversorgungsmöglichkeit im engeren Sinne angewiesen sind.

Die **702 Einwohner** (Stand: 2013) verteilen sich auf etwa **300 Haushalte**. Durchschnittlich leben in Illerich somit ca. 2,3 Personen pro Haushalt. Dieser Wert spiegelt den rheinland-pfälzischen Landesdurchschnitt ähnlich großer Gemeinden wider.

Infrastruktur

In Bezug auf die Angebote zur Daseinsvorsorge für die Ortsbevölkerung hat die Ortsgemeinde keine ausgeprägte Infrastruktur vorzuweisen. Lediglich einige mobile Versorger fahren die Ortsgemeinde zu mehr oder weniger regelmäßigen Zeiten an und bieten insbesondere Frischwaren zum Kauf an.

In Illerich prägen 7 Vereine das Dorfleben mit. Der mitgliederstärkste Verein ist die freiwillige Feuerwehr Illerich mit etwa 160 Mitgliedern, gefolgt vom Spielmannszug mit etwa 140 Mitgliedern. Verhältnismäßig starke Mitgliederzahlen weisen zudem der Sportverein sowie der Karnevalsverein auf, außerdem besteht ein Netzwerk durch den Mütterverein. Gemessen an der thematischen Vielfalt ist das Vereinsleben in der Ortsgemeinde Illerich somit, im Vergleich zu anderen Gemeinden in Rheinland-Pfalz, als eher unterdurchschnittlich zu beurteilen.

Dementgegen finden über das Jahr verteilt in Illerich allerdings außergewöhnlich viele Feste und Veranstaltungen statt, welche zumeist unter Obhut der Vereine – teilweise in Zusammenarbeit mit der Gemeindeverwaltung – geplant und durchgeführt werden. Die Ausstrahlung und das Engagement der Illericher Vereine sind somit als besonders ausgeprägt zu beurteilen.

Ein ausgeprägtes Vereinsleben darf erfahrungsgemäß als Indikator für einen hohen Zusammenhalt und eine Verbundenheit der Bevölkerung gewertet werden. Der Gemeinde Illerich kann im Vergleich zu ähnlich strukturierten Gemeinden in Rheinland-Pfalz ein **überdurchschnittlich** aktives **Vereinsleben** attestiert werden. Dies deutet auf eine eher überdurchschnittlich intensive Ortsverbundenheit und -zugehörigkeit der Einwohner hin, was als grundsätzlich positiv für die Nutzung der örtlichen Versorgungsstrukturen zu bewerten ist.

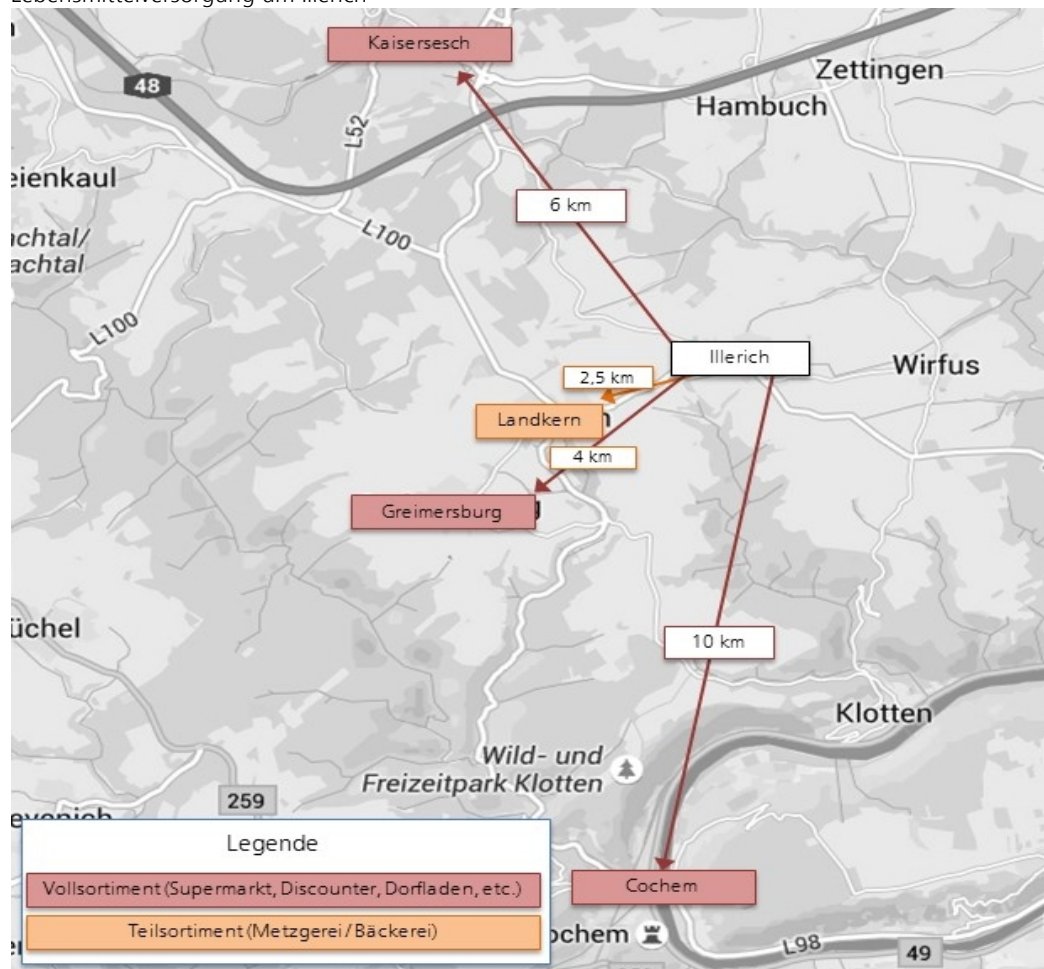
Versorgungssituation

Übersicht der Angebotsstruktur

Eine Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs im Vollsortiment ist in Illerich nicht möglich. Lediglich einige mobile Versorger im Teilsortiment, insbesondere Bäcker und Metzger, beliefern die Ortsgemeinde wöchentlich.

Das nächste Geschäft zur Versorgung im Vollsortiment stellt der Dorfladen im etwa vier Kilometer entfernten Greimersburg dar, während auf der Hälfte der Strecke, in Landkern, bereits eine Versorgung im Teilsortiment, insbesondere im Frischebereich, möglich ist.

Lebensmittelversorgung um Illerich



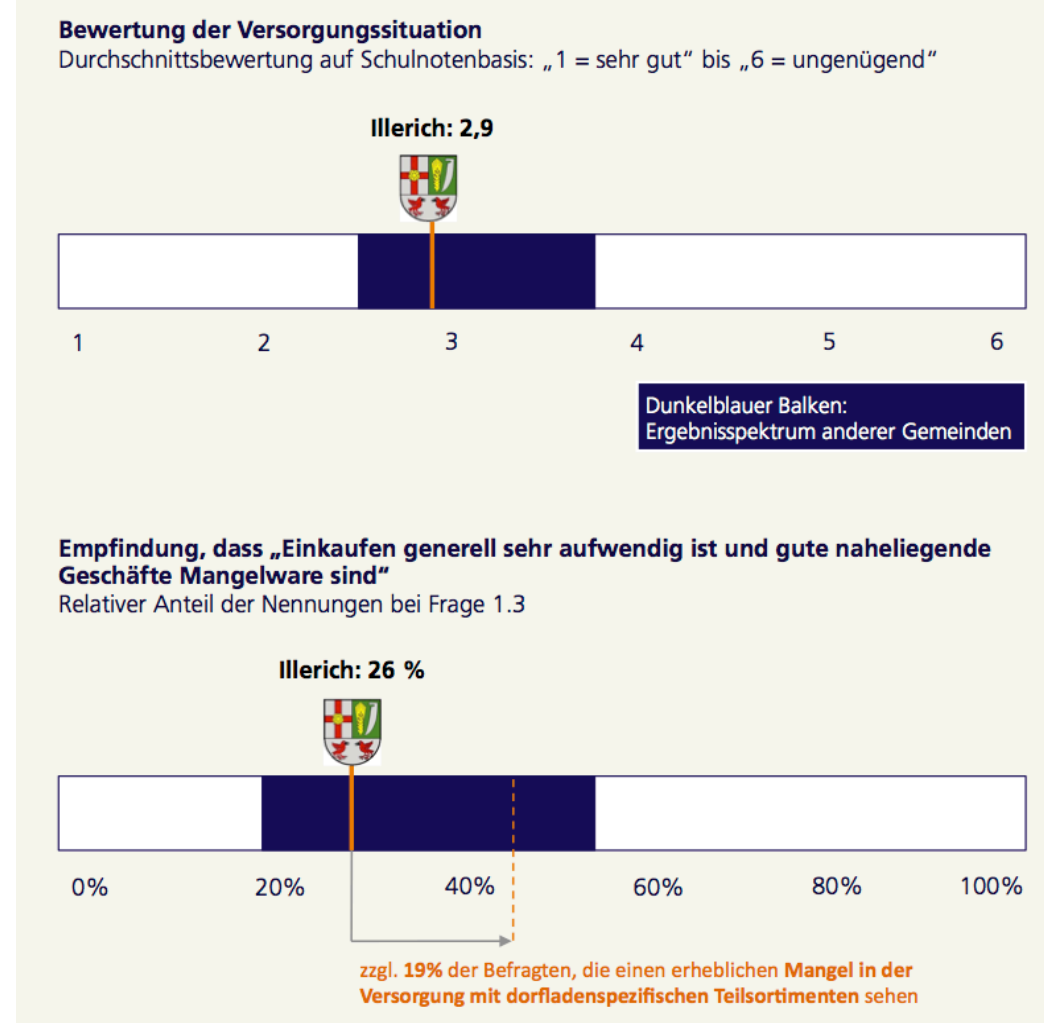
Quelle: Google maps, eigene Weiterbearbeitung.

Weitere Geschäfte zur Versorgung im Vollsortiment (Supermärkte, Discounter) finden sich in dem etwa 6 Kilometer entfernten Kaisersesch sowie in der südlich gelegenen Stadt Cochem (Wegstrecke von ca. 10 Kilometer). Die umfassenderen Angebote in Koblenz sind für die Einwohner von Illerich in ca. 50 Kilometern zu erreichen.

Bewertung der Versorgungssituation

Hinsichtlich der momentanen, subjektiv wahrgenommenen Versorgungssituation äußern sich die Illericher Bürger als tendenziell zufrieden. Die Situation wird auf einer Schulnotenskala mit der Note 2,9 im Durchschnitt beurteilt und ist damit im Vergleich zu anderen, vergleichbar strukturierten Gemeinden in Rheinland-Pfalz, als leicht überdurchschnittlich – in Bezug auf die wahrgenommene Zufriedenheit – einzustufen.

Bewertung der Versorgungssituation in Illerich im Vergleich zu anderen Gemeinden in Rheinland-Pfalz



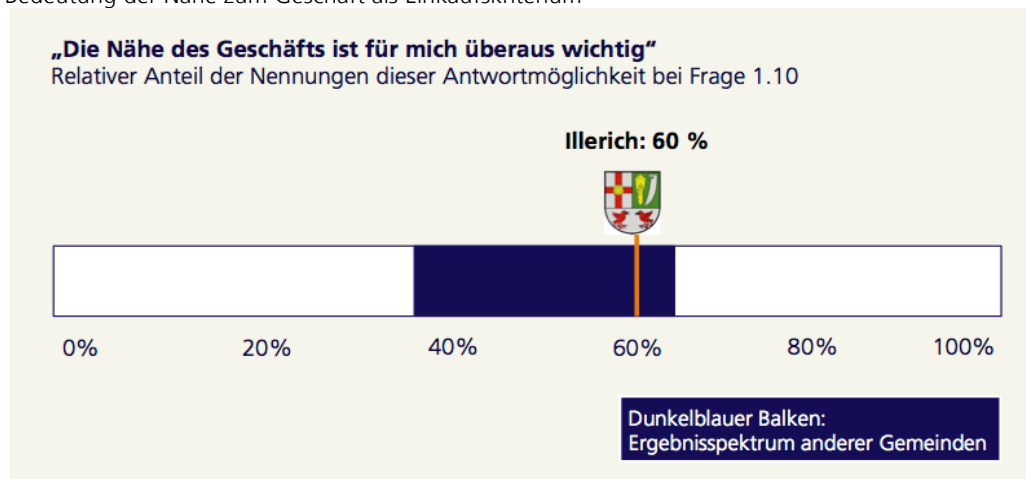
Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Die Bewertung der Zufriedenheit ist allerdings differenziert zu betrachten. Dies zeigen die Ergebnisse zu den weiteren Fragen. Etwa jeder vierte Haushalt empfindet das Einkaufens insgesamt als sehr aufwendig. Auch dieser Anteilswert ist im Gemeindenvergleich leicht unterdurchschnittlich ausgeprägt und kann durch die verhältnismäßig nah gelegenen Geschäfte zur Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in Kaisersesch und Landkern erklärt werden.

Hierbei ist allerdings zu beachten, dass weitere 19% der Befragten Versorgungsmängel in dorfladenrelevanten Teilsortimenten wahrnehmen (hier insbesondere Frischeprodukte wie z.B. Backwaren). Insgesamt zeigt sich somit bei **nahezu der Hälfte der Befragten eine nicht zufriedenstellende Situation** in Bezug auf dorfladenspezifische Versorgungselemente. Hier noch nicht berücksichtigt sind mögliche Mängel bei anderen Bereichen, wie Dienstleistungen oder Kommunikationsbedürfnissen, die durch einen Dorfladen behoben werden könnten.

Ein Grund hierfür kann – neben Frische- und Qualitätsaspekten – die **sehr große Bedeutung der Nähe des Geschäfts zum Haushalt** für die Illericher Bürger sein. 60% der Haushalte zählen dies zu den wichtigsten Kriterien bei der Einkaufsentscheidung (siehe Grafik auf nachfolgender Seite). Ein derartiger Anteilswert liegt am oberen Ende der Erfahrungswerte aus anderen Gemeinden und wird in Illerich nicht nur durch die ältere Bevölkerung hervorgerufen, sondern charakterisiert auch die Einstellungen zum Einkaufen bei der jüngeren und mobilen Bevölkerung.

Bedeutung der Nähe zum Geschäft als Einkaufskriterium



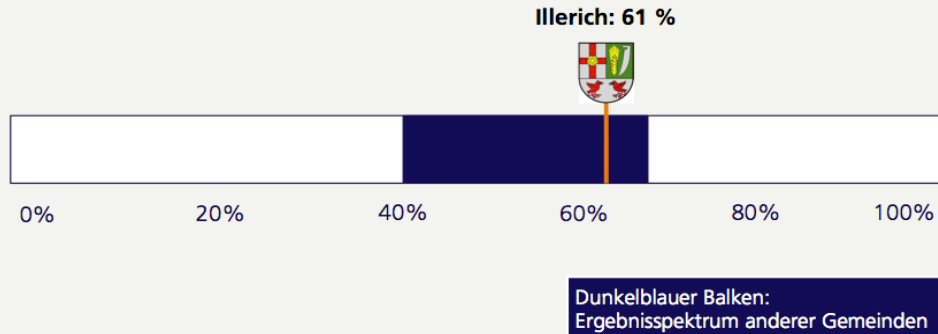
Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Die vorgenannten Einstellungsmerkmale der Bürger zum Einkaufen resultieren darin, dass **61% der Befragten in der Neueröffnung eines Dorfladens eine wesentliche Erleichterung** der Einkaufssituation in ihrem Haushalt sehen. Dies ist im Vergleich zu Befragungen in anderen Gemeinden ein deutlich überdurchschnittlicher Wert und ist als ein **sehr positives Signal** zu werten (siehe Abbildung auf nachfolgender Seite). Im Hinblick auf einen Dorfladen ist gerade diese subjektive Wahrnehmung entscheidend, nicht die faktische objektive Angebotsstruktur.

Wahrgenommene Erleichterung der Versorgung durch die Neueröffnung eines Dorfladens

„Erleichterung der Einkaufssituation für den Haushalt durch die Neueröffnung eines Ladens in Illerich“

Relativer Anteil der Nennungen dieser Antwortmöglichkeit bei Frage 1.14



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Einkaufsverhalten / Kaufkraftströme

Verknüpft man die Ergebnisse der Auswertung 1.6. (Angabe zur Nutzung der Geschäfte) mit allgemeinen Daten der Kaufkraft und des Konsumverhaltens privater Haushalte in Rheinland-Pfalz, lassen sich die getätigten Ausgaben der Haushalte geografisch verorten.

Die im Folgenden dargestellte Erörterung der Kaufkraftströme bezieht sich ausschließlich auf die in diesem Kontext relevanten **Ausgaben für supermarktrelevante Produkte**. Hierin inbegriffen sind insbesondere Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, Drogerieprodukte sowie Gebrauchsgüter zur Haushaltsführung und Zeitschriften.

