

Der multifunktionale MarktTreff: ein kooperatives Modell zur Sicherung der Nahversorgung

Ausgangslage

Überall in den ländlichen Regionen zeigt sich ein ähnliches Bild: kleine Lebensmittelläden und Dorfgasthöfe müssen schließen bzw. sind bereits verschwunden, Post und Geldinstitute ziehen ihre Filialen ab. Aktuelle Entwicklungen zeigen auch eine Gefährdung der medizinischen und der Bildungsangebote. Damit sinkt die Lebensqualität für die dörfliche Bevölkerung.

Das Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein hat Ende 1999 die Initiative ergriffen, dieser Entwicklung mit neuen Ideen zu begegnen. Gemeinsam mit Akteuren aus den Regionen und Verbänden wurde das Projekt „MarktTreff“ gestartet und seitdem ständig weiter entwickelt.

Strategische Erfolgsfaktoren

Basierend auf den langjährigen Erfahrungen, lassen sich einige strategische Erfolgsfaktoren für die Entwicklung und nachhaltige Sicherung von Nahversorgungsangeboten herausstellen:

1. Multifunktionaler Ansatz über das Drei-Säulen-Konzept

Das Konzept basiert auf der Bündelung von verschiedenen Angeboten und Funktionen, um eine nachhaltige Tragfähigkeit sicher zu stellen. Dies ist im **Drei-Säulen-Modell** verankert: „**Einkaufen / Kerngeschäft**“, „**Dienstleistungen**“ und „**Treffpunkt**“.

Kerngeschäft ist in der Regel ein Lebensmittelmarkt. Je nach Standortvoraussetzungen kann dies ein Vollsortimenter oder ein kleines Versorgungsangebot wie z. B. ein erweiterter Bäcker sein.

Zweite Säule ist der **Dienstleistungsbereich**. Hier gibt es eine breite Palette möglicher Angebote, aus denen jeder MarktTreff sein passendes Paket schnürt, zum Beispiel IT-Arbeitsplatz, Geld-Automat, Post, Arztpraxis, Gesundheitsdienstleistungen, Tourist-Info, Lotto/Toto, Bildungsangebote der VHS, Bücherei, Sozialstation usw.

Dritte Säule des MarktTreffs ist der **Treffpunkt**, der ebenfalls bedarfsgerecht ausgestaltet wird, zum Beispiel als Klönecke oder als Bürgertreff (in vielen MarktTreffs wird inzwischen ehrenamtlich ein regelmäßiger Mittagstisch für Schüler und Senioren organisiert).

2. Modell für eine neue Partnerschaft zwischen Kommune, Betreiber, BürgerInnen

MarktTreff basiert auf der engen **Partnerschaft** zwischen **Gemeinde, Betreiber und Bürgerschaft**. Jeder MarktTreff wird von der Gemeinde gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern entwickelt und auf die Bedürfnisse vor Ort zugeschnitten. Der Erfolg basiert auf Verantwortung der Kommune, Kompetenzen des Betreibers und starkem bürgerschaftlichen Engagement.

Eine Grundüberlegung des Landes Schleswig-Holstein bei der Initiierung des MarktTreff-Projektes war es, Anreize für Gemeinden zu schaffen, eine Mit-Verantwortung für die Sicherung der Nahversorgung im Dorf zu übernehmen. Es handelt sich um einen weichen Standortfaktor.

Jeder MarktTreff ist jedoch – neben allen gesellschaftlichen Aufgaben – auch ein Wirtschaftsunternehmen. Das Kerngeschäft wird in der Regel von einem selbständigen Betreiber geführt. Hohes persönliches Engagement des Betreibers / der Betreiberin zählt außer den unternehmerischen Kompetenzen zu den wesentlichen Erfolgskriterien.

3. Anschubförderung oder Markennutzungsübertragung

Anschubförderung: Möglich ist eine Anschubförderung der Investitions- und Entwicklungskosten aus Mitteln des ELER und der GAK. Die Entscheidung über die Förderung neuer MarktTreffs läuft seit 2009 über die Leader-AktivRegionen. Es kommen nur kommunale Zuwendungsempfänger in Betracht. Die Gemeinde verpachtet das Kerngeschäft meist an einen selbständigen Betreiber. Förderquote zurzeit: bis zu 55 Prozent der Netto-Investition. Betriebskosten werden nicht gefördert.

Fördervoraussetzungen:

- Gemeinde oder Ortsteil mit weniger als 2.500 Einwohnern
- maximale Größe des Lebensmittelkerngeschäfts liegt bei circa 350 qm
- keine Gefährdung bestehender Betriebe (Prüfung auf Wettbewerbsverträglichkeit)
- wirtschaftlich tragfähiges MarktTreff-Gesamtkonzept

Die Gemeinde muss als Zuwendungsempfängerin der Fördermittel sicherstellen, dass der Betrieb gemäß den Förderbestimmungen 12 Jahre lang aufrechterhalten wird. Es hat sich gezeigt, dass diese Vorgabe die Gemeinde motiviert, sich intensiv für die positive Entwicklung des MarktTreffs einzusetzen und damit stabile Rahmenbedingungen schafft.

