MarktTreff -

Lebendige Marktplätze im ländlichen Raum





Das Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung des Landes Schleswig-Holstein hat das Projekt MarktTreff erfolgreich initiiert und begleitet die Umsetzung. Es wird gefördert durch den europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER), die Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz (GAK) und das Land Schleswig-Holstein.











Konzept und Realisation ews group gmbh, Lübeck

Stand: Februar 2021

Auf Grund der besseren Lesbarkeit wird in in diesem Handbuch der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.



Inhalt 3

Alles auf einen Blick

1.	Allgemein	. 4
1.1	MarktTreff heißt Nahversorgung	. 4
1.2	Eine wachsende Familie	. 5
1.3	Ein starkes Team für Sie	. 6
2.	Das MarktTreff-Konzept	. 8
2.1	Drei Säulen führen zum Erfolg	. 8
2.2	Das Kerngeschäft	10
2.3	Die Dienstleistungen	12
2.4	Der Treffbereich	14
3.	Finanzierung und Trägerschaft	16
3.1	Finanzierung und Förderung	
3.2	Trägerschaft und Betriebsformen	
3.3	Übertragung der MarktTreff-Markennutzungsrechte	
4.	Der Weg zum MarktTreff	19
4.1	Informationsphase	19
4.2	Planungsphase	20
4.3	Realisierungsphase	21
4.4	Ablaufmodelle	22
5.	Betrieb	24
5.1	Beratung der MarktTreffs vor Ort	24
5.2	Regelmäßiger Erfahrungsaustausch	
5.3	Förderfähige Unterstützung	
6.	Wirtschaftspartner und Beirat	27



1.1 MarktTreff heißt Nahversorgung

Auf dem Land leben in Schleswig-Holstein – dafür gibt es viele gute Gründe. Einer davon ist MarktTreff – ein innovatives Modell zur Sicherung der Nahversorgung. Mit diesem Projekt trägt die Landesregierung dazu bei, die Lebensqualität im ländlichen Raum weiter zu verbessern.

In vielen Dörfern sind Kaufmannsladen, Bäcker und Gasthof in ihrer Existenz bedroht oder längst verschwunden. Damit gehen Lebensqualität, Arbeitsplätze und Treffpunkte verloren. Aus diesem Grund hat die Landesregierung Schleswig-Holstein gemeinsam mit engagierten Akteuren aus den Regionen, aus Wirtschaft, Verbänden und Gesellschaft das Projekt MarktTreff entwickelt:

MarktTreff sichert die Nahversorgung, schafft Arbeitsplätze, stärkt die Dorfgemeinschaft und bündelt vielfältige Angebote unter einem Dach. Hier wird eingekauft. Hier entwickeln sich Bildungs- und Gesundheitsangebote. Hier begegnen sich Jung und Alt. Hier informieren sich Menschen. Hier gehen sie ihren Freizeitaktivitäten nach. Die Angebotsschwerpunkte in den einzelnen MarktTreffs sind dabei sehr unterschiedlich. Eines ist jedoch allen MarktTreffs gemeinsam: Möglichst viele Produkte, Services und Angebote sind hier zusammengefasst. Dadurch soll sich der MarktTreff wirtschaftlich langfristig tragen können.

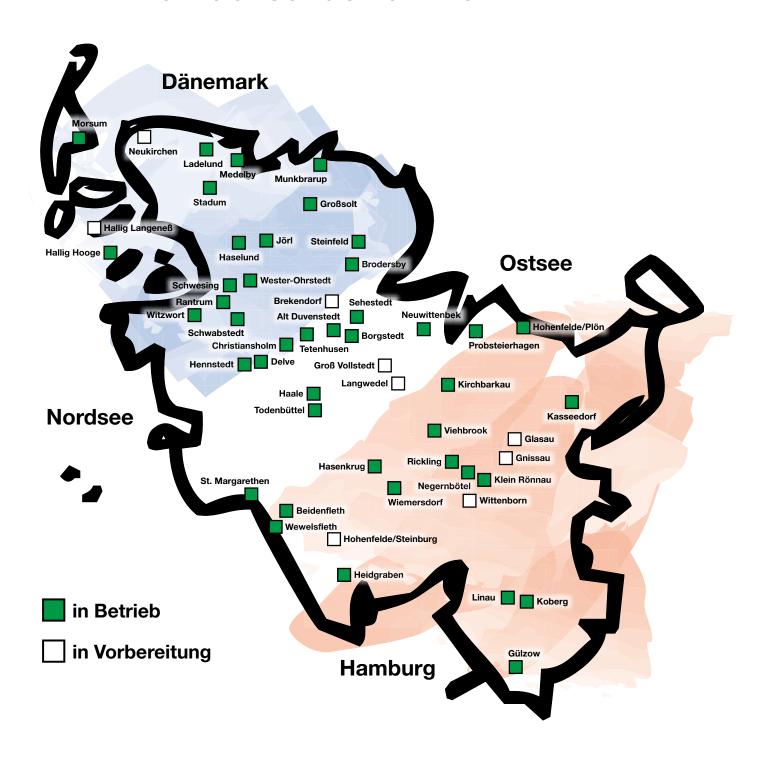
MarktTreff schafft und sichert attraktive Versorgungsangebote in kleinen Gemeinden bis zu 2.500 Einwohnern.
Der jeweilige MarktTreff ist für das Dorf und seine Umgebung der Marktplatz für Produkte und Dienstleistungen
und zugleich Treffpunkt für die Dorfgemeinschaft. Jede
Gemeinde entwickelt ihren MarktTreff nach den individuellen Bedürfnissen und Wünschen der Menschen im
Dorf – denn jeder MarktTreff braucht Akzeptanz, Frequenz
und Engagement der Bürger, der Vereine und Verbände.
Diese Unterstützung führt die MarktTreffs zum Erfolg und
schafft dadurch auch Arbeits- und Ausbildungsplätze.

Ländliche Nahversorgung ist auch in anderen Ländern ein aktuelles Thema. Viele schauen dabei nach Schleswig-Holstein, das mit MarktTreff ein vorbildliches Konzept entwickelt hat. Mittlerweile gibt es fast 40 MarktTreffs. Und in Zukunft wird das Netz noch dichter: insgesamt sollen 50 vielfältige Zentren entstehen. Damit ist MarktTreff Schleswig-Holstein deutschlandweit ein vielbeachtetes Modell.