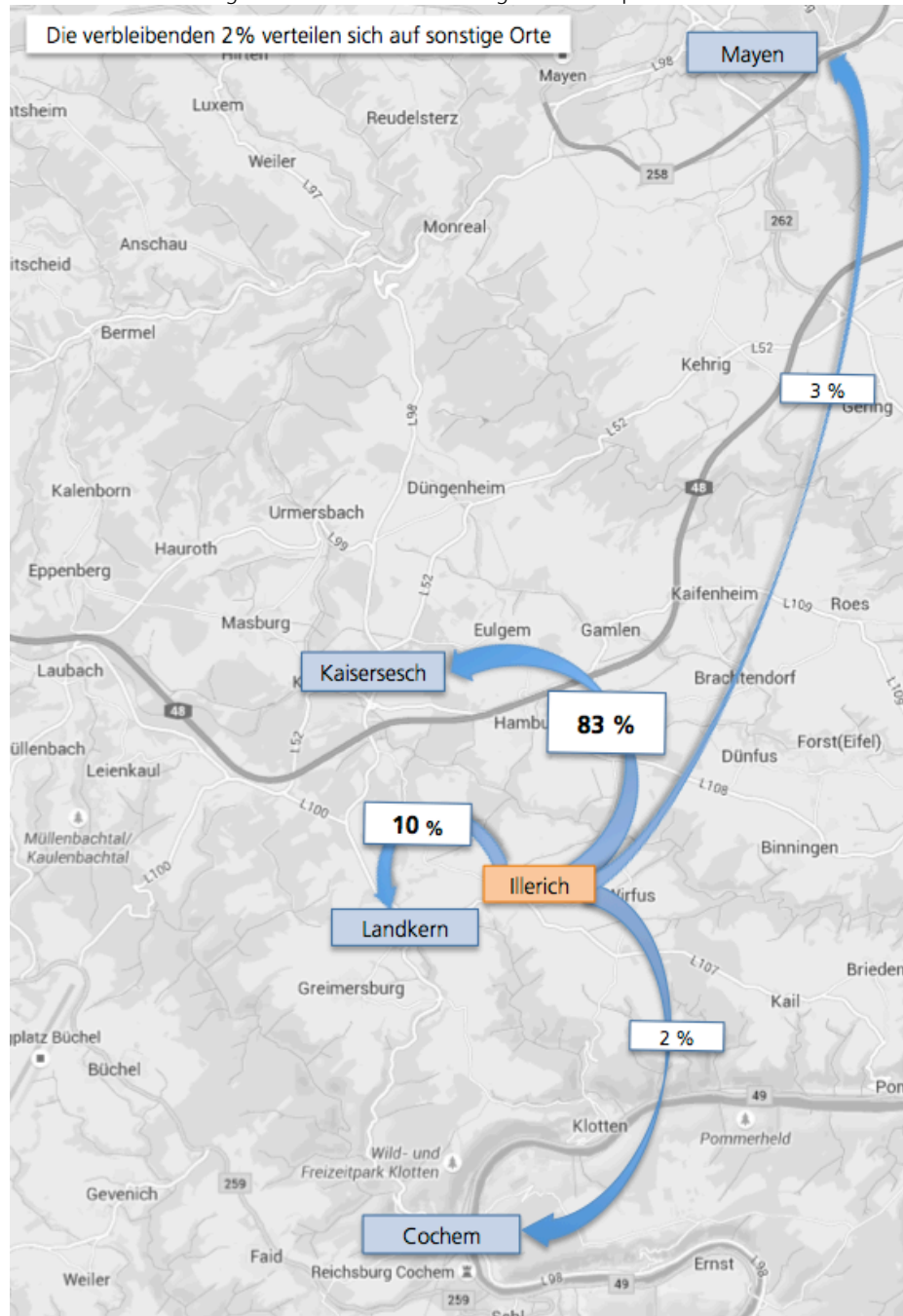
Bei der Darstellung auf der nachfolgenden Seite handelt es sich um eine näherungsweise Abschätzung der anteiligen Ströme auf Basis des Antwortverhaltens. Abweichungen in Bezug auf die Gesamtheit aller Haushalte sind hier möglich, eine grundsätzliche Erkenntnis lässt sich aber auf dieser Basis ableiten.

Insgesamt zeigt sich, dass sich das aktuelle Einkaufsverhalten erwartungsgemäß überwiegend auf das nahe gelegene Mittelzentrum Kaisersesch konzentriert. Hier werden durch die Befragten ca. 83% der Ausgaben für supermarktrelevante Produkte getätigt. Die Nutzung von Supermärkten und den günstigeren Discountern ist dabei nahezu ausgewogen.

Auffallend ist darüber hinaus die intensive Nutzung der Fachgeschäfte zur Frischwarenversorgung in Landkern – trotz der umfassenden Angebote im ohnehin oft frequentierten Kaisersesch. Offensichtlich sind hier die angebotene Qualität der Waren sowie die Nähe der Versorgungsangebote von entscheidender Bedeutung. Aus der Auswertung ergibt sich, dass 28% der Befragten ihre Backwaren vorwiegend in Landkern einkaufen, während es bei den Fleisch- und Wurstwaren sogar 45% sind. Somit entfallen näherungsweise 10% der Gesamtausgaben für supermarktrelevante Produkte auf die Angebote in Landkern.

Andere Versorgungsziele werden kaum in Anspruch genommen. Selbst die nahe gelegene Kreisstadt Cochem wird nur in wenigen Einzelfällen als Einkaufsziel genutzt.

Kaufkraftströme befragte Haushalte Illerich – Ausgaben für supermarktrelevante Produkte

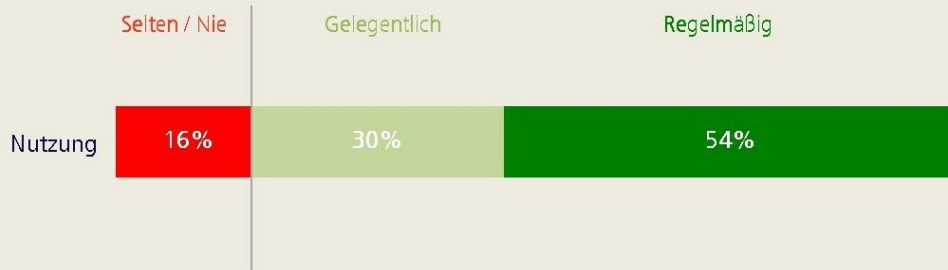


Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der Haushaltsbefragung / Hintergrund: google maps.

Annähernd 85% der Befragten nutzten für den Einkauf der Fleischwaren in der Vergangenheit – bis zum Zeitpunkt ihrer Schließung – vornehmlich die in Illerich gelegene Metzgerei Schneider. Dies unterstreicht nochmals die Relevanz der Nähe als ein vorrangiges Kriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte (siehe nachfolgende Abbildung).

Einkäufer aus Illerich bei der ehemaligen Metzgerei Schneider

Nutzung der ehemaligen Metzgerei Schneider in Illerich
Relativer Anteil der Nennungen bei Frage 1.7



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

B Konzeption und Nachfrage

Im weiteren Verlauf der Studie ist nun zu prüfen, ob der wahrgenommene Mangel die Errichtung eines Dorfladens auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten rechtfertigt. Im Folgenden wird daher das mögliche wirtschaftliche Potenzial für ein Nahversorgungsgeschäft / einen Dorfladen in der Ortsgemeinde Illerich eingeschätzt.

Über die Analyse des Standortes werden die möglichen Zielgruppen eines Ladens beurteilt. Diese bilden die Basis zur differenzierten Potenzialermittlung. Im Fokus der Potenzialermittlung stehen die Einwohner von Illerich. Anhand der Befragungsergebnisse werden die Illericher Haushalte hinsichtlich ihrer Relevanz als Kunden für einen möglichen Dorfladen klassifiziert. Das darüber ermittelte Umsatzpotenzial wird unter Berücksichtigung weiterer Einflussfaktoren bewertet und um die nicht teilgenommenen Haushalte ergänzt. Zusätzlich werden mögliche zusätzliche Kundengruppen erörtert. Dies ermöglicht eine abschließende Aussage über die Chancen für einen wirtschaftlich tragfähigen Betrieb eines Ladens am vorgesehenen Standort.

Standort

Der mögliche Standort eines künftigen Dorfladens liegt am westlichen Ortsrand, nahe dem Kreuzungsbereich der Landesstraße L107 mit der Kreisstraße K24 und damit in kurzer Entfernung zum Dorfgemeinschaftshaus und dem Dorfplatz.

Auch wenn der Siedlungsbereich von Illerich den Standort des möglichen Dorfladens nicht gleichmäßig umschließt, ist dieser für die Haushalte **als fußläufig gut erreichbar zu bewerten**. Die Lage in der Nähe zum Dorfgemeinschaftshaus und dem Dorfplatz ist zusätzlich interessant, um Synergieeffekte durch die Nutzergruppen dieser Einrichtungen zu generieren.

Das potenzielle Ladenlokal hat eine **Fläche von rund 85 qm Verkaufsfläche** zuzüglich einiger kleinerer Funktionsräume und einer Teilunterkellerung. Hinter dem möglichen künftigen Dorfladen befindet sich eine kleine Freifläche, Parkmöglichkeiten sind begrenzt vor dem Haus verfügbar.

Bei der Wahl der Größe und Aufteilung des Ladens sind – neben der auf die Gemeindegröße sowie die zielgruppenrelevanten Bedürfnisse abgestimmten Sortiments- und Angebotsgestaltung – vor allem auch die Aspekte **Übersichtlichkeit** und **Bedienbarkeit** zu berücksichtigen. Theken, Kasse und Regale sollten derart angeordnet sein, dass der Betrieb des Ladens durch **eine Verkaufskraft** möglich ist.

Die weitergehenden Analysen beziehen sich somit auf eine Verkaufsfläche von 85 qm, die genaue Einteilung dieser sowie zusätzlicher Flächen (Lager, Verzehr- und Kommunikationsbereich, ggf. Spielecke für Kinder, etc.) muss im Rahmen der konzeptionellen Ausgestaltung und Planung des Dorfladens festgelegt werden.

Ein **detailliertes Flächennutzungskonzept** kann an dieser Stelle noch nicht weiter beschrieben werden. Hierzu müssen das Warensortiment bestimmt und weitere zusätzlich zu integrierende Leistungen festgelegt werden. Gedanken und Ideen hierzu werden im Kapitel *Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen* skizziert, eine Vertiefung und Ausarbeitung kann jedoch im Rahmen der Prüfung der wirtschaftlichen Machbarkeit noch nicht geleistet werden.

Geografische Lage der potenziellen Standorte für einen Dorfladen in Illerich



Quelle: Google maps, eigene Weiterbearbeitung.

Potenzielle Zielgruppen

Zur Bestimmung der möglichen Zielgruppen eines Ladens in Illerich muss zunächst Klarheit über den **möglichen Mehrwert / Nutzen eines entsprechenden Dorfladens** geschaffen werden.

Ein Dorfladen nach heutigem Verständnis ist eine Anlaufstelle zur stationären Versorgung in verhältnismäßig schwach besiedelten Räumen, die allerdings weit über den reinen Versorgungsaspekt hinausgeht. Zu den Zielgruppen können nicht nur ältere und immobile Menschen gehören – denn allein über diese ist eine wirtschaftlich tragfähige Betreuung eines Nahversorgungsgeschäfts nicht möglich. Ein Dorfladen muss vor allem auch junge Familien und sonstige Kundengruppen – je nach Lage und Ausrichtung der Gemeinde und des Standortes – ansprechen und überzeugen. Diese potenziellen Kunden sind überwiegend hochgradig mobil und der Weg zum nächsten Supermarkt oder Discounter ist für sie leicht zu bewältigen.

Im Sinne der Nachhaltigkeit ist es also zwingend erforderlich, kaufkräftige Zielgruppen für einen Dorfladen zu definieren und diese konzeptionell in die Ladengestaltung und das zu entwickelnde Waren- und Leistungsangebot einzubinden. Auf diese Art müssen zielgruppenorientierte „Mehrwerte“ gegenüber größeren Supermärkten und Discountern, welche ihre Kunden vor allem über eine große Produktpalette und niedrige Preise gewinnen, geschaffen werden.

Da ein Dorfladen in Sachen Preis und Produktvielfalt nicht mit einem größerflächigen Supermarkt oder Discounter konkurrieren kann, müssen andere Vorteile das Angebot und Erscheinungsbild eines Dorfladens bestimmen.

Ein grundsätzlicher Vorteil eines Dorfladens gegenüber einer entfernt liegenden Versorgungseinrichtung ist seine räumliche Nähe zur Bevölkerung des Dorfes – aber dies allein reicht nicht aus. Von besonderer Bedeutung sind hier vielmehr Aspekte wie **Qualität, Regionalität, Zusatzangebote und Persönlichkeit / Kommunikation**. Die Schaffung eines Mehrwertes muss sich im Fall von Illerich in erster Linie an den Bedürfnissen der Einwohner ausrichten.

Die Ortsbevölkerung stellt die zentrale Zielgruppe des Ladens dar und steht daher im Mittelpunkt der geplanten Ausrichtung (Zielgruppe I im Rahmen der Potenzialabschätzung).

Zusätzlich zur Ortsbevölkerung sollte stets angestrebt werden, weitere Zielgruppen anzusprechen, welche die Betreuung eines Ladens auf „wirtschaftlich stabilere Füße“ stellen. Zu diesen sonstigen, potenziellen Kunden für einen Dorfladen in Illerich zählen insbesondere:

- Durchgangsverkehr / Pendler zur Autobahn bzw. nach Kaisersesch
- Vereine als Kunden, z.B. im Rahmen von Veranstaltungen und Festen

Potenzialabschätzung

Die Abschätzung eines möglichen Umsatzpotenzials basiert insbesondere auf den Ergebnissen der im Mai 2015 in Illerich durchgeführten Haushaltsbefragung. Bei der Bewertung möglicher zusätzlicher Potenziale durch andere Zielgruppen wird stets abgewogen, inwieweit diese als stabil und zuverlässig einzustufen sind. Eher unsichere Potenziale werden nicht quantifiziert, sondern dienen lediglich im Bedarfsfall zur Abschätzung ihrer Eignung zur Deckung einer möglichen Umsatzlücke.

I Einwohner

Die Auswertung der Haushaltsbefragung zeichnet die **potenzielle Nutzungsintensität** verschiedener Nutzergruppen innerhalb der Teilnehmer auf. Wie bereits im Rahmen der Zielgruppenanalyse dargelegt, ist die generelle Nutzung des Dorfladens von spezifischen Erfolgsfaktoren abhängig. Ein adäquates, an den Bedürfnissen der Einwohner ausgerichtetes Angebot sowie die notwendige Freundlichkeit und Serviceorientierung des Betreibers bzw. der angestellten Verkäufer ist ein Muss für den Erfolg eines Dorfladens und soll an dieser Stelle vorausgesetzt werden.

Trotzdem wird es Einwohner geben, die den Laden gar nicht oder nur für Produkte nutzen, die sie beim Großeinkauf vergessen haben. Andere wiederum würden einen Großteil ihrer Einkäufe – vor allem im Bereich der Frischeprodukte – im Dorfladen tätigen. Die unterschiedliche Nutzung ist zum einen vor allem auf die grundsätzliche **Einstellung zum Einkaufen und zur Ernährung** sowie dem **Einkaufsverhalten** zurückzuführen. Diese Faktoren wurden über den Fragebogen erfasst und werden in einem ersten Schritt ausgewertet. Ergebnis ist die Kategorisierung jedes Haushaltes in Bezug auf die potenzielle Nutzungsintensität eines Ladens in Illerich.

Darüber hinaus ist die Nähe – im Sinne der **fußläufigen Erreichbarkeit** – des jeweiligen Haushaltes zum Dorfladen ein wichtiger Faktor. Es ist statistisch belegbar, dass ein Dorfladen signifikant stärker von jenen Einwohnern besucht wird, die innerhalb eines solchen **5-Minuten-Radius'** um den Laden ansässig sind, als von Einwohnern außerhalb dieses Radius'.

Durch die Verknüpfung von Schritt 1 und 2 ergibt sich das mögliche Umsatzpotenzial eines Ladens durch die Haushalte, die an der Befragung teilgenommen haben. Es ist darüber hinaus davon auszugehen, dass sich auch unter den anderen Haushalten potenzielle Kunden eines Dorfladens befinden, die den Fragebogen aus anderen Gründen als aus reinem Desinteresse nicht ausgefüllt zurückgegeben haben. Die möglichen **zusätzlichen Potenziale** durch diese Haushalte werden in einem dritten Schritt einbezogen:

- | | |
|-----------|--|
| Schritt 1 | Kategorisierung der Haushalte nach möglichen Dorfladenkunden |
| Schritt 2 | Auswirkungen der Ortsstruktur / fußläufige Erreichbarkeit |
| Schritt 3 | Einschätzung der Potenziale durch Nicht-Befragungsteilnehmer |

Schritt 1 Kategorisierung der Haushalte nach möglichen Dorfladenkunden

Im Sinne der Versorgung ist nicht der einzelne Einwohner die entscheidende Größe, sondern vielmehr der jeweilige **Haushalt als Verpflegungseinheit**. Die weiteren Analysen und Berechnungen beziehen sich daher immer auf die insgesamt in Illerich vorhandenen ca. 300 Haushalte (Angabe der Ortsgemeinde Illerich), denen allen auch im Rahmen der Befragung die Möglichkeit gegeben wurde, sich hinsichtlich der Versorgungssituation sowie des eigenen Einkaufsverhaltens zu äußern.

Der Fragebogen zielt bewusst auf grundsätzliche Merkmale des Einkaufsverhaltens und der Konsumneigungen ab und nicht auf die Frage nach der beabsichtigten Nutzung eines möglichen Dorfladens. In den seltensten Fällen lässt das Antwortverhalten auf diese direkte Frage Rückschlüsse auf eine wirkliche Nutzung des Dorfladens zu. Vielmehr unterliegen solche Fragestellungen oftmals Verzerrungseffekten.

