



M.Punkt RLP

Ortsgemeinde Rhodt unter Rietburg

Machbarkeitsstudie zur Betreibung eines Dorfladens in Rhodt unter Rietburg

- Analyse der örtlichen Strukturen
- Bedarfsermittlung durch örtliche Haushaltsbefragung
- Ableitung konzeptioneller Grundgedanken
- Beurteilung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit

Gefördert durch:



volker bulitta^b
UNTERNEHMENSBERATUNG

September 2019

Inhaltsübersicht

Ausgangslage und Vorgehen	Seite	1
A	Aktuelle Situation	Seite 5
	Örtliche Strukturen	Seite 5
	Versorgungssituation	Seite 8
	Einkaufsverhalten	Seite 10
B	Konzept / Nachfrage	Seite 12
	Örtliche Bedarfslage	Seite 13
	Konzeptionelle Ausrichtung	Seite 16
	Standort	Seite 21
	Umsatzeinschätzung	Seite 22
C	Wirtschaftliche Tragfähigkeit	Seite 28
	Kosteneinschätzung	Seite 28
	Bewertung Wirtschaftlichkeit	Seite 31
Zusammenfassende Beurteilung / Handlungsempfehlungen	Seite	35
Anhang		
Fragebogen mit Häufigkeitsauswertung	Seite	A1
Detailauswertung zu offenen Fragen	Seite	A7

Ausgangslage und Vorgehen

Gegenstand der Studie

Mit der Schließung des in der Ortsmitte von Rhodt gelegenen „Rhodter Lädchen“ Ende 2018, ist für die Bürger von Rhodt die letzte Einkaufsmöglichkeit mit einem breiteren Warensortiment im Ort weggebrochen. Lediglich der Bezug einzelner Produktgruppen (Backwaren, Fleisch und Wurst sowie einige heimische Erzeugnisse) ist über die örtlichen Fachgeschäfte noch möglich. Für umfassendere Einkäufe sind die Haushalte auf ein Fahrzeug angewiesen, um die Supermärkte und Discounter in der Umgebung zu nutzen.

Dies veranlasste die Ortsgemeinde nach Bekanntwerden der Ladenschließung dazu, sich mit Möglichkeiten auseinander zu setzen, die Versorgungssituation für die Bürger langfristig wieder zu verbessern. Übergeordnetes Ziel ist die Neuansiedlung eines stationären Nahversorgungsangebotes im Sinne eines Dorfladens, der ein bedarfsgerechtes Warensortiment vorhält und – je nach den Bedürfnissen der Bürger – gegebenenfalls auch weitere Angebote integriert. Die Räumlichkeiten des Rhodter Lädchens könnten hierfür weiter genutzt werden.

Die Ortsgemeinde Rhodt unter Rietburg möchte daher prüfen lassen, welche **konzeptionellen und betriebsrelevanten Anforderungen** an einen entsprechenden Laden zu stellen sind und ob dieser auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten **langfristig kostendeckend betrieben** werden kann. Hierzu erfolgte im Dezember 2018 die Beauftragung der Volker Bulitta Unternehmensberatung zur Erstellung einer Machbarkeitsstudie im Rahmen der vom rheinland-pfälzischen Innenministerium geförderten Initiative M.Punkt RLP.

Die Analysen werden maßgeblich durch die Ergebnisse einer **Haushaltsbefragung** gestützt, die Aufschlüsse über die Bedarfslage, die konzeptionellen Stoßrichtungen und die zu erwartenden Potenziale liefert. Die schriftliche Erhebung unter allen Haushalten in der Ortsgemeinde Rhodt unter Rietburg wurde im Mai 2019 durchgeführt. Die Auswertung der Fragebögen erfolgte durch die Volker Bulitta Unternehmensberatung.

Zusätzliche Informationen über die örtlichen Strukturen wurden durch die Ortsgemeinde zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus wurden durch die Volker Bulitta Unternehmensberatung **Umfeldrecherchen** durchgeführt und geeignete **statistische Quellen** zur Generierung belastbarer Daten herangezogen. Zusätzlich flossen Referenz- und Erfahrungswerte aus den bisherigen Beratungstätigkeiten von M.Punkt RLP ein.

Aufbau der Machbarkeitsstudie

Ausgangspunkt der Studie bilden drei Analyse-Phasen:

- A Der **Analysebereich A** stellt die aktuelle Versorgungssituation der Bürger von Rhodt dar. Es wird aufgezeigt, welche Einkaufsmöglichkeiten im Sinne der Grundversorgung im Ort sowie in der Umgebung vorhanden sind und wie diese von den Rhodter Haushalten genutzt werden. Durch die Ergebnisse der Haushaltsbefragung kann das Ausgabeverhalten der Haushalte näherungsweise geografisch verortet werden.

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

- B Der **Analysebereich B** geht auf die zu erwartende Nachfrage ein. Grundlage bildet eine zielgruppenspezifische Bedarfsanalyse, die die Ableitung sinnvoller Sortiments- und Leistungskomponenten für eine neue Versorgungseinrichtung im Ort ermöglicht.

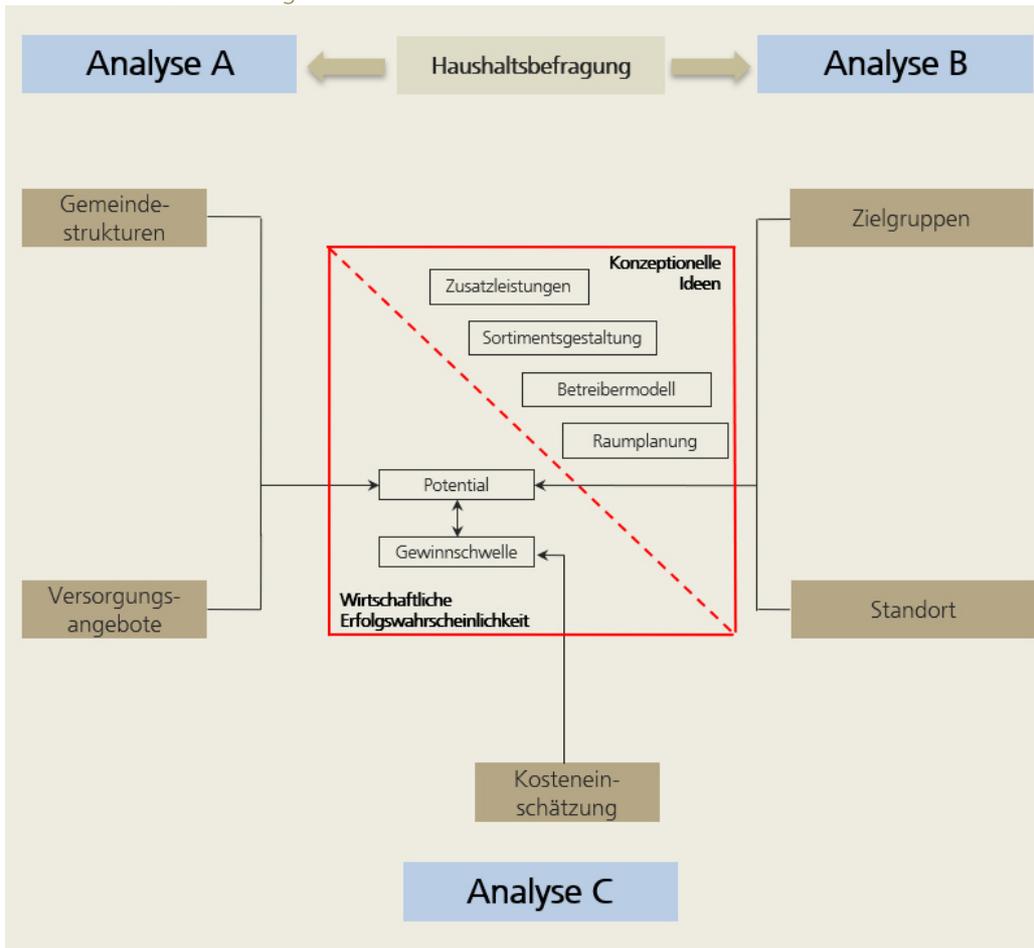
Die Einschätzung des Kunden- und Umsatzpotenzials basiert insbesondere auf den Ergebnissen der Haushaltsbefragung. Hierzu wird jeder Haushalt hinsichtlich der potenziellen Nutzung eines Dorfladens und des zu erwartenden Ausgabeverhaltens bewertet. Zusätzlich wird eine Abschätzung weiterer Potenziale durch Nicht-Befragungsteilnehmer und sonstige Kundengruppen (z.B. Touristen) vorgenommen.

- C Im **Analysebereich C** wird die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines neuen Dorfladens untersucht. Ausgangspunkt bildet die Ermittlung der Kosten, die im Rahmen der Betreibung anfallen. Das im Analysebereich B berechnete Umsatzpotenzial gibt im Abgleich mit der Kosteneinschätzung Aufschluss über die wirtschaftliche Machbarkeit einer langfristig tragfähigen Betreibung eines neuen Dorfladens.

Mittels einer Deckungsbeitragsrechnung werden eventuelle Anforderungen an das bürgerschaftliche Engagement oder zu erwartende Verdienstmöglichkeiten für einen privaten Betreiber aufgezeigt.

In der abschließenden **zusammenfassenden Beurteilung** wird auf der Basis der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie sonstiger qualitativer Faktoren eine ganzheitliche Bewertung über die Zweckmäßigkeit des Vorhabens vorgenommen und **Handlungsempfehlungen** zur weiteren Vorgehensweise ausgesprochen.

Schematische Darstellung des Aufbaus einer Machbarkeitsstudie



Quelle: Eigene Darstellung.

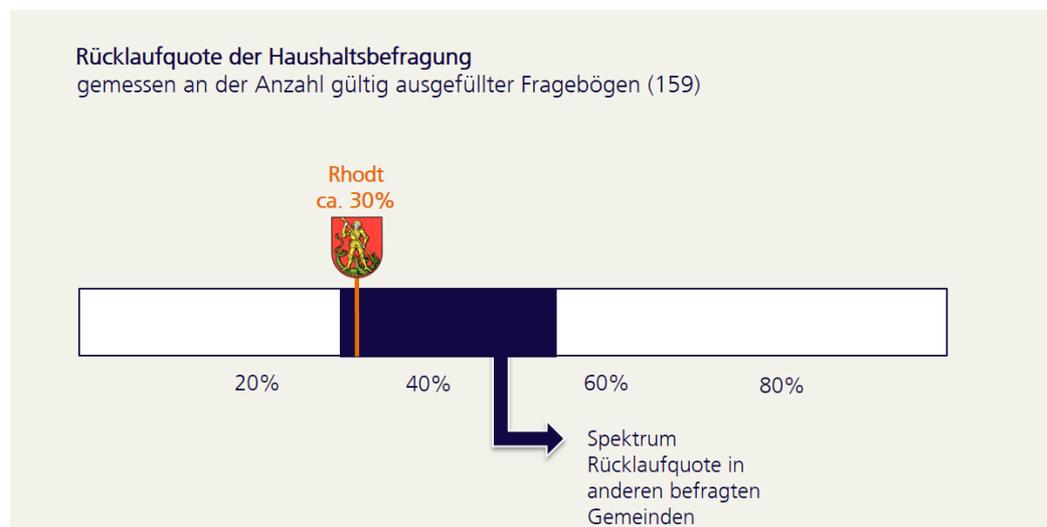
Haushaltsbefragung als ein wesentliches Analyseelement

Die im Mai 2019 durchgeführte **Haushaltsbefragung in Rhodt** ist wesentlicher Bestandteil der verschiedenen Analysephasen. Die hier gewonnenen Daten wurden nach statistischen Methoden ausgewertet und auf ihre Plausibilität hin überprüft.

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

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

Insgesamt konnten 159 ausgefüllte Fragebögen bei der Auswertung berücksichtigt werden, sodass sich die **Rücklaufquote** auf ca. **30%** beläuft.



Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Der Vergleich mit Referenzwerten aus anderen im Rahmen von M.Punkt RLP durchgeführten Befragungen zeigt, dass die Rücklaufquote in Rhodt als **unterdurchschnittlich** einzustufen ist. Dies deutet oftmals auf ein eher verhaltenes Interesse an der Dorfladenthematik hin. Insgesamt ermöglicht die vorliegende Teilnahme aber eine **Ableitung stabiler Erkenntnisse** in Bezug auf die Chancen einer wirtschaftlich tragfähigen Betreibung eines Dorfladens in Rhodt.

A Aktuelle Nahversorgungssituation

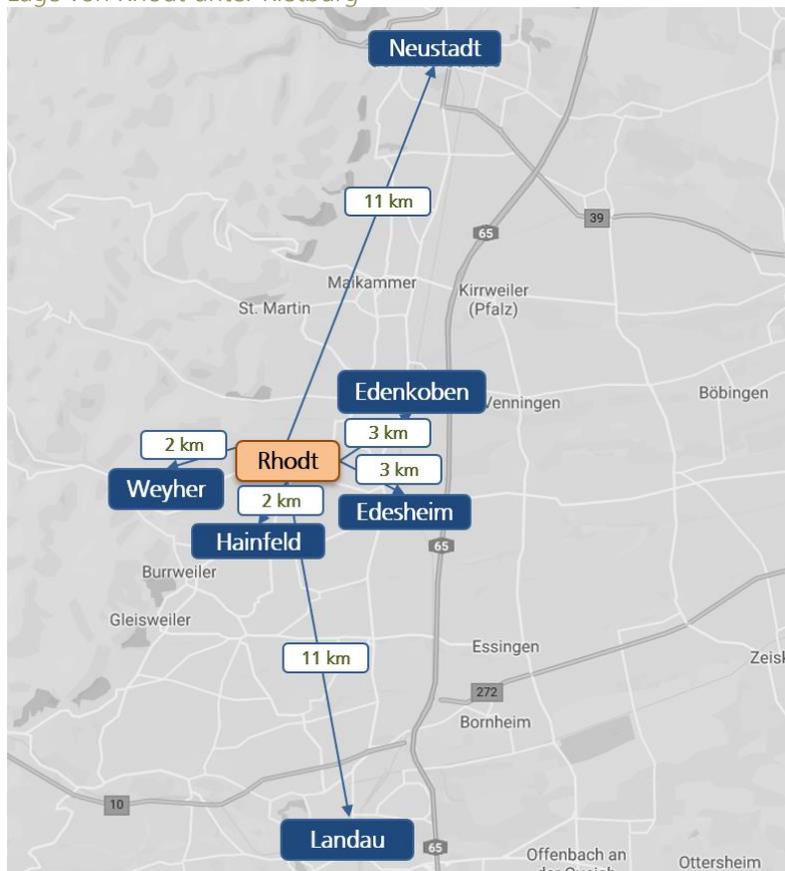
Örtliche Strukturen

Lage

Die Ortsgemeinde Rhodt unter Rietburg liegt im Landkreis Südliche Weinstraße und gehört der Verbandsgemeinde Edenkoben an. Mittig zwischen Neustadt an der Weinstraße und Landau gelegen (jeweils ca. 11 Kilometer), wird der Ort durch die Deutsche Weinstraße durchquert, über die man in nördliche Richtung nach ca. 3 Kilometern das Mittelzentrum Edenkoben erreicht. Auf die dortige Autobahnzufahrt zur A65 gelangt man nach insgesamt ca. 5 Kilometern.