Das vorliegende Handbuch bietet Gemeinden und Interessierten einen Einblick in das MarktTreff-Projekt, informiert sowohl über Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten als auch über Wege der Markennutzung und zeigt, in welchen Schritten die Gemeinde zum eigenen MarktTreff kommt. Bei Fragen stehen die auf den Seiten 6 und 7 genannten Ansprechpartner gern zur Verfügung. Zudem besteht die Möglichkeit, sich auf der Homepage www.markttreff-sh.de zu informieren.



1.2 Eine wachsende Familie





1.3 Ein starkes Team für Sie

Das Projekt MarktTreff ist so erfolgreich, weil es verschiedene Ebenen der Zusammenarbeit und Unterstützung sinnvoll und effektiv miteinander verknüpft: die landesweite und die lokalen Ebenen. Dies macht vieles einfacher.

Was erfolgreiche Ladenketten für sich nutzen, gilt auch für die MarktTreffs: Fragen, die alle Standorte gleichermaßen betreffen, werden zentral behandelt und gelöst. Das spart Kosten und bündelt Know-how. Auf lokaler Ebene wird der individuelle MarktTreff entwickelt, organisiert und betrieben. Dabei sind die Menschen vor Ort die Hauptakteure. Zur Unterstützung gibt es erprobte Abläufe, vielfältige Hilfen und professionelle Begleitung.

Gemeinden, die sich für das MarktTreff-Projekt interessieren, wenden sich zur ersten Kontaktaufnahme an das landesweite MarktTreff-Projektmanagement. Bei speziellen Fragen ist das jeweilige Regionaldezernat des Landesamtes für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume der Ansprechpartner.

Projektträger und Projektsteuerung

Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung des Landes Schleswig-Holstein (MILIG) - Ländliche Entwicklung - IV 642 Düsternbrooker Weg 104, 24105 Kiel

Telefon 0431 988-5078

E-mail christina.pfeiffer@im.landsh.de

Ansprechpartnerin: Christina Pfeiffer

Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume (LLUR)

LLUR Zentraldezernat Ländliche Entwicklung

Hamburger Chaussee 25, 24220 Flintbek Ina Alter Telefon 04347-704-604

E-mail Ina.Alter@llur.landsh.de

Regionaldezernate:

LLUR Regionaldezernat Nord

Bahnhofstraße 38, 24937 Flensburg Norbert Limberg Telefon 0461-804-300 E-mail Norbert.Limberg@llur.landsh.de Daniel Omelanowsky Telefon 0461-804-274 E-mail Daniel.Omelanowsky@llur.landsh.de

LLUR Regionaldezernat Mitte

Hamburger Chaussee 25, 24220 Flintbek Ina Alter Telefon 04347-704-604 E-mail Ina.Alter@llur.landsh.de

LLUR Regionaldezernat Südost

Meesenring 9, 23566 Lübeck Axel Strunk Telefon 0451-885-220 E-mail Axel.Strunk@llur.landsh.de

LLUR Regionaldezernat Südwest

Breitenburger Straße 25, 25524 Itzehoe Verena Boehnke Telefon 04821-66-2200 E-mail Verena.Boehnke@llur.landsh.de



Projektmanagement

ews group gmbh LindenArcaden Konrad-Adenauer-Straße 6, 23558 Lübeck Ansprechpartner: Ingwer Seelhoff Telefon 0451 48055-20, Telefax 0451 48055-55 E-mail seelhoff@ews-group.de Internet www.ews-group.de

Das Projektmanagement entwickelt im Auftrag des MILIG das Gesamtprojekt. Es informiert interessierte Gemeinden und ist zentraler Ansprechpartner für alle Projektbeteiligten auf Landesebene und in den Standorten.

Projektpartner Einzelhandel/BWL

BBE Handelsberatung GmbH Wendenstraße 1a, 20097 Hamburg Ansprechpartner: Oliver Ohm Telefon 040 1804106-0, Fax 040 1804106-10 E-mail ohm@bbe.de Internet www.bbe.de

Der Projektpartner im Bereich Betriebswirtschaft ist die BBE Handelsberatung GmbH. Sie ist Mitglied im landesweiten Projektteam und entwickelt die betriebswirtschaftlichen Komponenten des Projekts weiter. Darüber hinaus unterstützt sie die Betreiber der Kerngeschäfte in Fragestellungen der Betriebsführung und -steuerung sowie bei der Finanzplanung.

Projektpartner Marketing/Kommunikation

ews group gmbh LindenArcaden Konrad-Adenauer-Straße 6, 23558 Lübeck Ansprechpartner: Dieter Paul Witasik Telefon 0451 48055-10, Telefax 0451 48055-55 E-mail witasik@ews-group.de Internet www.ews-group.de

Der Projektpartner im Bereich Kommunikation ist die ews group. Sie sorgt dafür, dass das MarktTreff-Projekt kontinuierlich in den Medien präsent ist. Dies geschieht über eigene Berichterstattung sowie durch die Zusammenarbeit mit Partnern.



2.1 Drei Säulen führen zum Erfolg

Die wichtigste Aufgabe von MarktTreffs ist, die Nahversorgung in ländlichen Gemeinden zu sichern beziehungsweise wieder herzustellen.

Nahversorgung heißt:

- Geschäfte mit Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittelmarkt, Bäckerei, Fleischerei, Drogerie, Blumenladen etc.)
- gastronomisches Angebot
- soziale Angebote (Kinderbetreuung, Seniorentreff etc.)
- Kultur-, Bildungs- und Freizeitangebote (Veranstaltungen, Kurse etc.)
- Gesundheitsangebote (Arzt, Physiotherapie, mobile Pflegeangebote)

Das MarktTreff-Konzept basiert auf einer umfassenden Philosophie: MarktTreff ist der lebendige Marktplatz, der Produkte, Leistungen, Informationen, Ideen und Initiativen unter einem Dach bündelt – maßgeschneidert für die jeweilige Gemeinde.

Das MarktTreff-Konzept baut auf drei Säulen.

Je nach den bereits bestehenden Angeboten in der Gemeinde können die einzelnen Säulen des MarktTreffs ein unterschiedlich starkes Gewicht haben. Viele MarktTreffs legen den Schwerpunkt auf das Kerngeschäft: Sie bestehen aus einem Lebensmittelladen mit ergänzenden Dienstleistungen und einer Kaffee- und Klönecke. Andere MarktTreffs verfügen über ein kleineres Kerngeschäft und betonen stärker die Treffpunktfunktion. Wichtig ist, dass sowohl Kerngeschäft, Dienstleistungen als auch Treffpunkt auf die Bedürfnisse im Dorf abgestimmt sind. In welche Richtung der MarktTreff entwickelt wird, entscheidet jede Gemeinde für sich – mit starker Einbindung der Bürger.

