

Bürgerinitiative Sterzwinkel

Einzelhandelskonzept für Hirschberg-Großsachsen

1. Einleitung

Das vorliegende Papier stützt sich auf Gespräche mit den Bürgern Hirschbergs und vielen Experten, die sich mit dem Thema Einzelhandel beruflich und fachlich auseinandersetzen (ehemalige Führungskräfte von namhaften Einzelhandelskonzernen, Unternehmensberatungen mit Schwerpunkt-kompetenz Einzelhandel, Unternehmer aus dem Lebensmitteleinzelhandel).

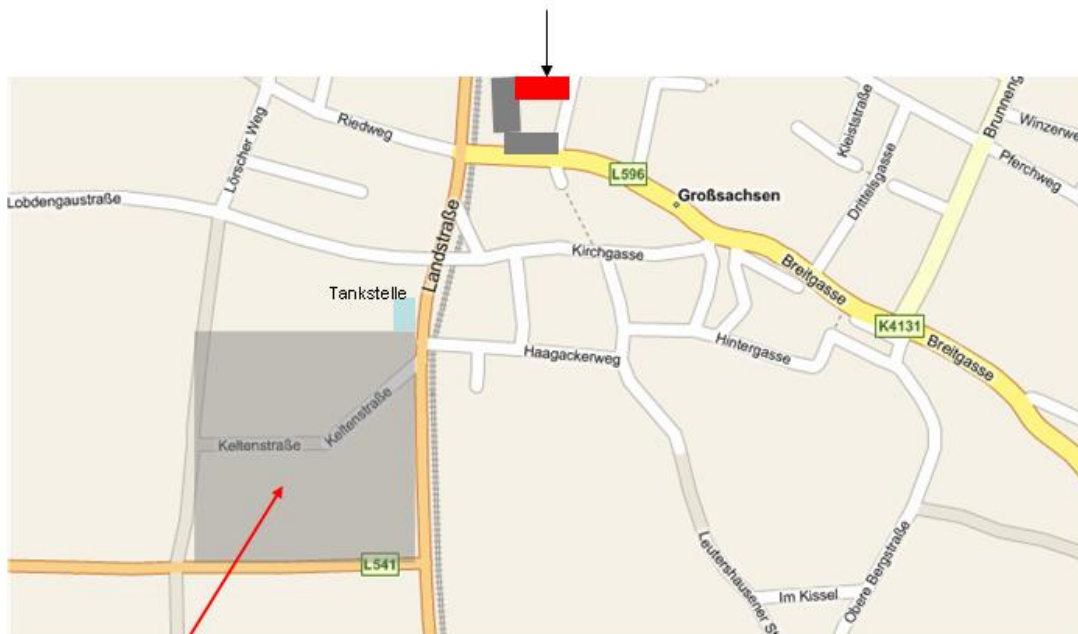
Tatsache ist, dass sich die Bürgerinnen und Bürger in Großsachsen einen Lebensmitteleinzelhandelsmarkt in der Ortsmitte Großsachsen wünschen. Allein die demographische Entwicklung (wachsende Altersbevölkerung) aber auch auf der Tatsache, dass ein Markt im Ortskern einfach praktischer ist (so können z.B. Eltern, welche ihre Kinder in den Kindergarten bringen, auf dem Rückweg besser an einem Markt einkaufen; Kinder können zum Einkaufen geschickt werden, ohne die Angst zu haben, dass diese eine immer stärker befahrene Bundesstrasse überqueren müssen, etc.) sprechen für einen Markt bei der Tabakfabrik. Ferner sollte sich Hirschberg unabhängig von externen Investoren machen, die meist nicht das Wohl der Gemeinde im Fokus haben und notfalls sogar Gebäude verwahrlosen oder leer stehen lassen, um ihrer Marktmacht ein Fundament zu geben.

2. Berechnungen

Die vorliegenden Berechnungen sind von Experten geprüft und als realistisch angesehen worden. Es ist aber nur eine erste Berechnung. Details ergeben sich aus den besonderen Gegebenheiten.

