

Jeden Monat macht irgendwo in Bayern ein neuer Dorfladen auf. Nach Startschwierigkeiten fangen sich die meisten. Dass sich manche nicht mehr aufrappeln, passiert dagegen selten.

VON MARC LAMBERGER

München – Die Eier sind der Renner. In Gelting im Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen verkaufen die Mitarbeiter des Dorfladens bis zu tausend Stück pro Woche, die freilaufende Hühner in Dietramszell legen. „Wir setzen bewusst auf regionale Produkte. Das war das Beste, was wir machen konnten“, sagt Sigrid Stumvoll von der Teamleitung des Geltinger Dorfladens. Den gibt es mittlerweile schon seit mehr als vier Jahren – trotz großer Konkurrenz in der näheren Umgebung.

In den Nachbarorten Gertsried und Wolfratshausen stehen Supermarktketten wie Kaufland. Doch der Dorfladen hat sich etabliert, mit Produkten aus der Region. Selbstgekochte Marmelade, Bauernbrot, Kuchen, Milchprodukte – das meiste kommt aus der Heimat. „Die Leute wissen das zu schätzen“, meint Stumvoll. Ihr zufolge stimmen auch die Zahlen. „Es bleibt ein Plus übrig, das wir in den Laden investieren.“ Allerdings läuft es nicht überall so gut wie in Gelting.

Im Landkreis Miesbach scheiterten im vergangenen Jahr zwei Dorfladen-Projekte, in Gmund am Tegernsee und Fischbachau. Kurios: In ganz Bayern gab es in den vergangenen Jahren nur vier Fälle,



Verkaufen und plaudern: Gertrud Huber (r.) vom Dorfladen in Gelting.

FOTO: SABINE HERMSDORF

vor einigen Jahren, während in Marzling (Kreis Freising) der für 2012 geplante Markt nicht eröffnet wurde – wegen schlechter wirtschaftlicher Prognosen.

„Wenn man es in der Relation sieht, haben wenige Dorfläden zugemacht“, sagt Wolfgang Gröll. Der 47-Jährige aus Berg am Starnberger See berät etwa 100 Dorfläden in Bayern. Darunter waren auch die in Gmund und Fischbachau. Ein Teil des Personals sei mit den Ansprüchen überfordert gewesen.

Wenn Verantwortliche mit dem Management nicht klar

Die Rechtsformen

Die Idee, die Nahversorgung im ländlichen Raum **über einen Dorfladen zu sichern**, ist in den vergangenen Jahren in immer mehr Dörfern aufgegriffen worden. **Es gibt unterschiedliche Rechtsformen.** Eine häufig genutzte Rechtsform ist zum Beispiel die **Genossenschaft**. Wer Kapital einzahlt, ist Mitglied und hat eine Stimme, unabhängig vom Kapital. Bei einer **Unternehmensgesellschaft** haben mehrere Gesellschafter Anteile am Dorfladen. **Entscheidungen**

te nicht mit der Idee identifizieren, scheitert das Projekt. Die Formulierung „Unser Dorfladen“ beschreibt das Prinzip am besten. „Engagierte Bürger tragen die Idee anders als jemand, der keine Lust hat“, erklärt Gröll. „Dadurch arbeiten mehrere am und im Laden.“

Die Herzlichkeit des Personals ist für viele Kunden nicht weniger wichtig wie das Sortiment. In Gelting organisiert das Team einmal im Jahr ein Dorffest, im Sommer ist ein kleiner Biergarten vor dem Laden, drinnen gibt es eine

soll Menschen in erster Hinsicht ermöglichen, in ihrem Heimatort einzukaufen. Ein Ziel, das auch das Landwirtschaftsministerium verfolgt. Jährlich fließen rund 60 Millionen Euro in das Förderprogramm Dorferneuerung. Agrarminister Helmut Brunner (CSU) will mit diesen Mitteln mehrere Projekte in Kommunen unterstützen. Auch Dorfläden werden bei Bedarf gefördert. Entweder, um ein Konzept zu erarbeiten, oder Geschäftsräume zu sanieren.

In Bayern sind laut Gröll aber viele Kramerläden ohne Fördermittel entstanden. Er schätzt, dass es insgesamt fast 150 Dorfläden im Freistaat gibt – damit ist Bayern bundesweit Spitzenreiter. „Im Schnitt macht jeden Monat ein Laden auf, den wir betreuen“, erklärt Gröll. „Mitte der 90er Jahre waren es noch drei bis vier im Jahr.“

Gröll zufolge sind in Bayern rund 50 weitere Tante-Emma-Läden geplant: „Wenn wir Prozesse anschieben wollen, halten wir Bürgerversammlungen ab. Das zeigt, ob die Lust da ist, einen Laden aufzumachen.“ Dabei will er herausfinden, welche Anforderungen die Bewohner an ihren Markt haben. Welche Produkte sind gefragt? Was trifft den Geschmack vieler Kunden? Wie viel Geld darf die Ware kosten?

Denn irgendwie muss sich der Dorfladen finanzieren. Die Anlaufphase sei am schwierigsten. Ob ein Geschäft funktioniert, zeige sich erst nach dem Start. Anfangs machen fast alle Betreiber Verlust. Die ersten schreiben nach zwei Monaten schwarze Zahlen. In Gelting hat es zwei