Die nächstgelegenen Nachbargemeinden Hainfeld (südlich) und Weyher in der Pfalz (westlich) sind ca. 2 Kilometer entfernt, das östlich gelegene Edesheim erreichen die Bürger nach ca. 3 Kilometern.

Lage von Rhodt unter Rietburg



Kilometerangaben beziehen sich auf die jeweilige Ortsmitte
Quelle: Google maps, eigene Weiterbearbeitung.

Bevölkerung

Die Bevölkerungsstruktur der **1.170 Einwohner** von Rhodt (Personen mit Hauptwohnung gemäß Einwohnerinformationssystem EWOIS per 31.07.2019) weist **leichte Abweichungen** zum rheinland-pfälzischen Durchschnitt auf, die insbesondere in einem höheren Anteil an älteren Personen über 65 Jahre zum Ausdruck kommt. Dies unterstreicht die zukünftig steigende Bedeutung innerörtlicher Versorgungsangebote, muss aber bei der Bewertung des Vorhabens zur Errichtung eines Dorfladens nicht gesondert berücksichtigt werden.

Ein Dorfladen muss sich grundsätzlich an alle Altersgruppen richten. Nur wenn es gelingt, auch junge Familien mit dem Angebot zu überzeugen, kann die Chance auf eine tragfähige Betreibung bestehen.

Altersstruktur der Einwohner von Rhodt unter Rietburg

	Rhodt u. Rietburg	Orte 1000 –2.000 EW
Bis 19 Jahre	18,1%	18,5%
20-34 Jahre	14,0%	15,4%
35-49 Jahre	18,0%	18,3%
50-64 Jahre	23,8%	25,8%
65-79 Jahre	18,8%	15,6%
80 Jahre und älter	7,4%	6,4%

Quelle: Statistisches Landesamt RLP, Stand 31.12.2018.

Nachdem sich die Bevölkerung in Rhodt in den letzten 20 Jahren – auch dank der Ausweisung von Neubaugebieten – zunächst bis 2016 positiv entwickelte, ist seitdem ein leichter Rückgang zu verzeichnen.

Dorfleben / Infrastruktur

Das Dorfleben in Rhodt wird maßgeblich durch die dort ansässigen **Vereine** und **Gruppierungen** geprägt. Diese decken ein vergleichsweise breites Spektrum an Aktivitäten ab und tragen maßgeblich dazu bei, dass eine große Anzahl an jährlichen Veranstaltungen organisiert und durchgeführt wird.

Viele dieser **Feste** (wie etwa das Heimat- und Blütenfest oder WeinFestival & KunstFestiva) sowie sonstige Angebote im Ort sind nicht nur auf die Bürgerschaft, sondern ebenso auf die Besucher ausgerichtet. Mit einer Anzahl von über 550 Betten und ca. 53 Tausend Übernachtungen pro Jahr wird Rhodt maßgeblich durch den **Tourismus** geprägt.

Der malerische Winzerort lockt mit den alten **Winzerhöfen**, der historischen Theresienstraße und der nahegelegenen Rietburgbahn darüber hinaus auch viele Tagesbesucher an, die die Deutsche Weinstraße erkunden. Mehrere **Cafés** und **Gasthäuser** sowie eine täglich geöffnete **Vinothek** sorgen für ein umfangreiches gastronomisches Angebot vor Ort. Diverse Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen ergänzen das vielfältige Angebot.

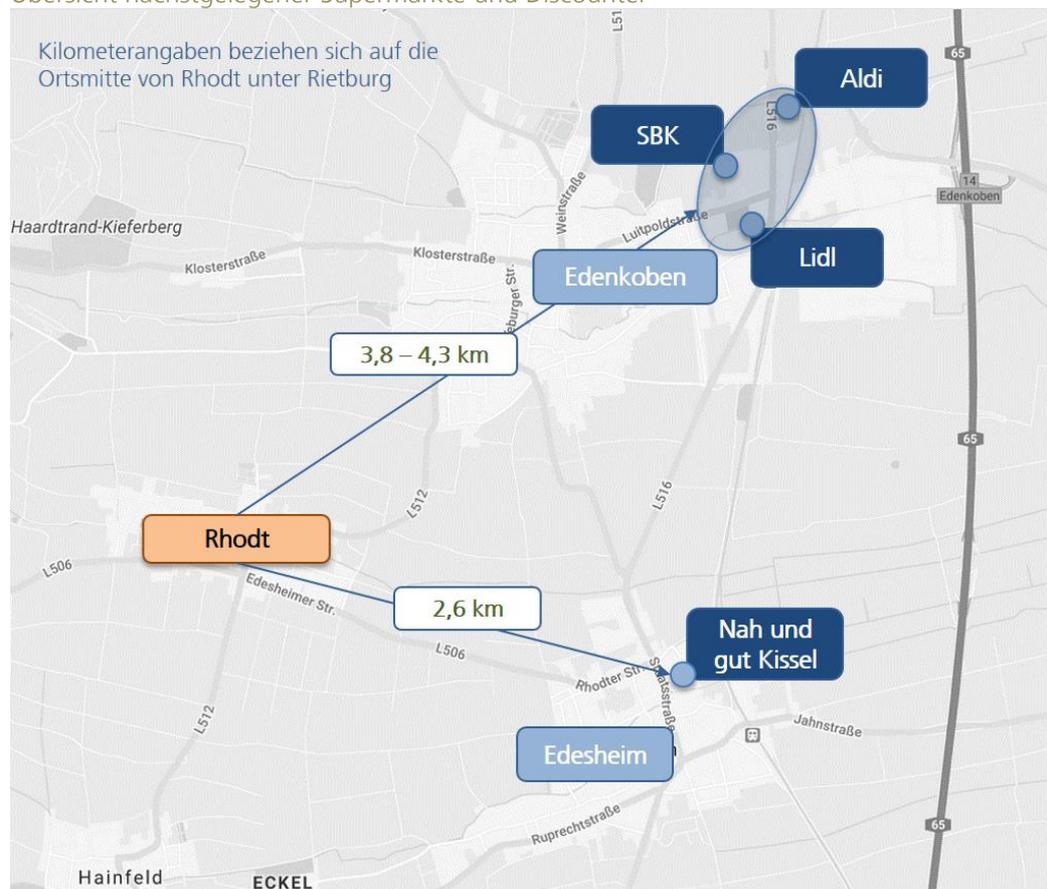
Zu den wichtigsten Einrichtungen der Daseinsvorsorge gehören die kommunale **Kindertagesstätte** „Theresienkleinkinderschule“ sowie die örtliche **Grundschule**. Das Einzugsgebiet dieser Einrichtungen umfasst neben den Familien aus Rhodt auch die westlich gelegene Nachbargemeinde Weyher in der Pfalz. Weiterführende Schulen befinden sich im nahegelegenen Edenkoben.

Versorgungssituation

Die nächstgelegene Einkaufsmöglichkeit im Vollsortiment befindet sich für die Rhodter im Nachbarort Edesheim. Um das dortige Geschäft *nah und gut Kiesel* aufzusuchen, müssen die Rhodter Haushalte 2 bis 3 Kilometer (einfache Wegstrecke – je nach Lage des Haushaltes) zurücklegen. Weitere Supermärkte und Discounter befinden sich in Edenkoben bzw. Kirrweiler in ca. 4 Kilometer Entfernung (Lidl, SBK, Aldi). Ein noch umfassenderes Angebot besteht schließlich in den ca. 11 Kilometer entfernten Städten Landau und Neustadt (u.a. mit einem Globus-Markt).

Vor Ort in Rhodt können die Bürger nach der Schließung des Rhodter Lädchens Ende des Jahres 2018 lediglich noch einige Teilsortimente beziehen. Backwaren bietet das im Zentrum an der Weinstraße gelegene Café Eyer, Fleisch und Wurst können die Bewohner und Gäste – ausschließlich vormittags – bei der unweit davon gelegenen Metzgerei Weber einkaufen. Darüber hinaus bieten einige Höfe eigene Erzeugnisse an. Hier hervorzuheben ist insbesondere der Hofverkauf Wolff mit einem Angebot diverser Spezialitäten und selbst hergestellter Produkte.

Übersicht nächstgelegener Supermärkte und Discounter



Quelle: Google maps, eigene Weiterbearbeitung.

Anmerkung: Der Aldi-Markt befindet sich auf der Gemarkung der Gemeinde Kirrweiler, wird in den weiteren Darstellungen aufgrund der Lage und dem allgemeinen Verständnis der Bürger aber Edenkoben zugeordnet.

Im rheinland-pfalz-weiten Vergleich ist die **Entfernung bis zu den nächsten größeren Supermärkten und Discountern als eher unterdurchschnittlich** einzustufen (laut Studien der vergangenen Jahre beläuft sich diesbezüglich die durchschnittliche Entfernung im ländlichen Raum von Rheinland-Pfalz auf ca. 3 - 4 Kilometer).

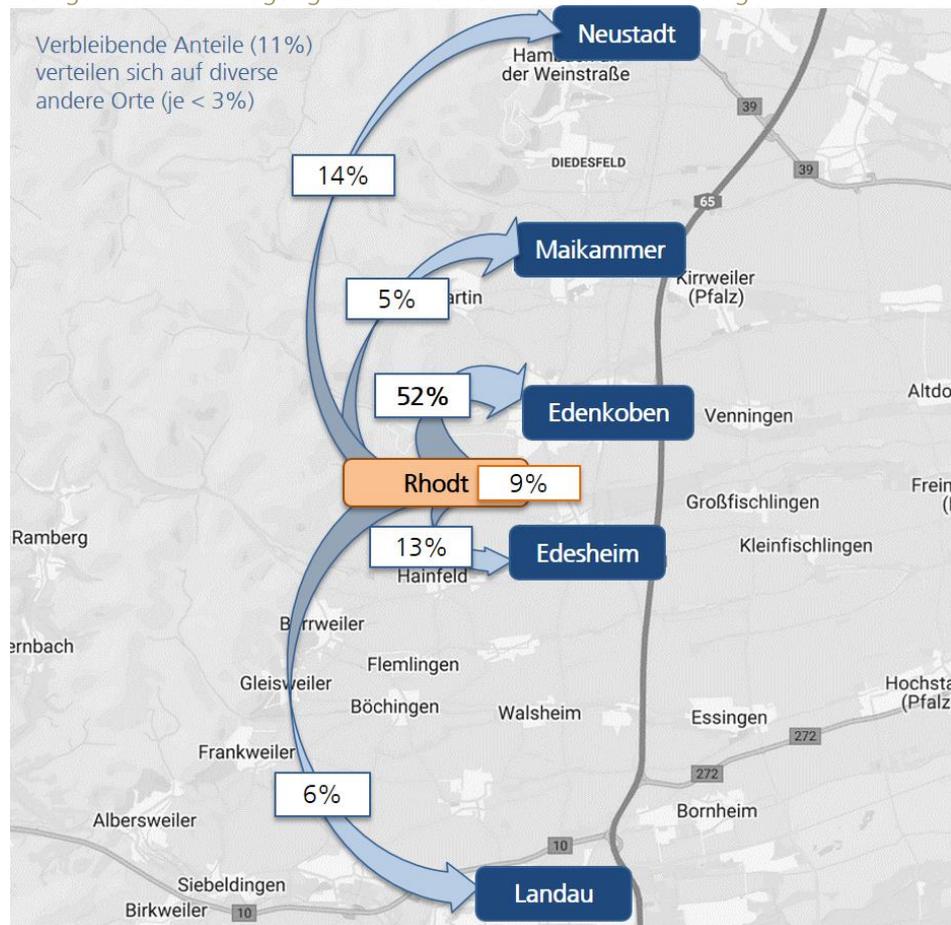
Einkaufsverhalten

Verknüpft man die Befragungsergebnisse zur Angabe der genutzten Einkaufsstätten (Fragen 1.5. – 1.7.) mit allgemeinen Daten der Kaufkraft und des Konsumverhaltens privater Haushalte in Rheinland-Pfalz, lassen sich die getätigten Ausgaben der Haushalte geografisch verorten.

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

Es handelt sich um eine näherungsweise Abschätzung der anteiligen Ausgaben auf Basis des Antwortverhaltens bei der Haushaltsbefragung. In Bezug auf die Gesamtheit aller Haushalte können die Werte abweichen, eine grundsätzliche Erkenntnis lässt sich aber auf dieser Basis ableiten.

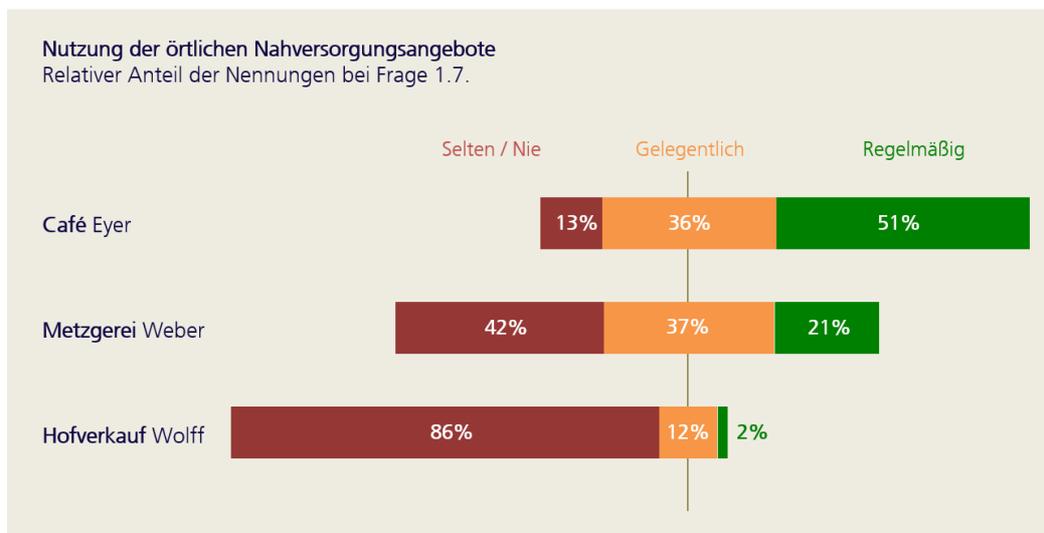
Geografische Verortung der Ausgaben für supermarktrelevante Produkte Bezogen auf die Befragungsteilnehmer aus Rhodt unter Rietburg



Erwartungsgemäß fokussiert sich das Einkaufsverhalten der Rhodter Haushalte vor allem auf die Angebote in Edenkoben. Über die Hälfte aller Ausgaben für supermarktrelevante Produkte werden hier getätigt. Besonders stark frequentiert wird der dort gelegene SBK-Markt, auf den ca. 29% aller Ausgaben entfallen.

Darüber hinaus entfallen ca. 14% der Ausgaben auf die Geschäfte in Neustadt. Ausschlaggebend ist hier der Globus-Markt, der mit ca. 11% am stärksten genutzt wird. Ins nahegelegene Edesheim fließen 13% der Ausgaben.