Möglicher Markt

- im Ort, daher für alte Leute, Kinder etc. gut erreichbar
- integrativ an einem kl. Marktplatz
- Hang, evtl. Parkplätze auf Dach oder anliegend



Sterzwinkel

Die Idee:

Gründung einer Genossenschaft oder ähnlichen Institution. Die Gemeinde kauft Anteile und die Bürger ebenso (wie viele Anteile jeder Bürger kauft bleibt ihm überlassen). Auch Investoren können Anteile kaufen. Es gibt verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten, hier sind z.B. 2 Varianten genannt:

Variante I: 100% Finanzierung über Gemeinde und Investoren/Bürger

Variante II: 50% Finanzierung über Gemeinde und Investoren/Bürger, 50% Fremdfinanzierung

Der Markt zahlt einen moderaten Mietzins an die Genossenschaft, welcher diesen in Variante I als Verzinsung an die Investoren weitergibt bzw. in Variante II auch zur Tilgung des Kredites genutzt wird.

Die Anteilseigner sind unabhängig und können einen Markt ihres Bedarfs entrichten. Dieser hat das primäre Ziel, ein Nahversorger zu sein und keine zusätzliche Konkurrenz zu den bereits existierenden Geschäften aufzubauen. Damit können alle langfristig existieren. Zusätzlich sollte dieser Markt einen hohen Anteil an heimischen (Demeter-) Produkten im Sortiment integrieren, so dass auch die umliegenden Bauern mit ihren Waren eine reale Chance zum Verkauf Ihres Sortiments haben.

Die Größe des Marktes sollte so gewählt werden, dass dieser in keiner Konkurrenz zu den umliegenden Märkten (z.B. in Leutershausen) steht und damit kein Verdrängungswettbewerb entsteht. Es werden max. 800m² für ausreichend angesehen.

Der ideale Standort ist im Umfeld der alten Tabakfabrik. Hier kann sich durch Ansiedlung eines Marktes ein interessanter Ortsmittelpunkt entwickeln. Es gibt dort schon einen Getränkemarkt und einen „Bauernladen“. Der Markt wäre dazu eine ideale Ergänzung und er wäre auch ohne PKW erreichbar. Eine weitere Idee wäre, die heimischen Bäcker und Metzger zu fragen, ob diese nicht im Markt auch ihre Produkte verkaufen würden. Somit entsteht keine zusätzliche Konkurrenz und ein harmonisches Miteinander ohne die Gefahr von externen Investoren, die langfristig nicht das Wohl von Großsachsen im Fokus haben. Das Konzept setzt voraus, dass der geplante Markt im Sterzwinkel verworfen wird.

Der Vorteil:

Keiner verliert etwas, denn der Genossenschafts-Anteil wird ja verzinst (ähnlich einer Spareinlage), d.h. alle (Gemeinde und Bürger und Investoren) investieren in einen Markt-Bau. Aus dem Mietaufwand des Marktes wird die Rendite für die Anteilseigner bzw. die Zinsen zur Tilgung des Kredites bezahlt. Es ist eine Investition in die Zukunft. Ferner wird keine zusätzliche fruchtbare Fläche verbraucht.

Das Modell funktioniert natürlich nur so lange, wie der Markt existieren kann. Bei keinem oder zu geringem Umsatz wird der Betreiber seinen Mietverpflichtungen nicht nachkommen können bzw. aufgeben müssen. Da aber die Gemeinde und die Bürger ein Interesse haben, dass ein Nahversorger im Ortskern existieren kann, werden diese auch dort einkaufen. Damit ist es auch zu vereinbaren, dass die Verzinsung der Anteile gering ist (ähnlich der einer Spareinlage), um den Betreiber des Marktes zu unterstützen. Es ist quasi ein „Geben und Nehmen“. Niedrige Mietaufwendungen für den Betreiber bzw. geringe Verzinsung für die Anteilseigner aber dafür einen Markt in der Ortsmitte mit einem Warensortiment, das auf die Wünsche der Bürger abgestimmt ist.