So kann auf der einen Seite die Erwünschbarkeit – unabhängig einer tatsächlichen Absicht der regelmäßigen Nutzung – zu einem deutlich zu positiven Ergebnis führen. Auf der anderen Seite kann mit einer positiven Antwort eine wahrgenommene Verpflichtung einhergehen, diesen Dorfladen später nutzen zu müssen, damit dieser sich wirtschaftlich tragen kann. Man scheut sich in diesem Fall eher, die Nutzung zu bejahen, um nicht verantwortlich zu sein, dass ein Dorfladen entsteht, der sich gegebenenfalls nicht wirtschaftlich tragen kann. Dieses Antwortverhalten tritt dann auf, wenn der Befragte – unabhängig von der eigenen Nutzung – eher davon ausgeht, dass ein Dorfladen nicht überleben kann. Das hierdurch induzierte Antwortverhalten spiegelt ein zu negatives Ergebnis wider.

Um eine **plausible Abschätzung** der möglichen Nutzung eines Dorfladens vornehmen zu können, wurden daher verschiedene Variablen definiert und abgefragt, die grundsätzlich einen **Einfluss auf die Nutzung eines Dorfladens** besitzen. Die Variablen lassen sich den folgenden drei Bereichen zuordnen:

- 1 Einstellung zu dorfladenspezifischen Nutzenaspekten

- 2 Wahrgenommene Versorgungssituation in Illerich

- 3 Aktuelles Einkaufsverhalten des Haushaltes

Im Einzelnen:

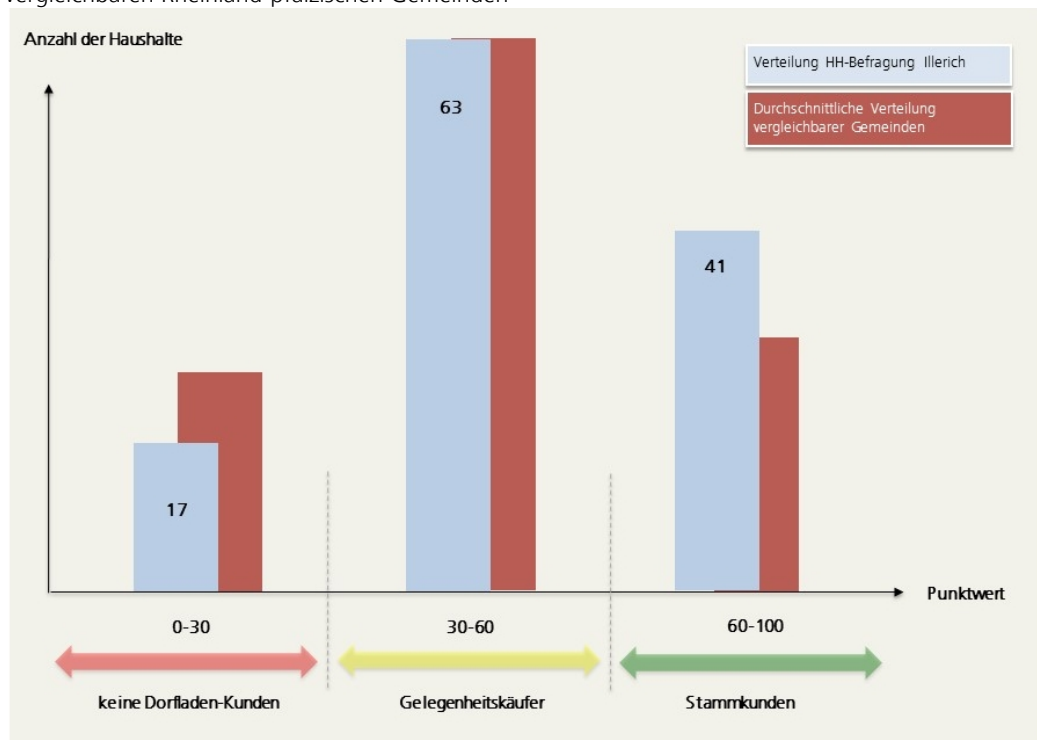
- 1 Die **Einstellung zu dorfladenspezifischen Nutzenaspekten** zielt insbesondere auf die Bedeutung von Frische, Qualität und regionalen Produkten im Rahmen des Lebensmittelkaufes für einen Haushalt ab. Zusätzlich werden hier über die entsprechenden Fragen im Fragebogen Aspekte wie die Wichtigkeit der Nähe der Einkaufsstätte zur Wohnung und die Bedeutung von Kommunikationsmöglichkeiten erhoben. Durch diesen Bereich wird erfasst, welche Bedeutung jene Faktoren für einen Haushalt besitzen, die einen Dorfladen von anderen Geschäften, wie Discountern oder großen Supermärkten, im positiven Sinne unterscheiden. Zur Operationalisierung und Quantifizierung dieses Bereichs werden die Fragen 1.5, 1.7 - 1.8 sowie 1.10 - 1.11 des Fragebogens herangezogen (siehe Anhang).
- 2 Die **wahrgenommene Versorgungssituation** in Illerich ist ein weiterer Faktor, der – aufgrund der hier vorgenommenen subjektiven Einschätzung der Haushalte – in gewissem Maße mit der Nutzung eines möglichen Dorfladens einhergeht. Zur Quantifizierung dieses Faktors werden die Fragen nach der Zufriedenheit mit der Versorgungssituation (Frage 1.3) sowie der wahrgenommenen Erleichterung des Einkaufs in einem möglichen Dorfladen (Frage 1.14) herangezogen. Zusätzlich wird hier die Bewertung der Versorgungssituation nach Schulnoten (Frage 1.4) integriert.
- 3 Im Rahmen der Bewertung des **aktuellen Einkaufsverhaltens der Haushalte** stehen Einkaufsfrequenz und -wege im Vordergrund. Zur Bewertung dieses Faktors – im Sinne einer potenziellen Nutzung eines Dorfladens in Illerich – wird erhoben, ob das Einkaufsverhalten eher durch Großeinkäufe am Wochenende oder durch unterwöchentliche Kleinkäufe geprägt ist (Frage 1.1). Zusätzlich ist hier von Bedeutung, ob ein Auto zum Einkauf zur Verfügung steht (Frage 2.3) und inwieweit die Einkäufe mit anderen Aktivitäten bzw. auf dem Arbeitsweg erledigt werden (Frage 1.2).

Mittels dieser drei Faktoren erfolgt eine **Einstufung der einzelnen Haushalte** dahingehend, in welchem Maße sie als Nutzer eines möglichen Dorfladens in Illerich in Betracht gezogen werden können. Jeder Faktor wird über die Verknüpfung der ihm zugehörigen einzelnen Variablen (Fragen) quantifiziert, d.h. in einen Punktwert überführt. Um der jeweiligen Bedeutung der einzelnen Faktoren gerecht zu werden, werden diese im Rahmen der Ermittlung eines aussagekräftigen Gesamtpunktwertes mit einer **adäquaten Gewichtung** versehen. So fließt der wichtigste Faktor „Einstellung zu dorfladenspezifischen Nutzenaspekten“ mit einer anteiligen Gewichtung von 50% ein. Während die wahrgenommene Versorgungssituation in Illerich zu 35% in die Gesamtbewertung eingeht, wird das aktuelle Einkaufsverhalten mit einer anteiligen Gewichtung von 15% versehen.

Beantwortet ein Haushalt sämtliche Fragen exakt gemäß der optimalen Ausprägung eines Dorfladennutzers, resultiert dies in einem **Gesamtwert von 100 Punkten**. Dementsprechend sind für die einzelnen Faktoren 50, 35 und 15 Punkte im Maximum zu erzielen.

Der Punktwert eines Haushaltes spiegelt somit die Einkaufsintensität in einem möglichen Dorfladen in Illerich wider. Die Auswertung der Befragung resultiert in folgender Verteilung der Haushalte hinsichtlich des Gesamtpunktwertes zur Einstufung der potenziellen Dorfladennutzung.

Verteilung der Haushalte auf die Punktwertkategorien im Vergleich zu Analysewerten in vergleichbaren Rheinland-pfälzischen Gemeinden



Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

17 der insgesamt 121 Haushalte, die den Fragebogen ausgefüllt zurückgesendet haben, kommen aufgrund ihres Antwortverhaltens nicht als potenzielle Kunden eines möglichen Dorfladens in Betracht. Auf der anderen Seite können 41 der befragten Haushalte als Stammkunden eines Dorfladens angesehen werden. Die 63 Befragten im mittleren Bereich sind eher als Gelegenheitskäufer einzustufen.

Insgesamt liegt der über alle Befragten erzielte Durchschnittswert bei 52,1 Punkten. Dieser Mittelwert ist im Vergleich zu anderen Gemeinden leicht überdurchschnittlich und drückt sich auch in dem vergleichsweise hohen Anteil an möglichen Stammkunden eines Ladens aus (siehe hierzu hellblauer Balken im Vergleich zu rötlichem Balken in obiger Abbildung).

Zur Abschätzung des Umsatzpotenzials eines Illericher Dorfladens wird zunächst das **Ergebnis jedes Haushaltes in einen konkreten monatlichen Einkaufswert transformiert**, der von dem jeweiligen Haushalt in dem möglichen Dorfladen ausgegeben wird. Die Ermittlung dieser Werte basiert auf Konsumstatistiken privater Haushalte in Rheinland-Pfalz, die eine Unterteilung in verschiedene Konsumkategorien wie Fleisch, Backwaren, Obst, Gemüse, Konserven, Drogerieartikel, etc. ermöglichen.

Mit der Spiegelung der anteiligen Ausgaben auf eine dorfladentypische Absatzverteilung dieser Produktkategorien ergibt sich ein **Maximal-Ausgabebetrag**, der von einem Haushalt im Dorfladen zu erwarten sein kann. Dieser kann aufgrund der vorliegenden Statistiken **differenziert nach der jeweiligen Haushaltsgröße** ermittelt und entsprechend der (im Fragebogen erhobenen) tatsächlichen Haushaltsgröße auf jeden einzelnen befragten Haushalt umgelegt werden.

Ausgehend von diesem errechneten Maximalwert je Haushaltsgröße werden für jeden Haushalt die monatlichen Ausgaben in einem möglichen Dorfladen in Illerich ermittelt. Grundlegende Annahme ist hier, dass ein **Mindestpunktwert von 30** erreicht sein muss, damit der jeweilige Haushalt als Kunde des Dorfladens auftritt und in die weiteren Potenzialberechnungen integriert wird. Zur Ermittlung des Umsatzpotenzials je Haushalt wird der Punktwert zunächst in einem Prozentwert transformiert, der schließlich in Bezug zum Maximal-Ausgabebetrag der entsprechenden Haushaltsgröße gesetzt wird. Zur Ermittlung des Prozentwertes werden die Punktwerte der potenziellen Kunden (jene mit Punktwerten zwischen 30 und 100) normiert.

Darstellung des Berechnungsverfahrens am Beispiel eines konkreten Befragungsteilnehmers

Haushalt Nr. 88	
Haushaltsgröße	2 Personen
Punktwerte nach Bereichen:	
1 Einstellung zu dorfladenspezifischen Nutzenaspekten	31 von 50
2 Wahrgenommene Versorgungssituation	22 von 35
3 Aktuelles Einkaufsverhalten des Haushaltes	3 von 15
Gesamtpunktwert	56 von 100
... resultiert durch Normierung in einem Prozentwert von ...	45 %
Monatlicher Maximal-Ausgabebetrag (netto) eines 2-Personen-Haushalts in einem Dorfladen:	256,89 Euro
... entspricht einem mtl. Umsatzpotenzial für den Dorfladen von ...	115,60 Euro

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung

Schritt 2 Auswirkungen der Ortsstruktur / fußläufige Erreichbarkeit

Wie vorab erwähnt, muss generell davon ausgegangen werden, dass die Nutzungsintensität des Dorfladens von der jeweiligen Lage des Haushaltes – in Bezug auf den Dorfladenstandort – abhängig ist. Erfahrungswerte belegen, dass bei einer fußläufigen Entfernung von mehr als fünf Minuten die Nutzung des Dorfladens abnimmt. **Bezogen auf den geplanten Ladenstandort in Illerich liegen allerdings aufgrund der kompakten Siedlungsfläche der Gemeinde annähernd sämtliche Haushalte innerhalb dieses Radius’.**

Relevant wird dieser Entfernungsfaktor im Fall der Ortsgemeinde Illerich also nur für außenliegende Gehöfte sowie Bewohner der Nachbargemeinden.

Zwischenergebnis: **Potenzial Befragungsteilnehmer**

Aus Schritt 1 und 2 ergibt sich ein **monatliches Gesamt-Umsatzpotenzial (netto) durch die Befragungsteilnehmer in Höhe von 13,2 TEUR.**

Schritt 3 Einschätzung der Potenziale durch Nicht-Befragungsteilnehmer

Nicht teilgenommen an der Befragung haben ca. 180 Haushalte. Eine Hochrechnung des Umsatzpotenzials auf alle Haushalte in Illerich auf Basis der Ergebnisse der Haushaltsbefragung ist an dieser Stelle nicht zulässig. Vielmehr muss hier davon ausgegangen werden, dass durch die (freiwillige) Entscheidung zur Teilnahme an der Befragung eine **automatische Selektion jener Haushalte** stattgefunden hat, die vorrangig an dem Thema Dorfladen und damit auch an einer Nutzung des Dorfladens interessiert sind.

Es kann aber gleichzeitig davon ausgegangen werden, dass sich auch unter den nicht an der Befragung teilgenommenen Haushalten, weitere potenzielle Dorfladenkunden befinden, die Anzahl insgesamt aber vergleichsweise gering ist. Neben faktischem Desinteresse an einem Dorfladen gibt es insbesondere zwei Kriterien, die Haushalte davon abgehalten haben könnten, an der Befragung teilzunehmen. Zum einen spielt hier die versehentliche Nichtabgabe (das Vergessen) bzw. Abwesenheit eine Rolle, zum anderen gibt es immer Personen, die eine Abneigung gegenüber Befragungen zeigen und daher nicht teilnehmen.

Aus Erfahrungswerten lässt sich ableiten, dass der Anteil solcher Merkmalsträger bei ca. 20% über alle Nicht-Teilnehmer hinweg liegt. Setzt man für diese 20% der Haushalte den durchschnittlich errechneten monatlichen Einkaufswert über alle sich aus der Befragung als Kunden ergebenden Haushalte an, so ergibt sich ein **weiteres monatliches Potenzial in Höhe von etwa 4,5 TEUR.**

Aus der Potenzialermittlung ergeben sich somit folgende **durchschnittliche monatliche Umsatzpotenziale durch die Zielgruppe der Einwohner:**

Einwohner (an Befragung teilgenommen)	13.201 Euro
Einwohner (nicht an Befragung teilgenommen)	4.544 Euro
Gesamt Zielgruppe I: Einwohner *	17.745 Euro

Dies unterstellt eine Ausgestaltung des Dorfladens nach den Bedürfnissen der Einwohner und die Vermittlung eines klaren Mehrwertes für die Einwohner durch den Einkauf in dem Dorfladen.

** ohne Zusatzeffekte durch sonstige Zielgruppen (siehe weitere Ausführungen)*

II Sonstige Zielgruppen

- Durchgangsverkehr / Pendler zur Autobahn bzw. nach Kaisersesch

Der vorgesehene Standort befindet sich direkt an der K24 und ermöglicht somit die Ansprache der täglich passierenden Fahrzeuge. Insbesondere zu nennen sind hier die Bewohner der benachbart gelegenen Ortsgemeinde Wirfus, da diese Gemeinde ebenfalls über keine eigene Versorgungsinfrastruktur verfügt und eine der möglichen Strecken von Wirfus nach Kaisersesch bzw. zur Autobahn A48 am vorgesehenen Ladenstandort vorbei führt.

Ein Teil dieser Pendler könnte über ein **entsprechendes Angebot** und eine adäquate Vermarktung angeregt werden, den Dorfladen – zumindest für kleinere Einkäufe, wie z.B. das Frühstück für die Arbeit oder die Schule – zu nutzen. Parkplätze für Pendler sind eingeschränkt vorhanden.

- Vereine als Kunden, z.B. im Rahmen von Veranstaltungen und Festen

Die Vereine in Illerich könnten eine weitere wichtige Zielgruppe für den Dorfladen darstellen. Zum einen sind Vereinsmitglieder meist sehr gut vernetzt und können als Fürsprecher und Multiplikatoren im Ort dienen und den Kundenkreis des Dorfladens entscheidend erweitern. Zum anderen sind die Vereine selbst mögliche Kunden des Dorfladens. Aus den Gesprächen vor Ort in Illerich ging hervor, dass schon in der Vergangenheit die meisten Waren für Vereinsfeste, Vorstandssitzungen und ähnliche Versammlungen in einem der beiden früheren Dorfläden getätigt wurden und in den Vereinen auch der Wunsch besteht, einen möglichen neuen Dorfladen zu unterstützen.