Dadurch bedeutet MarktTreff mehr Lebensqualität. Zum MarktTreff kommen Menschen gern. Hier wird das angeboten, was die dörfliche Gemeinschaft braucht und wünscht. Das Motto von MarktTreff drückt dies aus: Bei uns ist alles drin.



Um die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen und zu verbessern, baut jeder MarktTreff auf drei Säulen:



Kerngeschäft

Dabei kann es sich um einen Lebensmittelladen, einen Direktvermarkter oder gegebenenfalls ein gastronomisches Angebot handeln. Das Kerngeschäft sorgt (meist) für die wirtschaftliche Grundlage des MarktTreffs.



Dienstleistung

Das Dienstleistungsangebot ist sehr vielfältig und in jedem MarktTreff unterschiedlich. Von Lotto/Toto über Paketservice bis zu kommunalen Dienstleistungen ist alles möglich. Es muss nur auf die Bedürfnisse der Bewohner abgestimmt sein.



Treffpunkt

Räume und Möglichkeiten zum Klönen, für Kursangebote oder für Veranstaltungen sind ein wichtiger Bestandteil jedes MarktTreffs. Der MarktTreff ist dann erfolgreich, wenn er die Versorgung sichert und gleichzeitig als Zentrum der dörflichen Gemeinschaft dient.



2.2 Das Kerngeschäft

Als Kerngeschäft des MarktTreffs kommen Einzelhandel (Lebensmittel und Nonfood-Grundsortiment), Direktvermarkter und gastronomisches Angebot in Frage. Welches Kerngeschäft zur jeweiligen Gemeinde passt, hängt von den vorhandenen Strukturen und den individuellen Bedürfnissen des Dorfes ab. Damit ein Zentrum entsteht, das auf diese Bedürfnisse zugeschnitten ist, sollen die Bürger frühzeitig bei der Planung des MarktTreff-Konzeptes einbezogen werden. MarktTreff ist kein Standardprodukt, das nach dem Muster bekannter Lebensmittel-Discounter vervielfältigt werden kann. Auch wenn die Rahmenbedingungen vielfach vergleichbar sind, ist jeder MarktTreff doch individuell ausgeprägt.

Um eine Orientierungshilfe zu geben, lassen sich die beiden wirtschaftlichen Säulen Kerngeschäft und Dienstleistungen in die vier Modelle S, M, L und XL einteilen. Diese Größenklassen basieren jeweils auf der Umsatzerwartung für das Kerngeschäft und die ergänzenden Dienstleistungen.

Das Kerngeschäft bildet das wirtschaftliche Fundament eines MarktTreffs. Um die Existenzfähigkeit zu sichern, braucht der MarktTreff Akzeptanz, Besucherfrequenz und Engagement der Bürger, der Vereine und Verbände vor Ort. Denn: jeder einzelne Dorfbewohner trägt mit seinem Kaufverhalten zum Erfolg des MarktTreffs bei.

Viele MarktTreffs bieten im Kerngeschäft Produkte von regionalen Erzeugern an, denn Lebensmittel aus der Region stehen für Frische und Qualität. Durch ihren Vertrieb stärken MarktTreffs die Wirtschaft vor Ort und die Identifikation der Menschen mit ihrer Heimat.

Modell S

- geringes Umsatzpotenzial
- Verkaufsbereich kaum vorhanden oder sehr klein
- kann dem Betreiber nur Zusatzverdienst liefern
- Betrieb durch ehrenamtliche oder geringfügig beschäftigte Kräfte möglich
- kontinuierliche Begleitung und Unterstützung durch die Gemeinde
- Im MarktTreff ist die Säule Treffpunkt häufig stark ausgeprägt.

Modell M

- mittleres Umsatzpotenzial (bis 200.000 Euro)
- 50 bis 100 qm Verkaufsfläche
- kann im Nebenerwerb betrieben werden
- Betreiber kann eine kleine Rendite erwarten.
- Begleitung und Unterstützung durch die Gemeinde
- spezialisierte Markt- und Treff-Funktion

Modell L

- Umsatzpotenziale bis 750.000 Euro
- bis 300 qm Verkaufsfläche
- kann im Haupterwerb betrieben werden
- Betreiber ist im Einzelfall auf die Unterstützung durch die Gemeinde angewiesen.
- Markt- und Treff-Funktion

Modell XL

- Umsatzpotenziale über 750.000 Euro
- bis 400 qm, aber noch Nahversorgungscharakter (über 400 qm ohne Förderung)
- kann im Haupterwerb betrieben werden
- Betreiber ist im Einzelfall auf die Unterstützung durch die Gemeinde angewiesen.
- MarktTreff legt den Schwerpunkt auf das Kerngeschäft, die Säule Treffpunkt bringt zusätzliche Kundenfrequenz.



Das Kerngeschäft im MarktTreff ist meistens der Verkauf von Lebensmitteln. Auf Verkaufsflächen von 50 bis 400 Quadratmetern sichert ein Lebensmittel-Vollsortiment die Nahversorgung im Dorf.





Frische Produkte aus der Region – damit unterscheiden sich viele Markt-Treffs von den großen Discountern.



Ein Café oder Imbiss als ergänzendes Angebot belebt den MarktTreff und bietet zusätzliches Umsatzpotenzial.



Selbst auf kleinen Ladenflächen – wie beim Modell S – kann eine Nahversorgung mit Lebensmitteln angeboten werden.



2.3 Die Dienstleistungen

Durch die Bündelung verschiedener Dienstleistungen wird der MarktTreff für die Bürger attraktiver, da sie viele Dinge auf einem Weg erledigen können. Eine höhere Anziehungskraft bedeutet, dass mehr Kunden den Laden aufsuchen – und so für einen höheren Umsatz sorgen.

Welche Dienstleistungen im MarktTreff angeboten werden, hängt von den Bedürfnissen der Bewohner ab. Die Möglichkeiten sind sehr vielfältig und in jedem MarktTreff unterschiedlich. Wichtig ist, dass das angeboten wird, was in der Gemeinde wirklich benötigt wird.