In Rhodt selbst verleiben ca. 9% der Ausgaben. Einen wesentlichen Beitrag hierzu leistet das Café Eyer, welches das meist genutzte Geschäft der Befragungsteilnehmer zum Bezug von Backwaren ist. Über 80% der Haushalte nutzen die Bäckerei generell, ca. die Hälfte sogar regelmäßig. Bei der vormittags geöffneten Metzgerei ist eine geringere Frequentierung zu verzeichnen. Die vergleichsweise geringe Nutzung des Hofverkaufs Wolff wird dadurch verstärkt, dass das Angebot einem Teil der Haushalte gar nicht bekannt ist.



Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Produktgruppenübergreifend ist eine deutlich überdurchschnittliche Präferenz für **qualitätsorientierte Anbieter**, wie entsprechend ausgerichtete Supermärkte sowie Fachgeschäfte (Bäckereien, Metzgereien), zu erkennen. Dies trifft in besonderem Maße auf den Einkauf von Frischeprodukten zu. Nur ca. 14% der Haushalte beziehen diese Produkte bei Discountern. Auch hinsichtlich des haltbaren Standardsortiments beläuft sich der Discounter-Anteil auf weniger als 30%.

Weitergehende Ergebnisse zu den Häufigkeiten der Nutzung einzelner Geschäfte in der Umgebung sind im Anhang dieses Berichts bei der Detailauswertung zur Frage 1.9. dargestellt.

B Bedarf / Konzept

Die zuvor dargestellte Analyse der Versorgungsstrukturen in Rhodt und der Umgebung gibt Aufschluss über die bisherige Nutzung der vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten, lässt aber noch keine genauen Rückschlüsse auf die Versorgungssituation unter qualitativen, bedürfnisorientierten Gesichtspunkten zu. Um die Zweckmäßigkeit und Nachhaltigkeit eines möglichen Dorfladenprojekts in Rhodt beurteilen zu können, sind die subjektiven Einkaufs- und Ernährungspräferenzen der Rhodter Haushalte entscheidend. Diese beeinflussen den **Bedarf nach einem örtlichen Geschäft** und dessen Ausgestaltung.

Die Ergebnisse der Befragung verdeutlichen die Bedürfnisse der Haushalte – auch über die reine Lebensmittelversorgung hinausgehend – und ermöglichen somit eine Aussage über die relative Wichtigkeit möglicher **konzeptioneller Stoßrichtungen** (Zusammensetzung der Leistungsangebote in einem Laden).

Die Analyse des potenziellen **Standorts** und die Erörterung möglicher Zielgruppen bilden die Basis zur differenzierten **Umsatzeinschätzung**, in deren Fokus die örtlichen Haushalte stehen. Anhand der Befragungsergebnisse werden die Haushalte hinsichtlich ihrer Relevanz als Kunden für einen Dorfladen klassifiziert. Das darüber ermittelte Umsatzpotenzial wird unter Berücksichtigung weiterer Einflussfaktoren bewertet und um mögliche Zusatzumsätze durch nicht teilgenommene Haushalte ergänzt. Darüber hinaus werden zusätzliche Kundengruppen, hier insbesondere die Besucher von Rhodt, erörtert. Dies ermöglicht in Kapitel C eine abschließende Aussage über die Chancen einer wirtschaftlich tragfähigen Betreibung eines Dorfladens in Rhodt.

Örtliche Bedarfslage

Der **Bedarf** der Rhodter Bürger nach einer Verbesserung der Versorgungssituation ist **als mäßig einzustufen**. Dies wird an den folgenden Ergebnissen deutlich, die unter Berücksichtigung der geringen Rücklaufquote zu bewerten sind:

Lediglich ca. **ein Drittel** der Befragungsteilnehmer ist mit der aktuellen Versorgungssituation **unzufrieden**. Dies zeigt sich hinsichtlich der diesbezüglichen Bewertung durch die Vergabe von Schulnoten (Notenspektrum 4-6), sowie bei den Angaben zum Aufwand zur Erledigung der Einkäufe, den nur 22% der Haushalte insgesamt – und weitere 9% in Bezug auf Teilsortimente – als hoch bezeichnen.

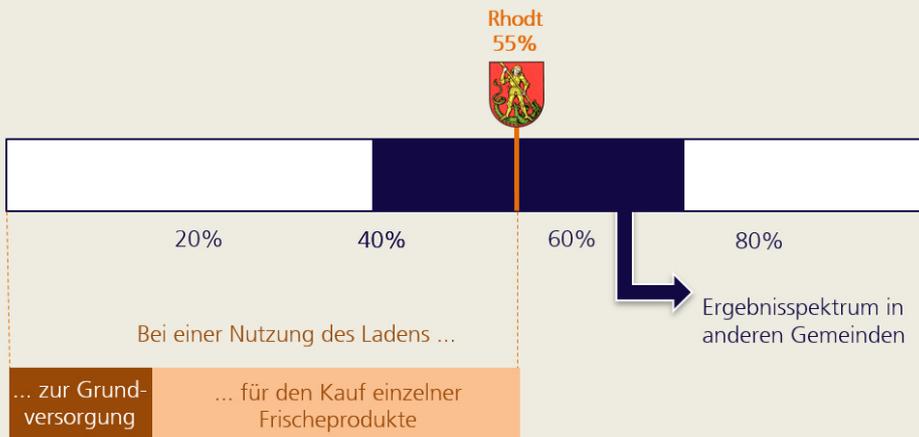


Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Eine deutliche Einkaufserleichterung durch einen neuen Rhodter Dorfladen erwarten sich immerhin 55% der befragten Haushalte (siehe Abbildung auf nachfolgender Seite). Dieser Anteilswert ist im Vergleich zu anderen Gemeinden als durchschnittlich zu bewerten, muss aber differenziert betrachtet werden. Nur ca. ein Drittel dieser Haushalte bezieht die erwartete Erleichterung auf die Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs und betrachtet den Dorfladen somit als Einkaufsalternative für umfassendere Besorgungen. Bei den anderen Haushalten ist davon auszugehen, dass der Dorfladen nur für einzelne Frischeprodukte bzw. für spontan benötigte oder vergessene Waren genutzt wird.

Wesentliche Einkaufserleichterung durch die Eröffnung eines Dorfladens für die Rhodter Haushalte

Relativer Anteil dieser Nennung bei Frage 2.1.

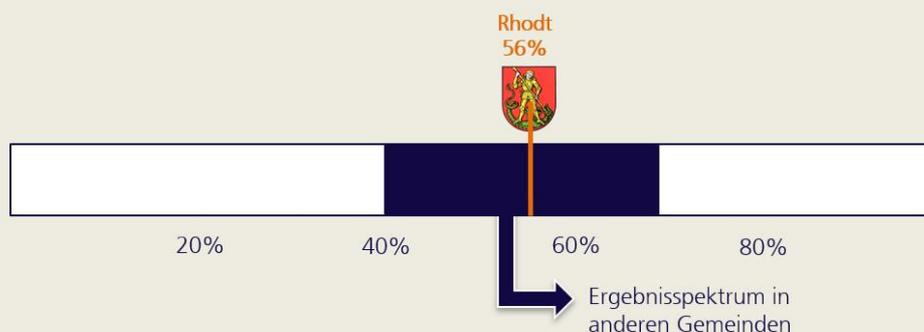


Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Die Zufriedenheit der meisten Haushalte ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass – trotz der geringen Entfernung zu den nächsten Vollsortimentern – der Großteil der Haushalte die Einkäufe darüber hinaus mit anderen Aktivitäten verbindet. Dies trägt zur Wahrnehmung eines eher geringen Aufwands zur Erledigung der Einkäufe bei. Gerade bei solchen **festen „Einkaufsritualen“** ist die Wahrscheinlichkeit eher gering, dass das Verhalten grundlegend geändert wird.

Einkäufe werden auf dem Arbeitsweg oder in Verbindung mit anderen Aktivitäten erledigt

Relativer Anteil der Nennungen dieser Antwortmöglichkeit bei Frage 1.2.



Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Bezieht man die eher schwache Rücklaufquote in die Gesamtbeurteilung des Bedarfs mit ein, ist dieser als eher verhalten einzustufen. Bei den Haushalten muss ein gewisser „Leidensdruck“ vorhanden sein, damit sie ihre Einkaufsgewohnheiten ändern und ein örtliches Geschäft regelmäßig nutzen. Dieser ist allerdings nur in begrenztem Maße zu erkennen und bezieht sich vornehmlich auf einzelne Frischwaren (vor allem Obst / Gemüse und Molkereiprodukte).

Insgesamt haben weniger als 10% aller Haushalte von Rhodt die Befragung genutzt, um eine merkliche Unzufriedenheit mit ihren Einkaufsmöglichkeiten zum Ausdruck zu bringen. Dieser Anteilswert ist zu gering, um ein Dorfladenmodell mit Grundversorgungsanspruch, d.h. einem breiten Angebot mit allen Produkten des täglichen Bedarfs (Vollsortiment mit geringer Auswahl) inhaltlich und wirtschaftlich zu rechtfertigen.

Andererseits zeigt sich, dass das ehemalige Geschäft nicht alle sich bietenden Potenziale ausgeschöpft hat. **Weitergehend untersucht wird daher ein Modell, welches sich vor allem auf ausgewählte Frische- und Regionalwaren fokussiert.**

Konzeptionelle Ausrichtung

Die Inanspruchnahme eines neuen Dorfladens in Rhodt und damit dessen wirtschaftliche Erfolgchancen hängen maßgeblich von der konzeptionellen Gestaltung ab. Hierbei kommt es darauf an, sich möglichst stark an den Bedürfnissen der Bürger zu orientieren, um ihnen – unter Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit – den größtmöglichen Nutzen zu bieten.

Die vorgehende Bedarfseinschätzung zeigte, dass ein Dorfladen in Rhodt **nicht darauf abzielen sollte, die Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs („von allem etwas“) sicherzustellen**. Für ein solches Modell ist der Bedarf in Bezug auf die Ortsgröße zu gering. Auch das Touristenpotenzial kann dies – bezogen auf den möglichen Absatz an Trockenware – nicht kompensieren.

Folgende Aspekte sollten bei der Gestaltung eines Dorfladens in Rhodt im Vordergrund stehen:

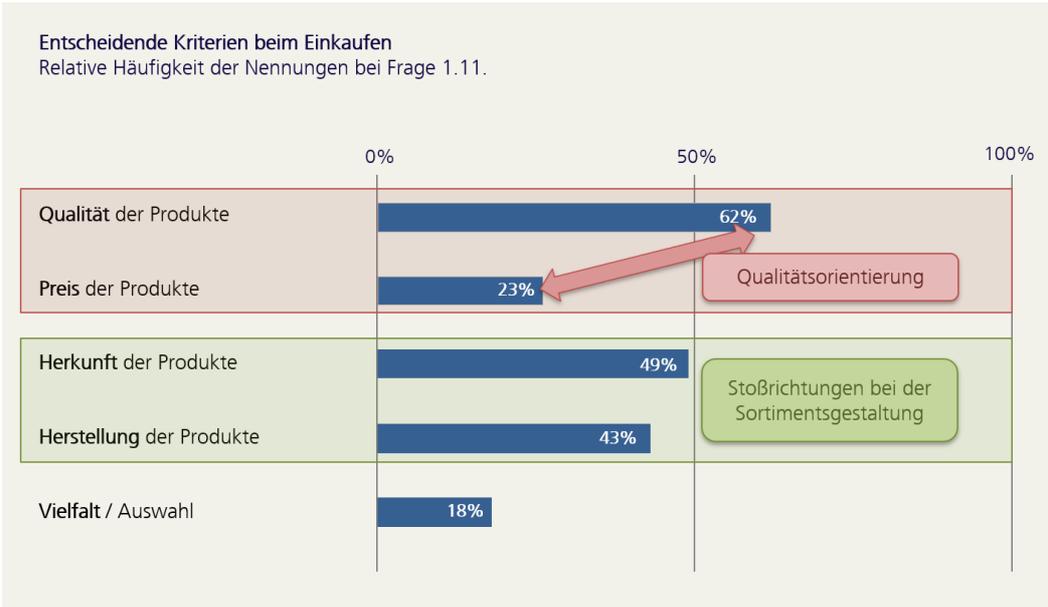
- **Regionalität und Bio als Aushängeschilder**
in Verbindung mit einer hohen Qualität

Die Haushalte in Rhodt zeichnen sich in außergewöhnlich starkem Maße dadurch aus, dass Herstellungsort und -art der Produkte die Kaufentscheidung maßgeblich mitbestimmen. **49%** der Befragten achten bei der Wahl des Produkts bewusst auf dessen Herkunft und bevorzugen vor allem **heimische Erzeugnisse** (siehe nachfolgende Abbildung). Dies ist ein weit überdurchschnittlicher Wert im Vergleich zu anderen Gemeinden in Rheinland-Pfalz.

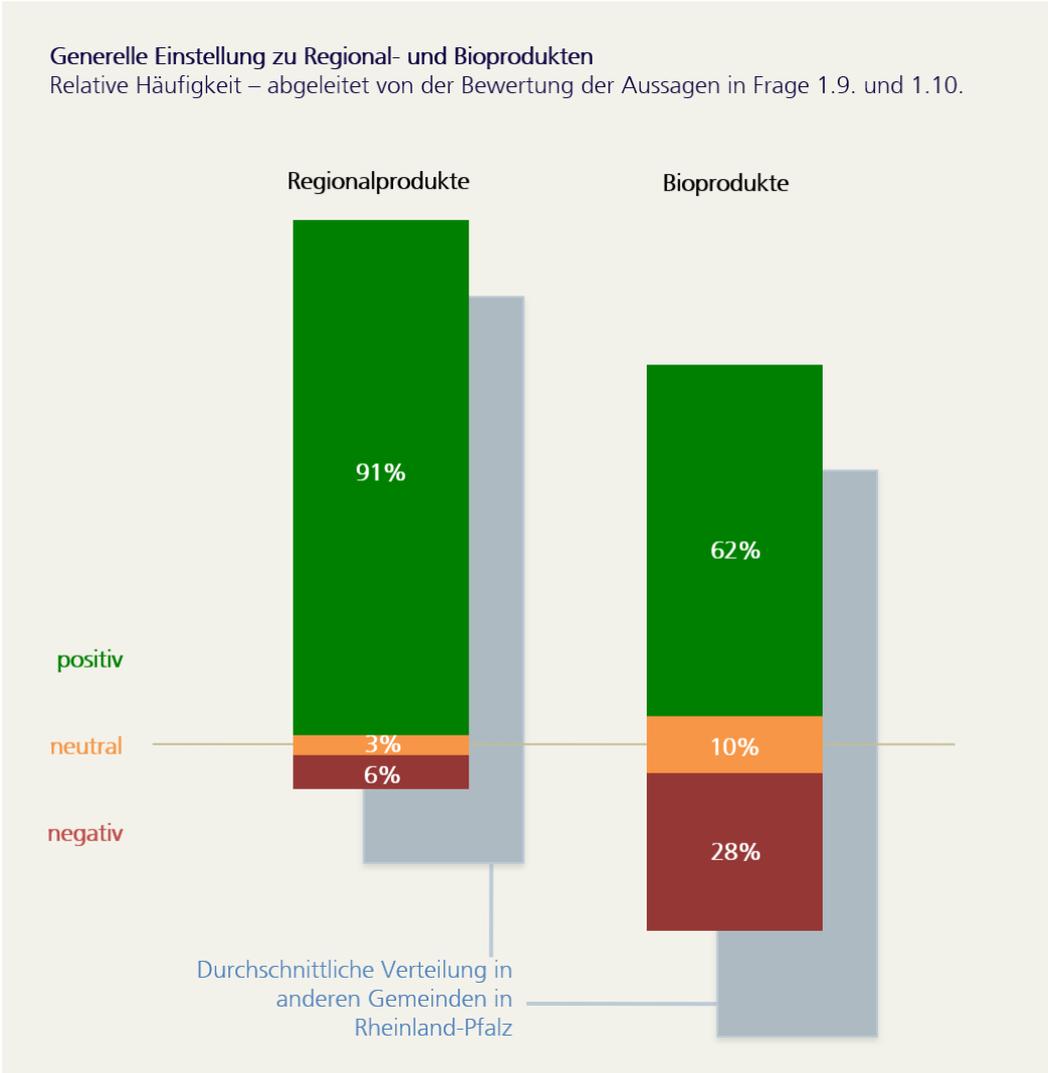
Insgesamt haben sogar **91%** eine **positive Einstellung** zu regionalen Produkten und würden ihre Ernährung gerne (noch) stärker danach ausrichten. Meist scheitert dies allerdings an dem zu hohen Aufwand oder der Unkenntnis über die bestehenden Möglichkeiten. Durch die Bündelung verschiedener regionaler Produkte im örtlichen Dorfladen könnte für diese Haushalte eine geeignete Einkaufsplattform zur stärkeren Versorgung mit heimischen Produkten geschaffen werden.