Insbesondere die ausgetragenen **Feste und Veranstaltungen der Vereine** und der Ortsgemeinde können dem Dorfladen einen gewissen Grundumsatz sichern. Dieser kann zwar nur einen geringen Teil der Umsatzerfordernisse abdecken, die Belieferung der Feste kann aber zu Multiplikationseffekten führen und – bei überzeugender Warenqualität – dazu beitragen, den Laden über die Jahre hinweg im Bewusstsein der Ortsbevölkerung zu verankern.

Von einer genauen Quantifizierung dieser Potenziale wird an dieser Stelle abgesehen. Sie werden eher als Zusatzpotenziale aufgefasst, die den Betrieb eines Ladens zusätzlich absichern. Die grundlegende Wirtschaftlichkeit sollte durch die Haushaltseinkäufe weitestgehend gewährleistet sein.

C Beurteilung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit

Kosteneinschätzung

Die folgende Kosteneinschätzung stellt die Ausgangsbasis der sich anschließenden Break-even-Betrachtung dar. Diese kombiniert die durch Installation und Betreibung eines Ladens entstehenden Kosten mit der Einschätzung des Kundenpotenzials und liefert somit die entscheidende Aussage zur wirtschaftlichen Machbarkeit eines möglichen Dorfladens in Illerich.

Die Kosten basieren auf Vergleichswerten, die über eine Erhebung der Volker Bulitta Unternehmensberatung im Rahmen des Projektes M.Punkt RLP in Zusammenarbeit mit bestehenden Dorfläden in Rheinland-Pfalz zusammengestellt wurden. Die erhobenen Vergleichswerte wurden derart variabilisiert und kategorisiert, dass sie auf die spezifischen Anforderungen an einen möglichen Dorfladen in Illerich angepasst werden können. Alle Kosten sind als Netto-Werte ausgewiesen.

Aufgrund der standortbezogenen Betrachtungsweise orientiert sich die nachstehende Kosteneinschätzung an einer reinen Verkaufsfläche von 85 qm zzgl. Zusatzflächen (ca. 45 qm).

Die Kosten setzen sich aus zwei Hauptblöcken zusammen. Zum einen werden die **(1) Investitionskosten** betrachtet, die zur Gestaltung des Ladenbereichs notwendig sind. Unter diese Position fallen die Einrichtung des Ladens und die notwendige Erstausrüstung des Sortiments. Kosten zur Instandsetzung der Räumlichkeiten eines Dorfladens bzw. entsprechende Renovierungs- und Baumaßnahmen sind hier nicht berücksichtigt.

Darüber hinaus wird in der zweiten Hauptposition nach den anfallenden **(2) laufenden Kosten** im Rahmen der Betreibung des Ladens unterschieden. Hier stellen insbesondere die Personal-, Miet- und Energiekosten die höchsten Aufwendungen dar. Die Miet- und Energiekosten berechnen sich aus Vergleichswerten und beziehen sich auf die hier vorhandene Fläche.

1) Investitionskosten

- **Ladeneinrichtung:** Für die vollständige Ausstattung eines Ladens in entsprechender Größe sind – unter der Annahme des Kaufs von Neuware im mittleren Preissegment – etwa 9.000 EUR zu veranschlagen. Hinzu kommen die erforderlichen Kühlmöbel, für welche, abhängig vom Umfang des Kühlsortiments, etwa 11.000 EUR zu veranschlagen sind. Insgesamt wird somit für die weiteren Berechnungen von einer Investitionssumme in Höhe von **20.000 EUR für die gesamte Ladenausstattung** ausgegangen.

Gebrauchte Einrichtungsgegenstände sind oftmals eine sinnvolle Alternative, da sie neben dem finanziellen Aspekt auch den Charakter eines Dorfladens positiv unterstützen können. Durch eine stimmige Gestaltung mit solchen Gebrauchtelementen kann oftmals eine angenehme Atmosphäre geschaffen und dem Dorfladen eine eigene, marktähnliche Note gegeben werden. Die Anschaffungskosten würden sich dementsprechend gegenüber den hier angenommenen Werten reduzieren.

Entsprechende Angebote offerieren teilweise auch die Lebensmittellieferanten. Allerdings ist zu beachten, dass insbesondere bei den Kühlmöbeln nicht auf alte Gebrauchtgeräte ausgewichen werden sollte, da die gesparten Ausgaben beim Kauf leicht von den anfallenden Energiekosten überkompensiert werden können.

- **Erstausrüstung:** Für die erstmalige Bestückung eines Ladens von entsprechender Größe mit Waren müssen **rund 13.000 EUR** veranschlagt werden.

Insgesamt werden somit Investitionskosten von **33.000 EUR** angesetzt. Dies bezieht sich auf die reine Ausstattung des Ladens und inkludiert noch nicht die Ausgestaltung von Flächen für möglicherweise sinnvolle Zusatz-Dienstleistungen.

Im Weiteren wird davon ausgegangen, dass die gesamten Investitionskosten über einen Kredit finanziert werden, sodass die laufenden – rentabilitätsbezogenen – Aufwendungen durch die anfallenden Zinsen sowie die entsprechenden Abschreibungen belastet werden. Für die weitere Berechnung wird angenommen, dass der Kredit in Form eines Annuitätendarlehens mit einer Laufzeit von 10 Jahren und einem jährlichen Zinssatz von 3,5% gewährt wird. Somit ergibt sich für einen möglichen Dorfladen eine **Annuitätzahlung** von **jährlich 3.968 EUR** bzw. umgelegt monatlich von 331 EUR.

2) Laufende Kosten

- **Personalkosten:** Die **Personalkosten** werden mit 9 EUR brutto je Stunde angesetzt. Der Berechnung der Personalkosten zugrunde gelegt wird die Anzahl der Werktage pro Jahr, insgesamt ca. 252 Tage. Unter der Annahme einer Öffnungszeit von 8 Stunden an 5 Tagen während der Woche und 8 Stunden an 52 Wochenenden im Jahr ergeben sich insgesamt 2.432 Arbeitsstunden pro Jahr. Bei Berücksichtigung des Arbeitgeber-Anteils (hier 25% als Mischkalkulation zwischen geringfügig Beschäftigten und höher verdienenden Angestellten) ergibt sich ein Kostenansatz von 27.360 EUR pro Jahr, entsprechend 2.280 EUR pro Monat.

Dieser Wert wird als Personalkostenblock angesehen. Dabei muss nicht weiter spezifiziert werden, wie viele Angestellte in dem geplanten Laden arbeiten. Der Wert kann für eine Vollzeitkraft stehen, kann aber auch auf etwa 3 Kräfte aufgeteilt werden, die auf Basis einer geringfügigen Beschäftigung angestellt sind.

Voraussetzung ist hier allerdings, dass die räumliche Gestaltung des Ladens und die Anordnung der Theken derart erfolgen, dass die Bedienung grundsätzlich durch eine Person möglich ist. Darauf muss konzeptionell geachtet werden. Sollte dies nicht so umgesetzt werden, würde sich der Personalbedarf verdoppeln. Dies gilt es unbedingt zu vermeiden.

Um zusätzliche Arbeiten und besonders hoch frequentierte Stunden (z.B. morgens im Berufsverkehr) adäquat abdecken zu können, werden monatlich zusätzlich 60 Stunden Arbeitsaufwand eingeplant. Diese zusätzlichen Ressourcen beziehen sich auch auf die Unterstützung bei der Warenlieferung und Ladenbestückung sowie auf anfallende Büro- / Verwaltungsarbeiten. Daraus ergeben sich zusätzliche Personalkosten in Höhe von 675 Euro pro Monat.

Somit belaufen sich die **Gesamt-Personalkosten auf monatlich 2.955 EUR**, entsprechend 35.460 EUR pro Jahr.

- Die an dieser Stelle angesetzten **Mietkosten in Höhe von 600 Euro** monatlich orientieren sich an regionaltypischen Mietpreisen (konservativer Ansatz) und beziehen sich auf die hier zugrunde gelegte Fläche (85 qm Verkaufsfläche zzgl. 45 qm Nebenflächen). Diese sind als Näherungswerte zu betrachten und beziehen sich auf die Flächenangaben im zur Verfügung gestellten Bauplan.
- Die **Nebenkosten** umfassen vornehmlich die Energie- und Heizkosten und werden entsprechend einer angenommenen Gesamtfläche von 130 qm (Verkaufsfläche zzgl. Zusatzflächen) mit **ca. 520 Euro monatlich** angesetzt. Dies entspricht einem durchschnittlichen Kostenansatz von 4,00 EUR pro Monat und je Quadratmeter. Allerdings sind die Nebenkosten abhängig von der tatsächlichen Nutzung der im Gebäude vorhandenen Nebenräume. Unbedingt einzuplanen ist dabei eine angemessene Lagerfläche, welche über Kühlmöglichkeiten verfügt.

Der Kostenansatz ist damit niedriger gewählt als die im Lebensmitteleinzelhandel typischen Durchschnittswerte (etwa 4,60 Euro je Monat und Quadratmeter). Hierbei wird vorausgesetzt, dass das zur Verfügung stehende Gebäude gemäß den heutigen, energieeffizienten Standards konstruiert ist.

- Die monatlichen **Abschreibungen** resultieren aus den Investitionskosten – reduziert um die Warenausstattung – und einer Abschreibungsdauer von 10 Jahren. Somit ergeben sich im ersten Geschäftsjahr für einen möglichen Dorfladen Abschreibungen in Höhe von 2.000 EUR – gleichbedeutend mit **167 Euro monatlich**.

- Die **durchschnittliche Zinslast** zzgl. der Nebenkosten des Geldverkehrs wird mit **1.555 pro Jahr** angesetzt. Diese ergibt sich zum einen aus den Zinszahlungen des Darlehens in Höhe von jährlich 1.055 EUR (dies entspricht dem gemittelten Wert über die ersten 3 Jahre), zum anderen aus den Zinsen und Gebühren des laufenden Geldverkehrs, die pauschal mit 500 EUR angesetzt werden.
- Darüber hinaus werden pauschal jeweils 1.000 EUR für Versicherungen und Werbung, 1.500 EUR für einen Steuerberater, 1.500 EUR für die Instandhaltung des Ladens und weitere 1.500 EUR für sonstige Ausgaben angenommen. Diese Angaben beziehen sich auf ein Geschäftsjahr.

Darstellung von Investitions- und Betriebskosten pro Jahr und pro Monat

Anzunehmende Kosten			
Investitionen			
Ladenausstattung			9,0 T
Kühlmöbel			11,0 T
Waren			13,0 T
Kredit	€ 33.000	Laufzeit 10 Jahre	Zins 3,5% p.a. = 3.968 EUR Annuität p.a.
Laufende Kosten pro Jahr			
Personalkosten (PK)	35.460 EUR	Steuerberater	1.500 EUR
Abschreibungen (Afa)	2.000 EUR	Instandhaltung	1.500 EUR
Zinsen / Nebenkosten des Geldverkehrs	1.555 EUR	Sonstige	1.500 EUR
Miete	7.200 EUR	Versicherung	1.000 EUR
Nebenkosten (NK)	6.240 EUR	Werbung	1.000 EUR
Σ			58.955 EUR
Laufende Kosten pro Monat			
Personalkosten (PK)	2.955 EUR	Steuerberater	125 EUR
Abschreibungen (Afa)	167 EUR	Instandhaltung	125 EUR
Zinsen / Nebenkosten des Geldverkehrs	130 EUR	Sonstige	125 EUR
Miete	600 EUR	Versicherung	83 EUR
Nebenkosten (NK)	520 EUR	Werbung	83 EUR
Σ			4.913 EUR

Quelle: Eigene Berechnung basierend auf Vergleichswerten; eigene Darstellung.

Die gesamten Kosten für einen möglichen Dorfladen – gemäß den hier definierten Annahmen – belaufen sich somit auf durchschnittlich 4.913 EUR monatlich bzw. 58.955 EUR im Jahr.

Break-even-Berechnung

Die nachfolgende Break-even-Betrachtung stellt die zu erzielenden Umsätze dar, die zu einer **kostendeckenden Betreuung** eines möglichen Ladens in Illerich generiert werden müssen. In dem sich anschließenden Vergleich mit der Potenzialbetrachtung findet schließlich eine Einschätzung statt, ob diese Umsätze unter realistischen Annahmen erzielt werden können.

Die Basis der Break-even-Betrachtung bilden die bereits vorab aufgeführten **relevanten Kosten**. Ausgehend von diesem Kostenblock errechnet sich der zu erzielende **monatliche Umsatz**. Der Kostenblock kann zur Ermittlung des Break-even-Umsatzes mit dem zu erwirtschaftenden Rohertrag gleichgesetzt werden.

Die Handelsmarge wird mit **24%** angesetzt. Die angenommene Marge ist damit bewusst etwas höher als die Durchschnittsmarge im Lebensmitteleinzelhandel. Referenzwerte aus vergleichbaren Dorfläden belegen diesen Margen-Ansatz.

Die höhere Marge kann insbesondere auf die im Vordergrund stehenden Kriterien **Frische, Qualität und Regionalität** zurückgeführt werden. Für einen erfolgreich wirtschaftenden Dorfladen ist ein qualitativ hochwertiges und frisches Angebot essentiell. Kunden können innerhalb eines Dorfladens nicht über den Preis gewonnen werden. Spezielle Niedrigpreisangebote zeigen oft gar keine Wirkung bei der Kundschaft bestehender Dorfläden. Zusätzlich sollten in überdurchschnittlicher Weise regionale Produkte angeboten werden. Gerade hier können deutlich höhere Margen realisiert werden. Die Befragungsergebnisse bestätigen das starke Interesse seitens der Bürger von Illerich an heimisch erzeugten Waren.

Die nachstehende Abbildung zeigt die Berechnung des zu erzielenden Umsatzes, um einen möglichen Dorfladen in Illerich kostendeckend betreiben zu können.

Schematischer Formelansatz zur Break-even-Ermittlung

24 % Marge	Kosten	= Umsatz zur Deckung
	Marge	

Berechnung des erforderlichen Jahresumsatzes

24 % Marge	58.955	245.645 EUR
	24%	

Berechnung des erforderlichen Monatsumsatzes

24 % Marge	4.913	= 20.470 EUR
	24%	

Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

Bei der aufgeführten Kostenstruktur des geplanten Dorfladens muss dieser einen Monats-Netto-Umsatz in Höhe von ca. 20,47 TEUR erwirtschaften, um die laufenden Kosten zu decken.

Zur Ausweisung der Brutto-Umsätze kann eine durchschnittliche Mehrwertsteuer von ca. 9,5% angesetzt werden. Diese ist abhängig vom jeweiligen Sortimentsmix und dadurch zu begründen, dass Lebensmittel mit einem Mehrwertsteuersatz von derzeit 7% einen größeren Anteil am Gesamtsortiment eines gewöhnlichen Dorfladens ausmachen als Produkte zu einem Satz von 19% (z.B. Drogerieartikel). Der Wert entspricht einem statistischen Durchschnittswert, der auf Erfahrungswerten und eigenen Recherchen und Analysen der Volker Bulitta Unternehmensberatung basiert.

Vergleicht man diese – gemäß der Break-even-Berechnung ermittelte – monatlich notwendige Umsatzhöhe mit der zuvor dargestellten Potenzialabschätzung (ca. 17,74 TEUR), zeigt sich, **dass bei Ausschöpfung der Umsatzpotenziale durch die Illericher Haushalte ein Umsatzdefizit von monatlich etwa 2,73 TEUR verbleibt.**

Eine Schließung dieser Umsatzlücke allein durch zusätzliche Umsatzpotenziale – generiert durch die sonstigen Zielgruppen (II) – ist als eher fraglich einzustufen.

Pendler kaufen eher Kleinigkeiten für die Arbeit oder ähnliches ein. Bei einem durchschnittlichen Umsatz von 3 Euro pro Pendler müssten (werk-)täglich ca. 43 Pendler den Dorfladen frequentieren. Da die potenzielle Pendleranzahl aus der Ortsgemeinde Wirfus eher gering ist (Einwohner insgesamt: ca. 200) und sich die Einkaufszeit dieser Kundengruppe sehr stark auf ca. zwei Stunden morgens konzentriert, kann von einer derartigen Nachfrage hier nicht ausgegangen werden.

Ergänzende Umsätze könnten durch die Vereine generiert werden. Hier insbesondere von Relevanz wäre eine Belieferung durch den Dorfladen bei Festen und Veranstaltungen, die in Illerich über das ganze Jahr stattfinden. Da derartige Vereinbarungen aber zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht vorausgesetzt werden können, sollen diese Potenziale hier noch nicht quantifiziert werden.

Im folgenden Kapitel wird daher erörtert, welche Möglichkeiten zur Kostensenkung – insbesondere durch die Unterstützung der Ortsgemeinde und deren Bürger – bestehen, um den Mindestumsatz abzusenken und die wirtschaftlichen Erfolgchancen des Vorhabens zu steigern.

Kostensenkung / Intervention Ortsgemeinde

Möglichkeiten zur Reduzierung der Kosten im Rahmen der Betreuung des Ladens liegen insbesondere in den folgenden Bereichen:

– Miete –

Die Berechnungen in diesem Bericht basieren auf einer Miethöhe von monatlich 600 Euro netto. Einsparungen könnten durch mögliche abweichende Vereinbarungen mit dem Vermieter (bislang nicht vertraglich festgeschrieben) sowie möglichen anteiligen Übernahmen der Mietkosten durch die Ortsgemeinde erzielt werden.

Richtwert zur Ermittlung der Effekte:

Die damit einhergehende Reduzierung des Umsatzerfordernisses belief sich auf 417 EUR pro Monat je 100 EUR reduziertem Mietaufwand.

