

SICHERUNG DER NAHVERSORGUNG DURCH 24-STUNDENMÄRKTE IN NORDTHÜRINGEN

Leitfaden



Regionalmanagement
Nordthüringen

Das Regionalmanagement Nordthüringen, ein Zusammenschluss des Landkreises Nordhausen, des Kyffhäuserkreises und des Unstrut-Hainich-Kreises, hat die Erstellung eines Leitfadens zur Sicherung der Nahversorgung durch 24-Stundenmärkte in Auftrag gegeben, um einen Beitrag zur Stärkung der Nahversorgung in der Region zu leisten.

Leitfaden dient zur
Orientierung

Für die Etablierung eines 24-Stundenmarktes sind eine Reihe von Parametern bzw. Schritten zu beachten. Der folgende Leitfaden sollte als Hilfestellung zur Einrichtung eines 24-Stundenmarktes gesehen werden und richtet sich an kommunale Akteure, die diesen Prozess initiieren und begleiten möchten. Er muss nicht stringent abgearbeitet werden, da er lediglich zur Orientierung dient. Je nach Situation und Rahmenbedingung in der Gemeinde kann eine abweichende Reihenfolge sinnvoll oder nötig sein.

Potenzialstudie als
Grundlage

Der Leitfaden beruht auf der „Potenzialstudie zur Sicherung der Nahversorgung durch 24-Stundenmärkte in Nordthüringen“, die das CIMA Institut für Regionalwirtschaft erarbeitet hat. An ausgewählten Stellen des Leitfadens wird für die weitere Lektüre auf die entsprechenden Stellen in der Potenzialstudie verwiesen. Die Studie können Sie beim Regionalmanagement Nordthüringen anfordern.



Kurz-Check durchführen



Bürger informieren und sensibilisieren



Arbeitskreis gründen



**Potenzialanalyse/
Wirtschaftlichkeitskonzept erstellen**



**Kontakt zu Beratungs-/
Planungsbüros aufnehmen**



Rechtsform wählen



Betreiber akquirieren



Standort wählen



Finanzierung prüfen



Geeignete Immobilie/Fläche finden



Zusatzangebote schaffen/prüfen



Lieferkonditionen aushandeln



Regionale Betriebe befragen

Selbst-Check Versorgungsbedarfe

Kurz-Check im
Vorfeld durchführen



Vor dem Einstieg in die eigentliche Planung sollte ein Kurz-Check erfolgen, ob und inwiefern der Standort überhaupt für einen 24-Stundenmarkt in Frage kommt. Zentrale Fragestellungen können sein: Welche Nahversorgungsangebote gibt es bereits im weiteren und näheren Umfeld? Wie ist die Erreichbarkeit dieser Nahversorgungsstandorte? Wie viele Einwohner wohnen im betroffenen Siedlungsgebiet? Gibt es besondere Mobilitätshindernisse vor Ort?

Bürger informieren
und sensibilisieren



Sensibilisierungsphase

Die Bürger eines Dorfes tragen maßgeblich zum Gelingen eines 24-Stundenmarktes bei. Wenn diese nicht dort einkaufen, wird sich der Betrieb des Ladens nicht lohnen. Daher steht an erster Stelle die Information und Sensibilisierung der Bürger für einen 24-Stundenmarkt. Wenn die Bevölkerung von Anfang an in den Prozess eingebunden wird, kann die Identifikation der Bürger mit dem Markt erhöht werden. Dies trägt maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Instrumente für diese erste Sensibilisierung können Gespräche mit anderen wichtigen Akteuren vor Ort sein oder auch offene Diskussionsveranstaltungen.

Arbeitskreis
gründen



Für den Erfolg einer Etablierung von alternativen Angebotsformen ist es ratsam, möglichst früh einen begleitenden Arbeitskreis aus Akteuren vor Ort zu bilden. So können sich kommunale Akteure mit interessierten Bürgern zusammenschließen und gemeinsam ein geeignetes Konzept für einen Markt erstellen (siehe Potenzialstudie Kapitel 3.2, S. 12ff.).