Im Vergleich zur Regionalität etwas schwächer, aber im Landesvergleich dennoch weit überdurchschnittlich stark, ausgeprägt ist die Affinität zu **Bio-Produkten**. **43%** legen Wert auf eine nachhaltige und umweltschonende Produktion der von ihnen ausgewählten Produkte.

Damit haben diese Aspekte bei der Produktwahl deutlich größere Bedeutung als der reine Preis. Regionalität und Bio sind dabei aber keine Selbstläufer. Auch diese Produkte müssen über eine **überzeugende Qualität** verfügen, um einen dauerhaften Absatz in einem Dorfladen zu gewährleisten. Das hohe Qualitätsbewusstsein der Haushalte drückt sich in der geringen Discounternutzung aus und bestätigt sich bei den eigenen Angaben zu den Einkaufs- und Konsumpräferenzen.



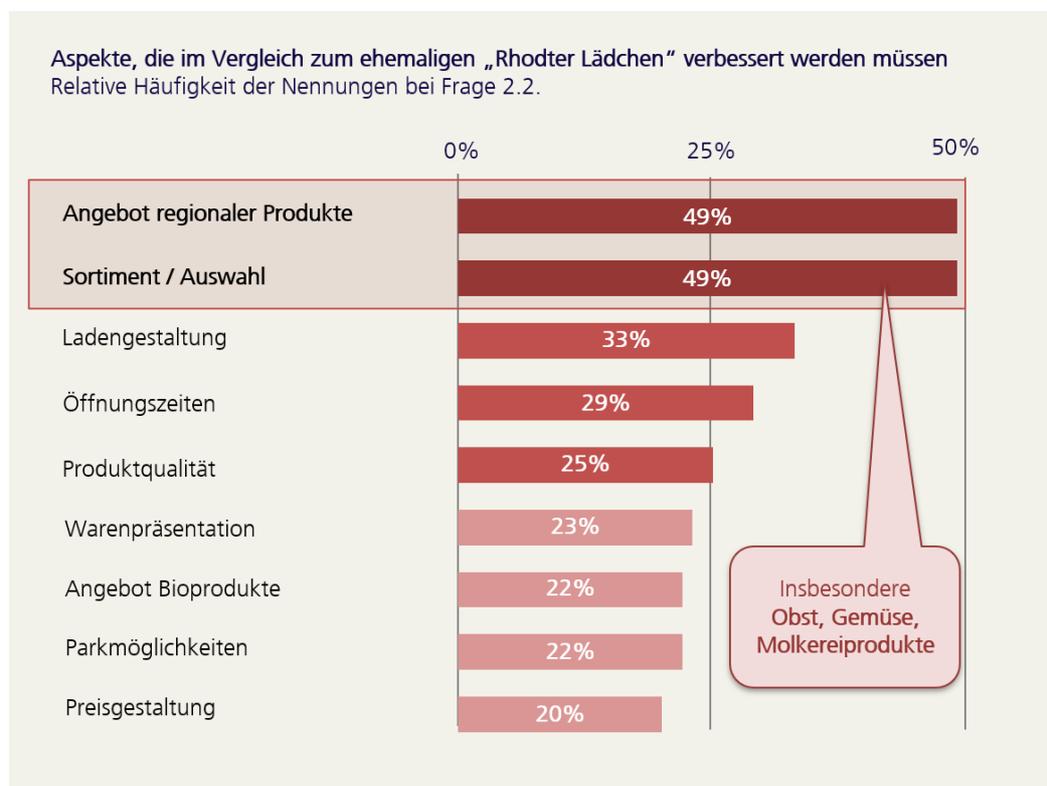
Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.



Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

- **Fokus auf Frischeprodukte**
unter Berücksichtigung der bestehenden Angebote in Rhodt

Die Beurteilung des Angebots im ehemaligen Rhodter Lädchens bekräftigt die vorab skizzierte Ausgestaltung eines möglichen neuen Angebots als **Regional- und Frischwarenladen**. Die wichtigsten Maßnahmen aus Bürgersicht zur Steigerung der Attraktivität eines Dorfladens beziehen sich auf die Sortimentszusammenstellung. Die Forderung nach anderen, insbesondere regionalen Produkten bezieht sich hierbei vor allem auf die Bereiche **Obst, Gemüse und Molkereiprodukte** – und damit erwartungsgemäß vor allem auf jene Warengruppen, die in Rhodt nicht in anderen Geschäften verfügbar sind.

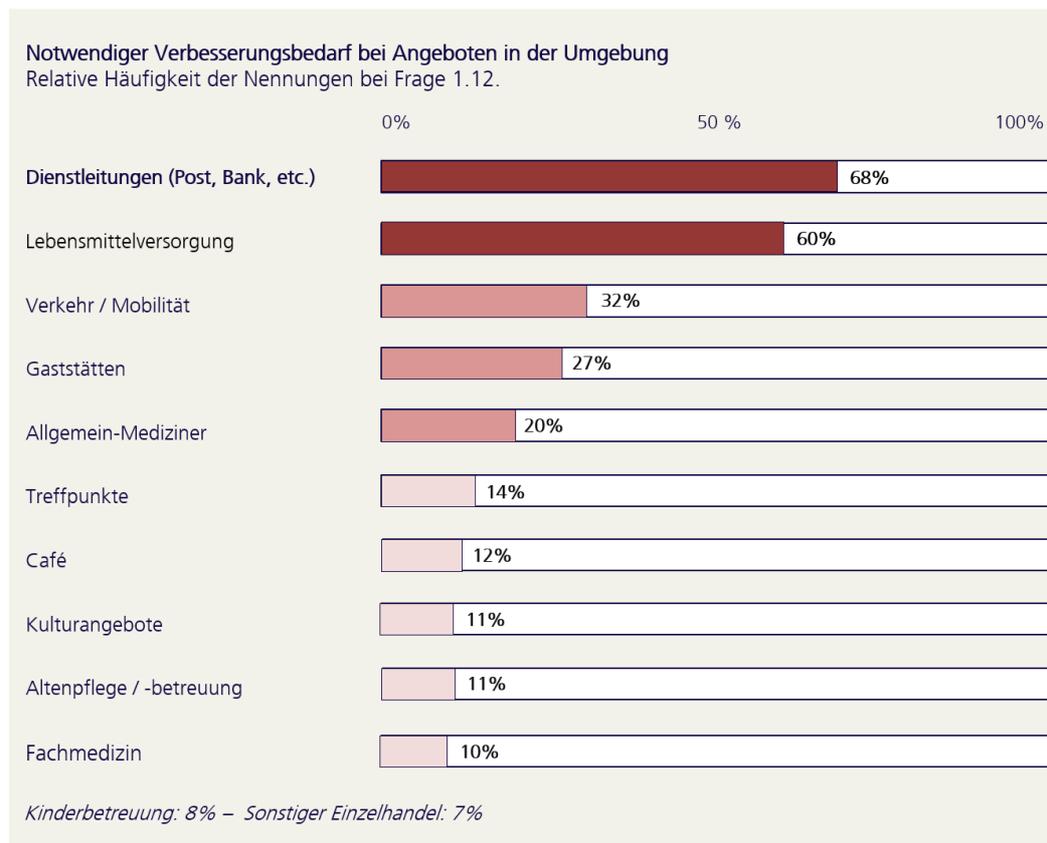


Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Grundsätzlich sollte angestrebt werden, nachhaltige Nahversorgungsstrukturen im Ort zu etablieren. Daher ist es wichtig, die bestehenden Anbieter (wie Bäckerei, Metzgerei, Hofläden und sonstige Erzeuger) zu berücksichtigen und in ein **Zukunftskonzept örtlicher Nahversorgung** zu integrieren. Für ein mögliches neues Angebot bedeutet dies, dass dies angesichts der begrenzten Potenziale in Rhodt nicht als Konkurrenz zu bestehenden Angeboten, sondern als sinnvolle Ergänzung zu diesen auftreten sollte. Dies kann sich in einer **Kooperation der Geschäfte** bei einzelnen Warengruppen äußern oder in einem **Zusatzangebot**, welches bislang nicht bediente Segmente anspricht. Ein neuer Dorfladen könnte beispielsweise biozertifizierte Back-, Fleisch- und Wurstwaren anbieten – die ergänzend zu einem umfassenden Sortiment an Obst, Gemüse und Molkereiprodukten das Frischeangebot abrunden.

- **Attraktivität durch weitere Angebote / Dienstleistungen steigern**

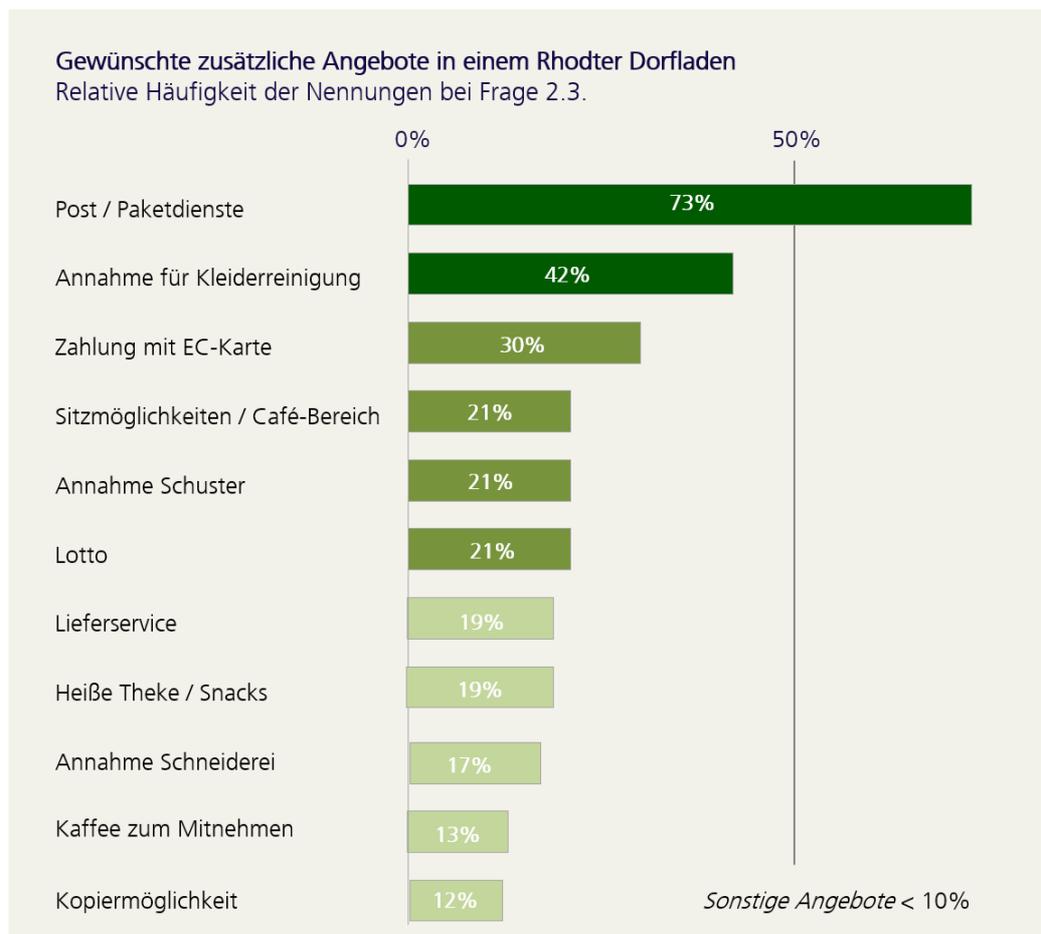
Eine Verbesserung der Dienstleistungsangebote ist für die Haushalte das wichtigste Handlungsfeld zur Aufwertung ihres Wohnumfelds (68%). Ein Dorfladen könnte sein Leistungsangebot diesbezüglich erweitern.



Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Mit Zusatzleistungen können zwar in der Regel keine großen Erträge erzielt werden, sie sorgen aber für zusätzliche Frequenz im Laden und Mitnahmeeffekte bei anderen Warengruppen. Bei den befragten Haushalten besteht diesbezüglich insbesondere der Wunsch nach **Post- und Paketdienstleistungen** (73%) und einer **Annahmestelle für Kleiderreinigung** (42%). Als Serviceleistungen sind ebenso die Möglichkeit der **EC-Zahlung** (30%) sowie eine **Heimlieferung** der Einkäufe (19%) anzuraten.

Die Aufnahme weiterer Angebote (z.B. Annahmestelle für Lotto, Schneider und Schuster) sollte zumindest diskutiert werden - siehe hierzu nachstehende Abbildung sowie die Häufigkeitsauswertung im Anhang des Berichts (Seite A5).



Quelle: Haushaltsbefragung Mai 2019; eigene Darstellung.

Auch wenn der Bedarf nach Cafés und Treffpunkten angesichts der vielfältigen bereits bestehenden Angebote in Rhodt eher gering ausfällt, ist die Einrichtung einer kleinen **Sitzecke** sinnvoll, um die regionalen Produkte zur Verkostung anzubieten.

