

Wenn sich die Bevölkerung den eigenen Dorfläden kreierte

WZ 15.5.18

Region Die Nahversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs steht vor grossen Herausforderungen. Der Dorfladen als Ort der Begegnung verschwindet zunehmend aus den Dörfern. Diese Entwicklung hat die Regio Wil veranlasst, die Gemeindepräsidenten der Region zu einem «Dorfbesuch» einzuladen, um am Beispiel zweier Läden zu thematisieren, wie dem «Lädelerben» begegnet werden kann. Erstes Beispiel ist der Dorfladen in Lenggenwil.

34 Jahre führte die Konsumgenossenschaft etwas versteckt einen Dorfladen. Im Dezember 2017 ist der Laden umgezogen in ein neues Lokal. Das Besondere: Eigentümer des Ladenlokals ist nicht ein Detailhandelsriese, sondern der örtliche Bühnenverein. «Dieser Verein ist quasi die Holding aller Dorfvereine», erklärt Walter Hollenstein, Präsident der Konsumgenossenschaft. Der Laden gehört sozusagen der Bevölkerung und führt rund 5000 Artikel. Bezogen wer-

den sie von Cash + Carry Angehrn (CCA) und lokalen Produzenten. In den Dorfladen ist auch eine Postagentur integriert. «Das hat sich als sehr wertvoll erwiesen», sagt Gemeindepräsident Simon Thalman. Obwohl der Dorfladen ein Ort der Begegnung ist, findet man in Lenggenwil kein Bistrot. Der Grund liegt in der «Krone» nebenan, die umfassend saniert worden ist: Es soll eine unnötige Konkurrenzierung verhindert werden. Auffallend ist auch, dass im Frischebereich kaum Bioprodukte zu finden sind. Auch das hat seinen Grund: «Viele Einwohnerinnen und Einwohner haben ihren eigenen Garten, weshalb Bioprodukte kaum nachgefragt sind», sagt Walter Hollenstein. Alles in allem existiert der Laden dank viel Fronarbeit von Vorstand und Vereinsmitgliedern sowie der steten Anpassungsfähigkeit an die Bedürfnisse der Kundschaft.

Der Dorfladen ist zugleich Integrationszentrum

Das zweite besuchte Beispiel ist der Dorfladen in Wuppenau. Der «Dorfmarkt Vita plus» ist ebenfalls aus einer Initiative aus der Bevölkerung entstanden und weist noch eine zusätzliche Besonderheit auf. Das «plus» steht für ein Tagesstruktur-Angebot für Frauen, die aufgrund einer psychischen Erkrankung keine Erwerbstätigkeit ausführen kön-

nen. Für Miriam Ritz vom Leitungsteam erfüllt der 300 Quadratmeter grosse Laden damit drei Funktionen: umfassendes Sortiment an Artikeln für den täglichen Bedarf, Treffpunkt und «Integration der besonderen Art». Die angebotenen Produkte stammen von 70 bis 80 Lieferanten aus der Umgebung (60 Prozent) und von CCA (40 Prozent). Wie in Lenggenwil hat man sich für CCA entschieden, weil man völlig frei in der Sortimentsgestaltung ist.

Im Dorfmarkt stechen zwei Punkte sofort ins Auge: Es gibt eine bediente Käsetheke mit Offenverkauf, und an bester Lage steht ein Tisch mit Stühlen statt ein Warengestell. Das macht den Dorfladen zum Ort der Begegnung. Was sich auch in den Umsatzzahlen zeigt. Laut Präsident Martin Imboden machen Autofahrer, die kurz anhalten und etwas einkaufen, nur 20 bis 25 Prozent des Umsatzes aus. Der weitaus grösste Anteil entfällt auf die Dorfbevölkerung. (hs)



Beispiel Lenggenwil: Die Postagentur ist ein wichtiger Teil im Dorfladen. Im Bild die Gemeindepräsidenten Matthias Küng (links), Aadorf, und Roman Habrik, Kirchberg.



Beispiel Wuppenau: Im «Dorfmarkt Vita plus» spielt die Begegnung eine bedeutende Rolle. Deshalb hat es an zentraler Lage ein einfaches Bistro mit Tisch und Stühlen.