Kontakt zu Beratungs-/
Planungsbüros
aufnehmen



Wenn die Bürger Interesse an einem 24-Stundenmarkt signalisieren, kann bereits eine erste Kontaktaufnahme mit entsprechenden Beratungs- oder Planungsbüros erfolgen. Dabei geht es zunächst weniger um konkrete Unterstützungsleistungen, sondern eher um die Abklärung, welche Formen der Unterstützung denkbar und welche Kosten dabei zu erwarten sind. In der Regel sind Leistungen in der Prozesssteuerung, der Durchführung von Analysen sowie der Etablierung des neuen Marktes möglich.

Untersuchungs- und Gründungsphase

Potenzialanalyse/
Wirtschaftlichkeits-
konzept erstellen



Ein externes Beratungs- oder Planungsbüro kann eine Potenzialanalyse und ein Wirtschaftlichkeitskonzept erstellen. Dafür sollte eine Bestandsaufnahme erfolgen, um beispielsweise die Kaufkraft, die Anzahl der Einwohner, die Einwohnerentwicklung aber auch die vorhandenen Nahversorgungsangebote in der Umgebung zu ermitteln. Bei der Betrachtung einzelner Standorte muss die erwartete Bevölkerungsentwicklung in die Planung einbezogen werden, da sich diese langfristig maßgeblich auf die Kaufkraft vor Ort auswirkt. Die Kosten der Potenzialanalyse können von der Kommune oder von dem potenziellen Betreiber des 24-Stundenmarktes übernommen werden. Teilweise sind die Kosten auch förderfähig (siehe Potenzialstudie Kapitel 6).

Haushalte befragen



Im Rahmen der Potenzialstudie kann eine Haushaltsbefragung durchgeführt werden, um das derzeitige Nahversorgungsverhalten sowie evtl. fehlende Nahversorgungseinrichtungen zu erfragen. Auch Produktwünsche und die generelle Nachfrage nach Nahversorgungsangeboten aus der Sicht der Bürger vor Ort sind von Bedeutung.

Bedarf ermitteln



Basierend auf den vorherigen Schritten kann eine Bedarfsermittlung erfolgen. Wenn sich ein Bedarf abzeichnet, kann der Dienstleister eine Wirtschaftlichkeitsberechnung durchführen. Hierzu wird ein Flächenkonzept, die Sortimentsstruktur sowie die Investitions- und Finanzplanung und eine Kostenplanung erstellt.

Entfernung zu
umliegenden Angeboten
prüfen



Das umliegende Angebot an Nahversorgungseinrichtungen sowie die potenzielle Konkurrenz sollten geprüft werden. Dazu wird einerseits die Entfernung zum nächsten Supermarkt oder Discounter berechnet und andererseits alternative Versorgungskonzepte in bzw. um die Gemeinde herum geprüft. So kann festgestellt werden, ob sich das Kundenpotenzial lediglich auf die Bevölkerung innerhalb des Ortes oder auch auf benachbarte Ortsteile erstreckt. Es werden Entfernungen zum nächsten Nahversorger von mindestens fünf, eher acht Kilometern vorgeschlagen.

Vorhandene
Nahversorgungs-
angebote sichten



Sollte es ein Nahversorgungsangebot, beispielsweise eine Metzgerei oder eine Bäckerei geben, könnte zuerst eine Erweiterung des Sortiments erfolgen. Das Verkaufspersonal und den Laden gibt es bereits. An die bestehenden Strukturen könnten Lebensmittel für den alltäglichen Bedarf angegliedert werden. Wenn dies vom Eigentümer nicht erwünscht ist, sollte der 24-Stundenmarkt in der Nähe eröffnen, um Kopplungseffekte zu erzielen. Dies würde dem Bedürfnis der Bürger nach der Kopplung verschiedener Aktivitäten und Besorgungen entsprechen. Beispielsweise könnten Kunden nach dem Gang zum Arzt im 24-Stundenmarkt einkaufen gehen.

Mit umliegenden
Gemeinden
austauschen



Der Austausch mit umliegenden Gemeinden sollte auch frühstmöglich erfolgen, damit keine Projekte parallel in räumlicher Nähe geplant werden. Dies könnte die Potenzialanalyse bzw. das Wirtschaftlichkeitskonzept verfälschen.

Andere
Nahversorgungs-
konzepte prüfen



Wenn während des Prozesses festgestellt wird, dass das Interesse der Bevölkerung nicht ausreicht, die finanzielle Last zu hoch ist o.ä., können auch andere Nahversorgungsangebote angedacht werden. Eine Übersicht von Vor- und Nachteilen der alternativen Versorgungsangebote ist in der Potenzialstudie (Kapitel 3) zu finden. Je nach Situation der Gemeinde gibt es alternative Konzepte, um die Nahversorgung im Ort sicherzustellen, ohne einen 24-Stundenmarkt zu eröffnen.