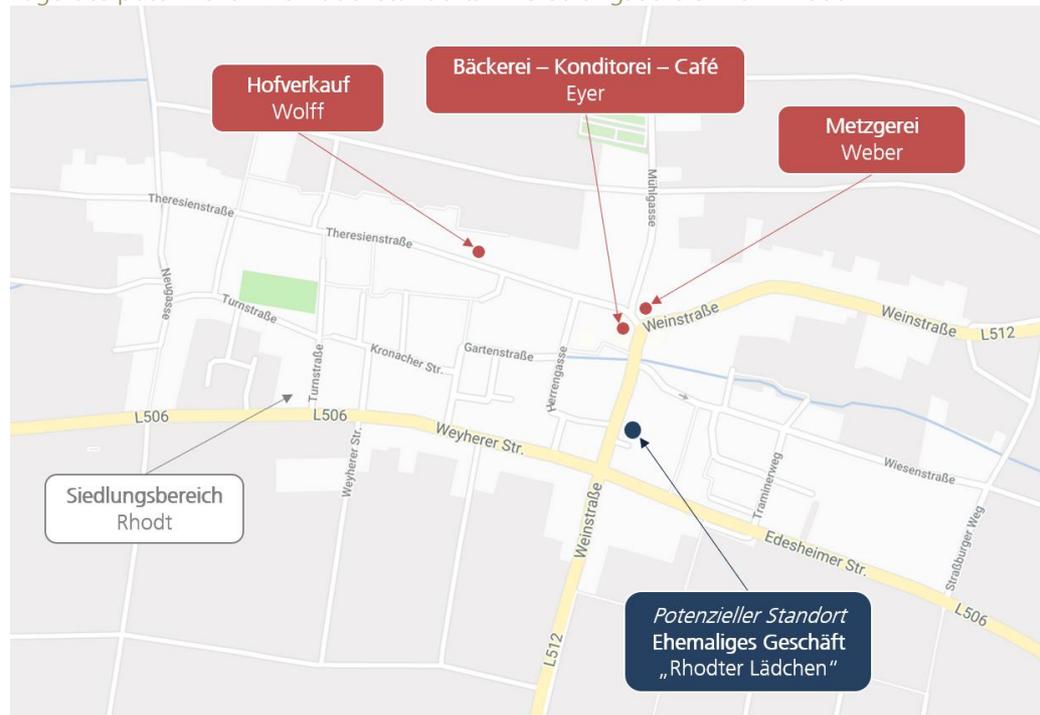
Standort

Bei der Einschätzung erzielbarer Umsätze sind die Lage des Dorfladens sowie die räumlichen Möglichkeiten zu berücksichtigen. Der Standort determiniert die fußläufige Erreichbarkeit für die Einwohner sowie die Relevanz weiterer Zielgruppen.

In Betracht kommen bislang die Räumlichkeiten des ehemaligen *Rhodter Lädchens* in der Weinstraße 28. Die dort zur Verfügung stehende Fläche beläuft sich auf **insgesamt ca. 100 qm**. Auf den bisherigen Verkaufsraum entfallen davon knapp 80 qm. Die räumlichen Gegebenheiten sind somit als ausreichend einzustufen, um einen wie zuvor dargestellten Frische- und Regionalwarenladen (ohne Vollsortiment) einzurichten.

Das Objekt ist zentral im Ort an der Deutschen Weinstraße gelegen und damit sowohl für Bürger als auch für Touristen und den sonstigen Durchgangsverkehr generell gut zu erreichen. Nachteilig wirkt sich die Lage allerdings auf die Parkmöglichkeiten aus. Aufgrund der sehr schmalen und direkt an die Häuserfassade heranreichenden Straße in diesem Abschnitt, ist das Parken für Kunden äußerst schwierig. Auch wenn dies von den Haushalten nicht als vorrangige Schwachstelle des ehemaligen Geschäfts bezeichnet wurde, sehen dennoch immerhin 20% der Befragten diesbezüglich Verbesserungsbedarf mit Blick auf einen neuen Dorfladen. Gewisse negative Auswirkungen auf die Freqüentierung des Ladens sind somit offensichtlich.

Lage des potenziellen Dorfladenstandorts im Siedlungsbereich von Rhodt



Quelle: Google maps, eigene Weiterbearbeitung.

Umsatzeinschätzung

Die nachfolgende Umsatzeinschätzung bezieht sich auf einen Dorfladen mit folgender Ausrichtung:

- Standort: Ehemalige Räumlichkeiten *Rhodter Lädchen*, Weinstraße 28
- Öffnungszeiten: mindestens **40 bis 45 Stunden** pro Woche
- Umfassendes Angebot an **Frischewaren – aus der Region, qualitativ hochwertig**: insbesondere Obst, Gemüse, Molkereiprodukte

Bei **Backwaren, Fleisch** und **Wurst** wird davon ausgegangen, dass der Dorfladen nicht in direkte Konkurrenz zu den bestehenden Angeboten tritt. Mögliche Umsatzbeiträge beziehen sich auf ein **Ergänzungsangebot** zu den bestehenden Geschäften. Die Umsatzeinschätzung basiert diesbezüglich somit nicht auf einer Verlagerung von Kunden von bestehenden Anbietern zu einem neuen Laden, sondern auf einer insgesamt höheren Abschöpfung der diesbezüglichen Potenziale in Rhodt.

- Ergänzendes Angebot an **weiteren in der Region verfügbaren Produkten**
Keine Belieferung des Dorfladens mit dem Standard-Trockensortiment durch einen Großhändler
- Gewisses Set an **ergänzenden Dienstleistungen**

Die **Haushalte von Rhodt** stellen die zentrale Zielgruppe des Dorfladens dar und stehen daher im Mittelpunkt der geplanten Ausrichtung. Zur Einschätzung der zu erwartenden Ausgaben der Haushalte in einem neuen Dorfladen werden insbesondere die Befragungsergebnisse herangezogen. Vergleichswerte aus anderen Dorfläden und sonstige Erfahrungswerte ermöglichen darüber hinaus eine Aussage über zusätzliche Umsatzpotenziale durch die Haushalte, die nicht an der Befragung teilgenommen haben. Darüber hinaus wird erörtert, welche weiteren Zielgruppen eines Ladens in Rhodt zu berücksichtigen sind. Hier wird insbesondere die Relevanz der Touristen beleuchtet.

Die Potenzialeinschätzung gliedert sich somit in die nachfolgenden drei Bereiche:

- I Haushalte Rhodt – Befragungsteilnehmer
- II Haushalte Rhodt – Nicht-Befragungsteilnehmer
- III Sonstige Zielgruppen – insbesondere Touristen

I Haushalte Rhodt – Befragungsteilnehmer

Die Nutzung eines neuen Dorfladens in Rhodt hängt vor allem von der jeweiligen Einstellung der Haushalte zu den zuvor definierten Gestaltungsmerkmalen ab. So werden eher preisorientierte Discounter-Kunden den Laden gar nicht oder nur für den Einkauf von vergessenen Produkten nutzen – außer sie empfinden das Aufsuchen der Angebote in den umliegenden Orten als zu aufwendig. Qualitätsorientierte Haushalte, die Wert auf die Herkunft der Produkte legen, kommen hingegen für den regelmäßigen Einkauf in Betracht.

Die verschiedenen Kriterien, die eine Dorfladennutzung beeinflussen, wurden über den Fragebogen erfasst und ausgewertet. Sie lassen sich den beiden folgenden, zentralen Bewertungsfaktoren zuordnen.

- **Empfundene Versorgungssituation / „Leidensdruck“**
Wie groß ist die Notwendigkeit aus Haushaltssicht zur Verbesserung der Versorgungssituation?

Kriterien, u.a.:

Bewertung der derzeitigen Versorgungssituation / Wahrgenommener Aufwand zur Erledigung der Einkäufe / Erwartete Einkaufserleichterung durch neuen Dorfladen / Nutzung ehemaliger Laden und bestehender Fachgeschäfte / Mobilität: Verfügbarkeit eines Fahrzeugs zur Erledigung der Einkäufe

Unterschieden wird hierbei, ob sich der „Leidensdruck“ und damit der wahrgenommene Verbesserungsbedarf auf die gesamten Einkäufe oder nur den Einkauf einzelner Frischwaren beziehen.

- **Konsum- / Einkaufspräferenzen**
Inwieweit stimmen die Einstellungen und Vorlieben der Rhodter Haushalte mit jenen Aspekten überein, durch die sich ein Dorfladen auszeichnen kann?

Kriterien, u.a.:

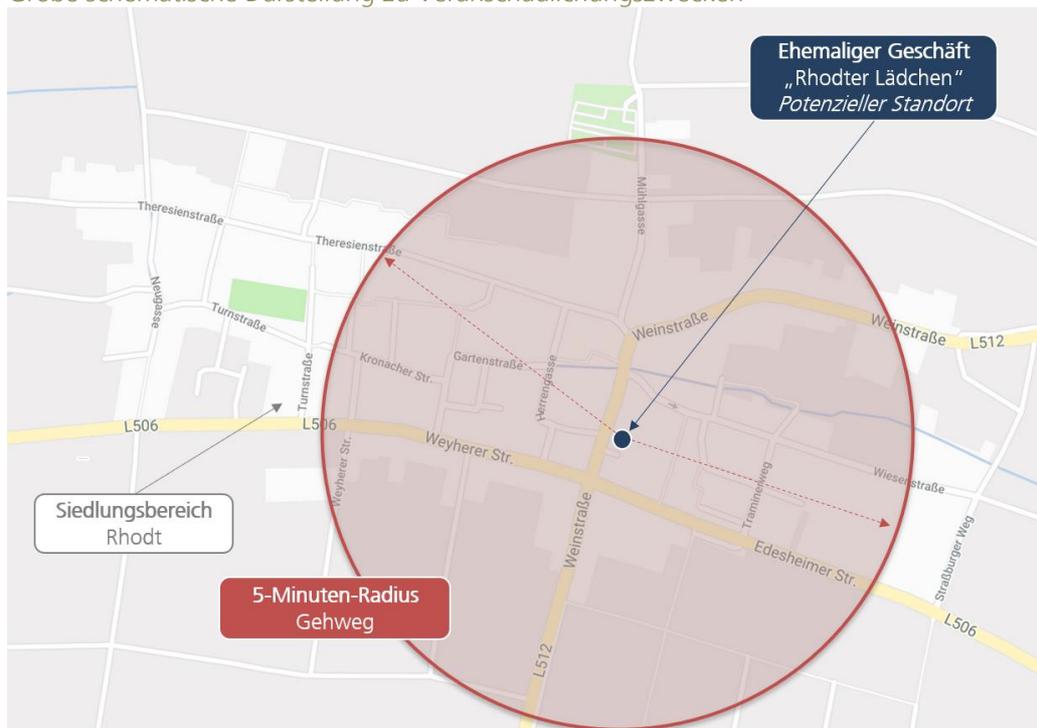
Bedeutung von Frische, Qualität und Herkunft der Produkte / Art der aktuell genutzten Geschäfte (Fachgeschäfte / Supermärkte vs. Discounter) / Bedarf nach zusätzlichen Leistungen eines Dorfladens (z.B. Dienstleistungen)

Durch den Vergleich der Ergebnisse in Rhodt mit Referenzwerten anderer Dorfladenprojekte kann die zu erwartende Nutzung eines Dorfladens messbar gemacht werden. Die Verknüpfung mit Konsumstatistiken privater Haushalte ermöglicht eine Einschätzung der Ausgaben der Befragungsteilnehmer in einem Dorfladen. Hierbei wird das zuvor skizzierte Sortiment des Dorfladens zugrundegelegt.

Darüber hinaus werden bei der Umsatzeinschätzung die **Ortsstruktur und die damit verbundene fußläufige Erreichbarkeit** des Dorfladens berücksichtigt. Erfahrungswerte belegen, dass ein Dorfladen signifikant stärker von jenen Einwohnern frequentiert wird, die diesen zu Fuß in bis zu ca. 5 Minuten erreichen können. Gewisse Einschränkungen diesbezüglich bestehen für die Haushalte am westlichen Rand des Siedlungsbereichs von Rhodt. Dies wird mit einem entsprechenden Abschlag bei der Umsatzeinschätzung berücksichtigt.

Visualisierung 5-Minuten-Radius

Grobe schematische Darstellung zu Veranschaulichungszwecken



Quelle: Google maps; eigene Weiterbearbeitung.

Umsatzeinschätzung Haushalte Rhodt – Befragungsteilnehmer (I)

Unter Berücksichtigung der vorherigen Kriterien ergibt sich eine Umsatzerwartung von ca. **8,5 TEUR monatlich (netto)** durch die 159 Befragungsteilnehmer.

II Haushalte Rhodt – Nicht-Befragungsteilnehmer

Nicht teilgenommen an der Befragung haben ca. 340 Haushalte (Basis bildet hier die Anzahl verteilter Fragebögen). Eine Hochrechnung der Umsatzeinschätzung auf alle Haushalte auf Basis der Ergebnisse der Haushaltsbefragung ist an dieser Stelle nicht zulässig. Vielmehr muss hier davon ausgegangen werden, dass durch die (freiwillige) Entscheidung zur Teilnahme an der Befragung eine **automatisch verstärkte Selektion jener Haushalte** stattgefunden hat, die vorrangig an dem Thema der örtlichen Nahversorgung und damit auch an einer Nutzung des Dorfladens interessiert sind.

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

Setzt man hierzu die Erfahrungswerte aus anderen Befragungen und umgesetzten Dorfladenprojekten an, so kann von einem zusätzlichen monatlichen Umsatzpotenzial durch Nicht-Befragungsteilnehmer im Bereich von 3 bis 4 TEUR ausgegangen werden. Für die weiteren Berechnungen wird ein mittlerer Wert von **3,5 TEUR** angesetzt.

Umsatzeinschätzung Haushalte Rhodt gesamt

Insgesamt ergibt sich somit folgende **monatliche Umsatzeinschätzung (netto)** für einen Dorfladen in Rhodt **durch die örtlichen Haushalte:**

I	Befragungsteilnehmer	8,5 TEUR
II	Nicht-Befragungsteilnehmer	3,5 TEUR
Gesamt		12,0 TEUR

... gleichbedeutend mit einem **Jahresumsatz von ca. 144 TEUR.**

III Sonstige Zielgruppen

- Touristen

In den vergangenen Jahren verzeichnete Rhodt unter Rietburg ca. 53 Tausend Übernachtungen jährlich (Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz). Hinzu kommen zahlreiche Tagesgäste, die den Ort und die umliegenden Sehenswürdigkeiten gezielt aufsuchen oder bei einem Ausflug entlang der Deutschen Weinstraße passieren.

Bei den Übernachtungsgästen ist zu beachten, dass es sich nur bei einem Teil um Selbstversorger handelt. Knapp die Hälfte der zur Verfügung stehenden Betten befindet sich in Ferienwohnungen mit eigenen Kochgelegenheiten, die übrigen Betten teilen sich auf Gästezimmer privater Unterkünfte sowie Beherbergungseinrichtungen mit eigenen Gastronomieangeboten (Hotels und Gasthäuser) auf.

Neben dem direkten Verkauf an die Urlauber bietet sich auch eine Zusammenarbeit mit den Unterkünften an, um diese mit Lebensmitteln auszustatten, die sie für die Verpflegung ihrer Gäste benötigen. Grundsätzlich ist hierbei allerdings zu beachten, dass es mit der Bäckerei, der Metzgerei und anderen örtlichen Erzeugern (z.B. Hofverkauf Wolff) weitere Anlaufstellen im Ort für den Bezug der entsprechenden Waren gibt.

