

NAHVERSORGUNG IM LANDKREIS GÖRLITZ

Handlungsleitfaden
für Kommunen

Mit praktischer Übersicht
zu möglichen Handlungsfeldern
und Ansprechpartner*innen



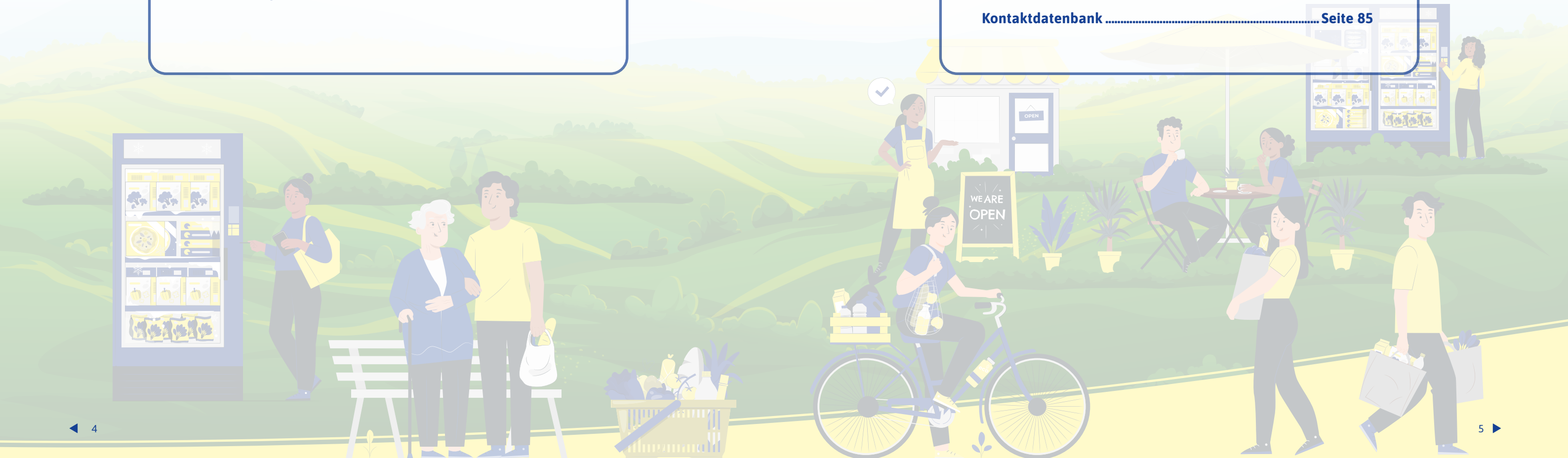
NAHVERSORGUNG IM LANDKREIS GÖRLITZ

Handlungsleitfaden für Kommunen



Vorwort und Hinführung zum Thema.....	Seite 06
Nahversorgung.....	Seite 08
Nahversorgung im Landkreis Görlitz.....	Seite 10
Herausforderungen	Seite 10
Umsetzende Akteur*innen	Seite 24
Handlungsfelder	Seite 28
Fazit	Seite 30
Ausgangssituation in den Kommunen.....	Seite 32
Mögliche Lösungskonzepte	Seite 38
Mögliche Betriebsformen.....	Seite 40
Umwandlung von Leerständen.....	Seite 42
Fördermöglichkeiten.....	Seite 44

Nahversorgungskonzepte.....	Seite 46
24/7 Markt	Seite 46
Dorfladen	Seite 50
Lebensmittelkooperative (Foodcoop).....	Seite 54
Solidarische Landwirtschaft (Solawi).....	Seite 58
Lebensmittelautomat/Automatenläden	Seite 62
Abholstation	Seite 66
Mobiler Supermarkt	Seite 70
Anbindungskonzepte	Seite 74
Digitale Vernetzungsangebote	Seite 74
Bürgerbusse.....	Seite 78
Mitfahrbänke.....	Seite 82
Kontaktdatenbank	Seite 85



VORWORT UND EINFÜHRUNG ZUM THEMA



Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für die wertvollen Impulse, die in dieses Handbuch eingeflossen sind.

Außerdem gebührt dem Landkreis Görlitz großer Dank für seine Initiative, die Nahversorgungsproblematik in der Region in den Fokus zu nehmen und damit neue Impulse für deren Entwicklung zu setzen.

Liebe*r Leser*in,

dieses Handbuch soll Ihnen praxisorientierte Ansätze zur Verbesserung und nachhaltigen Entwicklung Ihrer Nahversorgungssituation bieten.

Um eine gezielte Verbesserung zu erreichen, ist es zunächst wichtig, den aktuellen Zustand der Nahversorgung zu verstehen. Dieses Handbuch bietet eine Bestandsaufnahme und Analyse der Herausforderungen, mit denen Gemeinden in Bezug auf die Nahversorgung konfrontiert sind und bietet Lösungsvorschläge, wie diesen begegnet werden kann. Eine erfolgreiche Verbesserung der Nahversorgung erfordert die aktive Beteiligung aller relevanten Akteur*innen – vom lokalen Einzelhandel über die Bevölkerung bis hin zu politischen Entscheidungsträger*innen. Daher wird darauf eingegangen, wie eine effektive Zusammenarbeit die Basis für positive Veränderungen schafft.

Das Handbuch stellt dazu Projekte aus verschiedenen Gemeinden des Landkreises und von außerhalb vor, um aufzuzeigen, welche Wege für eine bessere Nahversorgung möglich sind und schildert die Vorgehensweise für die Umsetzung der verschiedenen Möglichkeiten.

Es richtet sich an kommunale Akteur*innen wie Bürgermeister*innen, Verwaltungsmitarbeitende und Gemeinderät*innen oder die engagierte Bürgerschaft, die die Notwendigkeit zum Umdenken in der Thematik erkannt haben, und die Nahversorgung als essenziellen Bestandteil des Gemeindelebens stärken möchten.

Das Handbuch wurde für den Landkreis Görlitz mit seinen spezifischen Eigenschaften und Bedürfnissen zugeschnitten. Kontakte und Netzwerkinstitutionen beziehen sich deshalb speziell auf die Region.

Die Sprache und Gestaltung dieses Handbuchs sind darauf ausgelegt, gut verständlich und informativ zu sein, da es als Begleiter im gesamten, teils mehrjährigen Prozess zur Verbesserung der Nahversorgung, dienen soll.



NAH- VERSORGUNG

WAS GENAU VERSTEHT MAN EIGENTLICH UNTER NAHVERSORGUNG?

Die genaue Definition von „Nahversorgung“ bezieht sich auf die Verfügbarkeit von Gütern des täglichen Bedarfs in unmittelbarer Nähe des Wohnorts einer Bevölkerung. Es geht darum, dass Menschen Zugang zu Lebensmitteln oder Gütern des täglichen Bedarfs haben, ohne weit reisen zu müssen. Nahversorgung ist also ein Konzept, das sich auf die lokale Bereitstellung von Waren konzentriert, um die Bedürfnisse einer Gemeinschaft zu erfüllen und die Lebensqualität zu verbessern.

Nahversorgung

Eine gut ausgebaute Nahversorgung ist von entscheidender Bedeutung für die Lebensqualität der ansässigen Bevölkerung. Dabei gewährleistet sie nicht nur den Zugang zu Grundbedürfnissen des täglichen Lebens, sondern stärkt auch aus verschiedenen Gründen die sozialen Bindungen innerhalb einer Gemeinschaft.

Nahversorgungseinrichtungen wie Lebensmittelgeschäfte, Märkte oder Cafés dienen oft als Treffpunkt für Mitglieder einer Gemeinschaft. Menschen treffen sich beim Einkaufen oder beim Genuss von Speisen und Getränken.

Diese regelmäßigen Begegnungen fördern den sozialen Austausch und ermöglichen es den Einwohner*innen, sich besser kennenzulernen. Eine gut ausgebaute Nahversorgung zeigt, dass die Gemeinschaft füreinander sorgt und dass die Bedürfnisse der Menschen vor Ort berücksichtigt werden. Dies kann ein Gemeinschaftsgefühl und Stolz auf die Gemeinschaft fördern.

Wenn Nahversorgungseinrichtungen leicht erreichbar sind, verbessert das den Zugang für die Menschen vor Ort, unabhängig von ihrem Einkommen oder ihrer Mobilität. Dies fördert die Teilnahme am sozialen Leben und ermöglicht es Menschen, sich aktiv in ihrer Gemeinschaft zu engagieren.

Lokale Geschäfte und Märkte tragen zur wirtschaftlichen Stabilität der Gemeinschaft bei, indem sie Arbeitsplätze schaffen und Einkommen in der Region halten. Durch die Unterstützung lokaler Unternehmen stärken die Bewohner*innen die Wirtschaft ihrer Gemeinschaft und fördern ein Gefühl der Verbundenheit untereinander.

Nahversorgungseinrichtungen ermöglichen nicht nur den Kauf von Produkten, sondern fördern auch den Austausch von Informationen und Ratschlägen. Dies kann den sozialen Zusammenhalt stärken, da Menschen ihr Wissen teilen und voneinander lernen können.

Insgesamt trägt eine gut ausgebaute Nahversorgung dazu bei, eine lebendige und eng verbundene Gemeinschaft zu schaffen, in der Menschen sich unterstützt und eingebunden fühlen.

In den letzten Jahren haben sich jedoch vielerorts Herausforderungen und Veränderungen ergeben, die die Nahversorgung vor neue Aufgaben stellen.



Herausforderungen Wirtschaft und Kaufverhalten



Im Jahr 2022 lag die Arbeitslosenquote im Landkreis Görlitz bei 7,6 Prozent. Die Region hatte dabei die höchste Arbeitslosenquote unter allen Landkreisen und kreisfreien Städten in Sachsen.

Hinzu kommt das verhältnismäßig niedrige Einkommen im Landkreis Görlitz. Bei der Auflistung der in Vollzeitbeschäftigung stehenden Personen im unteren Entgeltbereich führt Görlitz den bundesweiten Vergleich mit 40,9 % der Beschäftigten sogar an.

Diese Faktoren erschweren die wirtschaftliche Rentabilität von Geschäften und Dienstleistungen im ländlichen Raum. Bei der Wahl von geeigneten Nahversorgungslösungen muss daher der Aspekt der Preisgestaltung besondere Berücksichtigung finden. Konzepte, die jenseits der abbildbaren Kaufkraft der Einwohner*innen liegen, machen hier wenig Sinn. Personen mit verhältnismäßig niedrigem Einkommen sind in der Regel besonders preissensibel und werden beispielsweise lieber längere Fahrtwege in Kauf nehmen als auf teure Produkte z.B. aus Automatenläden zurückzugreifen.

Die Entwicklung des Kaufverhaltens im Hinblick auf Online-Käufe und E-Commerce hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Immer mehr Verbraucher*innen kaufen online ein. Dieser Trend wird durch die zunehmende Verbreitung von Internetzugang, die Verbreitung von Smartphones und die Bequemlichkeit des Online-Shoppings angetrieben. Dabei steigt der Anteil der Einkäufe, die über mobile Geräte wie Smartphones und Tablets getätigt werden, stetig an. Mobiles Einkaufen bietet die Flexibilität, jederzeit und überall einzukaufen.

Auch die Tatsache, dass zunehmend personalisierte Empfehlungssysteme und Datenanalyse genutzt werden, um das Einkaufserlebnis zu verbessern und maßgeschneiderte Produktvorschläge zu machen, erhöht die Bequemlichkeit des Online-Shoppings ebenso wie schnelle Lieferoptionen wie Same-Day und Next-Day Delivery. Dies hat dazu geführt, dass viele Online-Händler*innen ihre Logistik- und Lieferkettenprozesse optimieren, um diese Anforderungen zu erfüllen.



Verbraucher*innen legen zunehmend Wert auf Sicherheit und Datenschutz. E-Commerce-Plattformen und Zahlungsanbieter*innen setzen verstärkt auf Sicherheitsmaßnahmen wie verschlüsselte Zahlungsabwicklung und Zwei-Faktor-Authentifizierung.

Der Trend zu nachhaltigem und ethischem Konsum macht auch vor dem Online-Versandhandel nicht halt, was dazu führt, dass viele Online-Shops ihre Produktangebote entsprechend ausrichten, und hochwertige Produkte auf diesem Weg meist günstiger zu erhalten sind, als auf herkömmlichen Absatzwegen.

Es ist zu erwarten, dass diese Entwicklungen auch weiterhin das Kaufverhalten in Zukunft prägen werden. Für die Sicherstellung der Nahversorgung im ländlichen Raum ist das im Grunde eine positive Nachricht, da durch diesen Trend etwaige Versorgungslücken leicht geschlossen werden können.

Entscheidend ist hier, vor allem für diejenigen eine Lösung zu suchen, die aus verschiedenen Gründen von der Nutzung solcher Online-Angebote ausgeschlossen sind, beispielsweise aufgrund von fehlender technischer Ausstattung oder Kenntnissen. Die Nutzung von Nahversorgungseinrichtungen ist eine bewusste Entscheidung, Strukturen vor Ort zu erhalten. Es ist für beide Seiten wichtig, sowohl für Versorger*innen als auch für Einwohner*innen, verlässliche und bedarfsgerechte Angebote im Ort vorzuhalten bzw. nachzufragen. Nur so können auch kleinere Nahversorgungseinrichtungen erhalten werden.

Melaune (Vierkirchen)

Foto von
XY



Themenstellung

In Melaune (Vierkirchen) hat vor einigen Jahren das letzte Nahversorgungsangebot (kleiner Supermarkt) geschlossen. Seither sind die nächstgelegenen Nahversorgungsmöglichkeiten für die etwas mehr als 300 Einwohner Melaunes sechs bis acht Kilometer entfernt. Auch mit dem Bus sind diese Einkaufsmöglichkeiten in etwa 12 bis 20 Minuten zu erreichen, allerdings nur mit wenigen Verbindungen, die überwiegend auf die Schulzeiten ausgerichtet sind.

Lösungsidee

In einem leerstehenden Gebäude (Melaune 26) im historischen Ortskern, welches früher unter anderem als Hof und als Verwaltungsgebäude genutzt wurde, soll ein kleiner Markt entstehen, welcher die Nahversorgungsbedarfe abdeckt. Im Gebäude selbst ist dafür ein Bereich im Erdgeschoss vorgesehen. Das Gebäude soll darüber hinaus mit Ferienwohnungen/Apartments sowie Dorfgemeinschaftsbereichen genutzt werden. Ersteres könnte vor allem Reisende von der nahe gelegenen Autobahn A4 (knapp 2 km bis zur AS 92 Nieder Seifersdorf) bedienen. Das als 24/7-Angebot gestaltetes Nahversorgungskonzept wäre ebenfalls für Reisende attraktiv.

Herausforderungen

Das anvisierte Gebäude steht bereits seit vielen Jahren leer. Es muss unter Berücksichtigung denkmalgeschützter Aspekte vollständig saniert werden. Das bedeutet: energetische Sanierung aller Wände sowie des Dachs, Austausch der Fenster, Erneuerung des Dachs, vermutlich Austausch einzelner Dachstuhlelemente, vollständige Erneuerung aller Leitungen (Heizung, Ab-/Frisch-/Warmwasser, Strom und ggf. IT), Innenausbau (Wände, Decken, Böden). Einige Raumaufteilungen müssen ebenfalls neugestaltet werden. Die Investitionen sind damit sehr hoch.

Gleichzeitig bietet das Gebäude zwar einen grundsätzlich für eine Nahversorgungslösung geeigneten Raum, der allerdings aktuell nicht barrierefrei erreichbar ist, was aber vermutlich lösbar wäre. Auch fehlen zum jetzigen Zeitpunkt geeignete Lagerflächen. Denkmalschutzaspekte werden vermutlich das Vorhaben nicht entscheidend einschränken oder verteuern.

Diese massiven Investitionen erfordern zwingend einiges an öffentlichen Fördermitteln, eventuell lässt sich das Projekt so in einzelne Elemente aufteilen, dass mehrere Fördertöpfe kombiniert werden können. Das Projekt erscheint aus Sicht eine breiteren Nutzung im Sinne der Ortsgemeinschaft grundsätzlich über öffentliche Mittel förderfähig.

Gleichzeitig dürfte die Marktlage in Melaune für das Nahversorgungsangebot nicht ausreichend Substanz bieten. Auch die Nachfrage aus den umliegenden Orten wie Döbschütz und Prachenau wird diese Einschätzung nicht ändern. Inwiefern ein 24/7-Angebot Kundschaft von der Autobahn anlockt, ist nicht zuverlässig einzuschätzen. Solange die Personalkosten für die Präsenzzeiten im Nahversorgungsangebot nicht durch zum Beispiel die Übernachtungsmöglichkeiten oder auch eine öffentliche Aufgabe (z.B. Minibürgerbüro oder ähnliches) mitfinanziert werden können, dürften sie zu hoch sein, um das Projekt tragfähig gestalten zu können. Mit solchen Zusatzeinnahmen erscheint das Projekt allerdings realisierbar und tragfähig. Ein kleines Selbstbedienungscafé würde die Wirtschaftlichkeit weiter erhöhen.

Vermutlich ist der Nahversorgungsbedarf nur bei wenigen Einwohner*innen dringlich. Wenn das Angebot aber erstmal geschaffen ist, dürften einige Einwohner*innen ihre Nahversorgungsbedarfe vor Ort statt bei anderen Optionen außerhalb des Ortes decken.

Stärken der Idee

Die Idee kombiniert verschiedene mögliche Funktionen an einem Ort und würde damit zur Wiederbelebung der historischen Ortsmitte beitragen. Mit dem Projekt könnte das vor Ort kaum sichtbare Miteinander im Dorf wieder sichtbar und spürbar werden. Da aktuell gleich mehrere Menschen hinter der Idee stehen, könnte bereits eine kritische Masse vorhanden sein, um das Projekt mit Leben zu füllen.

