

## Situation / Perspektive

Die Lage der Dorfläden hat sich im Laufe des Jahres 2023 **nochmals zunehmend angespannt**. Für fast 60% der teilgenommenen Dorfläden hat sich die wirtschaftliche Situation in den vergangenen 12 Monaten verschlechtert. **Ca. die Hälfte** der Läden bewertet die aktuelle Lage als **nicht mehr zufriedenstellend** und stuft die Perspektiven größtenteils bereits kurzfristig als kritisch ein (im Herbst 2022 lag dieser Anteilswert bei ca. 40%). Lediglich jeder fünfte Dorfladen sieht sich gut für die Zukunft aufgestellt.

Grundsätzlich betrifft diese Entwicklung alle Arten von Dorfläden, wobei die Gesamtbewertung der Lage bei den bürgerschaftlich organisierten Dorfläden sowie bei neueren Ladenprojekten mit Eröffnung in den vergangenen 10 Jahren etwas positiver ausfällt.

## Entwicklungstreiber / Maßnahmen

Primäre Ursache für die negativen Entwicklungen sind die teils massiven **Steigerungen der laufenden Betriebskosten**. Die Erhöhung des Mindestlohns sowie die Energiekostensteigerungen hatten jeweils für ca. 40% der Dorfläden sehr starke Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit des Betriebs, weitere 30% der Läden bezeichnen diese als merklich.

Zu den häufigsten ergriffenen Maßnahmen, um die Kostensteigerungen abzufedern, zählen die **Reduzierung der Öffnungszeiten** sowie der vermehrte Einsatz von **ehrenamtlichen Helfern** bei bürgerschaftlichen Läden. Private Betreiber sahen sich gezwungen, Personal abzubauen und die entsprechenden Stunden durch **eigenen Mehreinsatz** zu erbringen.

Einige Dorfläden stellten darüber hinaus die **internen Strukturen und Abläufe** auf den Prüfstand, um diese effizienter auszurichten. In diesem Zusammenhang wurde in einigen Läden kürzlich zudem auf ein **neues, modernes (POS-/PC-) Kassensystem** umgestellt, um den Personalaufwand durch eine verstärkte Digitalisierung der Prozesse zu reduzieren. *Mehr als 40% der Läden verwenden immer noch eine elektronische Registrierkasse, sodass in diesem Bereich noch erhebliche Potenziale bestehen.*

Zur Kompensation der Energiekostensteigerung ergriffen ca. die Hälfte der Läden Maßnahmen zur **Reduzierung des Verbrauchs**. Neben dem **Austausch** von älteren Geräten oder der **Nachrüstung** mit energiesparenden Vorrichtungen (z.B. Abdeckungen bei offenen Kühleinheiten) lag hier der Fokus ebenso auf **sortimentsbezogenen Maßnahmen** zur Verkleinerung der Kühlfläche und Abschaltung einzelner Geräte (z.B. durch bessere Auslastung der Kühlgeräte und eine zweckmäßige Ausdünnung des Tiefkühlsortiments). Vereinzelt wurde zusätzlich das Heizverhalten angepasst sowie die Möglichkeiten **alternativer Stromanbieter** geprüft (bis hin zum Einsatz einer Solaranlage).

Für jeden vierten Laden verschärfte sich die Situation darüber hinaus erheblich durch **Schwierigkeiten mit dem Großhändler**. Vor allem kleinere Läden mit geringerem Einkaufsvolumen sahen sich mit deutlichen Erhöhungen der Einkaufspreise konfrontiert (insbesondere bei EDEKA Foodservice). Zusätzlich beklagen fast zwei Drittel der von einem Großhändler belieferten Dorfläden mangelnde Verfügbarkeit von Produkten (insbesondere im Frischebereich, z.B. Molkereiprodukte), Lieferausfälle oder fehlerhafte Lieferungen.

Die betroffenen Dorfläden prüften **Beschaffungsalternativen**, um die Abhängigkeit vom Großhändler zu reduzieren und die Einkaufskonditionen zu verbessern. Gespräche mit dem bestehenden Lieferanten, um auf die Preiserhöhungen einzuwirken, zeigten keine Erfolge, sodass (dort wo möglich) ein **Anbieterwechsel** erfolgte oder die Waren fortan **eigenständig beschafft** werden – zum Teil über individuelle Vereinbarungen mit lokal ansässigen LEH-Märkten sowie des stärkeren Bezugs von regionalen Erzeugern.

Der nach zunehmender Inflation befürchtete **Kundenrückgang** ist zwar für fast die Hälfte der Dorfläden erkennbar, wirkt sich aber nur bei 14% stärker aus. Die meisten – insbesondere bürgerschaftlichen – Dorfläden verzeichnen keinen Nachfragerückgang.

Um auf einen Kundenrückgang (teils auch präventiv) zu reagieren, standen für die Dorfläden **kommunikative Maßnahmen** (Werbung) im Vordergrund, um das Bewusstsein für den Dorfladen und dessen Vorzüge zu erhöhen. Dies geschah zum einen über zusätzliche **Veranstaltungen** (Feste, regelmäßige Aktionen, etc.), zum anderen auch in Verbindung mit ergänzenden Maßnahmen zur **Steigerung der Attraktivität des Sortiments**, z.B. auch durch die Aufnahme weiterer regionaler und biologisch erzeugter Produkte oder den Wechsel der zuliefernden Bäckerei oder Metzgerei.

Die mangelnde **Verfügbarkeit von Personal** und **ehrenamtlichen Helfern** schlägt im Vergleich zu den vorgenannten Aspekten weniger stark ins Gewicht, schränkt aber dennoch 25 – 30% der Läden merklich ein. Starke negative Auswirkungen diesbezüglich verzeichnen gut 10% der Befragungsteilnehmer.

Die Rekrutierungsmaßnahmen der betroffenen Dorfläden reichten über die traditionellen Wege (u.a. Printanzeigen in regionaler Presse, Agentur für Arbeit) bis hin zur Nutzung der verfügbaren **digitalen Medien / sozialer Netzwerke** sowie der Einbindung der Freiwilligenagentur. Waren die Anwerbungsversuche erfolglos, musste eine Reduzierung der Öffnungszeiten in Betracht gezogen werden.

*Die Ergebnisse basieren auf der Teilnahme von 42 rheinland-pfälzischen Dorfläden – davon 22 in bürgerschaftlicher Betreiberform (z.B. wirtschaftlicher Verein, eingetragene Genossenschaft) unter Einbezug von Ehrenamt.*