Für die kommenden Jahre ist ferner zu beachten, dass die Villa Ludwigshöhe – einer der bedeutendsten Sehenswürdigkeiten im direkten Umfeld von Rhodt – ab November 2019 bis 2022 geschlossen sein wird.

Berücksichtigt man die zuvor genannten, unterschiedlichen Faktoren und legt zudem Vergleichswerte aus Dorfläden in anderen touristischen Gemeinden zugrunde, kann für die weiteren Berechnungen von einem möglichen Umsatz für einen Dorfladen durch Touristen in Höhe von **30 – 40 TEUR** jährlich ausgegangen.

- Örtliche Einrichtungen und Vereine

Die Vereine in Rhodt können eine weitere wichtige Zielgruppe für den Dorfladen darstellen. Zum einen sind Vereinsmitglieder meist sehr gut vernetzt und können als Fürsprecher bzw. Multiplikatoren im Ort dienen, um den Kundenkreis des Dorfladens zu erweitern. Dies ist vor allem vor dem Hintergrund, dass in mehreren Vereinen auch Mitglieder aus den umliegenden Orten sind, von Relevanz.

Zum anderen sind die Vereine selbst mögliche Kunden. Insbesondere die ausgetragenen Feste / Veranstaltungen der Vereine und der Ortsgemeinde können dem Dorfladen einen gewissen Grundumsatz sichern.

Zusätzliche Umsatzpotenziale könnten sich dem Dorfladen erschließen, wenn örtliche Einrichtungen (z.B. die Kindertagesstätte und die Grundschule) ihren Bedarf an Lebensmitteln und sonstigen Produkten regelmäßig dort decken.

- Sonstiger Durchgangsverkehr / Pendler aus umliegenden Orten

Nennenswerte Umsatzbeiträge durch Haushalte aus umliegenden Ortschaften sowie durch sonstigen Durchgangsverkehr sind nicht zu erwarten. Dies belegen Dorfladenprojekte in anderen Gemeinden mit vergleichbarem Umfeld. Während in Hainfeld selbst die Eröffnung eines Dorfladens mit regionalen Produkten angestrebt wird, verfügt Weyher zumindest noch über eine örtliche Bäckerei. Negativ wirkt sich in diesem Zusammenhang darüber hinaus die schlechte Parkplatzsituation am geplanten Standort aus.

Insgesamt kann von einem jährlichen Zusatzpotenzial durch sonstige Zielgruppen in Höhe von 40 – 55 TEUR netto für einen Dorfladen ausgegangen werden. Für die weiteren Berechnungen wird ein gemittelter **Monatsumsatz von ca. 4 TEUR** angesetzt. Dieser stützt sich vornehmlich auf Umsatzbeiträge durch den Tourismus. Weitere Effekte durch sonstige zuvor genannte Gruppierungen (z.B. Vereine) werden an dieser Stelle nur in sehr vorsichtigem Maße mit eingerechnet.

Umsatzeinschätzung gesamt

Es ergibt sich somit folgende **durchschnittliche monatliche Umsatzerwartung (netto) für einen Dorfladen in Rhodt:**

I Haushalte Rhodt – Befragungsteilnehmer	8,5 TEUR
II Haushalte Rhodt – Nicht-Befragungsteilnehmer	3,5 TEUR
<u>III Sonstige Zielgruppen – insbesondere Touristen</u>	<u>4,0 TEUR</u>
Gesamt	16,0 TEUR

... gleichbedeutend mit einem **Jahresumsatz von ca. 192 TEUR.**

C Wirtschaftliche Tragfähigkeit

Die Beurteilung der Wirtschaftlichkeit erfolgt in Form einer **Deckungsbeitragsrechnung**. Es wird dazu jener Betrag ermittelt, der – nach Abzug der laufenden Kosten vom erwirtschafteten Ertrag – zur Deckung der Personalaufwendungen verbleibt. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine abschließende Einschätzung der Machbarkeit. Sie verdeutlicht die Anforderungen an die Personalplanungen, die Einkommenserwartungen für einen privaten Betreiber bzw. das möglicherweise erforderliche Engagement der Bevölkerung im Falle einer gemeinschaftlichen Betreibungsform.

Kosteneinschätzung

Die nachfolgenden Kosteneinschätzungen basieren auf Vergleichswerten, die über Erhebungen der Volker Bulitta Unternehmensberatung im Rahmen des Projektes M.Punkt RLP in Zusammenarbeit mit bestehenden Dorfläden in Rheinland-Pfalz zusammengestellt wurden. Die erhobenen Vergleichswerte wurden derart variabilisiert und kategorisiert, dass sie auf die spezifischen Anforderungen an einen Dorfladen in Rhodt angepasst werden können.

Die Kostenansätze beziehen sich auf die Betreibung eines Ladens mit den räumlichen Gegebenheiten im ehemaligen Rhodter Lädchens mit einer Gesamtfläche von ca. 100 qm, wovon knapp 80 qm auf die Ladenfläche entfallen.

Unterschieden werden im Folgenden die **(1) anfänglichen Investitionskosten** sowie die **(2) laufenden Betriebskosten**. *Alle Kosten sind als Netto-Werte ausgewiesen.*

(1) Investitionskosten

Zur Berücksichtigung von Abschreibungswerten und möglichen Zinsaufwendungen erfolgt zunächst eine grobe Einschätzung der Investitionskosten, die durch die Einrichtung eines Ladens anfallen. Hierzu gehören die Einrichtungsgegenstände sowie die notwendige Erstausrüstung mit Waren. Bau- und Renovierungskosten zur Instandsetzung der Räumlichkeiten werden hier nicht mit einbezogen. Stattdessen werden bei den laufenden Betriebskosten Aufwendungen für Miete und Instandhaltung berücksichtigt.

- Ladeneinrichtung:

Für die vollständige Einrichtung eines Ladens in entsprechender Größe können – unter der Annahme des Kaufs von Neuware im mittleren Preissegment – etwa **30 TEUR** veranschlagt werden. Ca. die Hälfte dieses Betrages entfällt auf die erforderlichen Regale sowie eine dorfladengeeignete Theke und Kasse, der Rest auf die notwendigen Kühleinrichtungen.

Gebrauchte Einrichtungsgegenstände sind oftmals eine sinnvolle Alternative, da sie neben dem finanziellen Aspekt auch den Charakter eines Dorfladens positiv unterstützen können. Die Anschaffungskosten würden sich dementsprechend gegenüber den hier angenommenen Werten reduzieren. Allerdings ist zu beachten, dass insbesondere bei den Kühlmöbeln nicht auf alte Gebrauchtgeräte ausgewichen werden sollte, da die gesparten Anschaffungskosten auf längere Sicht schnell von den höheren Energiekosten überkompensiert werden können.

Um die Stabilität der Ergebnisse zu wahren und angemessene Abschreibungswerte bei der Deckungsbeitragsrechnung zu berücksichtigen, wird für die weiteren Berechnungen von einer Neuanschaffung der Ladeneinrichtung ausgegangen.

- **Warenerausstattung**

Für die erstmalige Bestückung eines Ladens von entsprechender Größe mit Waren werden rund **8 TEUR** veranschlagt.

Insgesamt werden für die folgenden Betrachtungen somit **Investitionskosten** in Höhe von **38 TEUR** angesetzt.

Für die weitergehenden Berechnungen zu den laufenden, rentabilitätsbezogenen Betriebskosten wird davon ausgegangen, dass die Investitionssumme über ein Annuitätendarlehen mit einer Laufzeit von 8 Jahren (gleicher Ansatz wie die durchschnittliche Abschreibungsdauer der Ladeneinrichtung, siehe unten) und einem jährlichen Zinssatz von 3,5% finanziert werden.

(2) Laufende Betriebskosten

Die laufenden Kosten setzen sich – abgesehen von den Personalaufwendungen – insbesondere aus den nachfolgenden Positionen zusammen.

- **Miete / Nebenkosten**

Für die nachfolgenden Berechnungen wird eine **Monatsmiete** von **450 EUR** angesetzt. Dies entspricht der derzeitigen Forderungen des Eigentümers zur Anmietung der Gesamtfläche.

Die **Nebenkosten** umfassen vornehmlich die Energie- und Heizkosten und werden mit **400 EUR monatlich** angesetzt. Grundlage dieser Kosteneinschätzung bilden Referenzwerte von anderen rheinland-pfälzischen Dorfläden entsprechender Größe. Vorausgesetzt wird der Einsatz neuwertiger, energiesparender Kühlgeräte.

- **Abschreibungen / Zinsaufwand**

Die monatlichen **Abschreibungen** resultieren aus den Anschaffungskosten für die Ladeneinrichtung (ohne Warenausstattung) in Höhe von ca. 30 TEUR und einer gemittelten Abschreibungsdauer von ca. 8 Jahren. Somit ergeben sich Abschreibungen in Höhe von ca. **310 EUR monatlich**.

Die **durchschnittliche Zinslast** wird mit 1.100 EUR pro Jahr angesetzt. Dies entspricht den über die ersten drei Jahre gemittelten Zinszahlungen für das Darlehen zur Finanzierung der Ladeneinrichtung und Warenerstaussattung (38 TEUR; Tilgungsdauer insgesamt 8 Jahre, Zinssatz 3,5%). Der monatliche Kostenansatz für Zinsen beläuft sich somit auf ca. **90 EUR**.

- **Sonstige Kosten**

Darüber hinaus werden jährlich 2.400 EUR für einen Steuerberater, 1.200 EUR für Versicherungen, 900 EUR für Werbung sowie 800 EUR für die Instandhaltung des Ladens angenommen. Weitere 2.100 EUR p.a. werden pauschal für sonstige Ausgaben berücksichtigt (Büromaterial, Telefon, Nebenkosten des Geldverkehrs, sonstige Gebühren, etc.). Insgesamt belaufen sich die sonstigen Kosten somit auf ca. 7,5 TEUR pro Geschäftsjahr und entsprechen einem zusätzlichen **monatlichen Aufwand von ca. 620 EUR**.

Die durchschnittlichen **monatlichen Betriebskosten** (ohne Personal) belaufen sich somit auf **ca. 1,9 TEUR**.

Bewertung der Wirtschaftlichkeit

Ermittlung Rohertrag

Um eine Einschätzung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit vornehmen zu können, ist zunächst die Ermittlung des zu erwartenden Rohertrags erforderlich, der zur Deckung der laufenden Kosten zur Verfügung steht. Hierzu wird eine **durchschnittliche Marge von ca. 28%** angenommen. Dieser Ansatz ergibt sich aus der erwarteten Verteilung bezüglich der abgesetzten Warengruppen.

Grundsätzlich gilt: Je höher der Verkaufsanteil an Frischeprodukten und regionalen Artikeln am Gesamtabsatz des Dorfladens, desto höher die mögliche Marge. Da ein Dorfladen in Rhodt sein Sortiment fast ausschließlich mit solchen Produkten zusammensetzt, ist die hier angesetzte Marge deutlich höher als bei größerflächigen Vollsortimentern, wie Supermärkten und Discountern.

Ausgehend von der zuvor ermittelten monatlichen Umsatzerwartung von ca. 16 TEUR ergibt sich ein **monatlicher Rohertrag von ca. 4,5 TEUR**.

Deckungsbeitragsrechnung / Machbarkeit

Nach Abzug der laufenden Kosten (1,9 TEUR) vom Rohertrag (4,5 TEUR) verbleibt ein Betrag von monatlich ca. **2,6 TEUR**, der zur Deckung der Personalaufwendungen zur Verfügung steht. Dies entspricht einer **möglichen Entlohnung von ca. 45 Einsatzstunden** im bzw. für den Dorfladen pro Woche (Urlaubszeiten berücksichtigt).

Deckungsbeitragsrechnung (netto) auf Monatsbasis

Umsatz	16.000 EUR
Wareneinsatz	11.520 EUR
<hr/>	
Rohertrag	4.480 EUR
entsprechend einer Marge von ca. 28%	
<hr/>	
Miete	450 EUR
Nebenkosten	400 EUR
Abschreibungen	310 EUR
Zinsen	90 EUR
Darlehen über 38 TEUR: Laufzeit 8 Jahre Zins 3,5% (Mittelwert der ersten drei Jahre)	
Sonstige Kosten	620 EUR
u.a. Instandhaltung, Werbung, Versicherung, Steuerberater	
<hr/>	
Verbleibender Betrag	2.610 EUR
zur Deckung der Personalkosten	
entspricht z.B. ungefähr	
- 45 Stunden Einsatzzeit im Dorfladen wöchentlich (bei 9,50 EUR Stundenlohn)	
- 1,6 TEUR für privaten Betreiber bei Einstellung einer halbtägigen Aushilfe	

Zur Betreuung eines Dorfladens nach vorliegendem Konzept ist in der Regel – wenn alle geschäftsführenden und unterstützenden Tätigkeiten (wie Büroarbeiten, Warenbestellungen, Warenannahme, Regalbestückung, ggfs. zweite Verkaufskraft zu Stoßzeiten, etc.) eingerechnet werden – eine wöchentliche Einsatzzeit von **mindestens 90 Stunden** erforderlich. Diese müssen nicht zwangsläufig in Gänze entlohnbar sein, um einen Dorfladen zu führen. Einige Bedingungen sollten aber erfüllt sein, um ein stabiles Betreibermodell zu etablieren.

Bei der Beurteilung des vorliegenden Ergebnisses ist nach beiden grundlegenden Betreibermodellen – privatwirtschaftliche und bürgerschaftlich – zu unterscheiden.

- **Privatwirtschaftliches Betreibermodell**

Die Chancen zur Gewinnung eines privatwirtschaftlichen Betreibers werden maßgeblich durch die jeweiligen Anforderungen an den Verdienst beeinflusst. Diese können in Abhängigkeit von der Lebenssituation sehr unterschiedlich sein.

Die vorliegende Einschätzung zur Wirtschaftlichkeit **ist für einen privaten Betreiber eher weniger attraktiv**. Bei der Einstellung einer unterstützenden Halbtagskraft (9,50 EUR Stundenlohn) verbleibt z.B. noch ein Betrag von ca. 1,6 TEUR monatlich für den Betreiber. Bezogen auf den möglichen Verdienst pro Arbeitsstunde müssen die Anforderungen eines Betreibers entsprechend gering sein.

Eine besondere Situation würde sich ergeben, wenn das Geschäft an einen bestehenden Betrieb im Ort angebunden werden könnte und somit Synergien bei der Verkaufstätigkeit entstehen. Positiv auswirken würde sich auch der Absatz eigener Erzeugnisse.

- **Bürgerschaftliches Betreibermodell**

Bürgerschaftlich organisierte Dorfläden basieren in der Regel auf einem breiten Unterstützernetzwerk mit ehrenamtlichem Engagement. Gleichzeitig ist es für eine nachhaltige Ausrichtung eines Ladens aber wichtig, dass er sich auf stabile Strukturen mit verbindlich geregelten Arbeitseinsätzen stützen kann.