Lernpunkte für andere Standorte

Die Umnutzung von leerstehenden, etwas größeren Gebäuden über multifunktionale Ansätze ist grundsätzlich ein guter und richtiger Gedanke. Dabei ist es wichtig, dass alle Nutzungen zur Gesamtwirtschaftlichkeit vor allem der laufenden Kosten beitragen. Auch ein auf den ersten Blick schwieriges Projekt hat Realisierungschancen, wenn ausreichend motivierte Menschen dahinterstehen, um es voranzubringen. Solche Projekte benötigen eine gute Fördermittelstrategie.

Rosenbach

Themenstellung

Das ehemals zentrale Gutshaus in Rosenbach wurde in den vergangenen Jahren abschnittsweise entwickelt. Ein Teil der Immobilien befindet sich in privater Hand, ein Teil wurde durch die Gemeinde gekauft. Davon sind bereits Gebäudeteile als Dorfgemeinschaftshaus ausgebaut. Ein Gebäudeteil bestehend aus einem früheren Wohntrakt und einem befahrbaren Scheunen-/Gerätetrakt ist allerdings noch nicht entwickelt.

Lösungsidee

Die Gemeinde hält Ausschau nach einem*r möglichen Betreiber*in oder einem Team für ein Nahversorgungsangebot im noch nicht entwickelten Gebäudetrakt. Ein Investment von Seiten der Gemeinde ist bei entsprechenden Nutzungsideen denkbar.

Herausforderungen

Aktuell ist das Gebäude noch nicht entwickelt. Der frühere Wohntrakt bietet insgesamt wenig Platz für eine zielführende Nutzung, der Scheunentrakt ist vermutlich nicht groß genug für ein tragfähiges Nahversorgungsangebot. Die Gemeinde selbst hat aktuell auch nicht die Ressourcen, bei der Team- oder Betreibersuche die treibende Kraft zu sein. Mit guten Ideen ließe sich vermutlich eine attraktive bauliche Lösung finden.

Stärken der Idee

Eingebunden in einen dörflichen Gesamtkomplex aus verschiedenen unterschiedlich entwickelten Gebäuden und direkt neben dem gut genutzten Sportplatz gelegen würde ein Nahversorgungsangebot die Funktion der Umgebung als lebendiger Kern des Ortes deutlich steigern und ausbauen. Unter Umständen lassen sich weitere Dienstleistungen (z.B. Post, Bargeldversorgung oder Café) in den Ort mit integrieren.

Lernpunkte für andere Standorte

Um dieses Projekt zur Realisierung zu bringen, wird es neben der Ausgangsidee darum gehen, die Menschen vor Ort dahingehend zu aktivieren, dass aus ihnen ein Team entsteht, welches die Entwicklung eines solchen Ortes angeht.

Ermittelt werden könnten die Bedarfe vor Ort durch die Durchführung einer Bürgerbefragung oder -versammlung. Dadurch könnten konkrete Bedarfe an angebotene Dienstleistungen und Produkten ermittelt werden. Dies erlaubt auch eine fundiertere Grundlage für die Modellentwicklung sowie die Suche nach einem*r Betreiber*in. Der Entscheidungsbaum dieses Handbuchs kann ebenfalls eine erste Orientierung bieten.

Foto von
XY



Reichwalde (OT von Boxberg/ O.L.)

Foto von
XY



Themenstellung

In Reichwalde besteht das Potenzial, dass die letzte Nahversorgungsmöglichkeit in Kürze verloren wird. Hier will der Ortschaftsrat dringende Abhilfe schaffen.

Lösungsidee

Gemeinsam mit Nahversorger*innen wie Bäckerei und Fleischerei soll ein 24/7-Selbstbedienungsladen in einer Immobilie des Schullandheims Reichwalde entstehen. Dort integriert werden soll ein Selbstversorgungscafé. Das Ensemble soll ein zwar kleines, aber breites Angebot beinhalten und vor allem im Sommer auch als Anlaufstelle für Radwandernde auf dem Wolfsradwanderweg dienen. Die Dorfgemeinschaft in Reichwalde ist – auch dank eines besonders engagierten Ortsvorstehers – schon seit vielen Jahren Betreiber des örtlichen und von der Gemeinde bereits aufgegebenen Freibads und damit erprobt darin, unmögliche Projekte möglich zu machen.

Um zuerst die Bedarfe in der Bevölkerung zu ermitteln, sollen in einem ersten Schritt Automatenlösungen installiert werden, die sukzessive erweitert werden und schließlich zu einem 24/7-Selbstbedienungsladen inkl. Veranstaltungsangebot für Kinder und Jugendliche ausgeweitet werden können.

Das anvisierte Gebäude dürfte verhältnismäßig einfach umgestaltet werden. Zwar werden dort einige Wände entfernt werden müssen, das Gebäude ist aber bereits mit einer Wärmeversorgung versehen und verfügt über ein energetisch saniertes Dach. Damit fallen die zu tätigenden Investitionen überschaubar hoch aus. Eventuell lassen sich auch einige der Arbeiten über Engagement aus dem Ort kostengünstig erledigen.

Herausforderungen

Auf der Investitionsseite wird die größte Herausforderung sein, das Gesamtladenkonzept für einen vollständig nicht-personalisierten 24/7-Betrieb zu gestalten. Im Laden selbst sowie im Café werden die verschiedenen Nahversorger*innen für ihre jeweils eigenen Auslagen verantwortlich sein.

Personal wird damit nur noch für Reinigung und fürs „Nachdem-Rechten-Schauen“ benötigt, die Personalkosten dürften also sehr gering sein. Da ein solcher Markt im ländlichen Raum im Landkreis Görlitz ein komplettes Novum ist, sollte es auch Gelingen, entsprechende Fördermittel zu akquirieren. Diese werden notwendig sein, um das Projekt zu realisieren.

Stärken der Idee

Es konnten bereits erste Nahversorgungspartner*innen (Bäckerei, Fleischerei) gewonnen werden, welche den Standort beliefern würden. Mit einer digitalisierten Zugangslösung und Vertrauen in die Nutzenden lässt sich das Projekt voraussichtlich realisieren.

Lernpunkte für andere Standorte

Hier ist die Kombination verschiedener Funktionen bei gleichzeitiger Auswahl eines einfach umzugestaltenden Gebäudes der Schlüssel für den möglichen Projekterfolg. Hinzu kommt das Engagement des Ortsvorstehers und der Dorfgemeinschaft für das Projekt. Diese drei Kernkomponenten (Engagement, Multifunktionalität und geringes Investment) sind entscheidend für eine auch langfristig tragfähige Lösung.

AUSGANGS- SITUATION IN DEN KOMMUNEN

Um definieren zu können, welche Nahversorgungslösungen in einer Kommune sinnvoll und machbar sind, muss zuerst die Situation der Nahversorgung vor Ort geklärt werden. Sollte diese noch nicht hinreichend bekannt sein, gibt es verschiedene Möglichkeiten der Informationsbeschaffung.

Insbesondere die Sicht der Bevölkerung vor Ort ist ein wichtiger Bestandteil bei der Einschätzung der Nahversorgungssituation. Schließlich ist sie es, die von bestehenden Herausforderungen direkt betroffen ist und deren Bedürfnisse durch neue Lösungen erfüllt werden soll. Auch das Kaufverhalten der Bevölkerung kann so ermittelt und in die Entscheidung für oder gegen eine Nahversorgungslösung eingebunden werden.

Auch der Kontakt mit den Anbietenden von Nahversorgungslösungen in der Gemeinde ist bedeutend. Diese können einen wichtigen Blick in die Praxis ihrer Arbeit und der Versorgungssituation im Ort anbieten und dabei helfen, bestehende Probleme und Herausforderungen zu identifizieren. Zu den einzubindenden Akteur*innen zählen hier nicht nur die Leitungen größerer Supermärkte, sondern auch Anbietende kleinerer Nahversorgungsangebote wie Bäckereien, Fleischereien, Kioske und Dorfläden. Auch der Blick von Erzeuger*innen von Lebensmitteln auf die Nahversorgungssituation im Ort und insbesondere auch der lokalen Vermarktungs- und Lieferungsmöglichkeiten ist hier von Bedeutung. Dabei können sowohl kleine und regionale als auch größere Betriebe wertvolle Einblicke liefern.

Eine weitere Möglichkeit zur Informationsgewinnung ist die Kommunikation mit Expert*innen auf dem Gebiet der Nahversorgung. Mögliche Ansprechpersonen sind hier die Verantwortlichen aus den entsprechenden Ämtern der Gemeinden (Bauverwaltungsamt, Stadtplanungsamt, Bauordnungsamt, Wirtschaftsförderung). Auch Ansprechpersonen aus dem Landkreis sowie der Industrie- und Handelskammer (IHK) und der Handwerkskammer (HWK) können hilfreichen Input zum Thema bieten. Eine Liste mit möglichen Ansprechpersonen inklusive Kontaktdaten befindet sich am Ende dieses Handbuchs.



Für einen allgemeinen Überblick mag es hilfreich sein, sich über Google Maps ein Bild von der Nahversorgungssituation zu machen. Über Suchbegriffe wie „Supermarkt“, „Bäckerei“, „Fleischerei“ u.ä. kann auf simple Weise ein Gefühl für die Herausforderungen vor Ort gewonnen und ermittelt werden. Dadurch werden Fragen bezüglich des Umkreises innerhalb dessen ein Wocheneinkauf getätigt werden kann, der zurückzulegenden Pendelwege zum Einkaufsort und des benötigten Fortbewegungsmittels niederschwellig beantwortet. In einem nächsten Schritt können dann spezifischere Fragestellungen gestellt und angegangen werden.



Beteiligungsformate zur Informationsgewinnung

Sollte die Einschätzung der lokalen Anbietenden bestehender Nahversorgungslösungen sowie die Bedürfnisse der Bevölkerung an die Nahversorgung im Ort noch nicht bekannt sein, kann ein Beteiligungsprozess die Informationsbeschaffung unterstützen. Hierfür eignen sich insbesondere zwei Methoden.

Umfrage

Eine möglichst aufwandfreie Möglichkeit zur Ermittlung der Stimmung der Anbietenden und/oder der Bevölkerung vor Ort ist die Durchführung einer Umfrage zum Thema Nahversorgung. Diese kann entweder physisch per Brief oder online geschehen. Sofern möglich bietet sich hier eine direkte Einladung der Zielgruppe zur Teilnahme an der Umfrage an, um sie auf das Thema aufmerksam zu machen und sich persönlich angesprochen und gehört zu fühlen. Ein solches Vorgehen ist zwar mit einem Mehraufwand verbunden (es müssen Briefe oder E-Mails geschrieben und verschickt werden), es wird aber auch die Bereitschaft zu antworten erhöht, da sich die angesprochenen Personen direkt beteiligt fühlen.

Workshop

Als Ergänzung zur Umfrage oder als einzelnes Tool ist auch die Durchführung eines oder mehrerer Workshops denkbar, in denen gemeinsam die Herausforderungen der Nahversorgung im Ort erarbeitet und diskutiert wird. Im Rahmen eines solchen Workshops können auch Bedürfnisse und Wünsche der Teilnehmenden an ein verbessertes Nahversorgungsangebot gesammelt werden.

Unterstützung bei der Durchführung von Beteiligungsformaten für Kommunen im Landkreis Görlitz kann die ENO bieten. Insgesamt helfen Beteiligungsformate dabei, den angesprochenen Personengruppen ein Gefühl von Dazugehörigkeit und Handlungsfähigkeit zu geben. Durch den Einbezug der vom Thema tangierten Gruppen kann einerseits eine Identifikation mit dem Thema geschaffen und gleichzeitig die Akzeptanz getroffener Entscheidungen im Verlauf des Entwicklungsprozesses gestärkt werden.

AUSGANGSSITUATION IN DEN KOMMUNEN

Ist die Ausgangssituation zur Nahversorgung in der Kommune bekannt, kann in einem nächsten Schritt ermittelt werden, welche Maßnahmen möglicherweise eine Lösung der bestehenden Herausforderungen darstellen können. Als Orientierungs- und Entscheidungshilfe für die Beantwortung dieser Frage wurde der folgende Fragenbaum entwickelt. Anhand verschiedener Fragen zum Zustand der Nahversorgung in der Kommune sowie den Bedürfnissen verschiedener Akteur*innen können hier erste Ideen für eine Verbesserung entwickelt werden.

Ein zentraler Aspekt des Fragenbaums ist die Unterscheidung in ein tatsächlich vorhandenes Nahversorgungsproblem und in ein Anbindungsproblem an bestehende Nahversorgungseinrichtungen. Die angebotenen Lösungsvorschläge beziehen sich daher einerseits auf Konzepte für eine Verbesserung der Nahversorgung im Ort und andererseits auf Möglichkeiten zur Verbesserung der Anbindung an bestehende Nahversorgungskonzepte außerhalb des Ortes.

Die Struktur des Fragenbaums ist wie folgt entstanden: Zuerst wurden verschiedene Aussagen zum Thema Nahversorgung erarbeitet. Eine Auswahl dieser Aussagen ist hier aufgelistet.

FRAGENBAUM AUSSAGENLISTE NACH THEMEN GEORDNET:

NAHVERSORGUNGSPROBLEME

- Es gibt keine*n Nahversorger*in in meinem Ort.
- Es gibt nur kleine Nahversorger*innen im Ort (Bäckerei, Fleischerei, mobile Versorger*innen), für einen Wocheneinkauf muss man pendeln.
- Es gibt kein Nahversorgungsproblem, aber Zusatzangebote wären nett.

ANBINDUNGSPROBLEME

- Es gibt keinen ÖPNV in meinem Ort.
- Es gibt keine Anbindung an größere Nahversorger*innen außerhalb des Ortes.
- Man muss für den Wocheneinkauf mit dem Auto fahren.

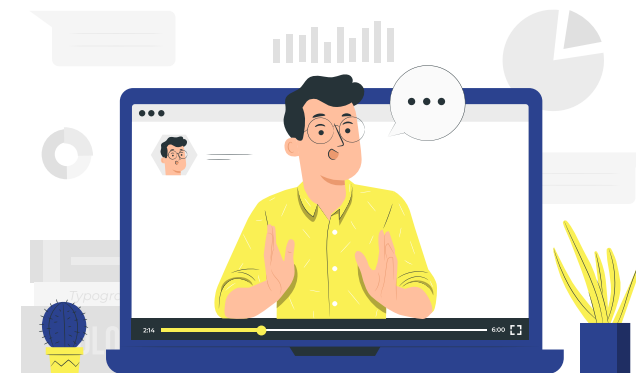
BÜRGERBEDÜRFNISSE

- Die Bürger*innen wünschen sich ein lokales Nahversorgungsangebot, das den Wocheneinkauf abdeckt / Die Bürger*innen möchten nicht lange für ihren Wocheneinkauf pendeln.
- Die Bürger*innen wünschen sich ein Angebot aus hochwertigen Produkten im Ort, das den Wocheneinkauf ergänzt.
- Das Pendeln ist für die Bürger*innen nicht schlimm, aber sie möchten nicht mit dem Auto fahren.
- Die Bürger*innen sind bereit, für ihren Wocheneinkauf einen höheren Preis zu zahlen als im Supermarkt außerhalb des Ortes.
- Die Bürger*innen wünschen sich einen Ort, an dem sie zusammenkommen können / der das Gemeinschaftsgefühl im Ort stärkt.
- Es gibt viele engagierte Bürger*innen, die bereit wären, sich zu organisieren (für Nahversorgungs- und/oder Anbindungs-lösung).
- Das Nachbarschaftsgefühl im Ort ist groß / es wird sich gerne gegenseitig geholfen.
- Die Bevölkerung wünscht sich ein rund um die Uhr zugängliches, niederschwelliges Angebot (z.B. Grillgut, lokale Beeren).

Da eine Übersetzung dieser sich thematisch teilweise überschneidenden Aussagen in einen Fragenbaum zu umfangreich und komplex wäre, wurden sie zu vier zusammenfassenden Fragen kombiniert.

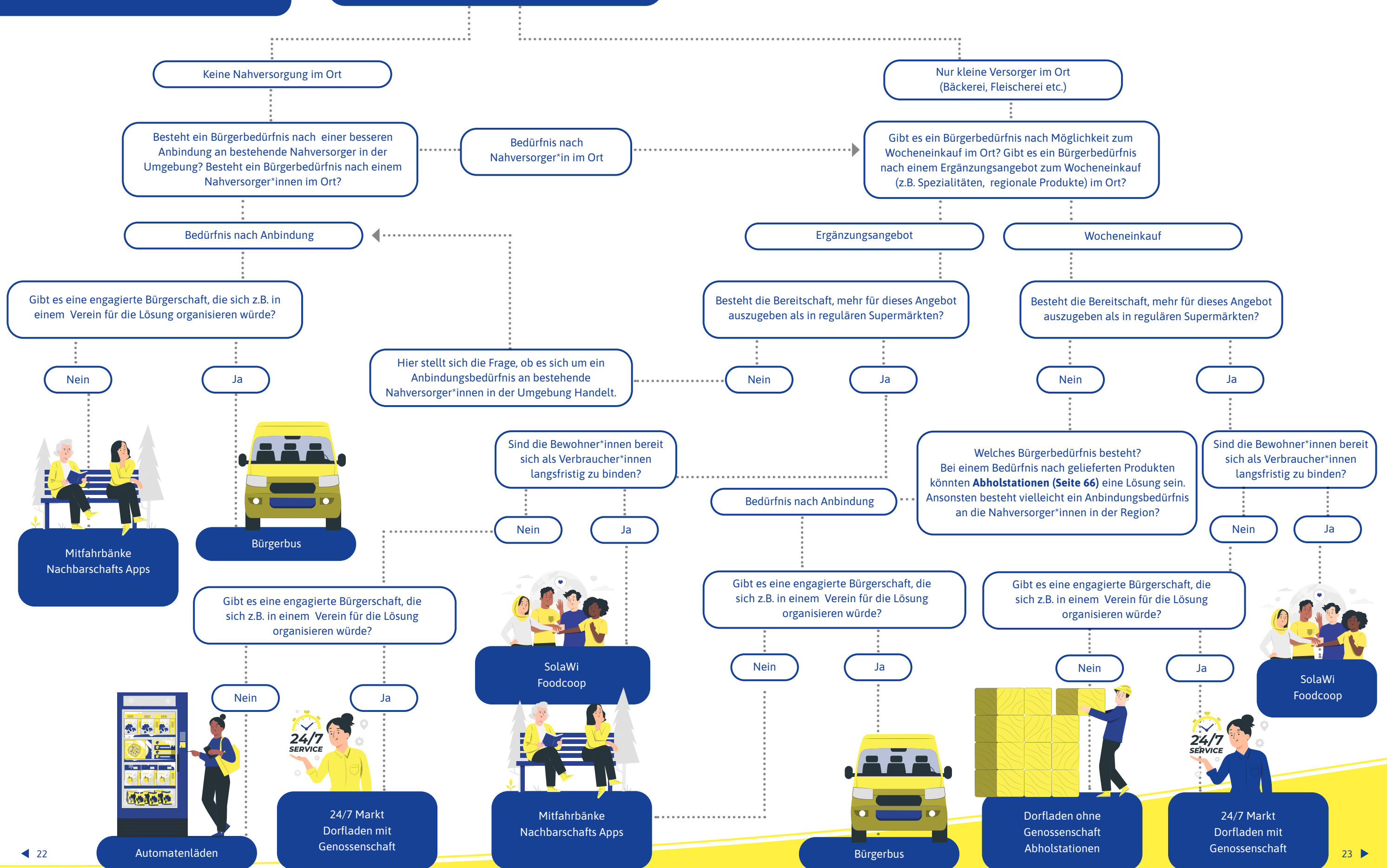
Grundsätzlich werden diese vier Hauptfragen im Fragenbaum abgehandelt und bei Bedarf wiederholt.

