

Der Dorfladen

Ein Laden nach dem anderen hat in Roringen bei Göttingen dichtgemacht – die kleine Dorfgemeinschaft brachte einfach zu wenig Geld in die Kassen. Als der letzte Dienstleister geht, eröffnen die Roringen ihre eigenen Lebensmittelladen. Jetzt steht die Versorgung im Vordergrund, nicht mehr der Gewinn. Und – der Laden läuft

Auf dem Weg zum Dorfladen. Gerade die Älteren in Roringen nutzen das genossenschaftlich betriebene Geschäft. Das ist zwar teuer, spart jedoch den langen Weg in die Stadt.



Der Bürgermeister Albert Bornemann auf dem Weg zur Arbeit. Der Ortsrat unterstützte spontan und parteiübergreifend die Idee eines eigenen Ladens im Dorf.



Genossenschaften

Genossenschaften basieren auf den vier S: Selbsthilfe – solidarisch – selbstverwaltet und selbstverantwortlich. Sie bündeln die Kräfte zumeist mittelständischer Unternehmen, weil diese unter dem gemeinsamen Dach günstiger Material einkaufen oder ihre Produkte im Verbund erfolgreicher verkaufen können.

Fast jeder Landwirt, Gärtner und Winzer ist Mitglied einer oder mehrerer eingetragener Genossenschaften, ebenso über die Hälfte aller Handwerker, Bäcker, Metzger und Steuerberater. Auch 75 Prozent der Einzelhandelskäufe, zumeist Läden von EDEKA oder REWE, profitieren vom genossenschaftlichen Einkauf.

Kleine Dorfläden wie „Unser Laden“ in Roringen gründen sich gerne als eingetragener Verein; wenn sie etabliert sind, wechseln viele – wie etwa die Berliner Tageszeitung die „taz“ – zur Rechtsform der „eingetragenen Genossenschaft“ (e.G.). Insgesamt existieren in Deutschland rund 8 100 eingetragene Genossenschaften, die etwa 450 000 Mitarbeiter beschäftigen. 20 Millionen Bundesbürger sind Mitglied einer e.G., allein 15 Millionen als Kunden der 1639 Raiffeisen-Volksbanken und der Sparda-Banken, gefolgt von den knapp drei Millionen Mietern der 1982 Wohnungsbaugenossenschaften.

HANS WILLE

VON HANS WILLE (TEXT) UND
RALF MARO (FOTOS)

Im Grunde ist es so, als würde Marianne Bultmann in ihrer Küche stehen und bei sich selbst einkaufen. „Fünfunddreißig Null 5 eben“, sagt sie, bevor sie ihre Waren auf das Band an der Kasse legt. Marianne Bultmann, achtzig Jahre, gebückter Gang, leise Stimme, erledigt einen fast kompletten Wochenendeinkauf für 14,37 Euro. Vor allem Frisches verschwindet in ihrem braunen Beutel: Joghurt, Brot, Aufschnitt und Gemüse.

Marianne Bultmann ist Mitglied im Verein „Unser Laden“, dem das kleine Geschäft gehört. 35-07 lautet ihre Nummer, unter der die Scannerkasse all ihre Einkäufe verbucht. Ende des Jahres kassiert die Rentnerin drei Prozent ihrer Kaufsumme. Mitgliederbeitrag nennt sich das und funktioniert nach dem selben Prinzip wie die Rabattmarken der ehemaligen Konsumläden. „Der Laden ist ein Segen für mich“, sagt die alte Frau. „Er ist zwar nicht ganz billig, aber endlich kann ich wieder im Dorf einkaufen.“ Das war lange Zeit anders.

Die Geschichte des Ladens beginnt in den siebziger Jahren, als ein Supermarkt in das Tausend-Seelen-Dorf kommt und den altingesessenen Tante-Emma-Laden verdrängt. Dass der Große kurz darauf mangels Umsatz schließt, macht den Kleinen nicht wieder lebendig. Fortan müssen die Roringler mit Auto oder Bus den Berg hinab ins sieben Kilometer entfernte Göttingen zum Einkaufen fahren. Das ist besonders für Senioren und Hausfrauen schwierig. Nach und nach schließen alle anderen Geschäfte: Fleischer, Bäcker, Post und die Sparkasse schließt 1998. Die ganz normale Verödung des ländlichen Raumes also.