Das bedeutet, dass alle Bürger in Großsachsen (insbesondere die, welche Anteile besitzen) ein Interesse haben, dass der Markt gut funktioniert (und daher kaufen auch alle dort ein), denn sonst ist zwar das Geld nicht verloren, aber es gibt zumindest keine Zinsen. Gleichzeitig können sie als Anteilseigner auch Einfluß auf das Sortiment nehmen. Der Markt kann wesentlich flexibler auf die Bedürfnisse und Sortimentwünsche im Ort reagieren, da er nicht an Konzernvorgaben einer fernen Zentrale gebunden ist.

Die Finanzierung bzw. das Konzept muss von Experten den individuellen Bedürfnissen des Investment angepasst werden. Möglich sind viele Varianten (von der 100% Eigenkapitalfinanzierung bis zur 50% Fremdfinanzierung, usw.).

Markt Alte Tabakfabrik

Idee

Neben der Tabakfabrik wird ein Markt errichtet.
Finanzierung über eine Genossenschaft o.ä.

Genossenschaft mit 5.000 Anteilen a 500 €
Gesamtinvestitionsvolumen für den Markt 2.500.000 €

Anteilseigener bzw. Käufer der Anteile

2.000 Anteile kauft die Gemeinde Hirschberg
-> 1.000.000,00 € Invest
3.000 Anteile kaufen Bürger von Hirschberg oder Interessenten (Investoren)
-> 1.500.000,00 € Invest

Verzinsung der Anteile mit 3,5%

Jährliche Gesamtrendite der Genossenschaft (= Mietaufwand des Marktes) 87.500 € p.a.

-> 7.292 € mtl. Mietaufwand des Marktes
-> 9,11 € pro m² Miete mtl. für den Markt

Annahmen für den Markt

Größe des Marktes 800 m²
Ausgaben pro Person im Markt pro Monat 160 €
Personen, die pro Monat im Markt einkaufen 1.583
Personen, die pro Woche im Markt einkaufen 396
Personen, die pro Tag im Markt einkaufen 66

Ergebnisrechnung des Marktes

		in % vom Umsatz
Umsatz Markt	3.040.000 €	100,0%
Wareneinsatz	-2.432.000 €	-80,0%
<u>Kosten</u>		
Personal	-364.800 €	-12,0%
Miete	-87.500 €	-2,9%
Sonstige	-60.000 €	-2,0%
Ergebnis	95.700 €	3,1%

3. Anlagen

a. Informationen

Rundschau für den Lebensmittelhandel Nr. 04 vom 01.04.2007 Seite 020

Markant Nah & Frisch in Steißlingen - Reformhaus der Ortsmitte

Der neu gestaltete Markant-Markt in Steißlingen am Bodensee setzt Akzente mit regionalen Artikeln sowie Demeter- und Fair-Trade-Produkten. Das Konzept ist nicht nur der ganze Stolz von Inhaber Marcus Böhme. Auch für seinen Partner, die Unternehmensgruppe Okle, handelt es sich um den Nahversorger der Zukunft.

Nähe ist beim neuen Markant Nah & Frisch in Steißlingen kein Zufall. Sie gehört zum Konzept. Der klassische Nahversorger im Zentrum der idyllischen Gemeinde (4.500 Einwohner) bei Singen versteht sich als Reformhaus der Ortsmitte. Das heißt konkret: Das Angebot besteht einerseits aus konventionellen Artikeln, andererseits gibt es einen starken Anteil an regionalen Produkten und eine deutliche Betonung des Biosegments. Marcus Böhme, ehemaliger Filialleiter und seit Anfang diesen Jahres selbstständiger Inhaber des Marktes, nennt die Zahlen: "Wir haben auf 750 Quadratmetern 8.900 Artikel. Davon kommen 980 aus der Region. Und unter unseren 450 Bio-Produkten erreichen 50 Demeter-Qualität."