1. Welches Nahversorgungsproblem gibt es im Ort?
2. Welches Bürgerbedürfnis besteht an die Nahversorgung im Ort (Ergänzung des Wocheneinkaufs oder Wocheneinkauf)?
3. Gibt es ein Anbindungsproblem im Ort?
4. Gibt es eine engagierte Bürgerschaft (Vereine, Initiativen, Strukturen) im Ort?



AUSGANGSSITUATION IN DEN KOMMUNEN

WELCHE AUSGANGSSITUATION BESTEHT?



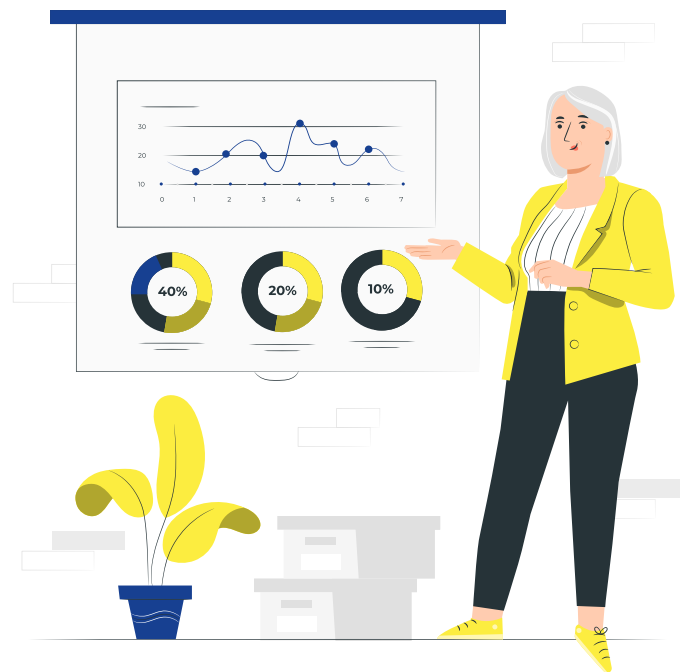
MÖGLICHE LÖSUNGSKONZEPTE

MULTIFUNKTIONALITÄT

Die Idee, dass Nahversorgungseinrichtungen mehrere Funktionen erfüllen können, z. B. soziale Treffpunkte oder Bildungszentren wird unter dem Aspekt der Multifunktionalität zusammengefasst.

NACHHALTIGKEIT

Als nachhaltig wird ein Nahversorgungskonzept definiert, das langfristig, unter Berücksichtigung ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Aspekte, aufrechterhalten werden kann. Dazu ist es notwendig, schonend mit Ressourcen umzugehen und gleichzeitig wirtschaftlich möglichst tragfähig zu sein.



Im Folgenden werden die verschiedenen im Aussagenbaum bereits genannten Maßnahmen zur Sicherstellung eines ausreichenden Nahversorgungsangebots in ländlichen Gebieten vorgestellt. Dabei wird zwischen Einrichtungen der Nahversorgung und der Anbindung an solche unterschieden. Die Maßnahmen müssen dabei nicht für sich allein stehen, sondern können ggf. miteinander kombiniert werden. Derartige Kombimodelle bedeuten eine Abkehr von einem eingleisigen Nutzungsfokus und sind vor allem dann sinnvoll, wenn sie wirtschaftliche und finanzielle Vorteile bedeuten. Die Faktoren, die eine Kombination von Modellen begünstigen, können vielfältig sein.

Ein Kombimodell könnte beispielsweise dann sinnvoll sein, wenn Personalkosten sich als finanzielle Herausforderung erweisen. Je nach spezifischen Anforderungen könnte eine Kombination aus einem mit Personal bestückten Laden- und Automatenkonzept diese Problematik lösen. Der Dorfladen könnte zu bestimmten Zeiten personell besetzt sein und rund um die Uhr Waren in Automaten anbieten, die zusätzlichen Umsatz generieren, da auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten Waren angeboten werden können. Dies ermöglicht nicht nur eine Kosteneinsparung, sondern auch eine flexible Verfügbarkeit von Produkten für die Verbraucher*innen. Nach Bedarf könnte die Integration eines kleinen Cafés zusätzlich den Treffpunktcharakter eines Dorfladens stärken und zusätzlich für Umsatz sorgen.



Um die Anbindungsproblematik zu lösen, könnte vor dem Dorfladen eine Haltestelle für den Bürgerbus mitgedacht werden oder eine Mitfahrbank angebracht sein.

Insgesamt kann die Verbindung von Nahversorgungsmodellen im ländlichen Raum durch Kombimodelle dazu beitragen, die Vielfalt der Angebote zu erhöhen, wirtschaftliche Herausforderungen zu bewältigen und die Bedürfnisse der Bevölkerung effektiver zu bedienen. Wichtig ist dabei die Klärung der Frage, welcher wirtschaftliche Aspekt sich als problematisch erweisen könnte und einer Lösung bedarf. Auf Basis dieser Überlegung kann dann ein passendes Kombimodell im besten Fall gemeinsam mit der Bevölkerung erarbeitet werden. Bei der Wahl eines Kombimodells sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt – auch die Ergänzung durch einen Buchladen, ein Kleidungsgeschäft, Räume für kulturelle Veranstaltungen oder Ausstellungsräume für Kunstschaffende sind denkbar. Ungewöhnliche und kreative Ideen sind gefragt, wenn sich dem Problem der Nahversorgung im ländlichen Raum angenommen wird.



KONZEPTLISTE

Eine zusammenfassende Liste der verschiedenen in diesem Handbuch dargelegten Konzepte inklusive der Seitenzahlen ist hier aufgeführt:

24/7 MARKT

DORFLADEN

FOODCOOP

SOLAWI

LEBENSMITTELAUTOMAT/AUTOMATENLADEN

ABHOLSTATION

MOBILER SUPERMARKT

DIGITALE VERNETZUNGSANGEBOTE

BÜRGERBUS

MITFAHRBÄNKE

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

24/7 Markt

Kleinflächig, soziale Funktion, regionale Produkte, geringe Produktauswahl, hoher Preis

WAS IST DAS?

Die Idee hinter einem 24/7-Markt ist die Schaffung einer kleinflächigen Einkaufsmöglichkeit, die rund um die Uhr zugänglich ist und mit geringem Personalaufwand betrieben werden kann. Bereits bestehende Konzepte reichen von komplett autonomen Märkten, die lediglich Personal für die Reinigung und Bestückung mit Verkaufsartikeln erfordern, hin zu Märkten, die für einen gewissen Zeitraum mit Verkaufspersonal versehen sind. 24/7-Märkte bieten eine flexible Einkaufsoption für die Bevölkerung und erfordern durch den geringen Personalaufwand einen vergleichsweise geringen Kostenaufwand. In Kombination mit Sitzgelegenheiten vor dem Laden oder dem Betrieb eines kleinen Cafés eignet sich diese Art der Nahversorgung zusätzlich als Treffpunkt für die Dorfgemeinschaft.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Ab 1.000

Artikelzahl

Ab 3.000 bis 7.000

Verkaufsfläche

Von 30 bis 170 m²

Zugänglichkeit

24/7 mit Mitglieds- oder EC-Karte

Standortanforderungen

Zentrale Lage mit guter Verkehrsanbindung und Sichtbarkeit, ausreichend Abstand zum nächsten Supermarkt (mind. 5 km bei Tante Enso Konzept)

Betrieb

Genossenschaft (mind. 300 Teilhaber*innen bei Tante Enso Konzept), benötigt engagierte Bürgerschaft; wirtschaftlicher Verein; ggf. privatwirtschaftlich

Investitionen

300.000€ bis 600.000€ (laut cima)

Laufende Kosten

Abschreibungen¹: 2.500 bis 5.000€/Monat

Betriebskosten: 150qm*3=450€

Miete: 150qm*6€=900€

Personal: 1 VZÄ = 3.500€

Sonstiges (BuHa, Versicherungen, Strom etc.): 800€/Monat

Gesamt: 8.150 bis 10.650€/Monat

Rohertrag

20-22% vom Umsatz

Benötigter Umsatz pro Tag

~1.300-1.800€ netto, 1.547-2.142€ brutto

Durchschnittlicher Warenkorb

25€

Anzahl Kund*innen pro Tag (benötigt)

60-85

Lieferanten

Großhandel und/oder lokale Erzeuger*innen

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Ausreichend Maßnahmen notwendig, um die Einwohner*innen über das Konzept und die angebotenen Produkte zu informieren



QUELLE

¹ Abschreibungen sind auch dann zu erwirtschaften, wenn die Investitionen über Fördermittel finanziert werden. Schließlich müssen alle Investitionen regelmäßig getätigt werden (Verschleiß, etc.).

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

24/7 Markt

WER MACHT DAS BEREITS?

Es gibt bereits verschiedene Anbieter*innen in Deutschland, die auch bei der Planung, Konzeption und Umsetzung eines 24/7-Marktes unterstützen können.

Tante Enso

Das Konzept von Tante Enso beruht auf einer hybriden Betriebsform, bei der der Laden zu bestimmten Wochentagen und Tageszeiten mit Personal bestückt ist. Grundvoraussetzung für die Ansiedlung eines Tante Enso Ladens in einer Ortschaft ist, dass sich mindestens 300 Menschen für die Teilhabe an dem genossenschaftlich organisierten Markt verpflichten. Ist diese Voraussetzung erfüllt und leben mindestens 1.000 Menschen im Einzugsgebiet des Ladens, unterstützt Tante Enso aktiv die Konzeption und Umsetzung des neuen Standorts. Das Sortiment eines Tante Enso Ladens umfasst 2.500 bis 3.000 Artikel und ist zusätzlich an den Online-Supermarkt myEnso angebunden, über den zusätzlich Artikel bestellt werden können. Zusätzlich zum Standard-sortiment besteht die Möglichkeit, die Artikelauswahl um regionale Produkte wie Obst und Gemüse zu erweitern und auch zusätzliche Dienstleistungen wie Post-/Paketdienste einzurichten. Die Bewerbung für einen Tante Enso Laden erfolgt über einen Fragebogen, der auf der Website von myEnso abrufbar ist. In Sachsen gibt es bisher einen Tante Enso Laden in Falkenau.

iO Markt

Der Name iO Markt steht für „immer Offen“ Markt. Ähnlich wie Tante Enso setzt das Konzept des Markts daher auf den rund um die Uhr Betrieb sowie einen möglichst geringen Personalaufwand. Neben der grundlegenden Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs beinhaltet das Konzept des Markts eine integrierte Systemgastronomie zu den Haupt-geschäftszeiten. Der erste iO Markt wurde im Februar 2023 im thüringischen Görsbach eröffnet und ist derzeit der einzige Markt dieser Art. Betrieben wird der Markt von der io MARKT Nordthüringen Genossenschaft eG und ist Partner der LÜNING-Gruppe, mit der vor allem auch im Bereich der Warenausstattung zusammengearbeitet wird. Der iO Markt möchte weitere Standorte gewinnen und unterstützt bei der Standortsuche und -beurteilung.

Filialisierte Supermarktbetreiber

24/7-Modelle werden auch von Filialisten wie REWE und Edeka betrieben, allerdings größtenteils in städtischen Gebieten. Allerdings bestehen bereits Versuche, das Konzept auch im ländlichen Raum anzubieten. Im Moritzburger Ortsteil Friedewald beispielsweise testet REWE seine erste 24/7-Einkaufsbox „Fritz' nahkauf Box“. Es lohnt sich also, mit ortsnahen Supermärkten in Kontakt zu treten, um derartige Möglichkeiten gemeinsam auszuloten.



WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

Tante Enso

Website: www.myenso.de

E-Mail: info@myenso.de

Tel.: 0421 989 673 – 0

Tante Enso Falkenau

E-Mail: falkenau@tantenso.de

Tel.: 03726 7907875

iO Markt

Webseite: www.iomarkt.de

E-Mail: info@iomarkt.de

Tel.: 03631 4002 407

REWE Markt GmbH

Mike Michel, Leiter

Expansion REWE Region Ost

E-Mail: expansion.ost@rewe-group.com

Tel.: 03328 3314 191

EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen

Jan Hasek, Ansprechpartner für Expansion

E-Mail: jan.hasek@edeka.de

Tel.: 0351 8022839



MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

Dorfladen

Kleinflächig, soziale Funktion, regionale Produkte, geringe Produktauswahl, hoher Preis

WAS IST DAS?

Ähnlich wie beim 24/7-Markt handelt es sich bei Dorfläden um Kleinflächenkonzepte im ländlichen Raum, die häufig genossenschaftlich oder durch einen wirtschaftlichen Verein organisiert sind. Für den Betrieb eines Dorfladens ist ein hohes ehrenamtliches Engagement der Betreiber*innen notwendig, da die Geschäftsführung und die personelle Besetzung vor Ort häufig auf ehrenamtlicher Basis geschehen. Entscheidend für den Erfolg eines Dorfladens ist neben der wirtschaftlichen Tragfähigkeit eine kluge Sortimentsauswahl, die sich an den Bedürfnissen der Nutzenden orientiert.

Dorfläden dienen nicht ausschließlich der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs, sondern können sich z.B. in Verbindung mit Sitzgelegenheiten oder einem kleinen Café zusätzlich zu einem wichtigen gesellschaftlichen Treffpunkt für die Dorfbewohner*innen entwickeln. Der Kreativität sind bei der Entwicklung solcher multifunktionalen Orte keine Grenzen gesetzt. Auch ungewöhnliche Nutzungskombinationen können hier erfolgreich sein.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Ab 1.000

Artikelzahl

Ab 3.000 bis 7.000

Verkaufsfläche

Von 100 bis 600 m²

Zugänglichkeit

i.d.R. kein 24/7 Zugang, Öffnungszeiten bestenfalls zur Feierabendzeit

Standortanforderungen

Zentrale Lage mit guter Verkehrsanbindung und Sichtbarkeit, ausreichend Abstand zum nächsten Supermarkt, hat auch Treffpunktfunktion

Betrieb

Genossenschaft oder über einen wirtschaftlichen Verein, benötigt engagierte Bürgerschaft

Investitionen

Ab 200.000€ (laut cima)

Laufende Kosten

Vergleichbar mit 24/7-Läden

Rohhertrag

20-22% vom Umsatz

Benötigter Umsatz pro Tag

~1.300-1.800€ netto, 1.547-2.142€ brutto

Durchschnittlicher Warenkorb

25€

Anzahl Kund*innen pro Tag (benötigt)

60-85

Lieferanten

Großhandel und/oder lokale Erzeuger*innen

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Ausreichend Maßnahmen notwendig, um die Einwohner*innen über das Konzept und die angebotenen Produkte zu informieren



Nahversorgungskonzepte

Dorfläden

WER MACHT DAS BEREITS?

Insgesamt ist die Zahl an Dorfläden in Deutschland rückläufig. Es existieren aber verschiedene Einrichtungen, die die Gründung neuer Läden und den Betrieb bereits existierender unterstützen. Es lohnt sich, mit diesen Akteur*innen in Kontakt zu treten, um entweder direkte Hilfestellungen zu bekommen oder Inspiration für eigene Projekte zu bekommen.

Bundesverband der Bürger- und Dorfläden e.V.

Die mitgliederstärkste Vereinigung von Bürger- und Dorfläden in Deutschland zählt über 230 Mitglieder und bietet insbesondere kleinen Läden professionelle Beratung in fachlichen Fragen an. Zusätzlich fördert der Verband den Erfahrungsaustausch zwischen seinen Mitgliedern und vertritt deren Interessen in politischen Gremien. Beratungsleistungen werden sowohl im Gründungsprozess als auch während des laufenden Betriebs eines Dorfladens angeboten. Neben der begleitenden Beratung werden auch Workshops und Weiterbildungen für Betreiber*innen und Mitarbeiter*innen bestehender Dorfläden angeboten.

Die DORFbegegnungsLÄDEN in Deutschland e.V.

Der Verein wurde von 7 Bürgerläden aus Bayern, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen sowie einem Fördermitglied gegründet. Zweck des Vereins ist die Förderung von Initiativen zur Verbesserung der Nahversorgung im ländlichen Raum. Seit 2020 wurden zahlreiche (Online-)Seminare zum Thema durchgeführt und Formate geschaffen, in denen sich Vereinsmitglieder austauschen und unterstützen können.