Jeder vierte Haushalt ist in der Genossenschaft

„Wenn uns die Wirtschaft allein lässt, machen wir uns halt selbstständig“, denkt sich Ingo Herbst. Unter dem Motto „Hilfe zur Selbsthilfe“ konzipiert der Betreiber eines Dritte-Welt-Ladens in Göttingen einen gemeinschaftlich betriebenen Einkaufsladen. „Wenn hundert Haushalte jeweils 300 Mark Einlage zahlen, reicht die Kapitaldecke für den Start eines selbstverwalteten Ladens in der leerstehenden Sparkassenfiliale“, rechnet er dem Ortsrat vor, der die Sache spontan und parteiübergreifend unterstützt. Auch die Resonanz unter den Bewohnern ist überwältigend. Im Dezember 1999 unterschreiben genau 101 Dorfbewohner ein Mitgliedsformular, fast jeder vierte Haushalt ist dabei. Das Abenteuer „Unser Laden“ kann beginnen.

Den Verein, mittlerweile auf 149 Mitglieder angewachsen, leiten vier ehrenamtliche Vorsitzende. Bernd Magerkurth ist einer von ihnen, Angestellter bei einer Krankenkasse. Seinkräftiger Händedruck und die aufgekrempelten Hemdsärmel weisen ihn als Macher aus. Seit dem Startschuss zum Projekt Dorfladen verhandelt er mit dem Architekten, dem Bauamt, dem Gewerbeaufsichtsamt und mit Lieferanten. Und er trotzt der Sparkasse einen günstigen Mietvertrag ab. Nebenbei analysiert er per Wunschzettel den Bedarf im Ort. Jeder Haushalt soll auf einem Fragebogen das gewünschte Warenangebot und die genehmen Öffnungszeiten notieren.

Nach acht Monaten ist alles in trockenen Tüchern, die Bauarbeiten beginnen. Es gibt Tage, an denen arbeiten über zwanzig Männer gleichzeitig in dem gut 100 Quadratmeter großen Ladenlokal – allesamt unentgeltlich. Alle Gewerke sind vertreten und jedes Alter. Selbst die Dorfjugend ist dabei. Draußen vor der Staubwolke wartet auf einer weißen Tischdecke stets ausreichend Verpflegung, gestiftet von Passanten. „Das war eine agile Zeit“, erinnert sich Bernd Magerkurth. „Da war richtig was los im Dorf.“ Nur drei Monate später ist feierliche Eröffnung.

Trotz strömenden Regens erscheinen an jenem Tag im November 2000 fast alle Bewohner des Dorfes. Neugierig drängen sie in den Laden. Sie sind überrascht von der professionellen Ladeneinrichtung – günstig aus Konkursmasse erstanden – und auch, dass die tiefen Metallregale fast leer sind. Nur die gängigsten Grundprodukte sind im Angebot, ansonsten stehen dort Aufsteller mit dem Hinweis: „Hier könnte das Produkt stehen, das Sie brauchen.“ Daneben liegen Stifte und Papier, das am Abend randvoll beschrieben ist.

Wer behauptet, er kauft nur hier, schwindelt

„Ich weiß doch nicht, welches der Lieblingsjoghurt meiner Nachbarn ist“, sagt Bernd Magerkurth. Der Name „Unser Laden“ sei sehr bewusst gewählt. Die Roringler sollten das Geschäft als ihr Ding begreifen, das sie selber gestalten können und auch müssen. Nur so könne das Konzept aufgehen, das auf drei Säulen basiert: Frisches, Vergessenes und Service. „Schnell verderbliche Produkte kauft jeder gerne täglich frisch“, erläutert Bernd Magerkurth. Und: „Wer beim Großeinkauf den Senf vergessen hat, fährt nicht noch mal in die Stadt, auch wenn er hier einen Groschen mehr bezahlt.“ Der Dorfladen hält dieselbe Produktpalette bereit wie die großen Konkurrenten, nur gibt es weniger Marken pro Artikel. „Unter Service verstehen wir den Verkauf von Telefonkarten und Briefmarken und auch die Annahme kaputter Schuhe“, die ein Schuster aus der Stadt holt und bringt. Anfangs sollten auf vielfachen Wunsch der Roringler frische Bioprodukte als vierte Säule den Laden tragen. Doch bald schon gammelte das ungespritzte Obst und Gemüse vor sich hin. Zu teuer, war die einhellige Meinung der Roringler. Jetzt bringt der Großhändler die herkömmlichen Vitaminträger, die auch gekauft werden.