Derartige Interventionen der Ortsgemeinde im Bereich der Miete sollten im Vorfeld auf Zulässigkeit geprüft werden. Unbedingt zu vermeiden ist eine dadurch möglicherweise entstehende Marktverzerrung.

– Personal –

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, gewisse Tätigkeiten der im Zusammenhang mit der Betreuung eines Dorfladens anfallenden Arbeiten über **ehrenamtliches Engagement** abzudecken. Eine – wenn auch geringe – Entlohnung sollte aber grundsätzlich angedacht werden, um einen verbindlichen Charakter zu wahren.

Dies bietet sich besonders für den Fall an, dass der Dorfladen nicht privatwirtschaftlich betrieben wird und damit auch nicht als Basis für die finanzielle Existenzsicherung eines Betreibers dienen muss. Bei einer gemeinschaftlich orientierten Betreiberform könnten ehrenamtlich Tätige für ihren Arbeitsaufwand mit einer monatlichen Pauschale entschädigt werden, welche insgesamt weit unter den im Falle einer privatwirtschaftlichen Betreuung liegenden Kosten liegen würde.

Eine weitere Möglichkeit zur Kostenentlastung kann die Einbindung von beeinträchtigten Menschen sein. Das Sozialministerium Rheinland-Pfalz hat ein Programm geschaffen, welches den Übergang von **behinderten Menschen** in den allgemeinen Arbeitsmarkt erleichtern soll. Im Zuge dieser Initiative „Budget für Arbeit“ wird dem Arbeitgeber ein Großteil der hier entstandenen Personalkosten erstattet. Für einen Dorfladen in Illerich bedeutet dies, dass bei Einstellung eines behinderten Menschen im Dorfladen insgesamt 70% der für ihn anfallenden Kosten vom Land Rheinland-Pfalz übernommen werden.

Hierbei ist allerdings darauf zu achten, dass die Einsatzfelder so gestaltet werden, dass Teilarbeiten weitestgehend selbstständig verrichtet werden können. Ist dies nicht der Fall, kann der ggf. erforderliche Betreuungsaufwand die Kostenvorteile ausgleichen oder gar überkompensieren.

Wird die Beschäftigung eines behinderten Menschen im Illericher Dorfladen in Betracht gezogen, ist eine weitergehende individuelle Beratung erforderlich, um die Möglichkeiten detailliert zu erörtern.

Grundsätzlich muss bei beiden hier erwähnten Wegen zur Reduzierung der Personalkosten aber darauf geachtet werden, dass eine **professionelle Betreuung des Dorfladens** sichergestellt ist.

Richtwert zur Ermittlung der Effekte:

Eine Übernahme von 10 Stunden pro Monat durch ehrenamtliche Kräfte ist gleichbedeutend mit einer Kostenersparnis von 115 EUR. Dies entspricht – bei der hier angenommenen Marge von 24% – einer Reduzierung des Umsatzerfordernisses von 479 EUR.

– Investitionen / Abschreibungen / Zinsen –

Potenzielle Kosteneinsparungen sind darüber hinaus durch eine weitestgehende **Einrichtung** des möglichen Dorfladens mit gebrauchten Einrichtungelementen möglich. Diese sollten – dort wo es erforderlich und sinnvoll ist – mit adäquater Neuware (bei Kühlanlagen) kombiniert werden. Die auf Dorfläden spezialisierten Lebensmittelversorger bieten hier mit den entsprechenden Netzwerkpartnern geeignete Ladeneinrichtungen an.

Hierdurch können Einsparungen bei den laufenden Kosten in den Bereichen Abschreibungen und Zinsen erzielt werden, die jedoch nur geringe Auswirkungen auf die monatlichen Kosten haben.

Richtwert zur Ermittlung der Effekte:

Bei einer Reduzierung der Investitionskosten um 1.000 EUR verringern sich die jährlichen Kosten in der Betreuung um etwa 132 EUR (AfA und Zinsen). Das Umsatzerfordernis lässt sich dadurch um 550 EUR jährlich bzw. 46 EUR monatlich reduzieren.

Zusätzlich kann bei Betreuung des Dorfladens durch einen wirtschaftlichen Verein oder eine Genossenschaft in den meisten Fällen eine anteilige Zuwendung aus **Mitteln der Dorferneuerung** – zur anfänglichen Instandsetzung der Räumlichkeiten – generiert werden. Auch Eigenleistungen können hier aktiviert werden, hier nicht inkludiert sind bewegliche Einrichtungsgegenstände sowie die Warenerstaussstattung.

Die letztgenannten Möglichkeiten sollen an dieser Stelle aber nur der Vollständigkeit halber genannt werden. Von einer Quantifizierung wird hier abgesehen, da die Vergabe und Höhe derartiger Zuwendungen von verschiedenen Faktoren abhängig ist.

– Effekte durch Kostensenkungen im Überblick –

Durch die zuvor dargestellten Kostensenkungsmöglichkeiten kann das monatliche Umsatzerfordernis demnach wie folgt abgesenkt werden:

Pro Monat je Einsparung von...	Kostensparnis von ...	Reduzierung Umsatzerfordernis um ...
Personal 10 Stunden ehrenamtlich	115 EUR	479 EUR
Miete Reduzierung um 100 EUR	100 EUR	417 EUR
AfA / Zins Reduzierung Investition um 1 TEUR	11 EUR	46 EUR

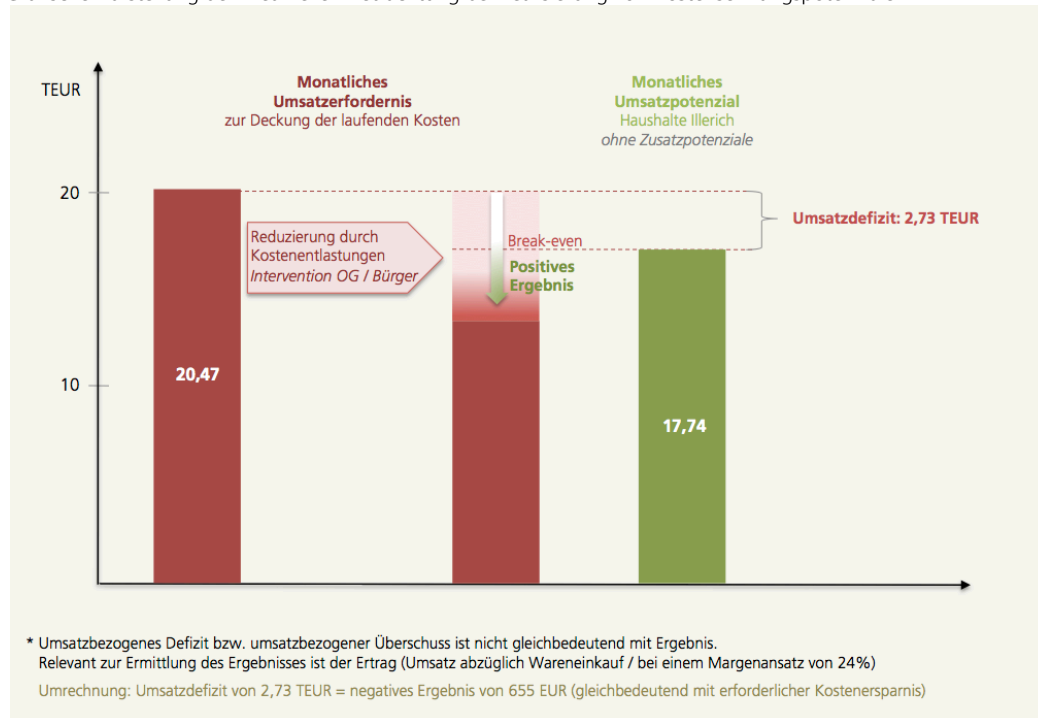
Die Reduzierung des Umsatzerfordernisses ergibt sich dabei aus dem hier zugrundeliegenden Margenansatz von 24% und der folgenden Berechnung:

$$\text{Reduzierung des Umsatzerfordernisses} = \frac{\text{Kostensparnis}}{\text{Marge (24%)}}$$

Beurteilung der Wirtschaftlichkeit

Grundsätzlich ist die absolute Höhe der realisierbaren Kostensenkungspotenziale – insbesondere bei der Wahl einer gemeinschaftsorientierten Betriebsform – abhängig von dem jeweils vorhandenen Engagement seitens der Ortsgemeinde und der Bürgerschaft.

Grafische Darstellung der Break-even-Betrachtung bei Realisierung von Kostensenkungspotenzialen



Quelle: eigene Berechnung und Darstellung

Basierend auf den vor Ort gewonnenen Erkenntnissen, kann die Schließung der – nach konservativer Kosteneinschätzung – bestehenden umsatzbezogenen Deckungslücke von 2,73 TEUR als realisierbar eingestuft werden. Diese Einschätzung basiert vornehmlich auf zwei Komponenten:

1. Umsetzung der notwendigen Kostenersparnis ist denkbar

Zur Kompensation des Umsatzdefizits – rein über Maßnahmen auf der Kostenseite – ist eine **Kostenersparnis von ca. 655 EUR monatlich erforderlich**. Eine derartige Reduzierung der Kosten ist aus Erfahrungen mit vergleichbaren Gemeinden als realisierbar zu bewerten.

siehe Beispielrechnungen auf folgender Seite

Die Kombination folgender Maßnahmen wäre beispielsweise gleichbedeutend mit der notwendigen Kostensenkung:

- **Entlastung der Mietaufwendungen um 200 Euro monatlich** – von 600 EUR auf 400 EUR
- Erbringung von ca. **10 Stunden wöchentlich auf ehrenamtlicher Basis**

Bei ausschließlicher Berücksichtigung von Maßnahmen auf der Personalebene, müssten ca. 14 Stunden pro Woche ehrenamtlich erbracht oder anderweitig kostenbezogen kompensiert werden.

Die abschließende Prüfung der Umsetzbarkeit entsprechender Maßnahmen muss im weiteren Prozess vor Ort erfolgen.

2. Mögliche Zusatzpotenziale stärken das wirtschaftliche Fundament

Darüber hinaus sind bei der hier vorgenommenen Berechnung noch keine zusätzlichen Potenziale durch andere Zielgruppen inkludiert. Hierzu gehören wie zuvor dargestellt insbesondere **Pendler entlang der L107 und K24, Touristen sowie die örtlichen Vereine**. In diesem Zusammenhang ist auch die Nähe zum Gemeindehaus sowie zum Dorfplatz von Relevanz.

Grundlegende Voraussetzung zur Hebung der vorgenannten Umsatzpotenziale ist eine entsprechende Ausgestaltung des Dorfladens zur Generierung von Mehrwerten für die Zielgruppen. Siehe hierzu auch die weitergehenden Ausführungen im abschließenden Kapitel „Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen“.

Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Die Beurteilung der Tragfähigkeit eines möglichen Dorfladens im vorherigen Kapitel verdeutlicht die wirtschaftlichen Erfordernisse zur erfolgreichen Umsetzung des Vorhabens. In diesem Zusammenhang sind die folgenden inhaltlichen Aspekte zur Ausgestaltung eines Ladens zu berücksichtigen:

- 1. Die Sicherstellung der Grundversorgung der Illericher Bürger muss Basisfunktion eines möglichen Dorfladens sein – mit klarem Fokus auf die Frischeprodukte.**
- 2. „Qualität“ und „Regionalität“ sollten als Aushängeschilder des Dorfladens dienen, um einen Mehrwert zu schaffen und das in dieser Studie dargestellte Umsatzpotenzial auszuschöpfen – Zusatzangebote runden das Sortiment ab.**
- 3. Eine intelligente Einbindung von bereits durch die Bevölkerung genutzter Angebote aus der Umgebung steigern die Akzeptanz und damit die wirtschaftliche Erfolgswahrscheinlichkeit des Dorfladens.**
- 4. Die Betreuung des Dorfladens in einer gemeinschaftlich orientierten Form ist aufgrund der aktuellen Versorgungssituation in Illerich sowie zur Sicherung der Akzeptanz eines Dorfladens durch die Ortsbevölkerung als möglich und im Sinne der Einbindung der Bevölkerung als sinnvoll zu betrachten.**

Siehe hierzu die weitergehenden Ausführungen zu den einzelnen Punkten auf den folgenden Seiten.

zu 1. Die Sicherstellung der Grundversorgung der Illericher Bürger muss Basisfunktion eines möglichen Dorfladens sein – mit klarem Fokus auf die Frischeprodukte

Aufgrund der fehlenden Möglichkeit der Illericher Einwohner sich im eigenen Ort im Vollsortiment zu versorgen, sollte ein Dorfladen in jedem Fall den Zweck der Grundversorgung erfüllen. Es ist daher anzuraten, **ein breites, aber nicht sehr tiefes Sortiment** vorzuhalten. Auch wenn mit vielen haltbaren Produkten nicht die großen Erträge für einen Dorfladen zu erwirtschaften sind, sollte der Illericher Einwohner stets auch Produkte erwerben können, die er im Rahmen seines Wochenendeinkaufs bei einem großen Supermarkt oder Discounter vergessen hat. Die Gewissheit, vergessene Produkte im Dorfladen einkaufen zu können und dabei freundlich behandelt zu werden, kann in vielen Fällen zusätzliche Umsätze durch Mitnahme-Effekte generieren.

Von zentraler Bedeutung im Sortiment des Dorfladens sind die **Frischeprodukte**. Über diese werden die Kunden mehrmals wöchentlich – im Falle der Backwaren sogar teilweise täglich – in den Laden gezogen. Alleine über Back- sowie Fleisch- und Wurstwaren generieren Dorfläden oftmals mehr als die Hälfte ihrer Gesamterträge. Daneben sind zur Sortimentsabrundung im Bereich des Frische-Angebots Obst und Gemüse sowie Molkereiprodukte unerlässlich.

Vor allem in diesen Sortimentsgruppen der Frische-Produkte bietet sich eine Zusammenarbeit mit geeigneten regionalen Anbietern an. Entscheidend ist aber dennoch, dass stets nach der Prämisse „**Qualität vor Lokalität**“ gehandelt wird. Die Auswahl dieser Anbieter ist für die Attraktivität und damit den wirtschaftlichen Erfolg eines Dorfladens von größter Bedeutung (siehe hierzu auch die weitergehenden Ausführungen unter Handlungsempfehlung 3).

Für die weiteren Güter des Grundsortiments gilt es frühzeitig Gespräche mit **Lebensmittelversorgern** aufzunehmen. Abseits der großen Lebensmittelversorger wie REWE und EDEKA haben sich hier **kleinere, meist regional aufgestellte Anbieter** etabliert, die sich auf die Belieferung von kleinen Geschäften und insbesondere Dorfläden spezialisiert haben. Hierzu gehören für die Region um Illerich beispielsweise die Firma Comes aus Neuss sowie der C&C Großmarkt Knieps in Mayen. Einige dieser Lebensmittelanbieter vermitteln mit weiteren Partnern zum Teil auch (gebrauchte) Ladeneinrichtungsgegenstände, die zu adäquaten Preisen bezogen werden können.

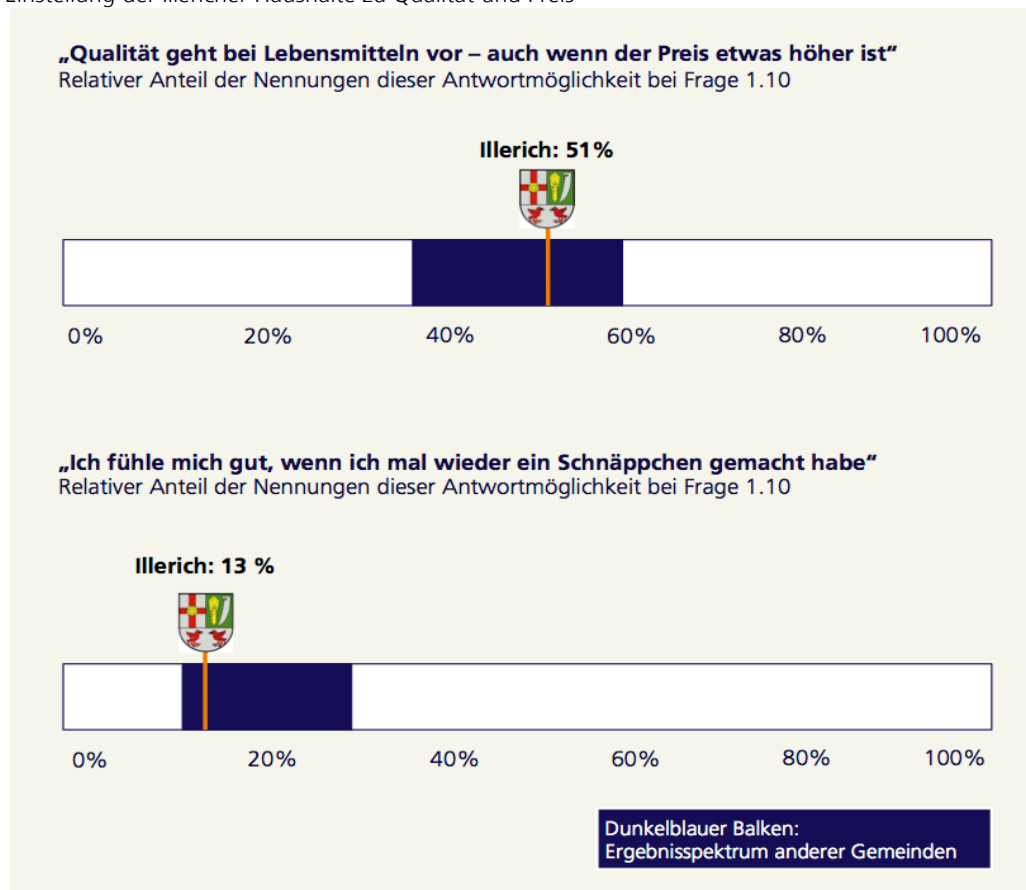
zu 2. „Qualität“ und „Regionalität“ sollten als Aushängeschilder des Dorfladens dienen, um einen Mehrwert zu schaffen und das in dieser Studie dargestellte Umsatzpotenzial auszuschöpfen – Zusatzangebote runden das Sortiment ab.