M. Punkt RLP

Die durch das rheinland-pfälzische Innenministerium geförderte Initiative unterstützt interessierte Akteur*innen durch ein breites Beratungsangebot zur Gründung von Dorfläden in Rheinland-Pfalz. Auf der Grundlage einer umfangreichen wirtschaftlichen Machbarkeitsprüfung wird der Bedarf und Nutzen eines Dorfladens an einem ausgewählten Standort geprüft. Nur bei positiver Bewertung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des potenziellen Dorfladens werden weitere Schritte eingeleitet, um einen möglichst erfolgreichen Start und Betrieb zu gewährleisten.

Landesinitiative „Neue Dorfmitte Mecklenburg-Vorpommern“

Der Schwerpunkt dieser Landesinitiative liegt in der Verbesserung der Infrastruktur, um die Mobilität zu erleichtern und die Anbindung an größere Städte zu verbessern. Gleichzeitig werden mit der Gestaltung und Modernisierung der Dorfszentren multifunktionale öffentliche Räume geschaffen, die als Treffpunkt für die Bewohner*innen dienen sollen. Um sicherzustellen, dass die Bedürfnisse und Wünsche der Einwohner*innen Berücksichtigung finden, werden diese aktiv in den Entwicklungsprozess einbezogen. Durch die Unterstützung von lokalen Unternehmen und die Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region wird die Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern gestärkt. Zusätzlich legt das Projekt großen Wert auf Nachhaltigkeit und den Schutz der Umwelt. Dies beinhaltet die Integration von Grünflächen, Energieeffizienzmaßnahmen und den Ausbau erneuerbarer Energien.

Markttreff-Konzept Schleswig-Holstein

Auch das Markttreff-Konzept in Schleswig-Holstein ist ein innovatives Modell für die Entwicklung von ländlichen Gemeinden und die Stärkung der regionalen Wirtschaft. Es zielt darauf ab, das soziale Leben in kleinen Ortschaften zu fördern, die Nahversorgung sicherzustellen und den Zusammenhalt in der Gemeinschaft zu stärken. Dabei verstehen sich Markttreffs als multifunktionale Gemeinschaftszentren, die verschiedene Dienstleistungen und Aktivitäten unter einem Dach vereinen. Sie fungieren als Orte der Begegnung und des Austauschs. Neben der Bereitstellung von Grundversorgungseinrichtungen wie Lebensmittelgeschäften, Bäckereien, Postdiensten und Apotheken in ländlichen Gebieten bieten diese Treffs Raum für soziale Aktivitäten wie Seniorentreffen, Jugendgruppen, Kulturveranstaltungen und Bildungsangebote. Sie fördern die Integration und das Miteinander verschiedener Generationen und Bevölkerungsgruppen. Das Konzept betont die Unterstützung regionaler Produkte und Dienstleistungen, was die lokale Wirtschaft stärkt und zur Nachhaltigkeit beiträgt. Da diese Markttreffs oft von Ehrenamtlichen betrieben werden, fördern sie das bürgerschaftliche Engagement und die Selbstverantwortung.

AUS DEUTSCHLAND

Walder Dorfladen.

Der Dorfladen in der bayerischen Gemeinde Wald wurde 2019 als Unternehmensgemeinschaft gegründet. Die Gründung des Dorfladens erfolgte unter Beteiligung der Walder Bevölkerung in Form gemeinsamen Treffen im Dorf, in denen über den geplanten Laden abgestimmt wurde. Die Immobilie, in der sich der Dorfladen befindet, ist im Besitz der Gemeinde und wird von dieser bereitgestellt. Neben dem Dorfladen, der vor allem mit Produkten lokaler Erzeuger*innen bestückt ist, befindet sich in dem Gebäude auch ein Café, das den Dorfbewohnenden als sozialer Treffpunkt dient. Im Jahr 2021 wurde der Walder Dorfladen mit der 5-Sterne Auszeichnung der Vereinigung der Bürger- und Dorfläden Deutschland e.V. ausgezeichnet. Hintergrund der Auszeichnung ist die Barrierefreiheit des Ladens, das Angebot an regionalen Produkten inkl. Lieferservice sowie die wichtige Rolle als sozialer Treffpunkt für die Dorfbewohner*innen.

WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

Bundesverband der Bürger- und Dorfläden e.V.

Wolfgang Gröll

Website: www.dorfladen-netzwerk.com

E-Mail: wimgroell@t-online.de

Tel.: 08151-7467290

Die DORFbegegnungsLÄDEN in Deutschland e.V.

Website: www.dorfladen-netzwerk.de/dorfbegegnungslaeden

E-Mail: dorfladen@otersen.de

M. Punkt RLP

Volker Bulitta

Website: www.m-punkt-rlp.de

E-Mail: info@m-punkt-rlp.de

Tel.: 0651/9 98 49 88 – 0

Landesinitiative „Neue Dorfmitte Mecklenburg-Vorpommern

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern

Website: www.neue-dorfmitte-mv.de

E-Mail: neue.dorfmitte@em.mv-regierung.de

Tel.: 0385 588-15569

Markttreff-Konzept Schleswig-Holstein

Ina Alter

Website: www.markttreff-sh.de

E-Mail: Ina.Alter@mllev.landsh.de

Tel.: 0431 - 988-1725

Walder Dorfladen

Website: www.walder-dorfladen.com

E-Mail: info@walder-dorfladen.com

Tel.: 08302 326

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

Lebensmittelkooperative (Foodcoop)

Regionale Produkte, soziale Funktion, flexible Produktauswahl, hohes Bürgerengagement

WAS IST DAS?

Lebensmittelkooperativen, auch bekannt als Foodcoops (kurz für „Food Cooperative“), sind eine Form der gemeinschaftlichen Organisation, bei der eine Gruppe von Menschen zusammenarbeitet, um Lebensmittel direkt von lokalen Produzent*innen zu beziehen. Das Hauptziel einer Foodcoop ist es, den direkten Zugang zu frischen, meist ökologisch angebauten und oft lokal produzierten Lebensmitteln zu fördern, während gleichzeitig die Beziehung zwischen Produzierenden und Verbrauchenden gestärkt wird. Zentraler Bestandteil des Konzepts ist die Entstehung eines genossenschaftsähnlichen freiwilligen und kooperativen Zusammenschlusses von Menschen, der sich durch eine Abwesenheit von Profitdenken auszeichnet.

Lebensmittelkooperativen werden von privaten Verbraucher*innen gegründet, um gemeinsam Produkte zu kaufen und so Preisvorteile zu erzielen. Typischerweise werden über Foodcoops Lebensmittel in großen Mengen eingekauft und dann unter den Mitgliedern der Kooperative verteilt. Durch den Einkauf größerer Mengen möglichst direkt bei den Erzeugenden sollen das Erreichen von Mindestbestellmengen, Rabatten und Lieferungen an bestimmte Orte erzielt werden. Durch dieses Vorgehen entsteht in der Regel ein Preisvorteil für die Mitglieder der Foodcoop.

Der genaue Aufbau einer Lebensmittelkooperative variiert von Modell zu Modell und kann kreativ und flexibel gedacht werden. So gibt es beispielsweise Bestellfoodcoops, bei denen nur die Bestellung der Lebensmittel gemeinsam organisiert ist, oder Lagerfoodcoops, die ein gemeinsames Lager für die bestellten Lebensmittel zur Verfügung stellen. Anders als bei der Solidarischen Landwirtschaft (siehe Seite 58) wird nur der Erwerb von Lebensmitteln direkt beim Erzeugenden gemeinschaftlich organisiert. Die Mitglieder der Lebensmittelkooperative tragen nicht die Risiken des Lebensmittelanbaus mit.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Variiert, hängt von der Mitgliederzahl ab

Artikelzahl

Variiert

Verkaufsfläche

Für größere Verteilaktionen ca. 40 bis 50 m², manchmal auch mehrere kleinere Verteilräume.

Zugänglichkeit

Abholung findet i.d.R. einmal pro Woche statt nach vorheriger Bestellung

Standortanforderungen

Da keine Laufkundschaft akquiriert werden muss, kann die Abholstation auch an weniger zentralen Stellen gelegen sein, sollte aber nicht zu weit weg von den Mitgliedern sein. Bevorzugt dichter besiedelte Orte.

Betrieb

Genossenschaft, benötigt engagierte Mitglieder und Abnehmer*innen

Investitionen

Unterschiedlich und vom genauen Konzept abhängig. Insgesamt dürften sich die Investitionen aber im fünfstelligen Bereich bewegen.

Laufende Kosten

Hier sind primär Personalkosten und sonstige Kosten für die Herstellung der Lebensmittel zu rechnen. Die Abholorte dürften überwiegend kostenfrei gewonnen werden können. Gesamt also wohl etwa 6.000€/Monat

Rohrertrag

30-40% vom Umsatz

Benötigter Umsatz pro Monat

15.000 bis 20.000€

Durchschnittlicher Warenkorb

100-150€ pro Monat

Anzahl Kund*innen pro Monat (benötigt)

100 bis 200 pro Monat

Lieferanten

Lokale Erzeuger*innen, die Teil der Genossenschaft sind

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Ausreichend Maßnahmen notwendig, um die Einwohner*innen über das Konzept zu informieren

Nahversorgungskonzepte

Lebensmittelkooperative (Foodcoop)

WER MACHT DAS BEREITS?

Bundesarbeitsgemeinschaft der Foodcoops e.V. (BAG)

Sie ist ein deutschlandweiter Zusammenschluss von Lebensmittelkooperativen und dient als Dachverband für verschiedene regionale und lokale Lebensmittelkooperativen in Deutschland. Sie ist seit 1988 aktiv und fördert den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen Foodcoops und vertritt die Interessen und Anliegen der Lebensmittelkooperativen auf nationaler Ebene. Die BAG unterstützt ihre Mitglieder durch Informationsaustausch, Beratung und Schulungen zu Themen wie Organisation, Einkaufs- und Vertriebsstrukturen, rechtliche Rahmenbedingungen und Nachhaltigkeit. Sie veranstaltet regelmäßig Treffen, Konferenzen und Workshops, um den Austausch von Erfahrungen und Best Practices zu ermöglichen. Darüber hinaus engagiert sich die BAG auch in der Öffentlichkeitsarbeit, um das Bewusstsein für die Bedeutung von Lebensmittelkooperativen als alternative Formen der Lebensmittelbeschaffung und -verteilung zu erhöhen und die Vorteile von lokalen, nachhaltigen und gemeinschaftlichen Ansätzen zu fördern. Auf der Website der BAG (www.foodcoops.de) können zudem Handbücher und Leitfäden zur Gründung von Lebensmittelkooperativen kostenfrei heruntergeladen werden.

Verbrauchergemeinschaft für umweltgerecht erzeugte Produkte eG (VUET eG)

Die Genossenschaft mit Sitz in Dresden ist seit 1991 aktiv und zählt über 11.000 Mitglieder und mehr als 200 Mitarbeitende. Die BAG listet sie als Regionalkontaktstelle zum Thema Foodcoops in Sachsen. Eine Kontaktaufnahme mit der Genossenschaft ist daher dringend empfehlenswert, sollte Interesse an der Gründung einer Lebensmittelkooperative in der Kommune bestehen. Die VUET eG organisiert nicht nur den direkten Einkauf und die Verteilung an ihre Mitglieder, sondern betreibt auch 8 Bio-Läden in Dresden. Die Löhne, Mieten und weitere Kosten werden durch die monatlichen Beiträge der Genossenschaftsmitglieder finanziert. Die Organisation und der Betrieb der VUET eG geht also über den reinen Gedanken des gemeinsamen Einkaufs und der Verteilung unter den Mitgliedern der Kooperative hinaus und erweitert diesen. Dies zeigt nochmals die Wandelbarkeit und Flexibilität von Lebensmittelkooperativen auf. Sie haben kein starres Gerüst, sondern können flexibel weitergedacht werden und ggf. mit weiteren Nahversorgungskonzepten wie beispielsweise Solawis, Dorfläden oder Marktschwärmereien kreativ kombiniert werden.

Sense.Lab e.V.

Der Verein konzentriert sich auf die Förderung einer nachhaltigen, gesellschaftlichen Entwicklung sowie die Vermittlung ökologischer Zusammenhänge. Dafür nutzt er Methoden der Öffentlichkeitsarbeit und Wissensvermittlung, um diese Ziele zu erreichen. Eines der Projekte des Vereins war die Erarbeitung eines kostenfrei zur Verfügung gestellten Handbuchs, in dem die Funktionsweise von Foodcoops beschrieben wird. Das Buch enthält zudem eine detaillierte Schritt-für-Schritt-Anleitung darüber, wie die Organisation und der Betrieb einer Foodcoop erfolgreich funktionieren kann, wie der erste Einkauf durchgeführt wird, welche Räumlichkeiten notwendig sind, usw. Das Handbuch kann unter diesem Link abgerufen werden: www.food-coop-einstieg.de.

AUS ALLER WELT.

Kredenz.me

Angetrieben durch den Wunsch, biologisch produzierte Produkte zu fairen Preisen anzubieten, starteten die Gründer*innen Dalida Horvat und IT-Unternehmer Peter Lieber im österreichischen Klosterneuburg das Projekt kredenz.me. Der Mitgliederladen in Form einer Kommanditgesellschaft ist inspiriert vom Konzept der Lebensmittelkooperativen. So zahlen Mitglieder einen nach Haushaltsgröße gestaffelten Beitrag und können im Gegenzug die angebotenen Produkte zu vergünstigten Preisen erwerben. Der Mitgliedsbeitrag dient der Finanzierung der laufenden Kosten des Bio-Ladens und bieten den Inhaber*innen finanzielle Sicherheit und eine gesicherte Kalkulationsgrundlage. Anders als bei klassischen Lebensmittelkooperativen üblich, ist der Einkauf bei kredenz.me auch für Laufkundschaft möglich. Diese muss die gewünschte Ware allerdings zu einem höheren Preis einkaufen als Mitglieder.

WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V.

Tom Albrecht

Website: www.foodcoops.de

E-Mail: info@lebensmittelkooperativen.de

Tel.: 030 6154749

Verbrauchergemeinschaft für umweltgerecht erzeugte Produkte eG

Barbara Rische

Website: www.vg-dresden.de

E-Mail: info@vg-dresden.de

Tel.: 0351 - 497398-40

Sense.Lab e.V.

Website: www.sensselab.org

E-Mail: info@sensselab.org

Tel.: 0381 – 127 34 54

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

Solidarische Landwirtschaft (Solawi)

Regionale Produkte, soziale Funktion, geringe Produktauswahl, hohes Bürgerengagement

WAS IST DAS?

Eine Solidarische Landwirtschaft, kurz Solawi, ist ein Modell der landwirtschaftlichen Produktion, das auf der direkten Zusammenarbeit zwischen Verbraucher*innen und landwirtschaftlichen Betrieben basiert. Ziel ist es, eine nachhaltige und sozial gerechte Landwirtschaft zu fördern, indem Verbrauchende einen festen Beitrag zahlen und im Gegenzug regelmäßig Anteile der Ernte oder der produzierten Güter erhalten. Solawis fördern eine enge Verbindung zwischen Verbraucher*innen und Erzeuger*innen und setzen oft auf biologische Anbaumethoden und nachhaltige Landwirtschaftspraktiken.

Der Betrieb einer Solawi basiert auf dem Prinzip der gemeinsamen Verantwortung. Durch die im Voraus bezahlten Mitgliedsbeiträge werden die Kosten für Saatgut, Arbeitskraft, Maschinen und andere Betriebsmittel gedeckt. Gleichzeitig tragen die Mitglieder der Solawi gemeinsam mit den Erzeugenden auch das Risiko für Ernteausschläge und andere Herausforderungen gemeinsam. Im Gegenzug erhalten die Mitglieder der Solawi regelmäßig Ernteanteile, die sich je nach Betrieb aus saisonalen Gemüse, Obst, Getreide, Eier und anderen landwirtschaftlichen Erzeugnissen zusammensetzen. Des Weiteren garantiert eine Solawi eine transparente Produktion, da Mitglieder in der Regel die Möglichkeit haben, den landwirtschaftlichen Betrieb zu besuchen, an Feldarbeitstagen oder Versammlungen teilzunehmen, um einen Einblick in die Produktionsweise zu erhalten.

Anders als bei Lebensmittelkooperativen (siehe Seite 54) sind die Mitglieder einer Solawi also enger an die Produzierenden der konsumierten Produkte gebunden. Ebenso haben sie keinen Einfluss auf die genaue Zusammenstellung der erhaltenen Produkte, da diese vom Ernterfolg und den angebauten Produkten abhängig sind.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Variiert, hängt von der Mitgliederzahl ab

Artikelzahl

Variiert

Verkaufsfläche

Für größere Verteilaktionen ca. 40 bis 50 m², manchmal auch mehrere kleinere Verteilräume.

Zugänglichkeit

Abholung findet i.d.R. einmal pro Woche statt

Standortanforderungen

Da keine Laufkundschaft akquiriert werden muss, kann die Abholstation auch an weniger zentralen Stellen gelegen sein, sollte aber nicht zu weit weg von den Mitgliedern sein. Bevorzugt dichter besiedelte Orte.

Betrieb

Genossenschaft, benötigt engagierte Mitglieder und Abnehmer*innen

Investitionen

Unterschiedlich und vom genauen Konzept abhängig. Insgesamt dürften sich die Investitionen aber im fünfstelligen Bereich bewegen.