Bernd Magerkurth ist kein Träumer. Er weiß, dass jeder Roringler auch in den Einkaufszentren und Supermärkten vor den Toren von Göttingen einkauft. „Wer behauptet, er kauft nur hier, der schwindelt.“ Das bestätigt auch Marianne Bultmann, die trotz ihrer achtzig Jahre gerne mit dem eigenen Auto an den Stadtrand zu den Einkaufsmärkten fährt. „Natürlich kaufe ich auch bei Real oder Aldi ein. Da merkt man dann auch, dass unser Laden nicht ganz billig ist.“ Vor allem lange Haltbares holt sie in großen Mengen unten in der Stadt. Der Laden auf dem Roringberg kann nicht so preiswert anbieten, schon weil der Großhändler, ein Spezialist für kleine Liefermengen, mehr verlangt als die Lieferanten von Ketten, die einen Tante-Emma-Laden niemals ansteuern würden. Logisch, dass Unser Laden höhere Preise als Aldi & Co verlangt: 1 Liter Vollmilch kostet 76 Cent, das halbe Pfund Butter 1,27 Euro und ein Kilo Bananen 1,84.



Dennoch nehmen die Roringler ihren Laden an. Auf der Magnetwand am Ladeneingang veröffentlicht Bernd Magerkurth die aktuellen Umsatzzahlen. „Wir müssen so offen sein, weil wir mit dem Geld der Mitglieder hantieren.“ Das Soll von 500 Euro pro Tag wird mittlerweile um 30 Prozent überschritten, Tendenz steigend. Er ist erleichtert, dass sich die Kalkulation nach 24 Monaten als realistisch erweist. „Wir hatten doch keine Ahnung vom Lebensmittelhandel“, sagt er. „Lagerhaltung, Bestellung, Preisgestaltung – alles mussten wir uns selber beibringen.“ Eine salzige Stromnachzahlung hätte beinahe Anfang des Jahres das Aus für den Laden bedeutet. 5000 Euro und keine Rücklagen! Die Vereinsmitglieder legten zusammen – und wurden aus dem Scharadenklug. Das stromfressende Kühlregal, offen und veraltet, tauschten sie gegen eine neue Estrube ein. Bernd Magerkurth hofft auf mehr Umsatz von jenen Dorfbewohnern, die nicht dem Verein beigetreten sind. Bisher bringen sie nur ein Drittel des Umsatzes. Hier schlummert noch Potenzial.

Der Laden hat sich zu einem lebendigen Dorfmittelpunkt entwickelt. Hier trifft man sich und schwätzt auf der Bank vor dem Eingang. Auf der Pinwand werben eine Krabbelgruppe und der Turnverein um Mitglieder, eine Putzhilfe sucht Arbeit. Und die Kinder vernaschen hier ihr Taschengeld. Wenn ihre Beiden in der Schule und im Kindergarten sind, steht Andrea Koch im grünen Kittel im Laden. Die 29-jährige ist eine der sechs Teilzeitkräfte aus dem Ort, die durch den Laden einen 325-Euro-Job im Dorf gefunden haben. „Seitdem lerne ich viele Leute kennen, die früher grüßlos an mir vorbei gegangen sind“, sagt sie. Sie und Christina Schneider schmeißen den Laden am Vormittag, eine weitere Frau und drei Schüler decken die Nachmittage und den Samstag ab. Im Schnitt arbeitet jeder von ihnen zwölf Stunden pro Woche. Den Arbeitsplan stellen sie gemeinsam auf, alle drei Monate, beim Restaurantbesuch unten in der Stadt.

Mangelnde Rendite bedeutet nicht das Aus

Auch weil der Laden eine „gemeinschaftsfördernde Einrichtung“ ist, kauft Marianne Bultmann viel in dem kleinen Geschäft auf dem Roringberg. „Ein bisschen schlechtes Gewissen hab ich nämlich, wenn ich bei Aldi an der Kasse stehe“, gesteht die Seniorin, die ihren Einkauf zu Fuß die steile Straße hinauf nach Hause trägt. Andere Senioren lassen sich von Jugendlichen die bestellte Ware ins Haus liefern. Dennoch bleiben einige Roringler dem rollenden Supermarkt treu, der seit über zwanzig Jahren zweimal pro Woche vor das Haus fährt. Wer weiß, wie lange sich der Laden hält, denken sich wohl jene, die in den Siebzigern den Flopp des Supermarktes miterlebt haben.

Optimistischer ist da ausgerechnet der Großbäcker Leckerland, der vor einem Jahr einen Backautomaten gratis im Geschäft aufstellte und im Gegenzug die Rohbrötchen liefert. Die Investition dieses gewinnorientierten Lebensmittelkonzerns kommt einem Ritterschlag für den Dorfladen gleich. Offenbar glauben die Brötchenmacher an den Erfolg des kleinen Ladens, der keinen finanzstarken Konzern im Rücken hat. Vielleicht gerade deswegen. Denn hier gibt es keine abstrakte Vorstandsetage, die mangels Rendite den Daumen über dem Laden senken kann.