



DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

---

# Qualitätsmanagement

# Handbuch 1

## Gründungsleitfaden

## Dorfladen Kempfen- brunn

& NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

**Stand: Montag, 17. März 2025**

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Dadurch begründete Rechte, insbesondere der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Vervielfältigungen des Werkes oder von Teilen des Werkes sind auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie sind grundsätzlich vergütungspflichtig. Bei Verstoß des Urheberrechtes wird bereits heute eine Vertragsstrafe in Höhe von 10.000 Euro vereinbart. An Mitarbeiter ausgegebene Exemplare sind beim Ausscheiden aus dem Unternehmen zurückzugeben. Dieses Handbuch übernimmt für rechtliche Fragen keine Haftung. Es wird auch darauf hingewiesen, dass bei Rechtsfragen stets ein Fachanwalt hinzuzuziehen ist.

# new WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## Inhaltsverzeichnis:

<b>1. GRUNDDATEN FÜR DEN DORFLADEN</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Wichtige Kontaktdaten des Arbeitskreises</b>	<b>5</b>
<b>2. GRUNDSÄTZLICHE ÜBERLEGUNGEN UND ABLÄUFE</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Verlauf des Gründungsprozesses</b>	<b>8</b>
2.1.1 Erste Arbeitskreissitzung	8
2.1.2 Zweite Arbeitskreissitzung	8
2.1.3 Dritte Arbeitskreissitzung	9
2.1.4 Vierte Arbeitskreissitzung	9
<b>2.2 Gewünschte Rahmendaten für den geplanten Dorfladen:</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Grobablauf (Übersicht)</b>	<b>11</b>
<b>3. PLANUNG FÜR DEN DORFLADEN KEMPFENBRUNN</b>	<b>17</b>
<b>3.1 Zeitplanung</b>	<b>17</b>
<b>3.2 Inhalte/Grobkonzept des Dorfladens</b>	<b>20</b>
<b>3.3 Marketingkonzept:</b>	<b>20</b>
<b>3.4 Werbemittel, Werbeträger während der Startphase (Startpaket)</b>	<b>20</b>
<b>4. KOSTENFALLEN</b>	<b>21</b>
<b>5. MÖGLICHE GESCHÄFTSORDNUNG BZW. GRUNDSÄTZE FÜR DEN ARBEITSKREIS</b>	<b>22</b>
<b>6. VERHALTENSREGELN (IN ERGÄNZUNG ZUR GESCHÄFTSORDNUNG) „MISSVERSTÄNDNISSE SIND DIE REGEL“</b>	<b>25</b>
<b>7. ARBEITSKREISE (MÖGLICHE FACHLICHE GLIEDERUNG):</b>	<b>27</b>
<b>8. WICHTIGE ADRESSEN:</b>	<b>30</b>
<b>9. WEITERE ARBEITSHILFEN (QUALITÄTSMANAGEMENT DORFLADEN):</b>	<b>33</b>
<b>10. ANLAGEN-ARBEITSHILFEN</b>	<b>34</b>