Laufende Kosten

Hier sind primär Personalkosten (meist nur anteilige Stellenprozente beim Produzenten) und sonstige Kosten für die Herstellung der Lebensmittel zu rechnen. Die Abholorte dürften überwiegend kostenfrei gewonnen werden können. Gesamt also wohl etwa 4.500€/Monat

Rohrertrag

30-40% vom Umsatz

Benötigter Umsatz pro Monat

12.000 bis 15.000€

Durchschnittlicher Warenkorb

100-150€ pro Monat

Anzahl Kund*innen pro Monat (benötigt)

80 bis 120 pro Monat

Lieferanten

Lokale Erzeuger*innen, die Teil der Genossenschaft sind

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Ausreichend Maßnahmen notwendig, um die Einwohner*innen über das Konzept zu informieren

Nahversorgungskonzepte

Solidarische Landwirtschaft (Solawi)

WER MACHT DAS BEREITS?

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft

Das Netzwerk ist ein Zusammenschluss von Solawis in Deutschland und fungiert als Plattform für Austausch, Kooperation und gegenseitige Unterstützung zwischen den einzelnen Betrieben. Das Hauptziel des Netzwerks besteht darin, die Idee der Solawi zu fördern und zu verbreiten sowie bestehende Initiativen zu stärken. Dazu gehören die Förderung von Wissenstransfer, die Bereitstellung von Ressourcen und Informationen sowie die Vertretung gemeinsamer Interessen auf nationaler und internationaler Ebene. Das Netzwerk bietet den Solawis eine Vielzahl von Dienstleistungen und Unterstützungsmöglichkeiten an. Dazu gehören beispielsweise:

- **Informationsaustausch und Vernetzung:** Das Netzwerk ermöglicht den Solawis den Austausch von Erfahrungen, Best Practices und Ressourcen untereinander. Dies geschieht über regionale und überregionale Treffen, Workshops, Konferenzen und Online-Plattformen.
- **Beratung und Unterstützung:** Das Netzwerk bietet Beratungsdienste und Unterstützung bei der Gründung und dem Betrieb von Solawis an. Dies umfasst rechtliche Fragen, organisatorische Herausforderungen, Marketingstrategien, nachhaltige Landwirtschaftspraktiken und mehr.
- **Öffentlichkeitsarbeit und Lobbyarbeit:** Das Netzwerk engagiert sich in der Öffentlichkeitsarbeit, um das Bewusstsein für Solidarische Landwirtschaft zu erhöhen und die Vorteile dieses nachhaltigen Modells der Lebensmittelproduktion und -versorgung bekannt zu machen. Darüber hinaus vertritt es die Interessen der Solawis gegenüber Politik, Verwaltung und anderen relevanten Akteur*innen.
- **Weiterbildungen und Schulungen:** Das Netzwerk organisiert Schulungen, Seminare und Weiterbildungsangebote für Mitglieder von Solawis, um deren Fähigkeiten und Kenntnisse in verschiedenen Bereichen zu stärken, sei es in der landwirtschaftlichen Praxis, der Gemeinschaftsorganisation oder der Vermarktung.

Insgesamt spielt das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft eine wichtige Rolle bei der Unterstützung und Stärkung von Solawis in Deutschland. Bei kommunalem und gesellschaftlichem Interesse an dem Konzept der Solawi ist ein Kontaktaufbau zum Netzwerk daher empfehlenswert.

Solidarische Landwirtschaft Sachsen (SoLawiSa)

Das Projekt des 2019 gegründeten Allmende Taucha e.V. widmet sich der Vernetzung der Solawis im Leipziger Raum, die als AG Solawi auch dem Leipziger Ernährungsrat angehören. Das übergeordnete Ziel des Projekts ist die Schaffung einer Vertretung der sächsischen Solawis auf Landesebene durch die Gründung eines Landesverbands. Durch den Aufbau einer landesweiten Struktur soll der Austausch zwischen den sächsischen Solawis gestärkt und Herausforderungen gemeinsam gemeistert werden. Der Allmende Taucha e.V. selbst engagiert sich in dem Aufbau einer lokalen und gemeinschaftlich organisierten Grundversorgung im Raum Taucha, dem Delitzscher Land und Leipzig. Das Projekt SoLawiSa befindet sich noch im Aufbau. Auf der Projektwebsite (www.solawi-sachsen.org) sind bereits einige bestehende Solawis gelistet. Für den Landkreis Görlitz sind das der Ender Hof in Vierkirchen, der Heckenhof in Sohland am Rotstein und die Solawis RainKost Obermühle und La Microferme in Görlitz. Für am Konzept der Solawi interessierte Erzeuger*innen und Kommunen lohnt sich ein Austausch mit bestehenden Betrieben der solidarischen Landwirtschaft. Auch ein Austausch mit dem Allmende Taucha e.V. kann von Vorteil sein.

AUS ALLER WELT.

Solawi Rütiwies

Der Hof in der schweizerischen Gemeinde Uzwil im Kanton St. Gallen wandelte sich 2015 von einem konventionellen Milchwirtschaftsbetrieb zu einer naturnäheren Landwirtschaft im Sinne einer Solawi. Sukzessive wurden die Mutterkuhhaltung eingeführt und weitere Betriebszweige ergänzt. Zusätzlich wurde die Direktvermarktung der produzierten Produkte ausgebaut und schließlich 2018 eine Demeter-Anerkennung erreicht. Die Solawi ist als Verein organisiert. Der Hof liefert die erzeugten Lebensmittel an den Verein, der ihn schließlich an seine Mitglieder verteilt. Die Solawi Rütiwies kümmert sich gewissenhaft um ihre Vermarktung: Die Website (www.solawi-ruetiwies.ch) ist aktuell gehalten, es gibt einen Kalender, in dem auf aktuelle Termine (wie Ernte, Abpacken, Vollversammlungen und Workshops) hingewiesen wird und einen Blog, in dem über das aktuelle Ernte- und Pflanzgeschehen berichtet wird. Zusätzlich engagiert sich die Solawi auch in der Vermarktung des Prinzips der solidarischen Landwirtschaft in der lokalen Bevölkerung und zeigt gemeinsam mit dem Kino der Gemeinde Uzwil den Dokumentarfilm „ERNTTE TEILEN“ und bietet im Anschluss eine Diskussionsrunde zum Thema an.

WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE AUS DEM LANDKREIS

Ender Hof

Marcus und Fenja Ender

Website: www.enderhof.de

E-Mail: info@enderhof.de

Tel.: Marcus Ender: 0175 1207288

Fenja Ender: 0152 33758679

Der Heckenhof

Florian Schneider und Odilia Jarman

Website: www.derheckenhof.de

E-Mail: info@derheckenhof.de

Tel.: 035828 817530

RainKost Obermühle

Website: www.obermuehle-goerlitz.de

Tel.: 03581 879832

La Microferme

Website: im Aufbau

E-Mail: lamicroferme.goerlitz@outlook.com

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

Allmende Taucha e.V.

Website: www.solawi-sachsen.org

E-Mail: info@allmendeverein.de

Tel.: 01525 18 66 943

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft

Simon Scholl, Leitung Beratung

Website: www.solidarische-landwirtschaft.org

Kontakt nur über das Kontaktformular auf der Website

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

Lebensmittelautomat/ Automatenläden

Kleinflächig, regionale Produkte, geringe Produktauswahl, hoher Preis

WAS IST DAS?

Durch den Verzicht auf Verkaufspersonal sowie geringe Instandhaltungskosten verursachen Verkaufsautomaten oder Automatenläden im Vergleich zu Dorf- oder Hofläden geringe Betriebskosten und kommen aufgrund dessen zunehmend häufiger zum Einsatz. Die automatisierten Verkaufsstellen bieten regionalen Erzeuger*innen und anderen Gewerbetreibenden die Möglichkeit, ihre Produkte direkt und effizient zu vermarkten. Dieses Konzept ermöglicht nicht nur den Verkauf von Snacks und Getränken, sondern erstreckt sich auch auf eine breite Palette von Waren, darunter frische Lebensmittel, Elektronik, Haushaltswaren und vieles mehr. Diese Zugänglichkeit rund um die Uhr an sieben Tagen die Woche bietet Verbraucher*innen eine bequeme Einkaufsmöglichkeit, unabhängig von traditionellen Öffnungszeiten. Darüber hinaus können Automatenläden eine Kooperationsplattform für mehrere Erzeuger*innen bieten. Durch den Zusammenschluss können Produkte gemeinsam an einem zentralen Standort angeboten werden, was sich nicht nur Kosten senkt, sondern auch eine vielfältige Auswahl nach den Bedürfnissen der Kund*innen ermöglicht.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

In der Regel ab 2.000, variiert je nach Standort und Pendler / Touristenbewegungen. Denkbar sind auch rein touristisch genutzte Standorte.

Artikelzahl

Variiert je nach Automaten

Verkaufsfläche

Ab 1 m² pro Automat; Automaten je nach Modell um weitere Module erweiterbar

Zugänglichkeit 24/7

Standortanforderungen

Zentrale Lage mit guter Sichtbarkeit, in sehr ländlichen Gegenden nur schwer wirtschaftlich betreibbar, außer mit ausreichender Laufkundschaft durch z.B. Tourist*innen

Betrieb

Genossenschaft oder wirtschaftlicher Verein oder Unternehmen

Investitionen

Ab 10.000€ pro Automat, variiert je nach Modell und Ausstattung, ggf. zusätzliche Investitionen in den Aufstellort. Zzgl. der Kosten für Fundament, Stromanschluss und ggf. Einhausung. Empfohlen sind eine PV-Anlage und ein Stromspeicher.

Laufende Kosten

Abschreibungen und Automatenstandorte pro Standort: 230 bis 700€ (10.000€ bis 30.000€ pro Automat bei 5 Jahren Abschreibedauer zzgl. 66 bis 200€ Standortmiete)
Lager (z.B. Kühlcontainer): 1.000€
Personal: 1 VZÄ = 3.500€
Sonstiges (BuHa, Versicherungen, Strom, etc.): 800€
Fahrtkosten: ca. 50km/Tag bzw. 250km pro Woche mit 0,45€ pro km sind ca. 500€ pro Monat
Gesamt: 6.050-6.500€/Monat

Bei 10 Automaten:
8.126-11.000€/Monat

Rohertrag

20-22% vom Umsatz

Benötigter Umsatz pro Tag

135€ pro Automat (denkbar ist, das auf ca. 70 bis 90€ zu drücken)

Durchschnittlicher Warenkorb

10€

Anzahl Kund*innen pro Tag (benötigt)

13

Lieferanten

Lokale Erzeuger*innen

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

-

Nahversorgungskonzepte

Lebensmittelautomat/ Automatenläden

WER MACHT DAS BEREITS?

Es existieren bereits zahlreiche Automatenkonzepte, auch im ländlichen Raum.

Proviantomat

Der Proviantomat in der Sächsischen Schweiz bietet rund um die Uhr frische, regionale und saisonale Lebensmittel und Getränke an. Gegründet im Sommer 2022, befasst sich das Startup mit der Herausforderung der Lebensmittelversorgung im ländlichen Raum. Inhaber Andreas Buschbeck beliefert nahezu täglich mit einem Elektrotransporter die Standorte in der Sächsischen Schweiz und füllt die Automaten mit frischen Waren. Der gekühlte Warenautomat ist an öffentlich zugänglichen Orten platziert und präsentiert ein Sortiment aus Hofläden, Manufakturen, Brauereien und Bauerngütern der Region. Die Initiative setzt auf kurze Transportwege und eine ressourcenschonende Logistik zur Unterstützung der regionalen Wertschöpfung und Produktvielfalt. Bisher ist das Konzept noch nicht wirtschaftlich tragbar und ist auf eine konstante Fördermittelzufuhr angewiesen.



Hofliebe

Hofliebe ist ein Unternehmen aus Konstanz, das derzeit 7 Lebensmittelautomaten in der Region betreibt. Ziel ist es, lokale Landwirt*innen direkt mit Verbraucher*innen aus der Stadt zu verbinden. Als täglicher, rund um die Uhr geöffneter Wochenmarkt bieten die Automaten von Hofliebe Berufstätigen die Möglichkeit, auch außerhalb von Marktzeiten und abseits von Hofläden, auf regionale Produkte zuzugreifen. Da der Begriff „Regionalität“ häufig nicht klar definiert ist, besteht unter Verbraucher*innen eine gewisse Unsicherheit beim Einkauf regionaler Produkte im Supermarkt. Hofliebe versucht diese Unsicherheit zu lösen, indem dem Regionalität klar definiert wird und nur Produkte angeboten werden, die in max. 50km Entfernung produziert werden.

Regiomat Landwirtschaftsbetrieb Hartmann

Auch im Landkreis Görlitz gibt es bereits Automatenkonzepte wie dieses Beispiel aus Strahwalde zeigt. Es lohnt sich besonders, den Kontakt zu diesen regionalen Anbieter*innen zu suchen, um sich über das Konzept und seine Umsetzbarkeit an vergleichbaren Orten auszutauschen.

AUS ALLER WELT.

Rendez-vous gourmands

Entlang der französischen Route Nationale 532 zwischen den Gemeinden Romans-sur-Isère und Tournon-sur-Rhône befindet sich der Automatenladen Rendez-vous gourmands. Noch 2021 befanden sich die 24/7 zugänglichen Automaten in einer überdachten Holzhütte. 2022 wurde das Sortiment erweitert und ein größerer Automatenladen errichtet. Der 24/7 zugängliche Laden bietet frische Lebensmittel an, die direkt bei den Erzeugenden ohne Zwischenhändler*innen bezogen werden.

WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE AUS DEM LANDKREIS

Landwirtschaftsbetrieb Hartmann

Stefan Hartmann

Website: www.landwirtschaftsbetrieb-hartmann.de

E-Mail: info@landwirtschaftsbetrieb-hartmann.de

Tel.: 035875 / 6 72 67

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

Proviantomat (aus Dresden)

Felix Zschoge

Website: www.proviantomat.de

E-Mail: info@proviantomat.de

Tel.: 0173 4385330

Hofliebe

Florian Ziegler

Website: www.hofliebe.eu

E-Mail: info@hofliebe.de

Tel.: 0753 | 2825498

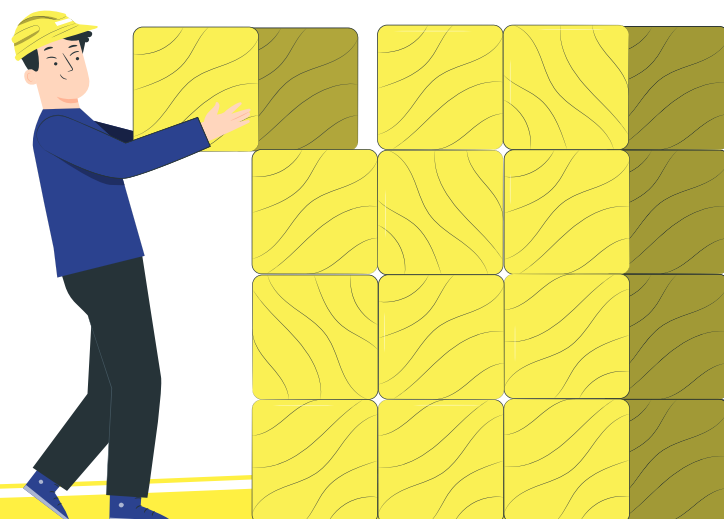
Nahversorgungskonzepte Abholstation

Kleinflächig, große Produktauswahl, niedriger Preis

WAS IST DAS?

Abholstationen für Lebensmittel zielen darauf ab, die Vorteile des Onlinehandels mit der Bequemlichkeit des stationären Handels zu kombinieren. Im Kern besteht dieses Konzept daraus, dass Kund*innen ihre Lebensmittel online bestellen und sie dann an speziellen Abholstationen in ihrer Nähe abholen. Diese Stationen sind häufig mit gekühlten Fächern ausgestattet, die es ermöglichen, auch verderbliche oder tiefgekühlte Produkte sicher zu lagern. Der Vorteil dieses Ansatzes liegt darin, dass Kund*innen ihre Einkäufe flexibel tätigen können, ohne an die Öffnungszeiten eines Supermarkts gebunden zu sein. Im ländlichen Raum können durch die kurzen Wege zu den Abholstationen lange Autofahrten zu den nächstgelegenen Supermärkten eingespart werden, was vor allem älteren Menschen zugutekommt.

Wichtig wäre, die Abholstationen auch räumlich so zu konzipieren, dass sie als Treffpunkt dienen können bzw. bestehenden oder entstehende Treffpunkte in der Frequenz unterstützen. Dann können sie auch als lockere Veranstaltungsorte genutzt werden, die sehr viel mehr Wirkung auf den Ort haben können als das eine Abholstation typischerweise tun würde. Denkbar wäre sogar ein aktives Bespielen mit (über alle Stationen tourenden) Konzepten oder ein Wettbewerb zur lebendigsten privaten Abholstationsparty, um den gemeinschaftsbildenden Aspekte zu verstärken und zu fördern. Das vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft geförderte Projekt „CUBES“ in Birkenfeld macht es vor: hier sollen Verkaufsautomaten durch Angebote wie fahrende Metzgereien und Bäckereien, Bauernmärkte, ein Café oder künstlerische Angebote ergänzt werden. Je nach Bedarf und Engagement der Bürgerschaft können so auch Abholstationen zu innovativen und um-die-Ecke-gedachten Gemeinschaftsorten werden.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Nicht klar definierbar, da das Konzept noch recht neu ist und bisher nur in Großstädten ausprobiert wurde

Artikelzahl

Mit gekühlten Boxen oder Kühllogistik kann das gesamte Supermarktsortiment abgebildet werden
Verkaufsfläche
Ab 10 m²

Zugänglichkeit

24/7 durch App oder Zugangscode

Standortanforderungen

Gut zugängliche Lage, bestenfalls nahe Pendler Routen/ Hauptstraßen, um einen einfachen Zugang und Bequemlichkeit zu gewährleisten

Betrieb

Über Supermarktketten, Erzeuger*innen und andere Anbieter*innen, die die Abholstation beliefern

Investitionen

Pro Abholstation ab wenigen 1.000€, zzgl. Aufbau eines Bestellsystems (über bestehende Apps abbildbar, ggf. telefonische Bestellmöglichkeit) und von Lieferbehältnissen. Zudem Lieferfahrzeuge gekühlt.