So setzen immer mehr MarktTreffs auch auf neue Angebote im Gesundheitsbereich. In vielen Dörfern geht die medizinische Versorgung und damit ein Stück Lebensqualität verloren. Deshalb bündeln Gemeinden unter dem Dach von MarktTreff neuartige Gesundheitskonzepte und verschiedene medizinische Angebote.

Auch neue Bildungsangebote entstehen in Dörfern und finden ihre Heimat in MarktTreffs.

Kommunale/öffentliche Dienstleistungen rücken näher an den Bürger heran, werden einfacher erreichbar und service-freundlicher.

Für die Betreiber des Kerngeschäfts hat das Dienstleistungsangebot nicht nur den Vorteil, dass mehr Kundschaft den Laden aufsucht. Mit einigen Angeboten lassen sich zusätzliche Provisionserlöse erzielen.

Beispiele für Dienstleistungsangebote

- Annahmestellen für Reinigung, Schuhreparatur, Fotoservice, Lotto/Toto
- Versanddienstleistungen (zum Beispiel PostPoint, Hermes PaketShop)
- Servicepunkt von Banken und Sparkassen (Geldautomat, Kontoauszugsdrucker)
- Versicherungsberatung
- Tourist-Information
- Bestell- und Serviceagentur für den Versandhandel
- Internetportal
- Kopier- und Faxservice
- Lieferservice (für Produkte)
- Hol- und Bringdienst (zum Beispiel für ältere Menschen)
- Anzeigenannahme/Abonnementaufträge
- Gesundheitsdienstleistungen (zum Beispiel ärztliche Zweigpraxis, Physiotherapie, Sozialstation)
- kommunale Dienstleistungen (zum Beispiel Servicepunkte für kommunale Verwaltung, Beratungsdienste und Krankenkassen)



Kommunale Dienstleistungen wie Bürgermeister-Sprechstunden sorgen in vielen MarktTreffs für Bürgernähe und Austausch.





Die Wirtschaftlichkeit der MarktTreffs wird gesichert durch zusätzliche Dienstleistungen wie zum Beispiel Lotto/Toto, Post oder Annahmedienste (Schuhreparatur, Reinigung).



Ob Physiotherapie, Bankfiliale, Fahrschule oder Versicherungsbüro – MarktTreff bündelt verschiedenste Dienstleistungen unter einem Dach.



Eine regionale Tourismusinformation kann das Angebot im MarktTreff ergänzen und sorgt so für Frequenz.



2.4 Der Treffbereich

Der Treffbereich bietet die Möglichkeit, zwanglos zusammenzukommen oder Veranstaltungen und Aktivitäten für verschiedene Gruppen zu organisieren. Damit übernimmt der MarktTreff eine wichtige soziale Funktion im Dorf. Der Treffpunkt zieht Menschen an, die dann meist auch zum Beispiel den Laden nutzen und so zu Kunden werden. Dies stärkt den MarktTreff auch wirtschaftlich.

Entscheidend für den Erfolg des Treffbereiches ist das ehrenamtliche Bürgerengagement. Hier können Bürger sich mit ihren Ideen und Vorstellungen einbringen. Hier wird den sozialen Bedürfnissen der dörflichen Gemeinschaft Rechnung getragen. Hier werden Raum und Technik geboten für vielfältige Aktivitäten.

Veranstaltungsraum oder Klönecke – alles ist möglich

Wie bei den anderen MarktTreff-Säulen muss sich auch beim Treffbereich die Größe und Ausstattung an den Gegebenheiten und Bedürfnissen in der Gemeinde ausrichten. In vielen Dörfern gibt es für die örtlichen Vereine und Gruppen bereits Möglichkeiten, sich organisiert zu treffen: in der Gaststätte, im Dorfgemeinschaftshaus, im Feuerwehrgerätehaus oder im Vereinsheim. Aber oftmals fehlt ein Ort, wo sich Menschen auch tagsüber spontan und ungezwungen zusammenfinden können. Hier kann der MarktTreff viel mehr bieten als ein einfacher Kaufmannsladen: Man trifft sich beim Abgeben des Lottoscheines, kann gemeinsam eine Tasse Kaffee trinken oder ein belegtes Brötchen essen. Für diese Gelegenheiten sollte jeder MarktTreff zumindest eine kleine Kaffee-Ecke mit (Steh-)Tischen bereithalten.

Noch besser ist es, wenn der Treffbereich so gemütlich eingerichtet ist, dass sich kleine Gruppen dort gern zu regelmäßigen Freizeitaktivitäten oder zum Klönschnack treffen.

In Gemeinden, in denen es für Vereine keine geeigneten Räumlichkeiten gibt, um Sitzungen oder Feste zu veranstalten, kann der Treffbereich als Veranstaltungsraum dienen. Dabei ist es wichtig, dass der Betreiber des Kerngeschäfts die MarktTreff-Idee mitträgt und die Aktivitäten von Vereinen und Freizeitgruppen unterstützt.

Welches Modell die Gemeinde auch wählt: Durch den Treffpunkt wird der MarktTreff zum Gemeindemittelpunkt. Der MarktTreff ist Drehscheibe für Informationen und das Gemeindeleben, Zentrum für Aktivitäten und Veranstaltungen.



Ein kleines Café zum Klönen macht den MarktTreff zum beliebten Treffpunkt und zur Informations- und Kommunikations-Drehscheibe im Ort.





Attraktive Veranstaltungsräume bringen Frequenz in den MarktTreff.



Ein beliebter Treffpunkt sind auch die "Mittagessen in Gemeinschaft"



Viele MarktTreffs bieten Aktivitäten für Kinder und Jugendliche an.



3.1 Finanzierung und Förderung

Das Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung des Landes Schleswig-Holstein (MILIG) stellt EU-, Bundes- und Landesmittel bereit, aus denen eine Anschubförderung für Markt-Treffs erfolgen kann. Zuwendungsempfängerin ist die jeweilige Gemeinde.

Förderfähig sind:

- Planungs- und Beratungskosten (wie MarktTreff-Projektleitung, Konzeptkosten, Tragfähigkeitsuntersuchung)
- bauliche Investitionen
- Ladeninfrastruktur
- Coaching für Betreiber für einen Zeitraum von drei Jahren

Nicht förderfähig sind:

- Warenbestand
- Betriebskosten (Personal- und laufende Sachkosten)
- Ersatzinvestitionen von Ausstattungsgegenständen

Wenn das MarktTreff-Konzept im Laufe der Zeit erweitert oder abgewandelt wird und dadurch zum Beispiel Kosten für Neu- oder Umbauten entstehen, können diese in Abstimmung mit dem Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume gefördert werden.