Um eine Verbindlichkeit und Professionalität in den Abläufen zu gewährleisten, wird als **Mindestvoraussetzung** angesehen, dass zumindest die **Entlohnung einer durchgängigen Verkaufskraft im Laden möglich ist**. Dies könnte bei den vorliegenden Ergebnissen für einen Dorfladen in Rhodt **gerade so möglich sein**. Jedoch ist angesichts einer anzusetzenden

Öffnungszeit von mindestens 40 bis 45 Stunden pro Woche keinerlei Puffer vorhanden. Rechnet man die Zeiten zur morgendlichen Vorbereitung und zum Aufräumen und Abrechnen am Abend mit ein, werden die entlohnbaren 45 Stunden bereits überschritten.

Die verbleibenden Stunden müssten durch die Vereins- bzw. Genossenschaftsmitglieder eines Bürgermodells **ehrenamtlich** erbracht werden. Insgesamt geben immerhin 30 Haushalte an, sich bei der Betreuung eines Ladens mit engagieren zu wollen. Beschränkt man sich jedoch auf jene Befragte, die sich mindestens 4 Stunden pro Woche einbringen möchten (um zuverlässige Planungen zu ermöglichen), so reduziert sich die Anzahl auf 3 Haushalte mit einem möglichen Einsatz von 23 bis 36 Stunden. **Dies ist angesichts der Anforderungen an ein Bürgermodell nicht ausreichend.**

Allgemeine Anmerkungen zu Betreiberformen bei Bürgermodellen

Zur Umsetzung bürgerschaftlicher Modelle haben sich in Rheinland-Pfalz vornehmlich die Rechtsformen des wirtschaftlichen Vereins oder der Genossenschaft bewährt. Die Genossenschaft bietet den Vorteil einer engeren Begleitung durch den Verband, unterliegt aber strengeren und kostenintensiveren (Prüf-) Auflagen. Der wirtschaftliche Verein ist grundsätzlich einfacher und freier zu gestalten, muss aber einige formale Kriterien im Rahmen des Genehmigungsverfahrens erfüllen. Eine Anfrage ist diesbezüglich bei der Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion Rheinland-Pfalz in Trier zu stellen.

Neben einer breiten Unterstützung aus der Bürgerschaft müssen einem für ein solches Modell 1 bis 2 Personen im Ort gefunden werden, die das Projekt mit der notwendigen Leidenschaft und einen großen Einsatz federführend umsetzen und über mehrere Jahre hinweg leiten.

Zusammenfassende Beurteilung / Handlungsempfehlungen

Ein gewisser Bedarf zur Verbesserung der Versorgungssituation ist bei den Bürgern erkennbar, bezieht sich allerdings zu großen Teilen auf einzelne Warengruppe des Frischebereichs. Nur sehr wenige Haushalte würden in einem örtlichen Dorfladen umfassendere Einkäufe tätigen. Die vorliegenden Ergebnisse **rechtfertigen somit nicht die Eröffnung eines Ladens mit Grundversorgungsanspruch**, d.h. mit der Vorhaltung eines Trockensortiments, welches alle Warengruppen abdeckt.

Angebracht wäre mittel- und langfristig die Etablierung von Nahversorgungsstrukturen, die einen **umfassenden Einkauf der Frischewaren vor Ort** ermöglichen – und dies mit einem möglichst großen Angebot an Produkten von lokalen und regionalen Erzeugern verbinden. Die Wertschätzung für entsprechende Produkte aus der Heimat ist seitens der Bürger von Rhodt außergewöhnlich stark ausgeprägt. Dies betrifft in etwas geringerem, aber im Landesvergleich dennoch deutlich überdurchschnittlichem Maße auch Bioprodukte. Um dieses wirtschaftlich tragfähig zu gestalten, sollte die Ausweitung der Angebote möglichst über eine **Anbindung an bestehende Strukturen** bzw. durch die **Zusammenführung von Angeboten** im Ort erfolgen.

Die Eröffnung eines Dorfladens am ehemaligen Standort als reine Ergänzung zu den anderen bestehenden Angeboten im Ort, d.h. ohne konzeptionelle Verzahnung mit diesen, ist nicht anzuraten. Ein solcher Laden müsste auf großes ehrenamtliches Engagement fußen, welches ein **erhebliches Risiko** darstellt.

Eine andere Situation ergäbe sich bei einer Bündelung verschiedener Angebote, über die Synergien genutzt werden können. Mögliche Ansatzpunkte für ein tragfähiges Konzept könnten sich beispielsweise bei einer Zusammenlegung eines Dorfladens mit Angeboten wie der genossenschaftlich organisierten **Vinothek** in Rhodt sowie der **Touristinformation** ergeben. Die erhöhte Frequentierung durch Gäste steigert das Absatzpotenzial des Ladens, gleichzeitig können Personalstrukturen effizient zusammengelegt werden. Das Ladenlokal des ehemaligen Rhodter Lädchen bietet sich in Anbetracht des dortigen Raumpotenzials für eine derartige Lösung allerdings nicht an, sodass fortan andere Optionen geprüft werden müssten.

Bei der Erörterung möglicher Konzeptansätze ist die **Einbindung der bestehenden Nahversorgungsanbieter** unbedingt anzuraten, um deren mögliche Mitwirkung und langfristige Rolle bei der Etablierung nachhaltiger Versorgungsstrukturen in Rhodt zu definieren. Nach einer grundsätzlichen Festlegung der möglichen Stoßrichtungen im Gemeinderat, sollten daher entsprechende Gespräche mit den örtlichen Akteuren geführt werden.

Haushaltsbefragung zum Thema Nahversorgung
 Projekt „Neuer Dorfladen für Rhodt unter Rietburg“
 Häufigkeitsauswertung

Rücklauf: 159 Teilnehmer (ca. 32%)

1. Ihr Einkaufsverhalten: Lebensmittel / Drogerieartikel

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

- 67 (44,1%) Wir gehen meistens nur einmal pro Woche einkaufen und besorgen dann alles, was wir die Woche über brauchen (sog. Großeinkauf).
- 85 (55,9%) Wir kaufen mehrmals pro Woche kleinere Mengen nach Bedarf ein.

1.2. Verbinden Sie Ihre Einkäufe meistens mit anderen Aktivitäten?

z.B. auf dem Weg von / zur Arbeitsweg oder von / zu sonstigen Aktivitäten

- 88 (56,4%) Ja
- 68 (43,6%) Nein

1.3. Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Ihre Einkaufssituation in Rhodt und Umgebung zu?

- 34 (22,1%) Einkaufen ist sehr aufwendig, gute naheliegende Geschäfte sind Mangelware.
- 102 (66,2%) Alles was ich brauche, ist in angemessener Entfernung einzukaufen.
- 14 (9,1%) Grundsätzlich ist die Versorgungssituation zufriedenstellend, nur bei folgenden Produkten ist der Weg zu weit: Für Ergebnisse zu allen offenen Antworten: siehe Detailauswertung im Anschluss an Häufigkeitsauswertung (ab Seite 7).

1.4. Wie bewerten Sie insgesamt Ihre Einkaufsmöglichkeiten in Rhodt und Umgebung?

Schulnoten: „1 = sehr gut“ bis „6 = ungenügend“

Bewertung: Ø: 3,3

1.5. Welches Geschäft nutzen Sie aktuell am häufigsten für den Einkauf folgender Produkte?

Backwaren Geschäft: _____ in Ort: _____

Wurst- / Fleischwaren Geschäft: _____ in Ort: _____

Obst / Gemüse Geschäft: _____ in Ort: _____

Sonstige Lebensmittel Geschäft: _____ in Ort: _____

1.6. Kaufen Sie ansonsten Produkte – wie Käse, Eier, Fleisch, Obst, Gemüse, Honig, Marmelade, etc. – direkt beim Hersteller / Landwirt in Ihrer Umgebung ein?

75 (50,7%) Ja

Produkte: _____ bei Betrieb / Ort: _____

Produkte: _____ bei Betrieb / Ort: _____

73 (49,3%) Nein

Grund: Aufwand zu groß Anbieter unbekannt

42 (56,8%)

27 (36,5%)

Kein Interesse

Sonstiges: _____

7 (9,5%)

7 (9,5%)

1.7. Wie häufig nutzen Sie derzeit die Nahversorgungsangebote in Rhodt?

	Regelmäßig	Gelegentlich	Selten / Nie
Bäckerei – Konditorei – Café Eyer	81 (50,9%) <input type="checkbox"/>	57 (35,8%) <input type="checkbox"/>	21 (13,2%) <input type="checkbox"/>
Metzgerei Heinz Weber	32 (21,1%) <input type="checkbox"/>	56 (36,8%) <input type="checkbox"/>	64 (42,1%) <input type="checkbox"/>
Hofverkauf Wolff	3 (2,1%) <input type="checkbox"/>	17 (12,1%) <input type="checkbox"/>	121 (85,8%) <input type="checkbox"/>



Warum nicht häufiger?

Bäckerei – Konditorei – Café Eyer: _____

Metzgerei Heinz Weber: _____

Hofverkauf Wolff: _____

1.8. Wie häufig haben Sie das im Dezember geschlossene Lebensmittelgeschäft „Rhodter Lädchen“ (Weinstraße 28) genutzt?

47 (30,1%) Regelmäßig

53 (34,0%) Gelegentlich

56 (35,9%) Selten / Nie

insbesondere für folgende Produkte / Leistungen:

Warum nicht häufiger? _____

1.9. Wie ist Ihre Meinung zu Produkten aus der Region?Bitte maximal drei Antworten ankreuzen

- 120 (75,5%) Regionalprodukte sind besonders frisch und von hoher Qualität.
- 133 (83,6%) Es ist mir wichtig, regionale Landwirte zu unterstützen.
- 122 (76,7%) Der Kauf von regionalen Produkten ist gut für die Umwelt.
- 13 (8,2%) Regionalprodukte sind allgemein zu teuer.
- 17 (10,7%) Die Qualität von Regionalprodukten ist nicht wirklich besser als Ware aus dem Supermarkt bzw. Discounter.
- 1 (0,6%) Ich interessiere mich wenig für die Herkunft meiner Nahrungsmittel.

1.10. Wie ist Ihre Meinung zu Bio-Lebensmitteln?Bitte maximal drei Antworten ankreuzen

- 52 (32,7%) Bio-Nahrung ist besonders frisch und von hoher Qualität.
- 71 (44,7%) Bio-Nahrung ist gesund.
- 107 (67,2%) Die Produktion von Bio-Nahrung ist aufgrund ihrer positiven Umweltbilanz zu unterstützen.
- 48 (30,2%) Bio-Nahrung ist allgemein zu teuer.
- 35 (22,0%) Die Qualität von Bio-Nahrung ist nicht wirklich besser als jene von konventionell hergestellten Lebensmitteln.
- 4 (2,5%) Ich interessiere mich wenig für die Produktion meiner Nahrungsmittel.

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

- 31 (19,5%) Einkaufen macht Freude, ich nehme mir Zeit und liebe eine große Produktauswahl.
- 80 (50,3%) Die Nähe des Geschäfts ist für mich überaus wichtig.
- 12 (7,5%) Ich fühle mich gut, wenn ich mal wieder ein Schnäppchen gemacht habe.
- 98 (61,6%) Qualität geht bei Lebensmitteln vor – auch wenn der Preis etwas höher ist.
- 68 (42,8%) Ich versuche mich soweit wie möglich mit nachhaltig und umweltschonend produzierten Lebensmitteln zu ernähren.
- 23 (14,5%) Einkaufen ist heute viel zu unpersönlich geworden – die Zeit zum Plaudern fehlt.
- 37 (23,3%) Gute Produkte müssen nicht teuer sein, heute sind die sogenannten „Billig-Produkte“ gar nicht mehr viel schlechter als die Markenartikel.
- 78 (49,1%) Ich achte beim Einkauf von Lebensmitteln sehr stark auf deren Herkunft.

1.12. In welchen Bereichen sehen Sie die größte Notwendigkeit zur Verbesserung des Angebots in Ihrer Umgebung?

Bitte maximal vier Antworten ankreuzen

- | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
| 106 (67,5%) <input type="checkbox"/> | Dienstleistungen wie Post, Bank, etc. | 95 (60,1%) <input type="checkbox"/> | Lebensmittelversorgung |
| 11 (7,0%) <input type="checkbox"/> | Sonstiger Einzelhandel: _____ | | |
| 15 (9,5%) <input type="checkbox"/> | Versorgung mit Fach-Medizinern: _____ | | |
| 32 (20,3%) <input type="checkbox"/> | Versorgung mit Allgemein-Medizinern | 17 (10,8%) <input type="checkbox"/> | Altenpflege / Betreuung |
| 13 (8,2%) <input type="checkbox"/> | Kinderbetreuung | 22 (13,9%) <input type="checkbox"/> | Treffpunkte |
| 18 (11,5%) <input type="checkbox"/> | Cafés | 42 (26,6%) <input type="checkbox"/> | Gaststätten |
| 18 (11,4%) <input type="checkbox"/> | Kulturangebote | 51 (32,3%) <input type="checkbox"/> | Verkehr / Mobilität |
| 9 (5,7%) <input type="checkbox"/> | Sonstiges: _____ | | |

2. Projekt „Neuer Dorfladen für Rhodt unter Rietburg“

2.1. Könnte die Neueröffnung eines Dorfladens in Rhodt die Einkaufssituation in Ihrem Haushalt erleichtern?

- 85 (55,2%) Ja, wesentlich 61 (39,6%) Eher weniger 8 (5,2%) Gar nicht

2.2. Verglichen mit dem kürzlich geschlossenen „Rhodter Lädchen“: Was sollte bei einem neuen Dorfladen auf jeden Fall verbessert werden?

Bitte maximal vier Antworten ankreuzen

- 77 (48,7%) Produktangebot / -auswahl, v.a. bei _____
- 39 (24,7%) Qualität der Produkte, v.a. bei _____
- 32 (20,3%) Preisgestaltung
- 52 (32,9%) Ladengestaltung
- 36 (22,8%) Warenpräsentation
- 35 (22,2%) Parkmöglichkeiten
- 77 (48,7%) Angebot regionaler Produkte – *Vorschläge:* _____
- 35 (22,2%) Angebot Bioprodukte – *Vorschläge:* _____
- 45 (28,5%) Öffnungszeiten, ich möchte vor allem zwischen _____ und _____ Uhr einkaufen
- 22 (13,9%) Sonstiges: _____
- 18 (11,4%) *Nichts – ein neuer Dorfladen sollte so gestaltet sein wie das vorherige Geschäft.*
- 14 (8,9%) *Kann ich nicht beurteilen, da ich das dortige Angebot nicht kannte.*

2.3. Welche Zusatzangebote würden Sie in einem neuen Dorfladen in Rhodt gerne regelmäßig nutzen?

Bitte maximal sieben Antworten ankreuzen

66 (41,8%)	<input type="checkbox"/>	Annahme für Kleiderreinigung	<input type="checkbox"/>	Annahme für Schneiderei	27 (17,2%)
33 (20,9%)	<input type="checkbox"/>	Annahme für Schuster	<input type="checkbox"/>	Fotodruckdienst	3 (1,9%)
19 (12,0%)	<input type="checkbox"/>	Druck- / Kopiermöglichkeit	<input type="checkbox"/>	Internetnutzung / „Hot Spot“	5 (3,2%)
33 (20,9%)	<input type="checkbox"/>	Lotto-Aannahmestelle	<input type="checkbox"/>	Bestellmöglichkeit auf Internetseite	9 (5,7%)
47 (29,7%)	<input type="checkbox"/>	Zahlung mit EC-Karte	<input type="checkbox"/>	Sitzmöglichkeiten / Café-Ecke	33 (20,9%)
30 (19,0%)	<input type="checkbox"/>	Heiße Theke / Snacks	<input type="checkbox"/>	Post- / Paketdienste	116 (73,4%)
30 (19,0%)	<input type="checkbox"/>	Heimlieferservice	<input type="checkbox"/>	Kaffee zum Mitnehmen	21 (13,3%)
15 (9,5%)	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____			
10 (6,3%)	<input type="checkbox"/>	Keine			

2.4. Haben Sie sonstige Wünsche bezüglich eines neuen Dorfladens in Rhodt oder der Nahversorgungssituation im Ort allgemein?