Laufende Kosten

Ggf. Standortmiete für die Abholstation: 50€
Abschreibungen: ca. 125€
Personal: 0,5 VZÄ = 1.750€
Sonstiges (BuHa, Versicherungen, Strom, etc.): 800€
Fahrtkosten: ca. 50km/Tag bzw. 250km pro Woche mit 0,45€ pro km sind ca. 500€ pro Monat
Gesamt: 3.225€/Monat

Bei 10 Stationen: 4.800€/Monat

Rohrertrag 5,00€ netto pro Lieferung

Benötigter Umsatz pro Tag Bei zwei Liefertouren pro Woche pro Standort sind 12 Lieferungen pro Standort notwendig.

Wenn Umsätze durch die Nutzung von Paketdiensten wie DHL, DPD, UPS, etc. erzielt werden (1€/Paket) bei 10 Paketen pro Tag und 20 Tagen pro Monat sind noch 7 Bestellungen pro Standort notwendig.

Durchschnittlicher Warenkorb

Anzahl Kund*innen pro Tag (benötigt)

Pro Station und Woche: 7 Bestellungen

Lieferant*innen

Filialisten wie REWE, Edeka, Kaufland, Apotheken etc.; ggf. in Kooperation mit DHL etc.

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Benötigt Informationskampagnen, um die Bevölkerung für das Konzept zu aktivieren

Nahversorgungskonzepte

Abholstation

WER MACHT DAS BEREITS?

Im Jahr 2013 spezialisierte sich das Münchner Startup emmasbox auf die Bereitstellung und den Vertrieb von gekühlten Abholboxen für Supermärkte. Das Startup ging unter anderem Kooperationen mit der Deutschen Bahn und EDEKA ein, die allerdings im Jahr 2021 beendet wurden. Seitdem ist das Startup nicht mehr tätig. Abholstationen für Lebensmittel werden dennoch von Filialisten wie beispielsweise REWE genutzt, die derzeit 10 Abholstationen in Deutschland betreiben. Das Konzept wird im Folgenden kurz vorgestellt.

REWE

REWE betreibt seine Abholstationen vor allem in Berlin und Köln, wo ein regulärer Supermarkt aus Platzgründen nicht errichtet werden kann. Eine Servicegebühr von 2€ wird pro Bestellung berechnet und der Mindestbestellwert liegt bei 20€. Der Kauf- und Abholvorgang ist einfach und effizient: Nachdem Kund*innen ihre Auswahl auf der REWE-Website oder in der REWE-App getroffen haben, können sie während des Bestellvorgangs eine Abholstation als Lieferoption wählen. Die Bestellung wird dann von einem nahegelegenen REWE-Markt zusammengestellt und in einer verschlossenen Box an der ausgewählten Station bereitgestellt. Sobald die Bestellung abholbereit ist, erhalten Kund*innen eine Benachrichtigung per SMS oder E-Mail. Die eigentliche Abholung erfolgt durch die Eingabe eines Abholcodes oder einer anderen Identifikation an der Station, um auf die vorbereiteten Lebensmittel zuzugreifen. Die Abholstationen sind rund um die Uhr zugänglich.

EDEKA

Nach Angaben der EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen sind die allermeisten EDEKA-Märkte und insbesondere kleinere Betreiber*innen willens und in der Lage nach telefonischer oder elektronischer Bestellung, diese zu packen und abholbereit zu halten. Das werde in vielen Märkten zum Beispiel zur Unterstützung älterer Kund*innen bereits praktiziert. Die Abholung erfolgt dann oft durch Nachbar*innen oder jüngere Verwandtschaft.

Für den Betrieb im ländlichen Raum könnten die Konzepte von REWE und EDEKA dahingehend ausgebaut werden, dass in Kooperation mit einem Lieferdienst oder einem Paket-zusteller die vorgefertigt gepackten Bestellungen an spezielle Bestellboxen geliefert werden. Derzeit besteht allerdings noch kein solches Konzept im ländlichen Raum.

Marktschwärmer

Anders als die Konzepte von REWE und EDEKA, zielt die Initiative darauf ab, den direkten Verkauf von lokal produzierten Lebensmitteln durch Landwirt*innen und Lebensmittelproduzent*innen an Verbraucher*innen zu fördern. Die Idee ist es, eine Plattform zu schaffen, auf der Produkte direkt an die Verbraucher*innen in einer bestimmten Region verkauft werden können. Die Online-Plattform von Marktschwärmer ermöglicht es lokalen Produzent*innen, eine Vielzahl von Lebensmitteln wie Obst, Gemüse, Fleisch, Milchprodukte und mehr zu präsentieren. Verbraucher*innen können dann über die Plattform Produkte von verschiedenen Produzent*innen in ihrer Region bestellen. Die Bestellungen werden dann in regelmäßigen Abständen, oft einmal pro Woche, an einem lokalen Sammelpunkt, der als „Schwärmerei“ bezeichnet wird, abgeholt. Ein wesentliches Merkmal von Marktschwärmer ist der direkte Kontakt zwischen Produzent*innen und Verbraucher*innen während der Abholung. Dies ermöglicht ein Kennenlernen der Menschen hinter den Produkten. Marktschwärmer unterstützt die Gründung neuer Schwärmereien durch eine Online-Plattform, Ressourcen und Schulungsmaterialien. Die Initiative fördert die Vernetzung von Produzent*innen und Verbraucher*innen, teilt bewährte Praktiken aus bereits etablierten Schwärmereien und bietet Hilfe bei Werbung und Marketing. Im Landkreis Görlitz existieren bereits zwei Marktschwärmereien, eine in Görlitz und eine in Zittau.



WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE AUS DEM LANDKREIS

Ein Korb voll Glück

Anja Nixdorf-Munkwitz

Telefon: 0172 – 3559120

E-Mail: info@ein-korb-voll-glueck.de

Ein Korb voll Glück ist eine Initiative, die Erzeuger*innen regionaler und ökologischer landwirtschaftlicher Produkte im Landkreis Görlitz miteinander vernetzt und nach außen sichtbar macht. Vor allem für den Aufbau einer Marktschwärmerei könnte die Initiative nützlich sein.

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

REWE Markt GmbH

Mike Michel

Leiter Expansion REWE Region Ost

E-Mail: expansion.ost@rewe-group.com

Tel.: 03328 3314 191

EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen

Jan Hasek, Ansprechpartner für Expansion

E-Mail: jan.hasek@edeka.de

Tel.: 0351 8022839

Marktschwärmer

Website: www.marktschwaermer.de

E-Mail: kontakt@marktschwaermer.de

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Nahversorgungskonzepte

Mobiler Supermarkt

Kleinflächig, soziale Funktion, regionale Produkte, geringe Produktauswahl, hoher Preis

WAS IST DAS?

Mobile Supermärkte sind zum begehbaren Dorfladen umgebaute LKW oder Busse, die in festgelegten Routen Dörfer in ländlichen Regionen anfahren. Der Verkaufsraum ist deutlich kleiner als ein stationärer Dorfladen (ca. 17m2). Dementsprechend ist auch die Artikelauswahl beschränkt. Mobile Supermarktkonzepte zeichnen sich durch ihre Flexibilität in der Produkt- und Routenauswahl aus und dienen nicht nur als Einkaufsmöglichkeit, sondern bieten sich insbesondere auch als Treffpunkt an. Somit bieten sie gerade älteren Menschen im ländlichen Raum eine Möglichkeit zum sozialen Kontakt mit anderen.

WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

-

Artikelzahl

Bis 1.000

Verkaufsfläche

Ca. 17 m2, variiert je nach Fahrzeug

Zugänglichkeit

24/7 durch App oder Zugangscode

Standortanforderungen

Zu festgelegten Zeiten an festgelegten Orten auf einer festgelegten Route

Betrieb

Fahrtüchtiger und zum Supermarkt umgebauter LKW oder Bus

Investitionen

Ab 50.000€ aufwärts (Fahrzeug, Ausbau und Geräte)

Laufende Kosten

Vermutlich keine Standortmiete
Fahrzeugkosten: 1€ pro km bei ca. 40km/Tag * 6 Tage = 1.050€
Abschreibungen: 900€
Personal: 1 VZÄ = 1.750€
Lager: 1.000€
Sonstiges (BuHa, Versicherungen, etc.): 800€
Gesamt: 5.500€/Monat

Rohrertrag

20-22% vom Umsatz

Benötigter Umsatz pro Tag

27.500€ netto, 32.725€ brutto

Durchschnittlicher Warenkorb

20€

Anzahl Kund*innen pro Tag (benötigt)

68

Lieferanten

Großhändler*innen und/oder lokale Erzeuger*innen
Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen
Benötigt Marketingmaßnahmen, um das Angebot zu bewerben und bekannt zu machen



Nahversorgungskonzepte

Mobiler Supermarkt

WER MACHT DAS BEREITS?

Es gibt bereits einzelne Beispiele für mobile Supermärkte. Der Erfolg dieser Konzepte ist allerdings in der Regel eher mäßig und es gibt nur wenige Betriebe, die über die Zeit bestehen.

REWE Einkaufsbus

Der Rewe Einkaufsbus ist ein Pilotprojekt von REWE und Deutscher Bahn und wurde im März 2023 in Nordhessen eröffnet. Mit einem 18 Meter langen umgebauten Bus werden zu festgelegten Zeiten verschiedene Ortschaften angefahren. Die Einwohner*innen können sich dann an einem Sortiment bestehend aus 700 verschiedenen Produkten bedienen und zusätzlich einfache Paket-Dienstleistungen der DHL in Anspruch nehmen. Der Fokus der Produktauswahl liegt auf einem regionalen Angebot. Vorgesehen war eine Winterpause bis März 2023. Am 19. Februar 2024 verkündete REWE, dass der Betrieb des Busses aufgrund mangelnder Resonanz aus der Bevölkerung abgebrochen wird.

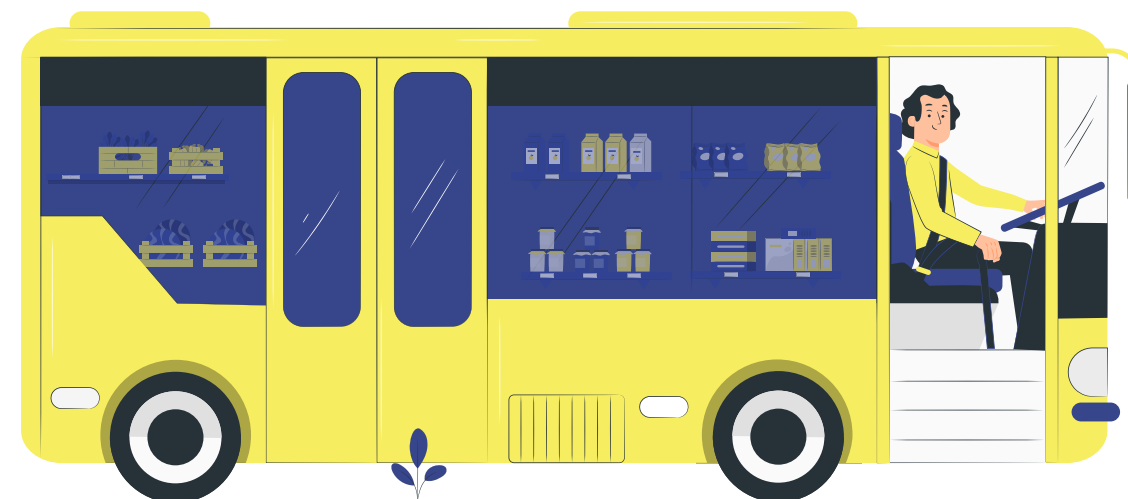
Mobiler Dorfladen der Steinwald Allianz

Der Zweckverband Steinwald-Allianz ist ein Zusammenschluss von 17 Kommunen in der Region des Naturparks Steinwald in der Oberpfalz, der durch verschiedene Projekte eine Stärkung der Region anstrebt. Die Einrichtung und der Betrieb des mobilen Dorfladens ist eines dieser Projekte und besteht seit Sommer 2018. Er befindet sich in einem umgebauten LKW, der an sechs Tagen die Woche 42 kleine Ortschaften im Gebiet des Naturparks anfährt. Beliefert wird der Dorfladen zu großen Teilen von regionalen Erzeuger*innen, die auch Produkte in Bio-Qualität anbieten. Das Sortiment von rund 400 Artikeln reicht von Obst und Gemüse, über Backwaren und Fleischprodukte bis hin zu Drogerie- und Haushaltswaren. Zusätzlich zum reinen

Einkaufen bietet der mobile Dorfladen auch eine Möglichkeit zum Bargeldabheben, gelbe und blaue Müllsäcke abholen oder Gutscheinkarten kaufen. Ergänzt wird das mobile Angebot durch einen Onlineshop, in dem Waren vorbestellt werden können. Um vor allem ältere Menschen besser erreichen zu können wurde ein barrierefreier Zugang zum LKW errichtet und die direkte Anfahrt von Seniorenwohnheimen in der Region ermöglicht.

Schmidts Rollender Supermarkt

Von 2013 bis 2023 fuhr der rollende Supermarkt „Emma“ durch den Landkreis Schwäbisch Hall. In dem begehbaren LKW wurden möglichst regional produzierte Lebensmittel und Waren des täglichen Bedarfs angeboten. Zusätzlich wurden bei Bedarf Hauslieferungen angeboten. Aufgrund stetig steigender Betriebskosten wurde der privat betriebene mobile Dorfladen 2023 weiterverkauft und ist nun im Enzkreis im Einsatz und wird unter dem Namen „Aarons rollender Supermarkt“ betrieben.



WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

REWE Einkaufsbus

Dr. Daniela Büchel, Geschäftsführerin REWE Markt GmbH Zweigniederlassung Mitte
Tel.: 06003-85 0

Mobiler Dorfladen der Steinwald-Allianz

Website: www.steinwald-dorfladen.de
E-Mail: info@steinwald-dorfladen.de
Tel.: 09682 182219 25

Aarons rollender Supermarkt

Aaron Daubner
Website: <http://www.aarons-rollender-supermarkt.de>
E-Mail: aarons_supermarkt@icloud.com
Tel.: 0170 4622276

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

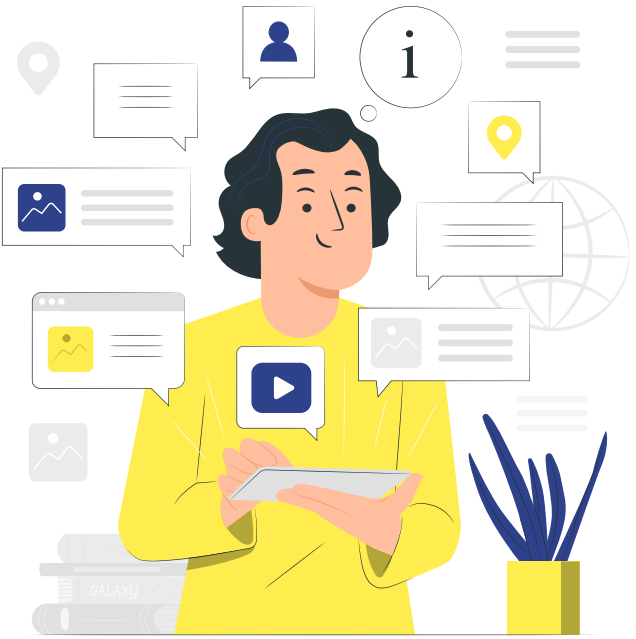
Anbindungskonzepte

Digitale Vernetzungsangebote

Nachbarschaftshilfe, Gemeinschaftsfördernd, hohes Bürgerengagement

WAS IST DAS?

Digitale Vernetzungsangebote wie Mitfahrapps, digitale Händlerverzeichnisse oder digitale Nachbarschaftshilfen sind Angebote, die auch für eine Verbesserung des Zugangs zur Nahversorgung im ländlichen Raum genutzt werden können. Durch digitale Plattformen können lokale Erzeuger*innen ihre Produkte online präsentieren, was das Erlangen einer größeren Reichweite und dadurch eine breitere Vermarktung lokaler Produkte über Dorfgrenzen hinaus ermöglicht. In Verbindung mit digitalen Bestellplattformen können zusätzlich Bestellvorgänge erleichtert werden und kombiniert mit der Nutzung von Mitfahrapps oder nachbarschaftlichen Mitbringservices die Lieferung von Produkten erleichtern. Digitale Plattformen können auch als Informationsquelle dienen, auf der lokale Anbieter*innen, Landwirt*innen und Verbraucher*innen miteinander kommunizieren können. Dies fördert den Austausch von Informationen über Produkte, Verfügbarkeit, Preise und lokale Ereignisse und stärkt dadurch die Gemeinschaft in der Region.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

-

Zugänglichkeit

Rund um die Uhr, benötigt Wissen im Umgang mit Smartphones und dem Internet

Standortanforderungen

-

Betrieb

Je nach App wird eine engagierte Bürgerschaft benötigt, die die App nutzt und bereit ist, sich gegenseitig zu unterstützen

Kosten

Variiert je nach App, sollte aber deutlich unter 100.000€ zu machen sein

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Benötigt Maßnahmen, die die Bevölkerung über den Nutzen und die Nutzung der Apps informiert und im Falle der RegioApp das direkte Aufmerksam machen von lokalen Erzeuger*innen auf die App



Anbindungskonzepte Digitale Vernetzungsangebote

WER MACHT DAS BEREITS?

Es existieren bereits einige Apps, die das Ziel haben, die digitale Vernetzung im ländlichen Raum auch mit Blick auf den Zugang zu Waren des täglichen Bedarfs zu verbessern. Einige davon werden auch im Landkreis Görlitz bereits genutzt.