Der Zuwendungszweck der eingesetzten Fördermittel muss – aufgrund der Vorgaben der EU – für die Dauer der Zweckbindungsfrist von zwölf Jahren als "Dienstleistungseinrichtung zur Nahversorgung für die ländliche Bevölkerung" sichergestellt werden.

Zuwendungsempfängerin für die Fördermittel ist grundsätzlich die Gemeinde. Sie trägt aus ihrem Haushalt die Eigenleistung, also den Anteil der Investitionskosten, der nicht durch die Fördergelder abgedeckt wird. (Zur Beteiligung Privater an Finanzierung und Trägerschaft siehe Punkt 3.2)

(Zur Möglichkeit der Übertragung der Markennutzungsrechte an Gemeinden [ohne MarktTreff-Förderung] siehe Punkt 3.3)

Details entnehmen Sie bitte den Förderbestimmungen des Landes Schleswig-Holstein. In allen Fragen der Förderung sprechen Sie die Ansprechpartner des Landesamtes für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume (LLUR) an, Kontaktadressen siehe Seite 6.

Eine weitere Finanzierungsmöglichkeit bilden Einlagen der Bevölkerung – zum Beispiel im Rahmen einer Genossenschaft oder GmbH & Co. KG.



3.2 Trägerschaft und Betriebsformen

Für die Organisation eines MarktTreffs gibt es verschiedene Varianten. Grundsätzlich gilt: je mehr Menschen sich im MarktTreff engagieren, desto besser. Die Beteiligung Privater an Finanzierung und Organisation ist möglich und erwünscht.

Für alle geförderten Varianten gilt: die Gemeinde ist Zuwendungsempfängerin und Projektträgerin des Markt-Treffs. Sie muss für die Dauer der Zweckbindungsfrist von zwölf Jahren die Verwendung der Fördermittel im Sinne des Zuwendungszwecks sicherstellen. Organisatorisch gibt es mittlerweile vielfältige Betriebsformen des Markt-Treffs. Hinsichtlich der Organisation ist zu unterscheiden zwischen den wirtschaftlichen Säulen und der bürgerschaftlichen Säule.

Bei allen Betriebsmodellen empfiehlt es sich, die Aktivitäten für die bürgerschaftliche Säule verbindlich zu organisieren ("Kümmererfunktion"). Hierfür eignet sich zum Beispiel ein eingetragener Verein, um das Bürgerengagement dauerhaft zu zu bündeln – aber auch eine Bürgergenossenschaft. Möglich ist auch die Zusammenarbeit mit einem bestehenden Verein, zum Beispiel durch den Aufbau einer speziellen MarktTreff-Sparte.

Für die wirtschaftlichen Säulen – Kerngeschäft und Dienstleistungen – kommen folgende Betriebsmodelle in Frage:

Kommunales Eigentum/kommunaler Besitz

Die Gemeinde ist Eigentümerin oder Mieterin der Immobilie inklusive der Ladeninfrastruktur und hat dafür die Eigenleistung zu erbringen. Sie verpachtet das Kerngeschäft an einen privaten Betreiber (dies kann auch eine Genossenschaft sein.

Öffentlich-private Zusammenarbeit

Die Gemeinde ist Eigentümerin der Immobilie und gründet mit einem oder mehreren Privaten eine Betreibergesellschaft für den MarktTreff, zum Beispiel eine GmbH & Co. KG. Diese Gesellschaft betreibt den MarktTreff und bindet Private mit ein.

Bürgerschaftliche Organisation (Genossenschaft, GbR oder Verein)

Wenn der Betrieb und gegebenenfalls die Finanzierung des MarktTreffs auf möglichst vielen Schultern verteilt werden soll, bietet sich ein bürgerschaftliches Trägermodell an. Hier sind denkbare Varianten eine Genossenschaft, ein (wirtschaftlicher) Verein oder eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).



Wirtschaftliche Säulen

Kerngeschäft

Dienstleistung

Bürgerschaftliche Säule

Treffpunkt



3.3 Übertragung der MarktTreff-Markennutzungsrechte

Durch eine Änderung der Richtlinien ist es seit Mitte 2010 für eine Gemeinde oder einen privaten Betreiber auch möglich, einen MarktTreff ohne die Unterstützung von Fördermitteln zu eröffnen. Voraussetzung ist jedoch auch hier, dass alle typischen Kriterien des schleswig-holsteinischen MarktTreff-Konzeptes erfüllt werden: Einkaufsmöglichkeit, Dienstleistungsangebote und Treffpunkt. Zudem wird bei einer MarktTreff-Vorprüfung die Eignung der Gemeinde für einen MarktTreff überprüft: Hierzu gehört eine Umsatzprognose sowie eine Überprüfung der Wettbewerbsverträglichkeit. Nur wenn keine bestehenden Betriebe in ihrer Existenz gefährdet werden, ist die Eröffnung eines MarktTreffs möglich.

Fällt die MarktTreff-Vorprüfung positiv aus, überträgt das Land Schleswig-Holstein als Marken-Inhaber die Rechte für zunächst sechs Jahre an die jeweilige Gemeinde, die ihrerseits die Nutzungsrechte an einen Betreiber weitergibt. Der Betreiber wird damit gleichberechtigtes Mitglied des MarktTreff-Verbundes.

Die Grundlage für einen erfolgreichen MarktTreff ist jedoch auch hier die Unterstützung durch die Gemeinde und ein hohes ehrenamtliches Engagement der Bürger.

Übrigens: Auch bestehende Dorfläden können Markt-Treffs werden und die Vorteile der Marke nutzen.





4.1 Informationsphase

In der Informationsphase können sich interessierte Gemeinden ein genaueres Bild über das MarktTreff-Projekt machen. In dieser Zeit stellt die Gemeinde intensive Überlegungen über ihre aktuelle Situation an und definiert die Problemlage vor Ort. Nach einer MarktTreff-Vorprüfung, bei der geprüft wird, ob die Gemeinde sich für die Entwicklung eines MarktTreffs eignet, entscheidet die Gemeindevertretung, ob sie in die konkrete MarktTreff-Planung einsteigt.

Erstinformation für interessierte Gemeinden

Gemeinden, die sich für MarktTreff interessieren, wenden sich zunächst an das landesweite MarktTreff-Projekt-management. In einem ersten Termin vor Ort wird über MarktTreff informiert und meist mit Bürgermeistern, Gemeindevertretern, Vereinsvorsitzenden und engagierten Bürgern über die individuellen Möglichkeiten diskutiert.