Nur die Nähe zur Wohnung ist als Erfolgsfaktor zu wenig. Der Dorfladen muss den Illericher Bürgern – und möglichst auch einem darüber hinausreichenden Klientel – einen **klaren Nutzen stiften**, den der Einkauf in anderen Geschäften nicht bieten kann. Die entscheidenden Erfolgsfaktoren bei der Sortimentsgestaltung und der Produktwahl sind die **Qualität und Regionalität**. Preislich kann und muss ein Dorfladen nicht mit Aldi, Lidl und Co. mithalten – solange die Qualität signifikant besser ist und darüber hinaus der **„Wohlfühlfaktor“** den entscheidenden Unterschied macht.

– Hohe Qualität –

Als ideale Voraussetzung einer entsprechenden Ausrichtung des Ladens ist das erkennbar überdurchschnittliche **Qualitätsbewusstsein der Illericher Bürger** zu sehen. Dies zeigt sich in dem vergleichsweise hohen Anteil an Haushalten, die auf Qualität großen Wert legen (51%). Gleichzeitig ist die Gruppe der „Schnäppchen-Jäger“ deutlich unterdurchschnittlich ausgeprägt (siehe nachfolgende Abbildung).

Einstellung der Illericher Haushalte zu Qualität und Preis

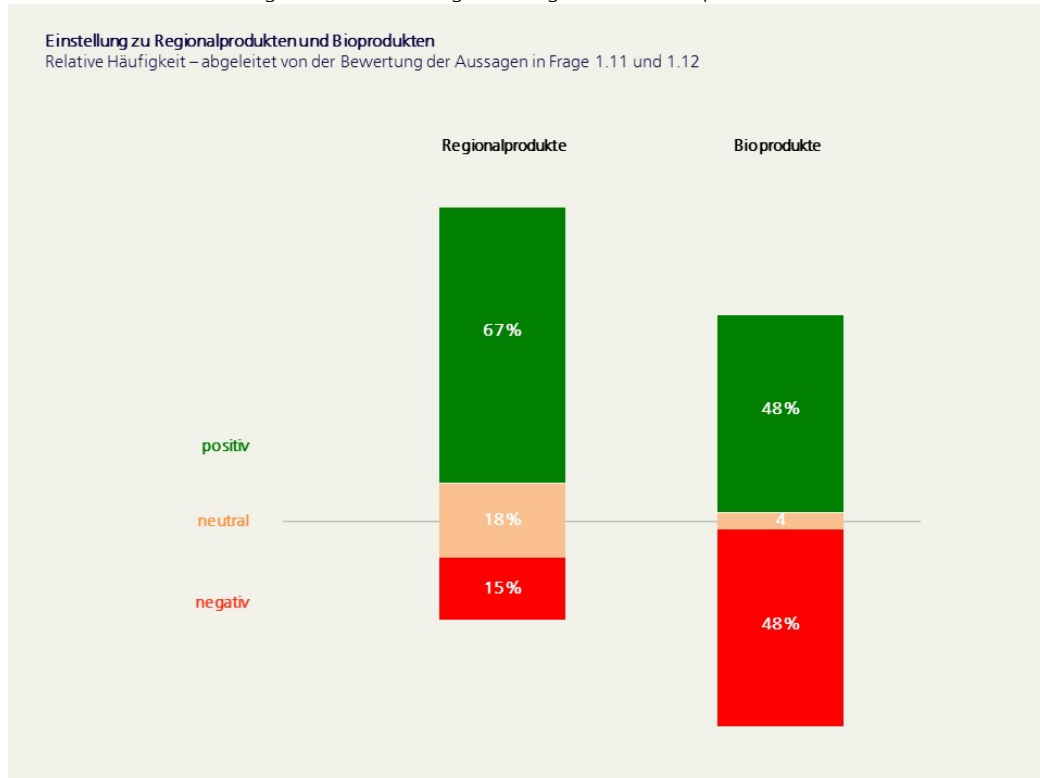


Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

– Regionale Produkte –

In diesem Zusammenhang sind **regionale Produkte** von besonderer Bedeutung. Mit diesen Produkten von heimischen Landwirten und Hofgütern kann sich ein Dorfladen auch im Bereich des Lebensmittelsortiments positiv von den großen Supermärkten abheben.

Grundsätzliche Einstellung der Illericher Bürger zu Regional- und Bioprodukten



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

67% der befragten Haushalte in Illerich haben eine durchweg positive Einstellung zu heimisch erzeugten Waren. Der Grund, dass nur etwa 35% der Haushalte bislang regionale Produkte kauft, liegt überwiegend an dem zu großen Aufwand, der mit der Beschaffung verbunden ist. Dies ist insofern gerechtfertigt, als dass die nächsten direktvermarktenden Betriebe weit voneinander verstreut auf dem Land liegen. Durch die Bündelung eines umfassenden Angebotes an regionalen Produkten im Dorfladen kann dem entgegengetreten werden. Die Möglichkeit zur **Verkostung** dieser Produkte sollte von Zeit zu Zeit durch geeignete Veranstaltungen gegeben sein.

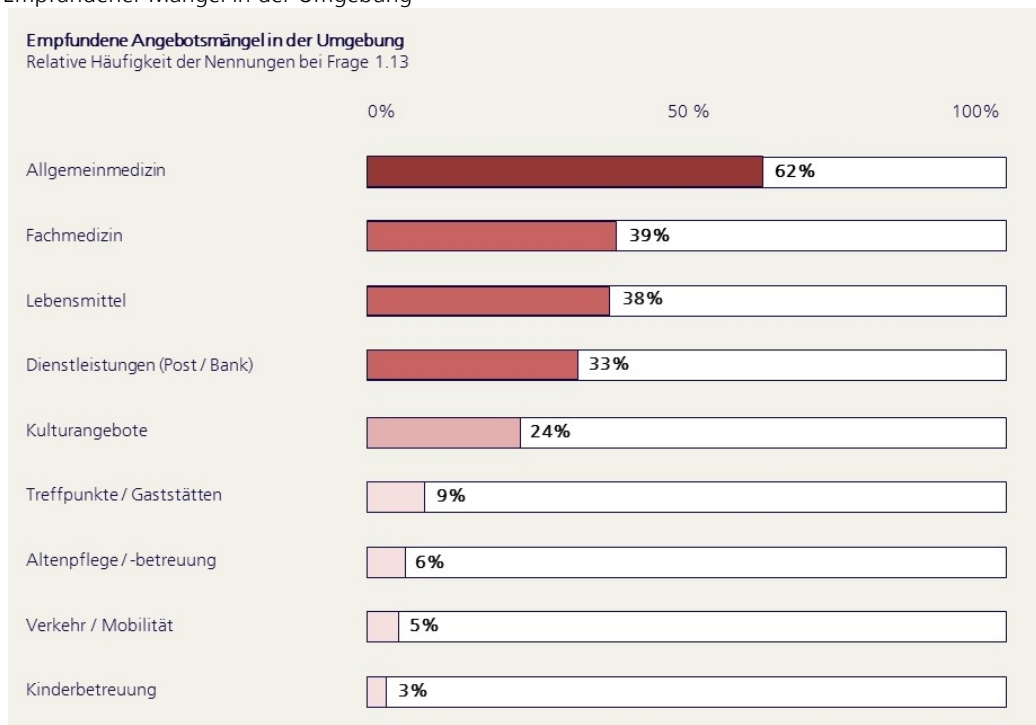
Auch wenn die Affinität zu Regionalprodukten etwas unterdurchschnittlicher ausgeprägt ist als in anderen Gemeinden, bieten sich hier sehr gute Differenzierungspotenziale gegenüber den etablierten größeren Anbietern. Eher indifferent ist der Eindruck, den die Illericher Bürger von Bio-Produkten haben. Von einer Ausrichtung des Dorfladens als reiner „Bio-Markt“ sollte dementsprechend unbedingt Abstand genommen werden.

– Multifunktionalität / Zusatzangebote –

Eine zentrale Komponente eines möglichen Illericher Dorfladens ist der Aspekt der **Multifunktionalität**. Basierend auf den Befragungsergebnissen bestehen hier verschiedene Ansatzpunkte.

Von den Befragungsteilnehmern besonders bemängelt wird die medizinische Versorgung in der Umgebung. Eine Möglichkeit dieses Bedürfnis aufzugreifen und gleichzeitig Frequenz in einen möglichen Dorfladen zu bringen, könnte die Einbindung eines **Landarztes** oder zumindest einer **Gemeindegewester** sein. Diese könnten die hinter dem Verkaufsraum gelegenen Nebenräume beispielsweise für eine **wöchentliche Sprechstunde** nutzen.

Empfundener Mangel in der Umgebung



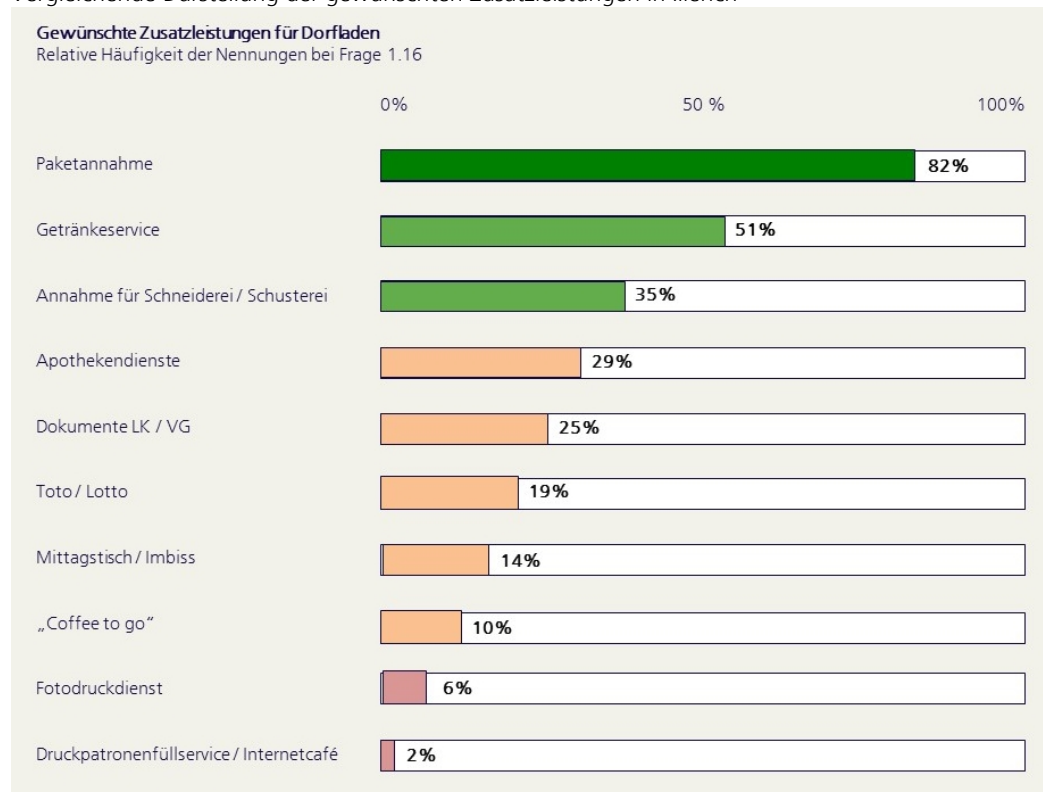
Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Verhältnismäßig stark ausgeprägt ist auch der Wunsch nach weiteren kulturellen Angeboten. Dies ist insofern bemerkenswert, da – abgesehen von den Sommermonaten Juli und August – über das ganze Jahr hinweg öffentliche Veranstaltungen und Feste in Illerich stattfinden. Scheinbar besteht aber gerade bei den unter 50-Jährigen der Wunsch nach einem anderweitigen Angebotsspektrum. Jeder Dritte der eher jüngeren Altersgruppen empfindet hier einen Mangel.

Des Weiteren sollten **Zusatzleistungen** integriert werden, welche die Frequenz im Illericher Dorfladen erhöhen und gleichzeitig den Nutzen für die Einwohner weiter steigern. Auch wenn durch solche Angebote keine großen Erträge zu erwarten sind, ziehen sie die Anwohner in den Dorfladen und sorgen auf diese Weise für zusätzliche Umsätze, die sonst nicht generiert worden wären.

Von größter Bedeutung sind für die Illericher Bürger in diesem Zusammenhang Postdienstleistungen. 82% sprachen sich bei der Befragung für die Einrichtung einer **Paketannahme** aus. Zur Prüfung der Möglichkeiten ist eine Anfrage bei der Deutschen Post bzw. Hermes oder vergleichbaren Anbietern zu stellen. Da ein derartiges Angebot mit einem zusätzlichen Flächenbedarf verbunden ist, müsste sich die räumliche Planung danach ausrichten. Eine Lagerung der Sendungen sollte dabei in einem der Nebenräume stattfinden, da die vorgesehene Verkaufsfläche mit 85 qm dafür zu klein ist.

Vergleichende Darstellung der gewünschten Zusatzleistungen in Illerich



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Signifikante Bedeutung besitzen für die Illericher Bürger darüber hinaus das Angebot eines Getränkesservices (51%) sowie die Funktion als Annahmestelle für eine Schneiderei bzw. Schusterei. Des Weiteren könnte die Integration eines Apothekendienstes in Erwägung gezogen werden. Für eine mögliche Toto-Lotto-Lizenz ist eine Anfrage bei Toto-Lotto Rheinland-Pfalz in Koblenz zu stellen.

– Kommunikation –

Von großer Bedeutung ist erfahrungsgemäß die Schaffung einer kommunikativen „Wohlfühl-Atmosphäre“ im Dorfladen. Um diese zu erreichen, empfiehlt sich die Integration eines Stehtisches oder gar einer kleinen Sitzecke, wo bei einer Tasse Kaffee Neuigkeiten ausgetauscht werden können.

Weitere Angebote im Sinne einer Dorfbörse (Pinnwand mit Tauschangeboten, Verkaufsanzeigen, etc.) könnten einen möglichen **Dorfladen in Illerich als Dorfmittelpunkt** etablieren und für Frequenz sorgen. Da ein derartiger Treffpunkt keinen gaststättenähnlichen Charakter hätte, wäre er hervorragend als generationenübergreifender Kommunikationspunkt geeignet.

In Illerich bietet sich möglicherweise darüber hinaus die **Installation einer Außenterrasse** hinter dem Dorfladen an. So wäre ein kommunikativer Austausch bei einer Tasse Kaffee - bei geeigneter Witterung - auch im Freien möglich. Im Zuge der Einrichtung derartiger Verweilmöglichkeiten ist auch an eine Installation von Kundentoiletten zu denken.

zu 3. Eine intelligente Einbindung von bereits durch die Bevölkerung genutzter Angebote aus der Umgebung steigern die Akzeptanz und damit die wirtschaftliche Erfolgswahrscheinlichkeit des Dorfladens.

Der besondere Stellenwert der Frischeprodukte – hier insbesondere Backwaren sowie Fleisch- und Wurstwaren – im Angebot eines möglichen neuen Dorfladens wurde bereits dargestellt. Über diese Produkte werden Kunden mehrmals pro Woche angezogen. Bei einer ausgezeichneten Qualität dieser Waren und einer geeigneten Bewerbung, bieten sich hierüber hervorragende Möglichkeiten zum schnellen **Aufbau einer Stammkundschaft** und gegebenenfalls auch über die Grenzen von Illerich hinausgehend das **Einzugsgebiet des Dorfladens zu vergrößern**. Dies vor allem auch dann, wenn das Frischeangebot alle Produktgruppen, d.h. insbesondere Fleisch- und Wurstwaren, Backwaren, Obst und Gemüse sowie Molkereiprodukte, umfasst und so für Verbundeffekte sorgt, die auch auf die übrigen Warengruppen abstrahlen.

In Illerich bietet es sich an, zunächst einmal die von der Ortsbevölkerung bereits in einem hohen Maße genutzten Frischwarenanbieter in der benachbarten Ortsgemeinde Landkern sowie weitere in der Region bereits etablierten Betriebe als mögliche Lieferanten des Dorfladens in Erwägung zu ziehen.

Hinsichtlich der **Backwaren** könnte eine Zusammenarbeit mit einer der beiden von der Illericher Bevölkerung bereits stark frequentierten Bäckereibetriebe in Landkern und Kaisersesch angestrebt werden, nicht zuletzt um hier kleinräumige Synergien zu schaffen. Inwieweit die Bäckereien dabei als sich ergänzende Lieferanten in Betracht kommen könnten, ist bei der detaillierten Konzeption des möglichen Dorfladens zu prüfen.