Nebenan.de

Die Online-Plattform ermöglicht es Menschen, sich mit ihren Nachbar*innen zu vernetzen, Informationen auszutauschen, Hilfe anzubieten oder zu erhalten und lokale Gemeinschaften zu stärken. Die Funktionsweise basiert auf Postleitzahlgebieten, durch die Nutzer*innen mit anderen Nutzenden in ihrer unmittelbaren Umgebung interagieren können. Auf Nebenan.de können Nutzer*innen beispielsweise nach Empfehlungen für lokale Dienstleister*innen suchen, Veranstaltungen in ihrer Nachbarschaft organisieren, verloren gegangene Haustiere melden, gebrauchte Gegenstände verschenken oder verkaufen und vieles mehr.

Die Plattform fördert den Austausch von Informationen, gegenseitige Unterstützung und die Schaffung eines Gefühls der Gemeinschaft in der Nachbarschaft. In Bezug zu Problemen mit der Anbindung an Nahversorger kann die App helfen, Netzwerke innerhalb der Gemeinschaft zu schaffen, die sich beim Einkauf gegenseitig unterstützen. So können Pendler*innen beispielsweise auf dem Rückweg vom Arbeitsplatz Einkäufe für ihre älteren Nachbar*innen mitnehmen (z.B. auch in Kombination mit einem Bestellsystem im Supermarkt). Die Plattform wird in einigen Gebieten des Landkreis Görlitz bereits verwendet.

MUNIPOLIS

Durch die App können Bürger*innen eine Vielzahl von städtischen Dienstleistungen und Informationen bequem von ihren Mobilgeräten aus nutzen. Sie können Müllabfuhrtermine einsehen und verfolgen, Informationen über öffentliche Verkehrsmittel abrufen, wichtige Mitteilungen und Warnungen zu Notfällen erhalten und Beschwerden oder Anfragen direkt an die Stadtverwaltung senden. Zusätzlich können in der App Informationen über lokale Veranstaltungen und Aktivitäten verbreitet. Insgesamt strebt die App eine Verbesserung der Kommunikation zwischen der städtischen Verwaltung und der lokalen Bevölkerung. Durch die Beteiligungsmöglichkeiten der App können Bürger*innen auch in Entscheidungen einbezogen werden, z.B. bezüglich der Einführung neuer Nahversorgungslösungen.

RegioApp

Die RegioApp bietet die Möglichkeit, bequem und jederzeit nach regionalen Lebensmitteln und lokalen Speisen zu suchen. Die Anwendung bietet eine Umkreissuche für Betriebe, die ihre Produkte direkt vermarkten, sowie für Gastronomie, Dorfläden, Lebensmitteleinzelhändler*innen mit regionalen Produkten und Wochenmärkte. Eine spezielle Funktion erlaubt es, gezielt nach „kleinen Läden“ zu suchen. Die Trefferliste präsentiert alle Betriebe nach Entfernung sortiert und stellt umfassende Informationen über den Betrieb, Öffnungszeiten und das angebotene Sortiment zur Verfügung. Seit 2013 hat sich die Reichweite der RegioApp von Mittelfranken und Bayern auf das gesamte Bundesgebiet ausgeweitet. Die RegioApp wird im Landkreis Görlitz bereits verwendet und kann mit den Informationen aus den einzelnen Kommunen ergänzt werden.

Digitale Dörfer

Die Plattform „Digitale Dörfer“ des Fraunhofer IESE kombiniert die Funktionen der bereits genannten Apps. Das Projekt startete im Sommer 2015, um die Chancen der Digitalisierung für ländliche Regionen zu erforschen. Das Projekt hat innovative Konzepte und Lösungen entwickelt, die die Digitalisierung als ganzheitliches Ökosystem betrachten. In den Pilotphasen wurden in Zusammenarbeit mit Einwohner*innen von Verbandsgemeinden in Rheinland-Pfalz Mitmachszenarien durchgeführt. Der Fokus lag auf der Stärkung des Gemeinschaftsgefühls, der lokalen Nahversorgung und Mobilitäts- und Kommunikationsthemen. Die entwickelten Angebote stehen anderen Kommunen seit 2017 als Kaufangebot zur Verfügung.

Digitale Dörfer ist in vier Teilaspekte untergliedert:

- Die „BestellBar“ ist ein neuer Online-Marktplatz, der lokale Einzelhändler präsentiert, deren Produkte online bestellt werden können.
- Die „LieferBar“ ermöglicht es Bürger*innen, Pakete aus dem lokalen Online-Shop mitzubringen und so die Gemeinschaft zu stärken.
- Die „DorfNews“ informieren über lokale Veranstaltungen und aktuelle Meldungen,
- Während der „DorfFunk“ als Kommunikationszentrale Bürger*innen ermöglicht, Hilfe anzubieten und sich zwanglos auszutauschen.

MatchRiderGO

Mit der App sollen buchbare Fahrgemeinschaften für tägliche Fahrtwege geschaffen werden. Die auf der App registrierten Fahrer*innen nehmen an festgelegten Punkten (Match Points) ihrer Fahrt Mitfahrer*innen auf, die die Mitfahrgelegenheit zuvor über die App gebucht haben. Anders als bei anderen Plattformen wie z.B. Uber, finden die Fahrten auf festgelegten Routen mit definierten Haltepunkten statt. Die App ist derzeit in den Regionen Stuttgart und Rhein-Neckar aktiv und erweitert kontinuierlich das Angebot um neue Regionen und Routen. Mit der mobilityDIY-Funktion können Unternehmer*innen, Privatpersonen oder Kommunen ihr eigenes Mitfahrnetzwerk schaffen und eigene Routen und Haltepunkte definieren.

WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE AUS DEM LANDKREIS

Landkreis Görlitz

**Abteilung Strukturentwicklung,
Wirtschaftsförderung und Internationale
Beziehungen**

Ansprechpersonen:

Thomas Tamme & Lars Semrok

E-Mail: wirtschaftsfoerderung@kreis-gr.de

Tel. 03581 663-9427

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

MUNIPOLIS

Website: www.info.munipolis.de

E-Mail: info@munipolis.de

Tel.: 030 8379 7723

RegioApp

Website: www.regioapp.org

E-Mail: regioapp@regionalbewegung.de

Tel.: 09852 1381

Nebenan.de

Website: www.nebenan.de

E-Mail: kontakt@nebenan.de

Tel.: 030 3465577 60

Digitale Dörfer

Dominik Magin

Website: www.digitale-doerfer.de

E-Mail: dominik.magin@iese.fraunhofer.de

MatchRiderGO

E-Mail: info@matchrider.de

Tel.: 06221 3541840

MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Anbindungskonzepte

Bürgerbusse

Hohes Bürgerengagement

WAS IST DAS?

Ein Bürgerbus ist ein in der Regel gemeinnütziges Verkehrsprojekt, das von engagierten Bürger*innen in einer Gemeinde oder Region ins Leben gerufen wird, um eine flexible und bedarfsgerechte Mobilitätslösung anzubieten. Ziel ist es, vor allem Menschen, die Orte mit mangelhafter Anbindung an den ÖPNV bewohnen oder nur eingeschränkt mobil sind, eine zuverlässige Transportmöglichkeit bereitzustellen. Der Bürgerbus wird in der Regel von ehrenamtlichen Fahrer*innen betrieben. Die Finanzierung erfolgt oft durch Spenden, Mitgliedsbeiträge und gegebenenfalls öffentliche Zuschüsse. Das Projekt basiert auf dem Prinzip der Gemeinschaft und trägt dazu bei, die soziale Teilhabe und die Lebensqualität in der Gemeinschaft zu verbessern. Die Funktionsweise eines Bürgerbusses ist einfach: Die Fahrzeiten und Routen werden im Voraus festgelegt und an die Bedürfnisse der Fahrgäste angepasst. Dies ermöglicht eine flexible Abdeckung von Gebieten, die mit dem bestehenden Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln nicht oder nur unzureichend erreicht werden. Die Fahrgäste können den Bürgerbus in der Regel telefonisch oder online buchen und werden dann an ihrer Haustür abgeholt oder an vorher festgelegten Haltestellen aufgenommen. Ein besonderes Merkmal des Bürgerbusses ist die persönliche Atmosphäre und der direkte Kontakt zwischen den Fahrgästen und den ehrenamtlichen Fahrer*innen. Diese Form der Mobilität fördert nicht nur die individuelle Flexibilität, sondern stärkt auch den sozialen Zusammenhalt in der Gemeinschaft. Der Bürgerbus kann so ein wichtiges Bindeglied für Menschen, die aufgrund von Alter oder eingeschränkter Mobilität auf alternative Transportmöglichkeiten angewiesen sind, darstellen.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Je nach maximaler Zuschusshöhe zwei bis 10 Mitfahrende pro Tour

Zugänglichkeit

Während festgelegter Zeiten auf festgelegten Routen nach Bestellung

Standortanforderungen

Die Route muss nach Bedarf festgelegt werden; wichtig: eine Bürgerbuslinie benötigt eine Genehmigung vom Landesamt für Straßenbau und Verkehr (Dauer: bis zu 6 Monate)

Betrieb

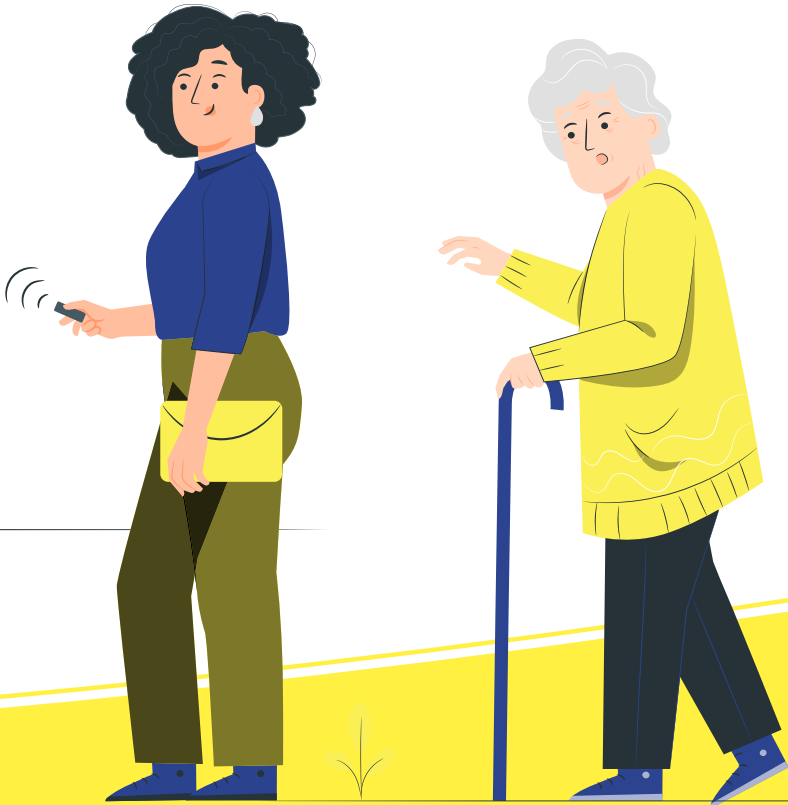
Ehrenamtliches Engagement wird benötigt

Kosten

Laufende Kosten pro Fahrt abhängig von Distanz und Größe des Fahrzeugs

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Das Angebot sollte weitreichend beworben werden, damit potenzielle Nutzer*innen davon erfahren



Anbindungskonzepte

Bürgerbusse

WER MACHT DAS BEREITS?

Bürgerbus Arzberg

Unter dem Motto „Bürger fahren für Bürger“, bieten die Gemeinde Arzberg im Landkreis Nordsachsen in Zusammenarbeit mit dem Ostelbienverein seit 2017 den Bürgerbus Arzberg an. Dessen Service richtet sich vorrangig an ältere Menschen sowie an Personen mit eingeschränkter Mobilität, die nicht mehr in der Lage sind, private Fahrzeuge oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Das gesamte Projekt wird vom Landkreis Nordsachsen unterstützt und von einem engagierten Team ehrenamtlicher Fahrer*innen betrieben. Der Bürgerbus deckt alle 18 Ortsteile der Gemeinde Arzberg ab und bietet einen Tür-zu-Tür-Service für seine Fahrgäste. Die Hauptziele des Bürgerbusses sind die Beförderung zu medizinischen Einrichtungen wie Allgemein- und Fachärzt*innen, Apotheken und Physiotherapeut*innen. Darüber hinaus werden Fahrten zu Ämtern, Banken, Friseur*innen, Optiker*innen und anderen wichtigen Zielen angeboten. Einkaufsfahrten sind ebenfalls möglich, jedoch beschränkt auf das Gebiet der Gemeinde Arzberg selbst. Um eine Fahrt mit dem Bürgerbus Arzberg zu arrangieren, müssen Fahrgäste das Bürgerbusteam während der festgelegten Telefonzeiten kontaktieren und ihre Fahrt vorbestellen. Die Fahrten finden in der Regel werktags zu den üblichen Geschäftszeiten statt.

Bürgerbus Boxberg/O. L.

Der Bürgerbus Boxberg O. L. war ein Mobilitätsprojekt, das vom Verein Perspektive Boxberg O.L. ins Leben gerufen wurde, um die Mobilität der Bewohner*innen in den 18 Ortsteilen der Gemeinde zu verbessern. Die Projektlaufzeit war für Ende November 2021 bis Ende März 2022 befristet. Der Bürgerbus diente als Ergänzung zum herkömmlichen Linienverkehr und ermöglichte kostenfreie Fahrten zu verschiedenen Zielen wie Ärzt*innen, Apotheken, Einkaufsmärkten, Banken und der Gemeindeverwaltung. Er war insbesondere für ältere und mobil eingeschränkte Personen gedacht, denen die Nutzung von Auto oder Linienbus aufgrund von alters- oder krankheitsbedingten Beeinträchtigungen nicht mehr möglich war. Die Fahrten wurden von einem extern engagierten Busbetrieb durchgeführt, der in Abstimmung mit den regionalen Behörden und Förderinstitutionen agierte. Ziel des Bürgerbusses war es, die bestehenden Mobilitätslücken zu schließen und den Bürger*innen eine flexiblere und bedarfsgerechtere Transportmöglichkeit zu bieten. Eine Evaluation des Projekts findet derzeit statt. Weitere Schritte in der Gemeinde Boxberg O.L. und weiteren Gemeinden im Landkreis Görlitz sind noch nicht abschließend geregelt.

WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE AUS DEM LANDKREIS

Entwicklungsgesellschaft Niederschlesische Oberlausitz mbH

Office & Verwaltung

+49 3581 329010

info@wirtschaft-goerlitz.de

Perspektive Boxberg/O. L. e. V.

Romy Ganer

Website: www.perspektive-boxberg-ol.de

E-Mail: info@perspektive-boxberg-ol.de

Bürgerbus Arzberg

Britta Gutheil

E-Mail: o-m-a@ostelbien.de



MÖGLICHE BETRIEBSFORMEN

Anbindungskonzepte

Mitfahrbänke

Hohes Bürgerengagement

WAS IST DAS?

Eine Mitfahrbank ist eine für die (spontane) Bildung von Fahrgemeinschaften installierte Bank. Durch eine Installation an belebten bzw. stark befahrenen Orten und eine klare Kennzeichnung dient sie als Treffpunkt für Mitfahrer*innen und Fahrer*innen, die spontan oder geplant gemeinsam fahren möchten.

Mitfahrbänke sollen die soziale Interaktion und das Gemeinschaftsgefühl vor Ort stärken und zur Reduzierung von Verkehr und Umweltauswirkungen beitragen. Gerade für ältere Menschen, die sich selbst im Auto auf längeren Fahrtstrecken nicht mehr sicher fühlen, können derartige Mitfahrangebote nützlich sein.

Für das Funktionieren einer Mitfahrbank sind begleitende Marketingmaßnahmen entscheidend, die deren öffentliche Bekanntheit, Akzeptanz und Teilnahme fördern. Denkbar ist auch eine Integration der Mitfahrbänke in digitale Plattformen (z.B. als Match Point in MatchRiderGO), um die Organisation von Mitfahrgelegenheiten zu optimieren. In Verbindung mit geeigneten Kommunikationsmaßnahmen und einer aktivierbaren Bevölkerung können Mitfahrbänke eine einfache Lösung für die Förderung von gemeinsamer Mobilität bieten.



WAS WIRD GEBRAUCHT?

Einwohner*innen im EZG

Je nach maximaler Zuschusshöhe zwei bis 10 Mitfahrende pro Tour

Zugänglichkeit

Während festgelegter Zeiten auf festgelegten Routen nach Bestellung

Standortanforderungen

Die Route muss nach Bedarf festgelegt werden; wichtig: eine Bürgerbuslinie benötigt eine Genehmigung vom Landesamt für Straßenbau und Verkehr (Dauer: bis zu 6 Monate)

Betrieb

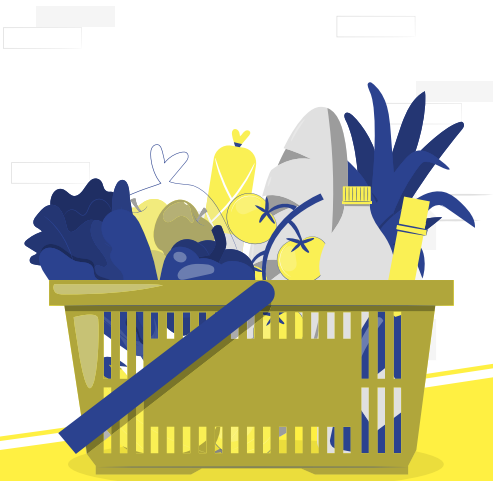
Ehrenamtliches Engagement wird benötigt

Kosten

Laufende Kosten pro Fahrt abhängig von Distanz und Größe des Fahrzeugs

Intensität an benötigten Marketingmaßnahmen

Das Angebot sollte weitreichend beworben werden, damit potenzielle Nutzer*innen davon erfahren



Anbindungskonzepte

Mitfahrbänke

WER MACHT DAS BEREITS?

Es gibt bereits einige Gemeinden, die Mitfahrbänke eingeführt haben. Ein Verein, der sich bundesweit für die Verbreitung von Mitfahrgelegenheiten einsetzt ist der Mitfahrverband e.V.