Die zuständige Amtsverwaltung, der die Gemeinde angehört, sollte von Anfang an eingebunden werden. Die Amtsverwaltung soll die Gemeinde bei der Konzeption und Umsetzung des MarktTreffs unterstützen. Darüber hinaus sollte die jeweilige AktivRegion informiert werden, wenn das MarktTreff-Projekt zur Förderung als Leitprojekt in den landesweiten Wettbewerb um die Fördermittel der EU und/oder des Bundes eingereicht werden soll. In Förderfragen steht das zuständige Regionaldezernat des Landesamtes für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume (LLUR) zu jeder Zeit beratend zur Seite. (Kontaktadressen siehe Seite 6)

Konzeptionelle Vorüberlegungen

Durch die Erstinformation soll in der Gemeinde ein Diskussionsprozess gestartet werden, in dem die Problemlage vor Ort definiert und ein Grobkonzept für den MarktTreff entwickelt wird. Dabei soll eine erste Vorstellung entstehen, wie der MarktTreff später aussehen könnte: Welches Kerngeschäft wird gewählt? Welches Gewicht wird auf die einzelnen Säulen gelegt?

Bereits in dieser Anfangsphase ist es wichtig, alle Kräfte in der Gemeinde zu mobilisieren, um Menschen zu finden, die sich später im MarktTreff engagieren. Daher sollten die konzeptionellen Vorüberlegungen auf verschiedenen Ebenen stattfinden, um die Bedürfnisse der Bürger herauszufinden und möglichst vielfältige Ideen für das MarktTreff-Konzept zu entwickeln. Die Gemeinde hat dafür verschiedene Möglichkeiten:

- Diskussion in der Gemeindevertretung/Ausschüssen
- Diskussion in einer Bürgerversammlung
- Diskussionsrunde mit Vereinen

MarktTreff-Vorprüfung

Bevor die Gemeindevertretung sich dafür entscheidet, in die Planung für einen MarktTreff einzusteigen, muss sie zunächst eine MarktTreff-Vorprüfung vornehmen lassen. Die MarktTreff-Vorprüfung soll der Gemeinde Klarheit verschaffen, ob ein MarktTreff-Kerngeschäft am konkreten Standort wettbewerbsverträglich errichtet werden kann. Zudem wird eine Prognose abgegeben, in welchem Umfang ein MarktTreff-Kerngeschäft auf Dauer wirtschaftlichen Erfolg in der Gemeinde haben kann. Gleichzeitig wird außer der grundsätzlichen Standorteignung der Gemeinde auch die Förderfähigkeit des MarktTreff-Projekts geprüft. Dabei wird die Wettbewerbsverträglichkeit des MarktTreff-Vorhabens unter die Lupe genommen: So darf der MarktTreff bestehende Betriebe im Einzugsbereich (zum Beispiel Lebensmittelläden, Bäckereien oder Gaststätten) in ihrer Existenz nicht gefährden.

Fällt die MarktTreff-Vorprüfung für die Gemeinde insgesamt positiv aus, kann sie entscheiden, ob sie in die konkrete MarktTreff-Planung eintritt.

Wird ein gastronomisches Angebot in das Konzept integriert, hat in der Planungsphase ein gastronomischer Fachberater oder ein Experte des MarktTreff-Partners DEHOGA Schleswig-Holstein detaillierter die Wettbewerbsverträglichkeit zu prüfen und die Unbedenklichkeit beziehungsweise Bedenklichkeit zu bescheinigen.



4.2 Planungsphase

Professionelle Begleitung durch MarktTreff-Projektleitung

Damit der MarktTreff qualitätvoll konzipiert wird, beauftragt die Gemeinde eine MarktTreff-Projektleitung. Dafür gibt es eine Reihe von Büros in Schleswig-Holstein, die das Modell MarktTreff gut kennen und bereits MarktTreffs geplant haben. Die Projektleitung steht Gemeinde und Amtsverwaltung zur Seite. Sie sorgt dafür, dass Planung und Realisierung zügig voran gehen und erfolgreich zum Abschluss kommen. Außerdem moderiert sie den Planungsprozess und bindet Bürger, Vereine und andere Interessengruppen vor Ort während des gesamten Prozesses ein.

Bei der Entwicklung des MarktTreffs ist es wichtig, dass bauliche und inhaltliche Konzeption aufeinander abgestimmt werden. Bei der baulichen Planung und Realisierung eines Lebensmittelgeschäfts sind einschlägige Erfahrungen des Architekten unverzichtbar.

Als besonders sensibel hat sich der energetische Bereich herausgestellt: Um spätere hohe Energiekosten zu verhindern und die komplexen Anforderungen bei Planung und Umsetzung von energetischen Bausteinen zu meistern, empfiehlt es sich eindrücklich, entsprechende Expertise rechtzeitig einzubinden (gerade vor dem Hintergrund der Multifunktionalität von MarktTreffs: unterschiedliche Anforderungen an Laden- und Treffbereich, Verzahnung verschiedener technischer Systeme).

Bürgerbeteiligung zu dauerhaftem Engagement führen

Bereits in der Informationsphase ist es hilfreich, Bürger mit ihren Ideen an MarktTreff-Überlegungen zu beteiligen. Sinn und Zweck der Bürgerbeteiligung ist es, das Angebot im MarktTreff auf die Bedürfnisse der Bevölkerung abzustimmen. Außerdem soll gleichzeitig das Engagement für den MarktTreff gefördert werden. Idealerweise werden bereits in der Planungsphase dauerhafte Strukturen geschaffen, innerhalb derer sich Bürger – zum Beispiel im Treffbereich – engagieren. So kann es möglich sein, dass ein bestehender Verein Verantwortung für den MarktTreff übernimmt oder es zur Gründung eines MarktTreff e. V. kommt. Der Verein sollte später auch den Betreiber des Kerngeschäfts zum Beispiel beim Marketing oder bei Veranstaltungen unterstützen.

Betreiberauswahl

In der konkreten Planungsphase sollte – möglichst unter Einbindung der Gemeinde – ein Betreiber für das Kerngeschäft ausgewählt werden, damit seine Vorstellungen in die Konzeptentwicklung einfließen können. Der Betreiber muss zum einen über ausreichende Fachkenntnis und Erfahrung im Kerngeschäft verfügen. Darüber hinaus sollte er kommunikativ sein und Lust haben, neue Ideen für den MarktTreff zu entwickeln. MarktTreffs müssen sich durch eine besondere persönliche Atmosphäre von üblichen Lebensmittelgeschäften und -discountern abheben.