Vorlage für mögliche
Betreiber



Die Potenzialanalyse und das Wirtschaftlichkeitskonzept können auch als Grundlage dienen, um das Interesse von möglichen Betreibern und Firmen anzufragen, falls in der Sensibilisierungsphase nicht schon Projektpartner gefunden wurden. Auf Grundlage der bereits erstellten Konzepte können diese entscheiden, ob sie einen Laden vor Ort eröffnen. Möglich wären beispielsweise Franchise- oder Filialkonzepte von größeren Ketten.

Rechtsform wählen



Rechtsformen mit Haftung sind meist eher ungeeignet, wenn Bürger einen eigenen Laden gründen. Daher werden im Folgenden fünf Rechtsformen erläutert, bei welchen sich Bürger finanziell beteiligen können, die Haftung jedoch lediglich auf das Vermögen der Organisation beschränkt ist.

Eingetragener Verein

1

Der Laden kann als eingetragener Verein (e.V.) geführt werden. Bei einem eingetragenen Verein gibt es kein Mindestkapital. Der Verein muss aber aus mindestens sieben Mitgliedern bestehen. Die Gründung eines e.V. ist ohne größeren Aufwand möglich. Als Nachteil gilt, dass bei einer Schließung des Ladens die Mitglieder keinen Anspruch auf das Vermögen haben.

Wirtschaftlicher Verein

2

Im Gegensatz zu einem e.V. wird der wirtschaftliche Verein gegründet, um einen wirtschaftlichen Zweck zu verfolgen. Es gibt eine freie Satzungsgestaltung, es entstehen bei der Gründung weder Gerichts- noch Notarkosten. Mitglieder können kostenlos ein- und austreten. Darüber hinaus ist die Haftung lediglich auf das Vermögen des Vereins beschränkt.

Unternehmergesellschaft

3

Für eine Unternehmergesellschaft (UG) benötigt es ein Mindestkapital eines Euros. Zudem benötigt es mindestens einen Geschäftsführer sowie einen Gesellschafter. Die UG muss den Zusatz „haftungsbeschränkt“ führen. Die Gesellschafter beteiligen sich mit einem beliebigen Betrag. Im Gegenzug werden sie an dem Gewinn beteiligt. Vorteile sind unter anderem, dass die Haftung auf das Vermögen der Gesellschaft begrenzt ist und dass die Rechte der Gesellschafter individuell gestaltet werden können. Nachteile sind dagegen, dass es eine Pflicht zur Rücklagenbildung gibt sowie die notwendige notarielle Beglaubigung der Satzung der UG.

Eingetragene Genossenschaft

4

Der Laden kann auch als eine eingetragene Genossenschaft (e.G.) geführt werden. Es wird kein Mindestkapital benötigt. Zur Gründung werden mindestens 3 Mitglieder gebraucht. Zudem müssen mindestens zwei Vorstände sowie drei Aufsichtsräte bestimmt werden. Durch eine vertragliche Vereinbarung kann die Haftung auf das Vermögen der e.G. beschränkt werden. Für die Gründung und den fortlaufenden Betrieb besteht eine Prüfpflicht. Die Gründung einer e.G. kann bis zu neun Monate dauern. Weitere Nachteile sind die Gründungskosten aufgrund der Prüfpflicht sowie die laufenden Kosten für die Prüfung. Zusätzlich gibt es auch bei der e.G. die Pflicht zur Rücklagenbildung.

Gesellschaft mit beschränkter Haftung



Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) wird durch mindestens eine Person gegründet. Die Gesellschaft benötigt einen Gesellschaftsvertrag, welcher notariell beurkundet werden muss. Die GmbH wird anschließend in das Handelsregister eingetragen. Mindestens eine Person wird als Geschäftsführer ernannt. Das Mindestkapital beträgt 25.000 Euro.

Weitere Rechtsformen möglich



Zusätzlich zu den hier aufgeführten Rechtsformen gibt es noch weitere, welche möglicherweise in Frage kommen können, beispielsweise ein eingetragener Kaufmann (e.K.) oder eine gemeinnützige GmbH (gGmbH). Je nach Gegebenheit sollten diese ebenfalls in Betracht gezogen werden.