Mitfahrverband e.V.

Der Verein setzt sich für die Förderung von Mitfahrgelegenheiten und gemeinschaftlichem Reisen ein. Als gemeinnütziger Verein verfolgt er das Ziel, die Nutzung von Fahrzeugen zu optimieren, um Ressourcen zu schonen, die Umweltbelastung zu reduzieren und soziale Kontakte zu fördern. Der Verein bietet verschiedene Dienstleistungen und Plattformen an, die es Menschen ermöglichen, Mitfahrgelegenheiten zu finden oder anzubieten. Dazu gehören beispielsweise eine ausführliche Übersicht über Online-Portale oder Apps, auf denen Fahrer*innen ihre geplanten Routen veröffentlichen können und Mitfahrer*innen entsprechende Angebote finden. Darüber hinaus setzt sich der Mitfahrverband für die Förderung von nachhaltiger Mobilität ein und engagiert sich in der Öffentlichkeitsarbeit sowie in politischen Belangen, um die Rahmenbedingungen für Mitfahrgelegenheiten zu verbessern und deren Akzeptanz in der Gesellschaft zu steigern. Insgesamt verfolgt der Mitfahrverband e.V. das Ziel, die Mobilität effizienter und umweltfreundlicher zu gestalten, indem er Menschen dazu ermutigt, sich Fahrten zu teilen und gemeinsam zu reisen. Eine Kontaktaufnahme mit dem Verein kann sich lohnen, wenn in der eigenen Kommune oder Gemeinde das Mitfahrangebot ausgebaut werden soll.

AUS ALLER WELT

Mitfahrbänke im Großen Walsertal

Das Projekt wurde erstmals im Rahmen des Walserherbstes vorgestellt, einem Kulturfestival im Voralberg, das sich 2021 dem Thema Mobilität widmete. In Zusammenarbeit mit einem Team des Biosphärenpark Großes Walsertal entstand die Idee, mehrere „Mitfahrbänke“ im Tal zu entwickeln und zu testen. Die Mitfahrbänke sind an wichtigen Knotenpunkten oder Kreuzungen in jeder der sechs Gemeinden des Großen Walsertals installiert. Sie sind durch eine gelbe Schwenkfahne gekennzeichnet, die den Wunsch zum Mitfahren signalisiert. An den Fahnenstangen befinden sich zudem Infotafeln mit Anweisungen zur Nutzung. Zusätzliche Standorte in Ludesch und Thüringen sind bereits geplant, um auch von außerhalb des Tales eine Mitfahrgelegenheit zu ermöglichen. Das Mitfahrbänke stellt eine moderne Form des klassischen „Stoppens“ dar, die vor allem von jungen Menschen im Tal gut angenommen wird. Es fördert das Vertrauen und die Zusammenarbeit in der Gemeinschaft. Um den Erfolg des Projekts zu gewährleisten, ist es wichtig, dass es kontinuierlich beworben wird und die Menschen es aktiv nutzen und im Bekanntenkreis weiterempfehlen. Denn je mehr Menschen das Konzept kennen und nutzen, desto größer ist die allgemeine Akzeptanz und desto mehr Personen werden dazu ermutigt, entweder Mitfahrgelegenheiten anzubieten oder selbst mitzufahren.



WER KANN MIR HELFEN?

HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

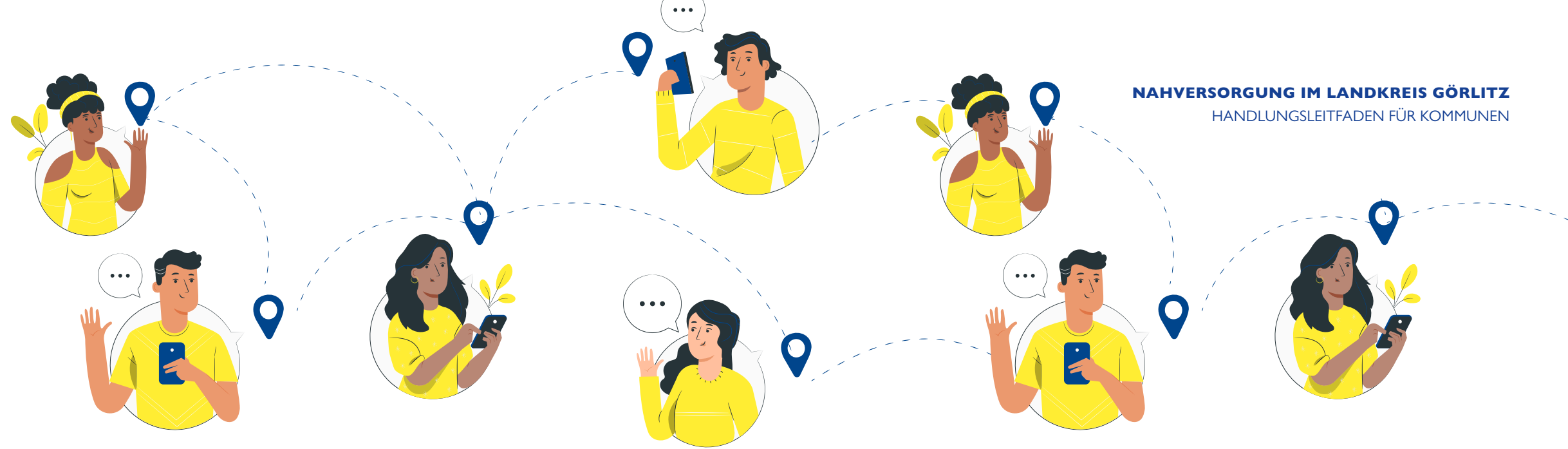
Mitfahrverband e.V.

Martin Hovekamp, Mitglied des Vorstandes

Website: www.mitfahrverband.org

E-Mail: post@mitfahrverband.org

KONTAKT-DATENBANK



NAHVERSORGUNG IM LANDKREIS GÖRLITZ HANDLUNGSLEITFADEN FÜR KOMMUNEN

ALLGEMEIN HILFREICHE KONTAKTE BUNDESWEIT

Handwerkskammer Dresden

Bianca Förster, Regionalbetreuung
E-Mail: bianca.foerster@hwk-dresden.de
Tel.: 0351 4640-504

Industrie- und Handelskammer Dresden

Frank Großmann, Geschäftsstelle Görlitz
E-Mail: grossmann.frank@dresden.ihk.de
Tel.: 03581 4212-11

Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

Website: www.regiologistik.regionalbewegung.de
E-Mail: info@regionalbewegung.de
Tel: 09852 1381

ALLGEMEIN HILFREICHE KONTAKTE AUS DEM LANDKREIS GÖRLITZ

Ein Korb voll Glück

Anja Nixdorf-Munkwitz
Tel.: 0172 – 3559120
E-Mail: info@ein-korb-voll-glueck.de

Idee Genossenschaft „Landleben“

Hans-Ulrich Hinner
Tel.: 035829 669561
E-Mail: hinner@hinnerundpartner.de

Bau- und Liegenschaftsamt Görlitz

Ansprechperson: Torsten Tschage
E-Mail: bau-liegenschaftsamt@goerlitz.de
Tel.: 03581 67-1829

Landkreis Görlitz

Abteilung Strukturentwicklung, Wirtschaftsförderung und
Internationale Beziehungen
Ansprechpersonen:
Thomas Tamme & Lars Semrok
E-Mail wirtschaftsfoerderung@kreis-gr.de
Tel. 03581 663-9427

Amt für Brandschutz/Katschutz/Rettungswesen Görlitz

Ansprechperson: Björn Mierisch
E-Mail: brk@kreis-gr.de
Tel.: 03581 663-5601

Denkmalschutzbehörde Görlitz

Ansprechperson: Tobias Panke
E-Mail: denkmalschutz@goerlitz.de
Tel.: 03581 67-2623

Entwicklungsgesellschaft Niederschlesische Oberlausitz mbH

Office & Verwaltung
+49 3581 329010
info@wirtschaft-goerlitz.de

HILFREICHE KONTAKTE ZU DEN EINZELNEN MASSNAHMEN

24/7 MARKT

Tante Enso

Website: www.myenso.de
E-Mail: info@myenso.de
Tel.: 0421 989 673 – 0

Tante Enso Falkenau

E-Mail: falkenau@tanteenso.de
Tel.: 03726 7907875

iO Markt

www.iomarkt.de
E-Mail: info@iomarkt.de
Tel.: 03631 4002 407

REWE Markt GmbH

Mike Michel, Leiter Expansion REWE Region Ost
E-Mail: expansion.ost@rewe-group.com
Tel.: 03328 3314 191

EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen

Jan Hasek, Ansprechpartner für Expansion
E-Mail: jan.hasek@edeka.de
Tel.: 0351 8022839

DORFLADEN

Bundesverband der Bürger- und Dorfläden e.V.

Wolfgang Gröll
Website: www.dorfladen-netzwerk.com
E-Mail: wimgroell@t-online.de
Tel.: 08151-7467290

Die DORFbegegnungsLÄDEN in Deutschland e.V.

Website: www.dorfladen-netzwerk.de/
dorfbegegnungslaeden
E-Mail: dorfladen@otersen.de

M. Punkt RLP

Volker Bulitta
Website: www.m-punkt-rlp.de
E-Mail: info@m-punkt-rlp.de
Tel.: 0651/9 98 49 88 – 0

Landesinitiative

„Neue Dorfmitte Mecklenburg-Vorpommern“
Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und
Arbeit Mecklenburg-Vorpommern

Website: www.neue-dorfmitte-mv.de
E-Mail: neue.dorfmitte@em.mv-regierung.de
Tel.: 0385 588-15569

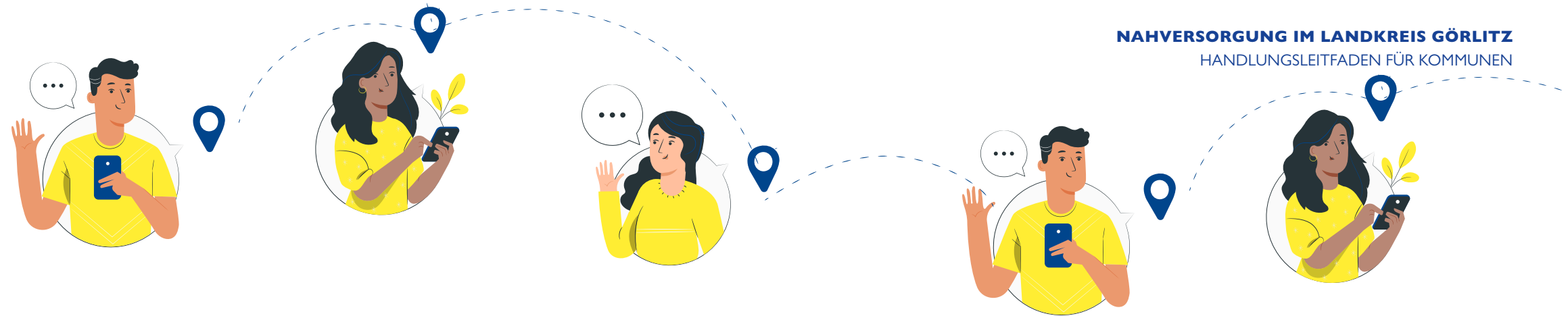
Markttreff-Konzept Schleswig-Holstein

Ina Alter
Website: www.markttreff-sh.de
E-Mail: Ina.Alter@mllev.landsh.de
Tel.: 0431 - 988-1725

Walder Dorfladen

Website: www.walder-dorfladen.com
E-Mail: info@walder-dorfladen.com
Tel.: 08302 326

KONTAKTDATENBANK



FOODCOOP

Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V.

Tom Albrecht
Website: www.foodcoops.de
E-Mail: info@lebensmittelkooperativen.de
Tel.: 030 6154749

Verbrauchergemeinschaft für umweltgerecht erzeugte Produkte eG

Barbara Rische
Website: www.vg-dresden.de
E-Mail: info@vg-dresden.de
Tel.: 0351 - 497398-40

Sense.Lab e.V.

Website: www.sensselab.org
E-Mail: info@sensselab.org
Tel.: 0381 - 127 34 54

SOLAWI

Allmende Taucha e.V.

Website: www.solawi-sachsen.org
E-Mail: info@allmendeverein.de
Tel.: 01525 18 66 943

Netzwerk Solidarische Landwirtschaft

Simon Scholl, Leitung Beratung
Website: www.solidarische-landwirtschaft.org

Ender Hof

Marcus und Fenja Ender
Website: www.enderhof.de
E-Mail: info@enderhof.de
Tel.: Marcus Ender: 0175 1207288
Fenja Ender: 0152 33758679

RainKost Obermühle

Website: www.obermuehle-goerlitz.de
Tel.: 03581 879832

La Microferme

Website: im Aufbau
E-Mail: lamicroferme.goerlitz@outlook.com

Der Heckenhof

Florian Schneider und Odilia Jarman
Website: www.derheckenhof.de
E-Mail: info@derheckenhof.de
Tel.: 035828 817530

LEBENSMITTELAUTOMAT/AUTOMATENLADEN

Landwirtschaftsbetrieb Hartmann

Stefan Hartmann
Website: www.landwirtschaftsbetrieb-hartmann.de
E-Mail: info@landwirtschaftsbetrieb-hartmann.de
Tel.: 035875 / 6 72 67

Proviantomat

Felix Zschoge
Website: www.proviantomat.de
E-Mail: info@proviantomat.de
Tel.: 0173 4385330

Hofliebe

Florian Ziegler
Website: www.hofliebe.eu
E-Mail: info@hofliebe.de
Tel.: 07531 2825498

ABHOLSTATION

REWE Markt GmbH

Mike Michel
Leiter Expansion REWE Region Ost
E-Mail: expansion.ost@rewe-group.com
Tel.: 03328 3314 191

EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen

Jan Hasek, Ansprechpartner für Expansion
E-Mail: jan.hasek@edeka.de
Tel.: 0351 8022839

Marktschwärmer

Website: www.marktschwaermer.de
E-Mail: kontakt@marktschwaermer.de

MOBILER SUPERMARKT

REWE Einkaufsbus

Dr. Daniela Büchel, Geschäftsführerin REWE Markt GmbH
Zweigniederlassung Mitte
Tel.: 06003-85 0

Mobiler Dorfladen der Steinwald-Allianz

Website: www.steinwald-dorfladen.de
E-Mail: info@steinwald-dorfladen.de
Tel.: 09682 182219 25

Aarons rollender Supermarkt

Aaron Daubner
Website: <http://www.aarons-rollender-supermarkt.de/>
E-Mail: aarons_supermarkt@icloud.com
Tel.: 0170 4622276

DIGITALE VERNETZUNGSANGEBOTE

REWE Einkaufsbus

Dr. Daniela Büchel, Geschäftsführerin REWE Markt GmbH
Zweigniederlassung Mitte
Tel.: 06003-85 0

NAHVERSORGUNG IM LANDKREIS GÖRLITZ

HANDLUNGSLEITFADEN FÜR KOMMUNEN

Mobiler Dorfladen der Steinwald-Allianz

Website: www.steinwald-dorfladen.de
E-Mail: info@steinwald-dorfladen.de
Tel.: 09682 182219 25

Aarons rollender Supermarkt

Aaron Daubner
Website: <http://www.aarons-rollender-supermarkt.de/>
E-Mail: aarons_supermarkt@icloud.com
Tel.: 0170 4622276

BÜRGERBUS

Bürgerbus Arzberg

Britta Gutheil
E-Mail: o-m-a@ostelbien.de

Perspektive Boxberg/O. L. e. V.

Romy Ganer
Website: www.perspektive-boxberg-ol.de
E-Mail: info@perspektive-boxberg-ol.de

MITFAHRBÄNKE

Mitfahrverband e.V.

Martin Hovekamp, Mitglied des Vorstandes
Website: www.mitfahrverband.org
E-Mail: post@mitfahrverband.org



HERAUSGEBER

**Entwicklungsgesellschaft
Niederschlesische Oberlausitz mbH (ENO)**

Elisabethstraße 40
02826 Görlitz

Geschäftsführer: Sven Mimus

Telefon +49 (0) 3581 329010
Mail info@wirtschaft-goerlitz.de
Web www.wirtschaft-goerlitz.de

VERFASSER

**Gründerschiff UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG
In St. Johann • New Work & Innovation**

Brückengasse 1b
78462 Konstanz

Geschäftsführer: Moritz Meidert

E-Mail: hafenmeisterei@gruenderschiff.de
Web: www.gruenderschiff.de

GESTALTUNG

Judith Winkler | Raum für Grafik

Brandenburgerstraße 23
78467 Konstanz

info@raumfuergrafik.de

BILDVERZEICHNIS

Grafiken

Illustrationen von Storyset <https://freepik.com>.
Nicht zur freien Verwendung oder Reproduktion.
Anpassung und Individualisierung durch
Judith Winkler | Raum für Grafik.

Fotos

01 von
02 von
03 von

1. Auflage, Juni 2024

Das Handbuch „Nahversorgung im Landkreis Görlitz – Handlungsleitfaden für Kommunen“ ist im Rahmen des Projektes „Multiprojektmanagement Strukturwandel im Landkreis Görlitz – Strukturwandel-Task-Force“ entstanden. Es wurde gefördert aus Mitteln der Förderrichtlinie „STARK“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz.

Im Projekt „Multiprojektmanagement Strukturwandel im Landkreis Görlitz – Strukturwandel-Task-Force“ hat der Landkreis Görlitz in Kooperation mit der Entwicklungsgesellschaft Niederschlesische Oberlausitz mbH neue Strategien und Projekte für Innovation und Wertschöpfung entwickelt, um den Strukturwandel in der Region aktiv zu gestalten.



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Entwicklungsgesellschaft
Niederschlesische
Oberlausitz mbH



MEIN ZUHAUSE
**LANDKREIS
GÖRLITZ**
WOKRJES ZHORJELC

**SCHICHT
WECHSEL**