Ein erheblicher Teil der Illericher Haushalte kauft ihre **Fleisch- und Wurstwaren** zum Zeitpunkt der Befragung bei der Fleischerei Wiersch in Landkern ein. Auch hier könnte sich aus räumlicher Sicht sowie aus Gründen der Akzeptanz bei den Bürgern eine Zusammenarbeit anbieten. Eine Alternative könnte hier die Zusammenarbeit mit der Fleischerei Schneider sein, deren ehemalige Filiale in Illerich etwa von 85% der Haushalte als Kunden genutzt wurde und deren heute noch bestehende Filiale in Büchel nach wie vor von einigen Illerichern angefahren wird.

*Diese Optionen ergeben sich aus den Antworten im Rahmen der Befragung und den daraus zu erkennenden Präferenzen der Bürger. Grundsätzlich sollten aber auch weitere Alternativen bei den zuvor genannten Produktgruppen in Erwägung gezogen werden. Bei den Backwaren besteht beispielsweise auch die Möglichkeit zur Einrichtung einer Backstation, mit der tiefgefrorene Teiglinge – z.B. geliefert vom Großhändler – mehrmals am Tag frisch aufgebacken werden können. Von größter Bedeutung bei diesen Produkten ist stets die **Gewährleistung einer hohen Qualität und Frische**.*

Des Weiteren sind bei der Konzeptionierung und Zusammenstellung des Warenangebots **regionale Obst- und Gemüsebauern** ebenso einzubeziehen wie entsprechend geeignete Anbieter von Milchprodukten und Eiern. Beispielhaft könnte sich hier eine Zusammenarbeit mit dem Eifelobst-Hof in Greimersburg oder dem Hof Seul in Naunheim anbieten. Alternativ kann auch eine Einbindung der Regionalmarke *Eifel* in Betracht gezogen werden, falls eine Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern aus der direkten Nachbarschaft nicht möglich sein sollte.

Die Einbindung geeigneter regionaler Betriebe könnte dem Dorfladen von Beginn an eine stabile Stammkundschaft bringen, die eine sehr gute wirtschaftliche Basis für den Dorfladen darstellt. Existenziell ist dabei stets eine **signifikante Marge** in diesen Produktbereichen, da erfahrungsgemäß insbesondere diese Produktgruppen wichtige Ergebnisbeiträge für einen Dorfladen liefern.

Diese **Marge ist Voraussetzung der hier zugrunde liegenden Potenzialeinschätzung** und muss mit den in das Konzept eines möglichen Illericher Dorfladens einbezogenen Produktionsbetrieben ausgehandelt werden. Hier kommt es auf die jeweilige Konstellation an, eine Marge von mindestens 25% bis 30% sollte in jedem Fall angestrebt werden. Oftmals gehen die Margen bei regionalen Produkten auch weit darüber hinaus. Bei der Realisierung einer geringeren Marge müssten die zum Betreiben eines Dorfladens anfallenden Kosten über einen sehr viel höheren Verkauf anderer Produktgruppen aufgefangen werden, wodurch die wirtschaftliche Tragfähigkeit beeinträchtigt werden würde.

Die Namen der eingebundenen Betriebe sollten im Sinne der Vermarktung auch im bzw. am Dorfladen präsent sein, da hierüber die regionale Identität des Dorfladens unterstrichen wird und die bereits bestehenden Kunden dieser Betriebe angezogen werden.

zu 4. Die Betreuung des Dorfladens in einer gemeinschaftlich orientierten Form ist aufgrund der aktuellen Versorgungssituation in Illerich sowie zur Sicherung der Akzeptanz eines Dorfladens durch die Ortsbevölkerung als möglich und im Sinne der Einbindung der Bevölkerung als sinnvoll zu betrachten.

Grundsätzlich können bei der Betreuung des Dorfladens zwei Arten des Betreibermodells unterschieden werden:

- Zum einen besteht die Möglichkeit eines rein **privatwirtschaftlichen Betriebes**, beispielsweise in Form eines Einzelunternehmens, einer GmbH oder der sehr ähnlich gestalteten Unternehmergesellschaft (mit beschränkter Haftung). Eine solche Betreiberform bietet den Vorteil einer Reduktion der politischen Verantwortlichkeit der kommunalen Entscheidungsträger über den Erfolg des Ladens.

Des Weiteren ist ein solches Modell bei Findung eines geeigneten Kaufmanns oder einer geeigneten Kauffrau leicht umzusetzen. Entgegenzusetzen ist hier allerdings eine starke Beschränkung der Möglichkeiten einer kommunalen Einflussnahme.

- Zum anderen gibt es die Möglichkeit zu einem Betrieb mit Intention einer Einbindung der Bevölkerung und stärkeren Engagement der Gemeinde, üblicherweise in Form einer **eingetragenen Genossenschaft** oder eines **wirtschaftlichen Vereines**. Vorteil eines solchen Modells ist ein höheres „Wir-Gefühl“, da der Betrieb durch einen Teil der Dorfbevölkerung geleistet wird.

Zudem sind die Möglichkeiten zur Einflussnahme durch die Gemeinde durch eine Mitträgerschaft deutlich größer und der Laden muss nicht zwingend gewinnorientiert geführt werden.

- Bei allen genannten Betreiberformen ist die Koppelung an einen Förderverein möglich. Besonders bei privatwirtschaftlicher Betreuung eines Dorfladens kann dadurch ein zusätzlicher Rückhalt in der Ortsbevölkerung geschaffen werden.

Die Ausführungen zur Ermittlung der wirtschaftlichen Erfolgswahrscheinlichkeit haben verdeutlicht, welchen Stellenwert eine breite Akzeptanz und Nutzung des Dorfladens durch die Einwohner besitzt. Dies muss im Falle einer privatwirtschaftlichen Lösung über die **Akzeptanz und Verankerung des Betreibers bzw. des Verkaufspersonals in der Bevölkerung** erreicht werden.

Bei einer Betreuung des Dorfladens in Form eines **wirtschaftlichen Vereins oder einer Genossenschaft** ist die Einbindung der Bevölkerung von Beginn an ohnehin sinnvoll und empfehlenswert. Hier besteht der Vorteil, dass die Einwohner quasi Eigentümer des Ladens wären und automatisch ein höheres Interesse an dem Erfolg des Ladens hätten. Trotzdem muss auch hier auf geeignetes, möglichst im Dorf verankertes Personal geachtet werden.

Ein wirtschaftlicher Verein muss seine Rechtskräftigkeit bei der zuständigen Landesbehörde beantragen. Zuständig in Rheinland-Pfalz ist die **Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion (ADD)** in Trier. Diese prüft vor der Verleihung der Rechtskräftigkeit, ob der Betrieb eines Ladens nicht in einer anderen Rechtsform realisiert werden kann und inwieweit es durch die Eröffnung des Ladens zu Konkurrenzsituationen in der Gemeinde kommt. Da in Illerich keine stationären Versorgungsangebote mehr ansässig sind, ist die Genehmigung eines wirtschaftlichen Vereins als wahrscheinlich einzustufen.

Bei einer Genossenschaft werden die Dorfbewohner durch den Erwerb von **Anteilscheinen** zu Miteignern des Ladens. Die Einnahmen aus dem Verkauf dienen als Grundstock der zu tätigen Investitionen oder zur Deckung eines Teils der laufenden Kosten. Zudem haben die Eigner ein eigenes Interesse an dem Erfolg der Geschäftstätigkeit des Ladens in Illerich, was sich wiederum positiv auf den Betrieb auswirken würde. Ähnliches gilt bei einem wirtschaftlichen Verein in Form der Vereinsbeiträge.

Welche Betreiberart für einen Dorfladen in Illerich letztendlich am sinnvollsten ist, hängt neben den bereits angesprochenen Argumenten zusätzlich von der Organisations- und Einsatzbereitschaft der Ortsgemeinde ab. Ist ein geeigneter privatwirtschaftlich agierender Betreiber vorhanden, welcher neben seinen kaufmännischen Fähigkeiten auch über ein hohes Maß an Sozialkompetenz, Freundlichkeit und Dorfintegration verfügt, kann auch dies ein erfolgreiches Modell mit einer Entlastung der Gemeinde darstellen.

Die Möglichkeiten, aktiv am Erfolg eines Dorfladens mitzuwirken und die Bevölkerung daran teilhaben zu lassen, sind allerdings bei einer gemeinschaftlichen Betreuung deutlich ausgeprägter. Gerade dies kann für die Etablierung und langfristige Entwicklung eines Dorfladens entscheidend sein. Aber auch in einer gemeinschaftlichen Trägerschaft (Genossenschaft oder wirtschaftlicher Verein) müssen die **Verantwortlichkeiten** hinsichtlich der operativen Aufgabenbereiche klar herausgestellt und geregelt sein. Es muss ein bis zwei „Galionsfiguren“ im Ort geben, die sich hinter das Vorhaben stellen, dieses koordinieren und vorantreiben.

Nächste Schritte

Rolle der Gemeinde / Entscheidung über Dorfladen

Grundsätzlich muss seitens der Gemeinde die Entscheidung getroffen werden, ob – basierend auf den Erkenntnissen der Machbarkeitsstudie – die Errichtung eines Dorfladens weiterhin gewünscht ist. Ist dies der Fall, **muss die Gemeinde ihre Rolle genau definieren**, d.h. zunächst insbesondere festlegen, ob die Gemeinde sich im Rahmen der Betreuung des Dorfladens engagieren will oder ob eine privatwirtschaftliche Lösung angestrebt wird. Zusätzlich gilt es zu klären, welche **finanziellen Mittel bzw. Beiträge** die Gemeinde zur Verfügung stellen kann und will.

Raumplanung

Festigt sich der Wille, einen Dorfladen in Illerich anzusiedeln, muss geklärt werden, wie die vorhandene Fläche des Gebäudes in der Kaisersescher Straße genutzt werden soll. Zur **Definition der Verkaufs-, Zusatz- und Lagerflächen** muss zunächst die Entscheidung getroffen werden, inwieweit Leistungen mit zusätzlichem Raumbedarf (z.B. Sitzecke, Post) in den Dorfladen integriert werden sollen bzw. können. In diesem Zusammenhang sind die **Gespräche mit dem Immobilienbesitzer** in Bezug auf den Mietpreis zu konkretisieren.

Hier sollten zu einem frühen Zeitpunkt auch **Vertreter der Lebensmittelversorger** hinzugezogen werden. Erste Gespräche sollten auch dazu dienen, die räumlichen Anforderungen in Anlehnung an das geplante Leistungsangebot und etwaige Besonderheiten nochmals zu konkretisieren, um diese von Beginn an in die Planung der Raumgestaltung integrieren zu können.

Ausarbeitung des Konzepts

Zur weiteren Konzeptdetaillierung ist die **Bildung eines Projektteams** anzuraten. Neben dem Bürgermeister sollten hier zwei bis maximal drei engagierte Personen aus Illerich eingebunden werden.

Im Rahmen der weitergehenden Ausarbeitung stehen folgende Punkte im Fokus (insbesondere bei gemeinschaftlicher Betreibungsform):

- Detaillierte Festlegung des Leistungsangebots und Übertragung auf ein Raumkonzept
- Definition der einzubindenden regionalen Produkte / Abstimmung mit Lebensmittelversorger
- Entscheidung und Ausgestaltung in Bezug auf das Betreibermodell (Anfrage bei ADD, Gründung Genossenschaft bzw. Verein, etc.)
- Entscheidung über die Verantwortlichkeiten im Rahmen der Umsetzung / Entwicklung Personalkonzept
- Entwicklung Vergütungsmodelle – auch hinsichtlich der Honorierung ehrenamtlicher Leistungen
- Erarbeitung von Ideen zur atmosphärischen Aufwertung des Ladens

Anhang – Fragebogen mit Häufigkeitsauswertung

Nahversorgungssituation

1.1. Wie würden Sie das Einkaufsverhalten Ihres Haushaltes eher beschreiben?

- 42 (35,9%) Wir gehen nur einmal pro Woche einkaufen und besorgen dann alles, was wir die Woche über brauchen (sog. Großeinkauf).
- 75 (64,1%) Wir kaufen mehrmals pro Woche kleinere Mengen nach Bedarf ein.

1.2. Verbinden Sie Ihre Einkäufe normalerweise mit anderen Aktivitäten?

- 46 (39,0%) Ja, auf dem Weg von / zur Arbeit.
- 11 (9,3%) Ja, auf dem Weg von / zu anderen Aktivitäten (z.B. Sporttraining, Freizeitgestaltung).
- 61 (51,7%) Nein.

1.3. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Versorgungssituation?

- 31 (26,1%) Einkaufen ist sehr aufwendig, gute naheliegende Geschäfte sind Mangelware.
- 65 (54,6%) Alles was ich brauche, ist in angemessener Entfernung einzukaufen.
- 23 (19,3%) Grundsätzlich ist die Versorgungssituation zufriedenstellend, nur bei folgenden Produkten ist der Weg zu weit: Siehe Detailauswertung offener Antworten (im Anschluss an Häufigkeitsauswertung).

1.4. Wie bewerten Sie Ihre Versorgungssituation auf einer Bewertungs-Skala von 1 bis 6 (Schulnoten: 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend)?

Bewertung: Ø 2,9

1.5. Wie häufig kaufen Sie folgende Produkte ein?

	Backwaren	Wurst-/Fleischwaren	Obst/Gemüse
Nahezu täglich.	<input type="checkbox"/> 12 (9,9%)	<input type="checkbox"/> 3 (2,5%)	<input type="checkbox"/> 4 (3,3%)
Mehrmals pro Woche.	<input type="checkbox"/> 67 (55,4%)	<input type="checkbox"/> 54 (45,0%)	<input type="checkbox"/> 64 (52,9%)
Ungefähr 1 Mal pro Woche.	<input type="checkbox"/> 39 (32,2%)	<input type="checkbox"/> 57 (47,5%)	<input type="checkbox"/> 49 (40,5%)
Seltener.	<input type="checkbox"/> 3 (2,5%)	<input type="checkbox"/> 6 (5,0%)	<input type="checkbox"/> 4 (3,3%)

1.6. Welches Geschäft nutzen Sie aktuell am häufigsten für den Einkauf folgender Lebensmittel?

Backwaren (Geschäft)_____ in (Ort)_____

Wurst- / Fleischwaren (Geschäft)_____ in (Ort)_____
Siehe Detailauswertung Siehe Detailauswertung

Obst / Gemüse (Geschäft)_____ in (Ort)_____

Sonstige Lebensmittel (Geschäft)_____ in (Ort)_____

1.7. Wie intensiv haben Sie das Angebot der in Illerich ansässigen – 2014 geschlossenen – Metzgerei Schneider genutzt?

Regelmäßig	Gelegentlich	Selten / Nie	
66 (54,5%) <input type="checkbox"/>	36 (29,8%) <input type="checkbox"/>	19 (15,7%) <input type="checkbox"/>	
_____			Warum selten bzw. nie?

Siehe Detailauswertung

1.8. Kaufen Sie Produkte – wie beispielsweise Käse, Eier, Obst, Gemüse – auch bei regionalen Anbietern / Landwirten ein?

41 (35,3%) Ja 75 (64,7%) Nein

Welche Produkte kaufen Sie bei welchem Betrieb?

(Produkt) _____ bei (Betrieb) _____

(Produkt) _____ bei (Betrieb) _____

Warum nicht?

5 (6,8%) Die Produkte sind zu teuer.

47 (64,4%) Der Einkauf ist zu aufwendig.

12 (16,4%) Die Qualität ist nicht wirklich besser als im Supermarkt.

20 (27,4%) Sonstiger Grund: _____

1.9. Wie intensiv nutzen Sie die vorhandenen mobilen Versorgungsangebote in Illerich?

	Regelmäßig	Gelegentlich	Selten / Nie
Mobile Bäckerei <u>Siehe Detailauswertung</u> _{Name}	<input type="checkbox"/> 12 (10,6%)	<input type="checkbox"/> 22 (19,5%)	<input type="checkbox"/> 79 (69,9%)
„Heiko“	<input type="checkbox"/> 16 (14,3%)	<input type="checkbox"/> 17 (15,2%)	<input type="checkbox"/> 79 (70,5%)
Sonstiges: <u>Siehe Detailauswertung</u> _{Name}	<input type="checkbox"/> 5 (6,3%)	<input type="checkbox"/> 5 (6,3%)	<input type="checkbox"/> 69 (87,3%)

1.10. Welche der folgenden Aussagen spiegeln Ihre Einstellung am ehesten wider?
(Bitte maximal drei Antworten ankreuzen)

- 25 (20,7%) Einkaufen macht Freude, ich nehme mir Zeit und liebe eine große Produktauswahl.
- 72 (59,5%) Die Nähe des Geschäfts ist für mich überaus wichtig.
- 16 (13,2%) Ich fühle mich gut, wenn ich mal wieder ein Schnäppchen gemacht habe.
- 62 (51,2%) Qualität geht bei Lebensmitteln vor – auch wenn der Preis etwas höher ist.
- 31 (25,6%) Ich versuche mich soweit wie möglich mit nachhaltig und umweltschonend produzierten Lebensmitteln zu ernähren.
- 25 (20,7%) Einkaufen ist heute viel zu unpersönlich geworden – die Zeit zum Plaudern fehlt.
- 37 (30,6%) Gute Produkte müssen nicht teuer sein, heute sind die sogenannten „Billig-Produkte“ gar nicht mehr viel schlechter als die Markenartikel.
- 46 (38,0%) Ich achte beim Einkauf von Lebensmitteln sehr stark auf deren Herkunft.