MarktTreff-Konzept, Wirtschaftlichkeitsund Tragfähigkeitsberechnung

Die Projektleitung entwickelt gemeinsam mit den Menschen vor Ort das endgültige Konzept für den MarktTreff: Welche Angebote im Kerngeschäft? Welche Dienstleistungen? Welche Aktivitäten für den Treffbereich? Die vorgeschlagenen Angebote sollen bis zur Realisierbarkeit ausgearbeitet und geprüft werden.

Danach ist der letzte Schritt im Planungsprozess die detaillierte Wirtschaftlichkeits- und Tragfähigkeitsberechnung. Sie berücksichtigt folgende Sachverhalte:

- Wirtschaftlichkeitsanalyse und Finanzierungsplan für das Gesamtobjekt
- ergänzend eine detaillierte Liquiditätsplanung für das Kerngeschäft

Der Nachweis der Wirtschaftlichkeit und Tragfähigkeit ist eine der Voraussetzungen dafür, dass das Vorhaben beim zuständigen Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume als Leitprojekt in den Landeswettbewerb um die Fördermittel (EU/GAK) eingereicht werden kann.



4.3 Realisierungsphase

Bau

Je nach MarktTreff-Konzept sind meist umfangreiche Umbauten bis hin zu einem Neubau notwendig. Sämtliche Architektur- und Bauleistungen müssen von der Gemeinde ausgeschrieben und beauftragt werden. Dabei wird sie von der Projektleitung begleitet.

Erscheinungsbild

Die Menschen sollen gern in den MarktTreff kommen. Deshalb muss ein angenehmes Ambiente geschaffen werden, in dem man sich wohl fühlt. Gleichzeitig muss jeder MarktTreff als solcher einfach erkennbar sein. MarktTreff ist eine Qualitätsmarke des Landes Schleswig-Holstein. Jeder MarktTreff wird daher durch einheitliche Gestaltungselemente im Außen- und Innenbereich gekennzeichnet. Diese geben den Zentren ein durchgängiges Erscheinungsbild, dienen zur schnellen Orientierung und unterstreichen die Kundenfreundlichkeit.

Zur Pflichtausstattung des MarktTreffs gehören eine Fahne zur Fernorientierung, ein Fassadenschild zur Gebäudekennzeichnung und ein Dreieckständer zur Präsentation des jeweiligen Angebots, der Dienstleistungen und zur Außenwerbung. Im Internet gibt es auf der MarktTreff-Website (www.markttreff-sh.de) weitere Gestaltungsbeispiele für Orientierungs-, Deko- und Werbeelemente mit dem MarktTreff-Logo. Gemeinden und Betreiber können diese eigenverantwortlich nutzen. Das Logo oder Plakatentwürfe gibt es auf der MarktTreff-Internetseite unter der Rubrik "Arbeitshilfen" in verschiedenen Versionen zum Herunterladen (www.markttreff-sh.de).

Öffentlichkeitsarbeit und Eröffnung

Der MarktTreff kann nur dann erfolgreich sein, wenn er bekannt gemacht wird. Damit die Menschen im Dorf und in der Region von aktuellen Projekten, Angeboten und Veränderungen im MarktTreff erfahren, muss gezielt Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden. Eine gute Presse und positive Schlagzeilen fördern das Geschäft, vermitteln neue Vorhaben und sprechen Menschen direkt an, selbst aktiv zu werden. Durch Berichterstattung bereits während der Planungsphase wird Interesse am MarktTreff geweckt. Ein Fest zur Eröffnung, das entsprechend angekündigt wird, zieht Menschen an, sie lernen den MarktTreff kennen und werden dadurch zu Kunden. Regelmäßige Medienberichte über aktuelle Aktivitäten und gezielte Werbung halten den MarktTreff im Gespräch.





4.4 Ablaufmodelle

Der Weg zum geförderten MarktTreff

Erstinformation und -beratung (durch LLUR, ews group, BBE) maximal 2 Termine vor Ort; Einschätzung, ob MarktTreff-Vorprüfung sinnvoll ist



Prüfung der Standorteignung/3-Säulen-Check

(Kosten: ca. 1.500 Euro)

Umsatzprognose/Wettbewerbsverträglichkeit/ 3-Säulen-Check (MarktTreff-Vorprüfung durch BBE)

Bürgerengagement (ews group, Gemeinde)

Information der AktivRegion durch Gemeinde, LLUR

1. Meilenstein: Entscheidung für MarktTreff-Planung

(Beschluss der Gemeindevertretung; formlose Zustimmung durch landesweites Projektteam)

Entwicklung des MarktTreff-Konzepts

(Einrichtung einer internen oder externen Projektleitung; ggf. Förderung aus AktivRegion-Grundbudget)

Konzept für 3 Säulen entwickeln (mit Bürgerbeteiligung)

Architekturkonzept (inkl. Kostenschätzung)

Rentabilität und Liquidität für Kerngeschäft Wirtschaftlichkeit und Finanzierung für Gemeinde Einbindung der Gemeinde, Bürger/innen, LLUR, AktivRegion

2. Meilenstein: MarktTreff-Förderantrag

(Einreichen in landesweiten Wettbewerb, O.K. durch Projektteam)



Realisierung des MarktTreffs (Begleitung durch Projektleitung)

(Um-)Bau der Immobilie Ladenkonzept/
-einrichtung

Betreiber- und Lieferantenauswahl Fortführung des Bürgerengagements Pressearbeit und Werbung

3. Meilenstein: Eröffnung des MarktTreffs

(Projektleitung steuert Realisierung bis zur Eröffnungsfeier)



Der Weg zur MarktTreff-Markennutzung

Voraussetzungen für eine MarktTreff-Markennutzung: kein Einsatz von "MarktTreff-Fördermitteln", Umsetzung des 3-Säulen-Modells