Markennutzungsübertragung: Seit 2010 besteht die Möglichkeit einer Markennutzungsübertragung ohne Förderung. Inzwischen wurden vier MarktTreffs eröffnet, die keine Fördermittel erhalten haben, jedoch in die „MarktTreff-Familie“ aufgenommen werden wollten, da die Marke offensichtlich sehr attraktiv geworden ist. Zentrale Voraussetzung für die Markennutzungsübertragung ist die Umsetzung des Drei-Säulen-Modells. Das Nutzungsrecht der Marke vergibt das Land an die Gemeinde und berechtigt diese, einen Markennutzungsvertrag mit dem Betreiber abzuschließen.

4. Vernetzung und Kooperation auf Dorf- und auf Landesebene

Ein zentraler Erfolgsfaktor ist die starke örtliche Verankerung – jeder MarktTreff braucht eine **breite Akzeptanz im Dorf**, um auch Krisenzeiten erfolgreich zu meistern.

Landesweit sind die einzelnen MarktTreff-Standorte durch regelmäßige **Erfahrungsaustausch-Treffen** und persönlichen Kontakt eng vernetzt und unterstützen einander.

Auf Landesebene ist die Bildung einer **landesweiten Marke MarktTreff** als wichtiger Erfolgsfaktor zu werten. Inzwischen erfährt MarktTreff eine breite Unterstützung durch die Medien, insbesondere durch den sh:z-Verlag.

Durch die landesweite Öffentlichkeitsarbeit ist es auch gelungen, die großen Lieferanten coop, Bartels-Langness und EDEKA als Partner der MarktTreffs zu gewinnen. Einige der Lieferanten haben den multifunktionalen Ansatz z. T. in ihre eigenen Kleinflächenkonzepte übernommen.

Das Projekt wird von zahlreichen landesweiten Verbänden aus dem Sozial-, Kultur- und Wirtschaftsbereich im Rahmen eines **landesweiten MarktTreff-Beirates** begleitet. Offizielle MarktTreff-Partner sind z. B. Akademie für die Ländlichen Räume, AWO, Bauernverband, Deutsches Rotes Kreuz, Diakonisches Werk, Einzelhandelsverband, IHK, Kassenärztliche Vereinigung, Landesfeuerwehrverband, LandFrauenVerband, Landjugendverband, Landessportverband, Landesverband der Volkshochschulen, Evangelisch-Lutherische Kirche in Norddeutschland, Heimatbund. Medienpartner sind der sh:z-Verlag und das Bauernblatt.

Status quo

29 MarktTreff-Standorte sind seit 1999 realisiert worden. Weitere ca. 13 sind in der Planung. Bis Ende 2013 ist eine Eröffnung von bis zu 4 neuen MarktTreffs realistisch.

Noch kein Standort musste bis heute geschlossen werden. Fast alle Standorte haben sich wirtschaftlich stabilisiert. Krisensituationen einzelner Standorte wurden bisher immer gelöst – zum Teil durch Wechsel des Betreibers oder / und durch konzeptionelle Änderungen. Das multifunktionale Gesamtkonzept der drei Säulen wird immer besser verwirklicht.

Perspektiven

MarktTreff wird **als lernendes Projekt** verstanden: das Konzept wird ständig weiter entwickelt und an neue Rahmenbedingungen angepasst. Die Bündelung vielfältiger Angebote unter einem Dach und die Partnerschaft von Gemeinde, Betreiber, Bürgerinnen und Bürgern ermöglichen es, in kleinen Dörfern wieder attraktive Versorgungsangebote zu schaffen. Neben dem **Thema Gesundheitsversorgung** wird auch das **Thema Bildung** stärker in den Fokus gerückt.

Bei den neuen MarktTreffs hat sich gezeigt, **dass MarktTreffs noch stärker zu Motoren einer zukunftsorientierten Dorf-Innenentwicklung** werden können, die Antworten auf den demografischen Wandel geben. Es entsteht ein neues Dorfzentrum mit vielfältigen Versorgungsangeboten – und dies ist eine Basis, um neue Wohnformen zu schaffen, z. B. für Senioren.

Ab 2013 sollen **innovative Formen der Finanzierung und Trägerschaft (z. B. Genossenschaften, Bürgergemeinschaften)** für den Betrieb entwickelt und erprobt werden.

Ansprechpartnerin MELUR SH: Christina Pfeiffer, Tel. 0431-988-5078 / christina.pfeiffer@melur.landsh.de