1.11. Wie ist Ihre Meinung zu Regionalprodukten?
Bitte maximal drei Antworten ankreuzen

- 47 (40,2%) Regionalprodukte sind besonders frisch und von hoher Qualität.
- 49 (41,9%) Der Kauf von regionalen Produkten ist gut für die Umwelt.
- 61 (52,1%) Es ist mir wichtig, regionale Landwirte zu unterstützen.
- 67 (57,3%) Der Kauf von Regionalprodukten fördert die positive Entwicklung der Region.
- 9 (7,7%) Regionalprodukte sind allgemein zu teuer.
- 18 (15,4%) Die Qualität von Regionalprodukten ist nicht wirklich besser als Ware aus dem Supermarkt bzw. Discounter.
- 9 (7,7%) Ich interessiere mich wenig für die Herkunft meiner Nahrungsmittel

1.12. Wie ist Ihre Meinung zu Bio-Lebensmitteln?
(Bitte maximal drei Antworten ankreuzen)

- 30 (25,2%) Bionahrung ist besonders frisch und von hoher Qualität.
- 36 (30,3%) Bionahrung ist gesund.
- 47 (39,5%) Die Produktion von Bionahrung ist aufgrund ihrer positiven Umweltbilanz zu unterstützen.
- 43 (36,1%) Bionahrung ist allgemein zu teuer.
- 44 (37,0%) Die Qualität von Bionahrung ist nicht wirklich besser als jene von konventionell hergestellten Lebensmitteln.
- 10 (8,4%) Ich interessiere mich wenig für die Produktion meiner Nahrungsmittel.

1.13. In welchen Bereichen empfinden Sie in Ihrer Umgebung den größten Mangel?

(Bitte maximal **drei** Antworten ankreuzen/angeben)

- | | | | |
|-------------------------------------|--|--------------------------|-------------------------------------|
| 66 (61,7%) <input type="checkbox"/> | Versorgung mit Allgemein-Medizinern | <input type="checkbox"/> | Lebensmittelversorgung 41 (38,3%) |
| 42 (39,3%) <input type="checkbox"/> | Versorgung mit Fach-Medizinern: Siehe Detailauswertung | <input type="checkbox"/> | Kinderbetreuung 3 (2,8%) |
| 6 (5,6%) <input type="checkbox"/> | Altenpflege / Betreuung | <input type="checkbox"/> | Treffpunkte / Gaststätten 10 (9,3%) |
| 35 (32,7%) <input type="checkbox"/> | Dienstleistungen wie Post, Bank und Versicherungen | <input type="checkbox"/> | Kulturangebote 26 (24,3%) |
| 5 (4,7%) <input type="checkbox"/> | Verkehr / Mobilitätsdienste | | |

1.14. Würde die Eröffnung eines Dorfladens im Kreuzungsbereich Hauptstraße / Kaisersescher Straße die Einkaufssituation in Ihrem Haushalt erleichtern?

- 72 (61,0%) Ja, wesentlich.
38 (32,2%) Eher weniger.
8 (6,8%) Gar nicht.

1.15. Welche persönlichen Wünsche hätten Sie an einen Dorfladen in Illerich?

In Bezug auf...:

... das Produktsortiment / die Angebote im Laden:

[Siehe Detailauswertung](#)

... Serviceleistungen / Öffnungszeiten:

[Siehe Detailauswertung](#)

... Sonstiges:

[Siehe Detailauswertung](#)

1.16. Welche zusätzlichen Leistungen würden Sie in einem neuen Dorfladen in Illerich gerne nutzen? (Bitte maximal vier Antworten ankreuzen/angeben)

- | | | |
|---|--|------------|
| 89 (81,7%) <input type="checkbox"/> Paketannahme | <input type="checkbox"/> „Coffee to go“ (Kaffe zum mitnehmen / für unterwegs) | 30 (10,1%) |
| 2 (1,8%) <input type="checkbox"/> Internetcafé | <input type="checkbox"/> Apothekendienste | 32 (29,4%) |
| 6 (5,5%) <input type="checkbox"/> Fotodruckdienst | <input type="checkbox"/> Druckerpatronen-Füllservice | 2 (1,8%) |
| 55 (50,5%) <input type="checkbox"/> Getränkeservice | <input type="checkbox"/> Toto-Lotto | 21 (19,3%) |
| 15 (13,8%) <input type="checkbox"/> Mittagstisch / -imbiss | <input type="checkbox"/> Annahme- / Ausgabestelle für Schneiderei / Schusterei | 38 (34,9%) |
| 27 (24,8%) <input type="checkbox"/> Ausgabe / Abgabe Dokumente der Verbandsgemeinde / der Kreisverwaltung | | |
| 20 (18,3%) <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ | Siehe Detailauswertung | |

2. Ihre Person / Ihr Haushalt

2.1. Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

- | | | |
|---|---|---|
| 0 (0,0%) <input type="checkbox"/> Bis 19 Jahre | 6 (5,0%) <input type="checkbox"/> 20-29 Jahre | 48 (40,3%) <input type="checkbox"/> 30-49 Jahre |
| 28 (23,5%) <input type="checkbox"/> 50-59 Jahre | 19 (16,0%) <input type="checkbox"/> 60-74 Jahre | 18 (15,1%) <input type="checkbox"/> 75+ Jahre |

2.2. Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt? Ø 2,6

2.3. Steht Ihrem Haushalt ein Fahrzeug zur Verfügung?

- 107 (89,9%) ja 12 (10,1%) nein

Falls ja:

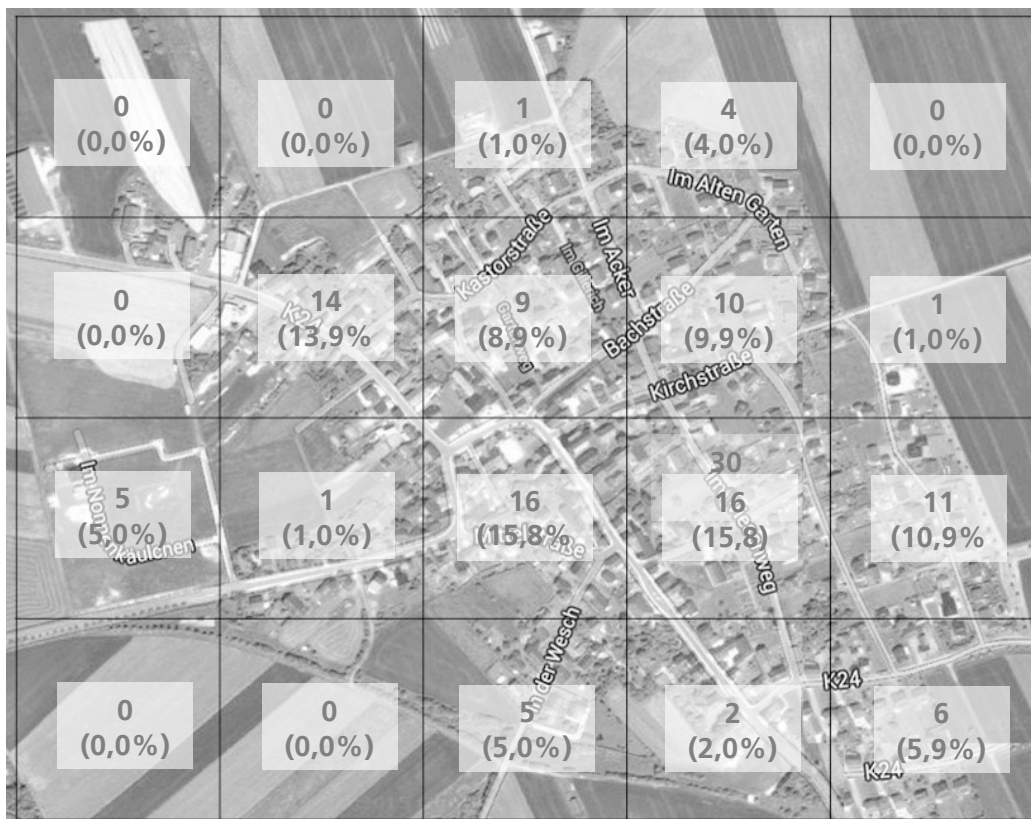
- | | |
|-------------------------------------|---|
| 97 (90,7%) <input type="checkbox"/> | Ein Auto ist für Einkäufe jederzeit nutzbar. |
| 9 (8,4%) <input type="checkbox"/> | Ein Auto steht für Einkäufe nur zu gewissen Zeiten zur Verfügung. |
| 1 (0,9%) <input type="checkbox"/> | Für Einkäufe ist <u>kein</u> Auto verfügbar. |

2.4. In welche Richtung verlassen Sie bzw. Ihr Partner regelmäßig Illerich (z.B. zur Arbeit oder anderen fast täglichen Aktivitäten)?

	Ich selbst	Mein Partner
In westliche Richtung (über L107 Richtung Landkern)	<input type="checkbox"/> 16 (14,5%)	<input type="checkbox"/> 9 (10,6%)
In nordwestliche Richtung (über K24 Richtung Kaisersesch / Autobahn A48)	<input type="checkbox"/> 55 (50,0%)	<input type="checkbox"/> 47 (55,3%)
In östliche Richtung (über K24 Richtung Wirfus)	<input type="checkbox"/> 3 (2,7%)	<input type="checkbox"/> 9 (10,6%)
In südöstliche Richtung (über L107 Richtung Cochem)	<input type="checkbox"/> 12 (10,9%)	<input type="checkbox"/> 9 (10,6%)
Keine regelmäßigen Pendelbewegungen	<input type="checkbox"/> 24 (21,8%)	<input type="checkbox"/> 11 (12,9%)

2.5. In welchem Teil des Ortes befindet sich Ihr Haushalt?

Bitte zutreffendes Kästchen in der Abbildung ankreuzen – es erfolgt kein Rückschluss auf Ihre Identität



2.6. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie und / oder Ihren (Ehe-)Partner zu?

- 79 (66,4%) Mitglied in einem Illericher Verein.
- 38 (31,9%) Aktives Engagement in einem/mehreren Vereinen in Illerich.
- 81 (68,1%) Aufgewachsen in Illerich.
- 19 (16,0%) Keine der obigen Aussagen trifft zu.

Detailauswertung der offenen Fragen

1.3.2 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Versorgungssituation?

23 (19,3%) □ Grundsätzlich ist die Versorgungssituation zufriedenstellend, nur bei folgenden Produkten ist der Weg zu weit: _____.

Backwaren	10 (8,4%)
Drogerieartikel	8 (6,7%)
Fleisch- und Wurstwaren	6 (5,0%)
Obst / Gemüse	2 (1,7%)
Bioprodukte	2 (1,7%)
Sonstige	2 (1,7%)

1.6 Welches Geschäft nutzen Sie aktuell am häufigsten für den Einkauf folgender Lebensmittel?

Backwaren (Geschäft)		in (Ort)	
Lohner	31 (31,0%)	Kaisersesch	65 (65,7%)
Müsch	25 (25,0%)	Landkern	28 (28,3%)
Lutz	15 (15,0%)	Cochem	3 (3,0%)
Sonstige Bäckerei	6 (6,0%)	Illerich	1 (1,0%)
Mobile Bäckerei	1 (1,0%)		
Supermarkt	10 (10,0%)		
Discounter	12 (12,0%)		

Wurst- / Fleischwaren (Geschäft)		in (Ort)	
Wiersch	41 (41,0%)	Landkern	45 (45,5%)
Schneider	7 (7,0%)	Kaisersesch	42 (42,4%)
Voss	2 (2,0%)	Büchel	3 (3,0%)
Hofladen	2 (2,0%)	Cochem	1 (1,0%)
Sonstige Metzger	4 (4,0%)	Mayen	2 (2,0%)
Supermarkt	30 (30,0%)		
Discounter	12 (12,0%)		

Obst / Gemüse (Geschäft)		in (Ort)	
Wochenmarkt	1 (1,0%)	Kaisersesch	94 (95,9%)
Gemüseladen	1 (1,0%)	Cochem	2 (2,0%)
Heiko	1 (1,0%)	Illerich	1 (1,0%)
Supermarkt	57 (57,0%)	Mayen	1 (1,0%)
Discounter	40 (40,0%)		

Sonstige Lebensmittel (Geschäft)		in (Ort)	
DM	3 (3,2%)	Kaisersesch	88 (93,6%)
Supermarkt	35 (36,8%)	Mayen	4 (4,3%)
Discounter	57 (60,0%)	Cochem	2 (2,1%)

1.7 Wie intensiv haben Sie das Angebot der in Illerich ansässigen – 2014 geschlossenen – Metzgerei Schneider genutzt?

19 (15,7%) Selten / Nie



Warum selten bzw. nie?

Bin neu in Illerich	6 (5,0%)
Ungünstige Öffnungszeiten	4 (3,3%)
Zu teuer	1 (0,8%)
Sonstige Gründe	4 (3,3%)

1.8 Kaufen Sie Produkte – wie beispielsweise Käse, Eier, Obst, Gemüse – auch bei regionalen Anbietern / Landwirten ein?

41 (35,3%) Ja



Produkt		in Betrieb	
Eier	22 (19,0%)	Polcher Hotz	5 (4,1%)
Obst / Gemüse	10 (8,6%)	Heiko	3 (2,5%)
Kartoffeln	7 (6,0%)	Eierfrau / -mann	4 (3,3%)
Fleisch	4 (3,4%)	Wochenmarkt	3 (2,5%)
Sonstiges	5 (4,3%)	Hofladen	2 (1,7%)
		Geflügelhof	2 (1,7%)
		Sonstige (benannt)	7 (5,8%)
		Sonstige (unbenannt)	9 (7,4%)

75 (64,7%) Nein

Warum nicht?

Sonstiger Grund:

Anbieter unbekannt	13 (10,7%)
Keine Zeit	2 (1,7%)
Nicht mobil	1 (0,8%)
Nur für Bio interessant	1 (0,8%)
Selbstversorger	2 (1,7%)

1.9 Wie intensiv nutzen Sie die vorhandenen mobilen Versorgungsangebote in Illerich?

Mobile Bäckerei Marx (Pommern)	8 (6,6%)
Bofrost / Eismann	5 (4,1%)

1.12 In welchen Bereichen empfinden Sie in Ihrer Umgebung den größten Mangel? (Bitte maximal drei Antworten ankreuzen/angeben)

Versorgung mit Fach-Medizinern:

Kinderarzt	7 (5,8%)
Frauenarzt	3 (2,5%)
Gynäkologe	2 (1,7%)
Orthopäde	1 (0,8%)
Zahnarzt	1 (0,8%)
Hautarzt	1 (0,8%)
Neurologe	1 (0,8%)
Urologe	1 (0,8%)

1.15 Welche persönlichen Wünsche hätten Sie an einen Dorfladen in Illerich?

In Bezug auf...:

... das Produktsortiment / die Angebote im Laden:

Backwaren	52 (43,0%)
Fleisch- / Wurstwaren	43 (35,5%)
Obst / Gemüse	33 (27,3%)
Molkereiprodukte	14 (11,6%)
Eier	9 (7,4%)
Zeitschriften	9 (7,4%)
Getränke	7 (5,8%)
Tabakwaren	1 (0,8%)
Tierfutter	1 (0,8%)
Regionalprodukte	17 (14,0%)
Bio-Produkte	2 (1,7%)
Sonstige	31 (25,6%)

... Serviceleistungen / Öffnungszeiten:

Serviceleistungen		Öffnungszeiten	
Café-Ecke	8 (6,6%)	Sehr früh	0 (0,0%)
Postdienstleistungen allgemein	6 (5,0%)	Vormittag	30 (24,8%)
Paketannahme	6 (5,0%)	Über Mittag	6 (5,0%)
Briefmarken	5 (4,1%)	Nachmittag	19 (15,7%)
Bankgeschäfte	2 (1,7%)	Spät	18 (14,9%)
Lieferservice	1 (0,8%)	Wochenende	19 (15,7%)
Frischwaren auf Bestellung	1 (0,8%)	Sonntag	7 (5,8%)
Kopierservice	1 (0,8%)		
Faxservice	1 (0,8%)		

... Sonstiges

Freundlichkeit / Hilfsbereitschaft	2 (1,7%)
Wolle zum stricken	1 (0,8%)
Angebote von Hobby-Gärtnern	1 (0,8%)
Eistruhe	1 (0,8%)
Ohne klare Benennung	1 (0,8%)

1.16 Welche zusätzlichen Leistungen würden Sie in einem neuen Dorfladen in Illerich gerne nutzen? (Bitte maximal vier Antworten ankreuzen/angeben)

... Sonstiges

Zeitungen / Zeitschriften	5 (4,1%)
Kaffee-Ecke	3 (2,5%)
Briefmarken	3 (2,5%)
Backwaren / Sonntagsbrötchen	2 (1,7%)
Annahme Reinigung	2 (1,7%)
Postdienstleistungen	2 (1,7%)
Tierfutter	1 (0,8%)
Textilreinigung	1 (0,8%)
Kuchen	1 (0,8%)
Bankautomat	1 (0,8%)
Schreibware	1 (0,8%)
Lieferservice	1 (0,8%)
Kopierservice	1 (0,8%)