Strenge Demeter-Zertifizierung

Der neue Markttyp wurde von der Singener Großhandels-Gruppe Okle in Zusammenarbeit mit der Markant entwickelt. Mario Grabner von der Okle-Geschäftsleitung erklärt: "Wir sind die erste Großhandlung im Land Baden-Württemberg, die sowohl konventionelle als auch ein volles Sortiment an Demeter-Produkten bieten kann." Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit dem Demeter-Bund ist freilich eine strenge Zertifizierung, die nicht nur für den Großhändler, sondern auch für den belieferten Einzelhändler gilt. Der Steißlinger Markt ist seit Dezember 2006 als Qualifizierter Händler (QoH) zertifiziert. Für Marktchef Böhme ein wichtiger Schritt: "Jeder unserer Mitarbeiter hat dafür eine entsprechende Schulung absolviert." Die Unterstützung des biologisch-dynamischen Landwirtschaftskonzeptes von Demeter ist für Okle eine logische Konsequenz aus der durch zahlreiche Lebensmittelskandale verursachten Verunsicherung beim Verbraucher. Mario Grabner: "Demeter-Qualität ist in Zeiten großer Versprechungen und geringer Sicherheit ein stabiles Fundament." Diese Überzeugung wird auch im Markt mit Flyern, Regalschildern und Plakaten dem Kunden vermittelt. Für Grabner ein wichtiger Punkt. Er sagt: "Die Kommunikation am Artikel wird in Zukunft immer größere Bedeutung erlangen."

Doch auf die hohe Qualität der Ware will man sich nicht ausschließlich verlassen. Deshalb wurde mit dem neuen Warenkonzept auch ein neues Raumkonzept umgesetzt: Hohe Regale im Blickfeld des eintretenden Kunden mussten einer vergrößerten Obst- und Gemüse-Fläche und Aktions-Angeboten weichen. Wurst und Käse gibt es in Bedienung, Fleisch und Frischfisch nur noch abgepackt. Marktinhaber Böhme: "Unser Fleisch garantiert höchste Qualität und hat im Gegensatz zu Fleisch aus der Bedien-Theke ein MHD, das dem Verbraucher zusätzliche Sicherheit gibt."

Durchdachte Beleuchtungstechnik

Bemerkenswert ist auch die Beleuchtungstechnik. Während im Großteil des Marktes warmes Licht dominiert, setzt sich die Getränkeabteilung, von Weitem sichtbar, durch kälteres Licht ab. Ein großes TK-Angebot, Convenience-Inseln und eine umfangreiche Weinabteilung auf abgegrenztem Holzfußboden runden den Markt ab.

Trotz aller Neuerungen hat der 30-jährige Marktleiter Böhme den vielleicht wichtigsten Punkt eines Nahversorgers nicht vergessen: "Natürlichkeit und Hilfsbereitschaft im Umgang mit dem Kunden stehen bei uns an erster Stelle."

Marktdaten:

Anschrift: Singener Str. 42, 78256 Steißlingen

Telefon: 077387175

Inhaber: Marcus Böhme
Mitarbeiter : 12
Verkaufsfläche:
750 m2
Öffnungszeiten: Mo. bis Fr. 8 bis 20 Uhr; Sa. 8 bis 18 Uhr
Anzahl der Kassen: 3
Ladenausstattung(Auswahl): Ladenbau: Ligneus Kühltechnik: AHTP/KS
Regalsystem: TEGO Leuchttechnik: BÄRO Waagen: Mettler Einkaufswagen: Wanzl
Überwachung: GE Leerguttechnik: Tomra
Jahresumsatz: 3,5 Mio. Plan
Artikel: 8.900 davon ca. 450 Bio, 50 Demeter, 980 Regional

b. Weitere Links im Internet

Die Markant-Gruppe bietet verschiedene Konzepte an:

http://www.nahversorgeroffensive.de/index.cfm?nvo_modul=konzepte

- Markant Nah & Frisch
- IK-Ihr Kaufmann (Konzept vor allem für Standorte mit 2000 – 5000 Einwohnern)
- Um's Eck <http://ums-eck.de/index.php?id=485>

Tegut nah & gut <http://www.tegut.com/ueberuns/marktliste.php>

Rewe Nahkauf <http://www.nahkauf.de/index.htm>

Elli nebenan (Lüning GmbH & Co. KG) <http://www.elli-frischmarkt.de/index.php>

Bürgerinitiative Sterzwinkel

Internet www.sterzwinkel.de

Email info@sterzwinkel.de