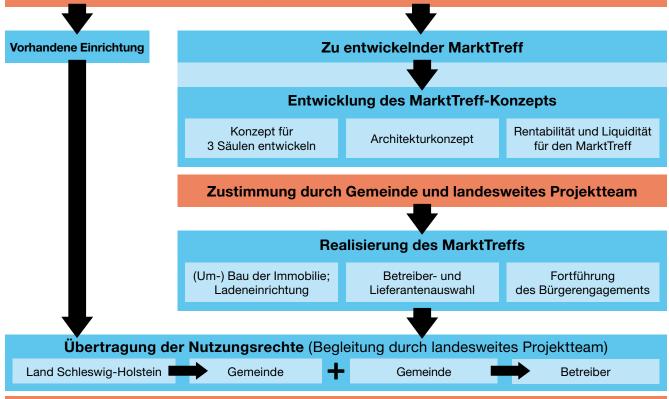
Erstinformation und -beratung (durch LLUR, ews group, BBE) maximal 2 Termine vor Ort; Einschätzung, ob MarktTreff-Vorprüfung sinnvoll ist

Prüfung der Standorteignung/3-Säulen-Check (Kosten: ca. 1.500 Euro)

Umsatzprognose/Wettbewerbsverträglichkeit/ 3-Säulen-Check (MarktTreff-Vorprüfung durch BBE) Bürgerengagement (ews group, Gemeinde)

Entscheidung über die MarktTreff-Markennutzung

(Beschluss der Gemeindevertretung; formlose Zustimmung durch landesweites Projektteam)



Eröffnung als MarktTreff



5. Betrieb 24

5.1 Beratung der MarktTreffs vor Ort

MarktTreff-Projektmanagement

In allen Fragen des Betriebs können sich die Betreiber sowie die Gemeinden an das zentrale Projektmanagement (ews group) wenden. Hier fließen die Informationen zusammen, und hier werden etwaige Akteure und Maßnahmen koordiniert. Dabei kann es um mögliche Konflikte, Krisen oder besonders positive Erfahrungen mit Informations- und Nachahmungswert für alle Beteiligten gehen. Zu den regelmäßigen Aktivitäten gehören Jahresgespräche. Dabei werden der "Stand der Dinge", die betriebswirtschaftliche Situation, Ziele, Zukunftsplanungen und Vorhaben mit den Akteuren vor Ort – Betreiber, Gemeinde, Vereine, Regionaldezernat des Landesamtes für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume – diskutiert und abgestimmt.

Betriebswirtschaftliche Betreuung

MarktTreffs müssen sich in einem harten Wettbewerb behaupten. Deshalb ist eine professionelle betriebswirtschaftliche Planung und Beratung unabdingbar. Genügte früher der Blick auf Unterlagen des Steuerberaters, muss heute aktiv und vorausschauend geplant und gehandelt werden. Ansprechpartner in diesen Fragen beim landesweiten Projektteam ist die BBE Handelsberatung, die das MarktTreff-Projekt in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen betreut.

Öffentlichkeitsarbeit

MarktTreffs müssen sich immer wieder positiv ins Gespräch bringen. Reine Anzeigenwerbung ist dafür zu kostspielig, Kooperation mit lokalen Redaktionen ist daher wichtig. Gemeinsame Aktionen zu jahreszeitlichen Anlässen sowie besondere Highlights aus den einzelnen Standorten werden via Internet, Newsletter sowie in Artikeln der Medienpartner sh:z und Bauernblatt verbreitet. Diese Kommunikation zielt darauf ab, immer wieder Anstöße zum Einkauf, zum Besuch der Treffbereiche und zum grundsätzlichen Engagement für MarktTreffs zu geben.



5. Betrieb 25

5.2 Regelmäßiger Erfahrungsaustausch

MarktTreff ist ein lernendes Projekt – daher kommt dem gemeinsamen Erfahrungsaustausch eine besondere Bedeutung zu.

Zweimal jährlich treffen sich die Betreiber zu Themen der Betriebsführung, des Marketing und zum Austauschen relevanter Informationen und Ideen in lockerer Atmosphäre. Dies stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl und fördert den Kontakt und Informationsfluss untereinander.

Einmal jährlich kommen die offiziellen Vertreterinnen und Vertreter der Gemeinden und Ämter zusammen, in denen MarktTreffs bereits realisiert sind oder geplant werden. Hier geht es zum Beispiel um Fragen der Förderung, der Zweckbindung und etwaige Informationen über Veränderungen, die sich zum Beispiel auf EU-Ebene ergeben haben.



5. Betrieb 26

5.3 Förderfähige Unterstützung

Die Förderfähigkeit weiterer Unterstützungsmaßnahmen muss mit dem zuständigen Regionaldezernat des Landesamtes für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume abgestimmt werden.



6.1 Wirtschaftspartner und Beirat

Institutionen, Verbände, Vereine sowie Unternehmen haben die Attraktivität und Vorteile des MarktTreff-Modells und der -Marke erkannt. Das Konzept bietet neue Chancen, im ländlichen Raum präsent zu sein. Gemeinsame Aktionen und Veranstaltungen bringen sowohl für den MarktTreff als auch für den Partner wichtige Synergieeffekte.

Zu den landesweiten MarktTreff-Partnern gehören:

- Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins
- AWO Arbeiterwohlfahrt Landesverband Schleswig-Holstein
- Bauernverband Schleswig-Holstein
- Büchereiverein Schleswig-Holstein
- DEHOGA Schleswig-Holstein
- Deutsches Rotes Kreuz Landesverband Schleswig-Holstein
- Diakonisches Werk Schleswig-Holstein
- Evangelisch-Lutherische Kirche in Norddeutschland
- Genossenschaftsverband Verband der Regionen
- Handelsverband Nord
- Industrie- und Handelskammer Schleswig-Holstein
- Kassenärztliche Vereinigung Schleswig-Holstein
- Landesfeuerwehrverband Schleswig-Holstein
- Landessportverband Schleswig-Holstein
- Landesverband der Volkshochschulen Schleswig-Holsteins
- LandFrauenVerband Schleswig-Holstein
- Landjugend Schleswig-Holstein
- Lebenshilfe Schleswig-Holstein e. V.
- Schleswig-Holsteinischer Gemeindetag
- Schleswig-Holsteinischer Heimatbund
- Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein
- Verband der Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit
- Verband Wohneigentum Schleswig-Holstein
- Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften sowie die Medienpartner:
- Bauernblatt
- Schleswig-Holstein Die Kulturzeitschrift für den Norden
- sh:z das medienhaus



Das Aktuellste stets im Internet

Schauen Sie ins Internet:

www.markttreff-sh.de

Dort finden Sie stets aktuellste Informationen zum Thema MarktTreff: Veranstaltungen, Ankündigungen, neueste Entwicklungen. Und die einzelnen MarktTreffs präsentieren zudem aktuelle Angebote und Nachrichten.