Kontaktstellen Existenzgründung



Organisation	Anschrift	Telefon	E-Mail
IHK – Regionalbüro Artern	Puschkinstraße 58, 06556 Artern	03631/9082-0	info@erfurt.ihk.de
IHK – Regionalbüro Mühlhausen	Felchtaer Landstraße 1, 99974 Mühlhausen	03601/4870-0	info@erfurt.ihk.de
IHK – Regionalbüro Nordhausen	Wallrothstraße 4, 99734 Nordhausen	0361/9082-0	info@erfurt.ihk.de
IHK – Regionalbüro Sondershausen	Markt 8, 99706 Sondershausen	03631/9082-0	info@erfurt.ihk.de
RKW Thüringen GmbH	Konrad-Zuse-Str. 15, 99099 Erfurt	0361/ 551-4325	info@rkw- thueringen.de
Thüringer Zentrum für Existenzgründung und Unternehmertum (ThEx)	Gorkistraße 9, 99084 Erfurt	08000/ 843933	enterprise@parisat.de oder finanzierung- enterprise@parisat.de

Betreiber akquirieren



Die Konzeptionierung, der Bau und der Betrieb von 24-Stundenmärkten kann auch an externe Dienstleister übertragen werden. Zurzeit bieten einige Anbieter wie Tante M oder Tante Ensos diese Lösung an. Hierfür werden persönliche Beratungsgespräche oder Online-Bewerbungs-Formulare von den Betreibern bereitgestellt. Derartige Angebote sind in der Regel zunächst kostenlos, weil die betreffenden Unternehmen im Falle eines Vertragsabschlusses bzw. der Einrichtung eines Marktes profitieren.

Anforderungen der Anbieter prüfen



Je nach Betreiberform des 24-Stundenmarktes werden bestimmte Anforderungen der Anbieter gestellt. Ein Kriterium ist beispielsweise eine ausreichende Einwohnerzahl im Ort bzw. der fußläufig erreichbaren Bevölkerung. Diese Zahlen schwanken zwischen mindestens 500 und 1.500 Einwohnern. So soll sichergestellt werden, dass die lokale Kaufkraft ausreicht, um den Laden wirtschaftlich betreiben zu können. Auch der Verkauf von einer bestimmten Anzahl an Genossenschaftsanteilen kann eine Voraussetzung sein. Wenn nicht genügend Einwohner Anteile kaufen, wird der Laden in der Gemeinde nicht umgesetzt

Kontakt zu möglichen Anbietern



Organisation/ Unternehmen	Anschrift	Telefon	E-Mail
Herr Anton I Hensing GmbH	Gutenbergstraße 34, 48282 Emsdetten	02572/ 962300	anfragen@ automatisch-dh.de
IO Markt I A & R Gastromanagement GmbH	Friedrich-Ebert-Str. 2b 99734 Nordhausen	03631/ 4002 407	info@iomarkt.de
tegut...theo I tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG	Gerloser Weg 72, 36039 Fulda	0800/0002233	info@tegut.com
Tante Ensos I ENSO eCommerce GmbH	An der Reeperbahn 6, 28217 Bremen	0421/9896730	info@myenso.de
Tante-M I Chrisma GmbH	Friedrichstr. 3, 72124 Pliezhausen	0712/9709270	info@ tante-m.shop

Finanzierung prüfen



Nach Wahl der geeigneten Rechtsform ist es notwendig die Finanzierung und mögliche Förderprogramme für die Errichtung von 24-Stundenmärkten (siehe Potenzialstudie Kapitel 6, S. 49ff.) zu prüfen. Hier können deutlich Kosten eingespart werden.