2.5. Könnten Sie sich vorstellen, bei der Errichtung und/oder Betreuung eines neuen Dorfladens zu unterstützen?

	Ja	Eher nicht
Hilfe bei der Herrichtung des Ladens (z.B. bei Umbau, Einrichtung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	21 (16,5%)	106 (83,5%)
Ehrenamtliche Unterstützung beim laufenden Betrieb (z.B. bei Verkauf, Warenannahme, sonstigen unterstützenden Tätigkeiten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30 (22,6%)	103 (77,4%)
Denkbarer Umfang: ca. 55 bis 108 Stunden pro Woche		
Finanzielle Beteiligung (z.B. einmaliger Betrag oder jährlicher Beitrag)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25 (19,1%)	106 (80,9%)

3. Ihre Person / Ihr Haushalt

3.1. Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

Betrifft die Person, die die Einkäufe für den Haushalt hauptsächlich durchführt

4 (2,6%) Bis 29 Jahre 23 (15,1%) 30-44 Jahre 50 (32,9%) 45-59 Jahre
 31 (20,4%) 60-69 Jahre 27 (17,8%) 70-79 Jahre 17 (11,2%) 80+ Jahre

3.2. Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt? Ø: 2,5

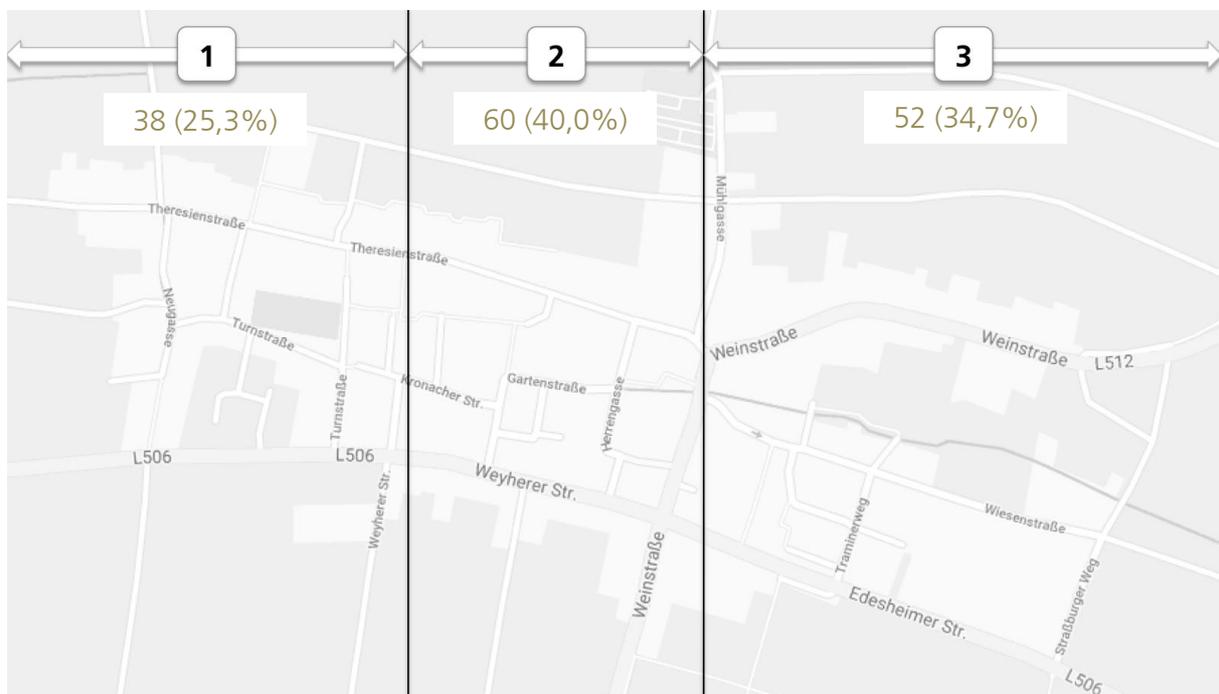
3.3. Steht Ihrem Haushalt ein Fahrzeug zur Erledigung der Einkäufe zur Verfügung?

135 (84,9%) Ja, jederzeit 17 (10,7%) Ja, aber nur zu gewissen Zeiten 7 (4,4%) Nein

3.4. In welchem Teil von Rodht befindet sich Ihr Haushalt?

Bitte die Nummer (1–3) des Bereichs gemäß nachfolgender Abbildung angeben

Bereich Nr. (1-3): _____



Detailauswertung zu offenen Antworten

Aggregierte Darstellung der relevanten Antworten (mindestens 3 Nennungen)

1.3. Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Ihre Einkaufssituation zu?

Grundsätzlich ist die Versorgungssituation zufriedenstellend, nur bei folgenden Produkten ist der Weg zu weit:

Bio-Produkte	6
Backwaren	4
Milch / Molkereiprodukte	3
Obst / Gemüse	3
Eier	3

1.5. Welches Geschäft nutzen Sie aktuell am häufigsten für den Einkauf folgender Produkte?

Backwaren	Café Eyer Rhodt	78
	SBK-Markt Edenkoben	17
	Globus Neustadt	7
	Lidl Edenkoben, Neustadt	5
	Wasgau Maikammer	4
	Aldi Edenkoben / Kirrweiler, Neustadt	4
	Bäckerei Dicker Edenkoben	3
	<i>Bäckerei ohne Namensnennung</i>	7
	<i>Verschiedene ohne Namensnennung</i>	4
	Fleisch / Wurst	Metzgerei Weber Rhodt
SBK-Markt Edenkoben		31
Globus Neustadt		21
Wasgau Maikammer		10
nah und gut Kissel Edesheim		9
Aldi Edenkoben / Kirrweiler, Neustadt		6
Lidl Edenkoben, Neustadt		6
Biomarkt Füllhorn Landau		3
<i>Markt ohne Namensnennung</i>		5
Obst / Gemüse		SBK-Markt Edenkoben
	Lidl Edenkoben, Neustadt	19
	Aldi Edenkoben / Kirrweiler, Neustadt	15
	Globus Neustadt	12
	nah und gut Kissel Edesheim	9
	Wasgau Maikammer	7
	Hofladen Flach - Brendel Edenkoben	4
	Sonnenblume Naturkost Edenkoben	4
	<i>Markt ohne Namensnennung</i>	19
	<i>Bioladen ohne Namensnennung</i>	4

Sonstige	SBK-Markt Edenkoben	61
Lebensmittel	Aldi Edenkoben / Kirrweiler, Neustadt	29
	Lidl Edenkoben, Neustadt	24
	Globus Neustadt	22
	nah und gut Kissel Edesheim	15
	Wasgau Maikammer	10
	Real Landau	3
	Biomarkt Füllhorn Landau	3
	Rewe Landau	3
	<i>Discounter Edenkoben</i>	<i>3</i>

1.6. Kaufen Sie ansonsten Produkte – wie Käse, Eier, Obst, Gemüse, Fleisch, Honig, Marmelade, etc. – direkt beim Hersteller / Landwirt in Ihrer Umgebung ein?

Ja:

Produkte

Obst / Gemüse	56
Honig	30
Eier	16
Fleisch / Wurst / Geflügel	7
Milch / Molkereiprodukte	6

Betrieb / Ort

Fischer Rhodt	17
Grafenländer Freisbach	7
Flach Edenkoben	4
Markt Edenkoben	4
Markt Landau	3
Hofladen Edenkoben	3
<i>Edesheim ohne Namensnennung</i>	<i>14</i>
<i>Rhodt ohne Namensnennung</i>	<i>11</i>
<i>Edenkoben ohne Namensnennung</i>	<i>4</i>
<i>Landau ohne Namensnennung</i>	<i>3</i>
<i>Neustadt ohne Namensnennung</i>	<i>3</i>

Nein:

Sonstiger Grund

keine relevanten Mehrfachnennungen

1.7. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote in Rhodt?

Gelegentlich - Selten / Nie:

Warum nicht häufiger?

Bäckerei – Konditorei – Café Eyer:

Angebot	13
Qualität	9
Kein Bedarf	8
Großeinkauf	5
Öffnungszeiten	4
Käufe auf dem Arbeitsweg	3

Metzgerei Heinz Weber:

Kein Bedarf	17
Qualität	15
Öffnungszeiten	13
Angebot	11
Freundlichkeit	7
Preis	6
Großeinkauf	6
Keine Bioprodukte	4
Käufe auf dem Arbeitsweg	4

Hofverkauf Wolff:

Kein Bedarf	39
Anbieter unbekannt	24
Keine Bioprodukte	3
Großeinkauf	3

1.8. Wie häufig haben Sie das im Dezember geschlossene Lebensmittelgeschäft „Rhodter Lädchen“ (Weinstraße 28) genutzt?

Regelmäßig

insbesondere für folgende Produkte / Leistungen:

Backwaren	30
Obst / Gemüse	16
Milch / Molkereiprodukte	13
Grundnahrungsmittel	11
Eier	10
Fleisch / Wurst	3

Gelegentlich - Selten / Nie:
Warum nicht häufiger?

Angebot	41
Personal	30
Qualität	19
Öffnungszeiten	11
Preis	10
Nicht ansprechend	5
Keine Bioprodukte	5
Kein Bedarf	4
Liegt nicht auf dem Weg	3

1.12. In welchen Bereichen sehen Sie die größte Notwendigkeit zur Verbesserung des Angebots in Ihrer Umgebung?

Sonstiger Einzelhandel

Grundnahrungsmittel	3
---------------------	---

Versorgung mit Fach-Medizinern

Keine relevanten Mehrfachnennungen

Sonstiges

Keine relevanten Mehrfachnennungen

2.2. Verglichen mit dem kürzlich geschlossenen „Rhodter Lädchen“: Was sollte bei einem neuen Dorfladen auf jeden Fall verbessert werden?

Produktangebot / -auswahl, v.a. bei

Obst / Gemüse	9
Milch / Molkereiprodukte	7
Backwaren	5
Bioprodukte	5
Regionale Produkte	4
Frische Produkte	3
Grundnahrungsmittel	3

Qualität der Produkte, v.a. bei

Backwaren	12
Milch / Molkereiprodukte	5
Obst / Gemüse	4
Grundnahrungsmittel	3

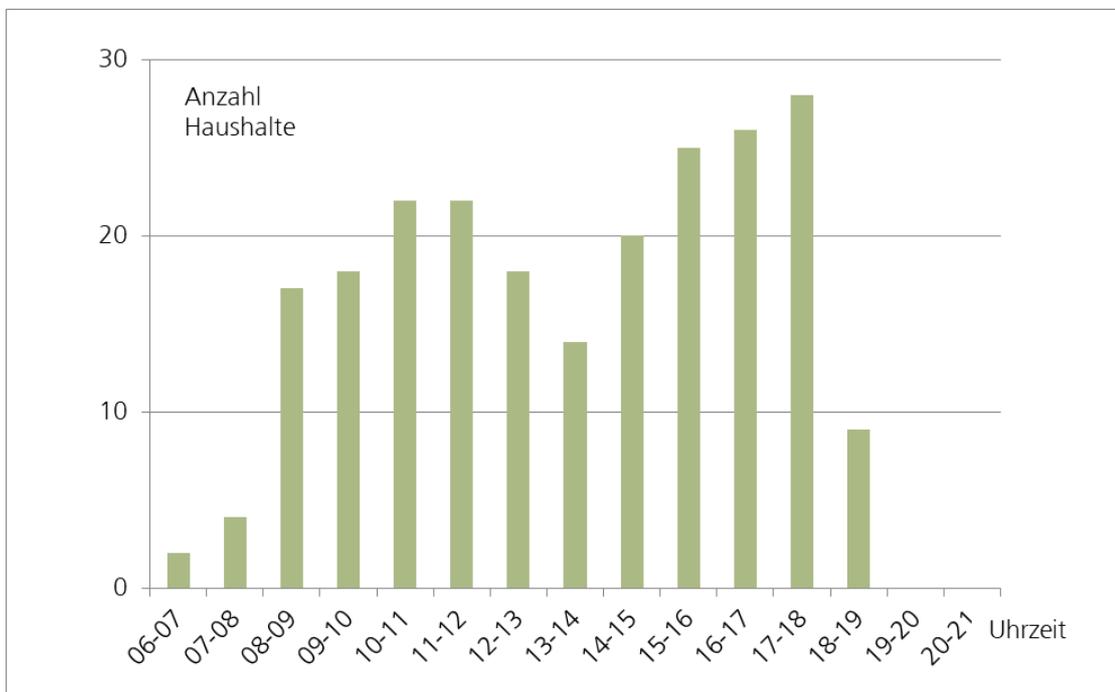
Angebot regionaler Produkte – Vorschläge:

Obst / Gemüse	33
Eier	8
Milch / Molkereiprodukte	4
Fleisch / Wurst	4
Saisonale Artikel	4
Kartoffeln	3

Angebot Bioprodukte – Vorschläge:

Obst / Gemüse	12
Milch / Molkereiprodukte	7
Bioprodukte	4
Fleisch / Wurst	4
Backwaren	3

Öffnungszeiten, ich möchte vor allem zwischen _____ und _____ Uhr einkaufen:



Hierbei handelt es sich nicht um die Anzahl zu erwartender Kunden pro Stunde, sondern eine mögliche Gesamtanzahl in der jeweiligen Stunde (ein Haushalt wird bei allen Stunden mitgezählt, die innerhalb des von ihm genannten primären Einkaufszeitraums liegen)

Sonstiges

Freundlichkeit	9
Weniger Verpackungen	3

2.3. Welche Zusatzangebote würden Sie in einem neuen Dorfladen in Rhodt gerne regelmäßig nutzen?

Bitte maximal sieben Antworten ankreuzen

Sonstiges

Obst / Gemüse 4

2.4. Haben Sie sonstige Wünsche bezüglich eines neuen Dorfladens in Rhodt oder der Nahversorgungssituation im Ort allgemein?

Barrierefreier Zugang 9

Weniger Verpackungen / unverpackte Produkte 4

Regionale Produkte 3

Bioprodukte 3

Milch / Molkereiprodukte 3