Möglichkeiten der Finanzierung:

- Förderprogramme
- Kredit/ Darlehn
- Crowdfunding
- Investoren
- Eigenfinanzierung durch (Genossenschafts-) Anteilsverkauf

Kontakt Förderung



Organisation	Anschrift	Telefon	E-Mail
Thüringer Landesamt für Landwirtschaft und Ländlichen Raum	Am Burgblick 23 07646 Stadtroda	0361/ 574062-999	laendlicherraum@ tllr.thueringen.de
Thüringer Landesverwaltungsamt Ansprechpartner: Stephan Höpfner	Weimarerische Straße 45/46, 99099 Erfurt	0361/2223-0	stephan.hoepfner@ tlvwa.thueringen.de
Thüringer Wirtschaftsministerium Referat 33 – Gründung, Kapitalbeteiligungsfond	Max-Reger-Str. 4- 8, 99096 Erfurt		R33@tmwwdg. thueringen.de
Thüringer Aufbaubank	Gorkistraße 9, 99084 Erfurt	0361/7447-0	info@aufbaubank.de
LEADER-Management RAG Kyffhäuser	Mainzerhofstr. 12, 99084 Erfurt	0361/ 5603-236	leader@ kyffhaeuser.de
LEADER-Management RAG Südharz	Uthleber Straße 24, 99734 Nordhausen	03631/ 496158	info@ rag-suedharz.de
LEADER-Management RAG Unstrut-Hainich	Dammstraße 22, 99998 Körner	0163/ 5055202	mail@leader unstruthainich.de

Umsetzungsphase

Standort wählen



Die Lage im Ort sollte möglichst zentral sein, damit evtl. Kopplungseffekte mit anderen Einrichtungen (wie beispielsweise Kindergarten, Bank, Kirche, Arzt) wirken können. Außerdem sollte der Laden an einer Hauptverkehrsachse liegen, um die Aufmerksamkeit auch bei Vorbeifahrenden auf den Laden zu lenken und Spontankäufer anzusprechen. Weiterhin sollten ausreichend Parkplätze zur Verfügung stehen und die Belieferung mit dem LKW muss möglich sein. Hinweisschilder können auf den Laden aufmerksam machen. Darüber hinaus muss das Grundstück über eine Breitbandverbindung verfügen, da beispielsweise für bargeldlose Bezahlungen eine stabile Internetverbindung obligatorisch ist.

Geeignete Immobilie finden



Je nach Marktkonzept und Situation wird eine neue Immobilie gebaut oder im Bestand umgebaut. Daher ist entweder eine freie Fläche oder ein geeignetes Gebäude nötig. In der Immobilie sollte ausreichend Platz für den Verkaufsraum und für das Lager vorhanden sein. Die Größe des Marktes unterscheidet sich bei den Betreibern. Hier schwankt die benötigte Flächenzahl zwischen 70 und 170 m² Verkaufsfläche.

Zusatzangebote schaffen



In Abstimmung mit der Bevölkerung vor Ort können Zusatzangebote, wie Paketboxen, Car-Sharing oder E-Ladesäulen, zur Erhöhung der Kundenfrequenz im Markt entwickelt werden. So werden neben der Nahversorgung weitere Bedarfe der lokalen Bevölkerung abgedeckt, die Dorfstruktur gestärkt und der Ort belebt. So kann der 24-Stundenmarkt beispielsweise als Treffpunkt für die Bevölkerung dienen. Mögliche Zusatzangebote werden in der Potenzialstudie zur Sicherung der Nahversorgung durch 24-Stundenmärkte in Nordthüringen im Kapitel 3.3, S.25 ff. genauer erläutert.

Regionale Betriebe befragen



Um ein möglichst regionales Sortiment im 24-Stundenmarkt anzubieten, sollte eine Umfrage von umliegenden landwirtschaftlichen Betrieben erfolgen, ob sie Produkte für den Verkauf anbieten könnten. Hierbei sollte u. a. abgefragt werden, welche Produkte die Landwirte in welchen Mengen und wie häufig anbieten können. Zusätzlich sollte die Bereitschaft zur Lieferung ermittelt werden.

Lieferkonditionen aushandeln



Da die Belieferung von einzelnen Märkten relativ kostenintensiv ist, könnten durch eine gemeinsame Belieferung mit umliegenden Märkten Kosten eingespart werden. Wenn nur ein Markt beliefert wird und dieser nur kleine Mengen abnimmt, sind die Lieferkosten pro Produkt höher, wodurch auch die Preise für den Endkunden steigen.



Kontakt

Regionalmanagement Nordthüringen
Landratsamt Kyffhäuserkreis
Markt 8
99706 Sondershausen
reg.management@kyffhaeuser.de
perspektive-nordthueringen.de

CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH
Rühmkorffstraße 1
30163 Hannover
regionalwirtschaft@cima.de

Stand: 31. März 2023

Bildquelle Deckblatt: Pixabay