<b>10.1</b>	<b>Mustereinladung Informationsveranstaltung</b>	<b>34</b>
<b>10.2</b>	<b>Einladung zur ersten Arbeitskreissitzung zum Thema</b>	<b>35</b>
<b>10.3</b>	<b>Musteranschreiben „Information der Bürger“</b>	<b>36</b>
<b>10.4</b>	<b>Musterplakate</b>	<b>39</b>
<b>10.5</b>	<b>Checkliste –Durchführen eines Dorfladen-Tages</b>	<b>42</b>
<b>10.6</b>	<b>Protokoll-Muster</b>	<b>47</b>
<b>10.7</b>	<b>Datenschutzrichtlinie (DS-GVO)</b>	<b>48</b>
<b>10.7.1</b>	<b>Zweck der Richtlinie, Grundsätze</b>	<b>48</b>
<b>10.7.2</b>	<b>Datenverarbeitung</b>	<b>49</b>
<b>10.7.3</b>	<b>Berechtigungen für Verantwortliche mit speziellen Aufgaben</b>	<b>50</b>
<b>10.7.4</b>	<b>Datenschutz im Internet</b>	<b>51</b>
<b>10.7.5</b>	<b>Verpflichtung auf das Datengeheimnis</b>	<b>52</b>
<b>10.7.6</b>	<b>Merkblatt zum Bundesdatenschutzgesetz</b>	<b>53</b>
<b>10.8</b>	<b>Erfassungsliste für die Mitglieder der jeweiligen Arbeitskreise:</b>	<b>54</b>
<b>10.9</b>	<b>Anwesenheitsliste Arbeitskreis Kempfenbrunn am: _____ .Arbeitskreissitzung</b>	<b>55</b>
<b>10.10</b>	<b>Interessentenliste Ich habe Interesse, mich an einem möglichen Dorfladen zu beteiligen. Liste Nr. _____</b>	<b>56</b>
<b>10.11</b>	<b>Muster –Übersicht der Funktionen der einzelnen Arbeitskreise</b>	<b>57</b>

## 1. Grunddaten für den Dorfladen

### 1.1 Wichtige Kontaktdaten des Arbeitskreises

Vorsitzender des Arbeitskreises:	• •
Mitglieder des Arbeitskreises:	• •
	• •
Gemeinde:	• •
	• •



**new** WAY

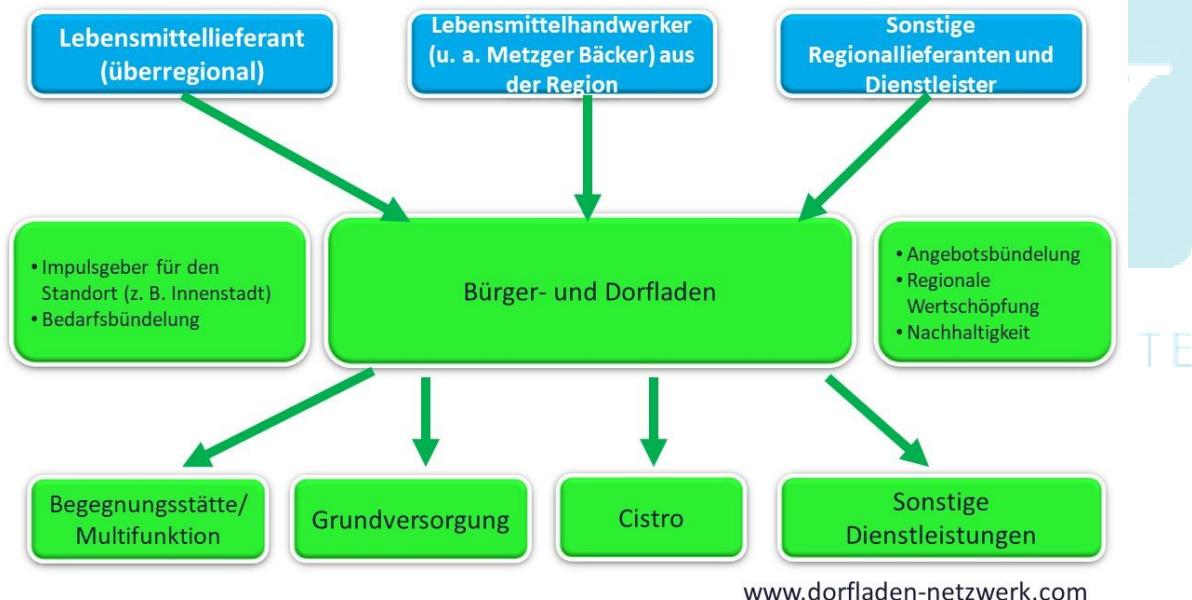
DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 2. Grundsätzliche Überlegungen und Abläufe

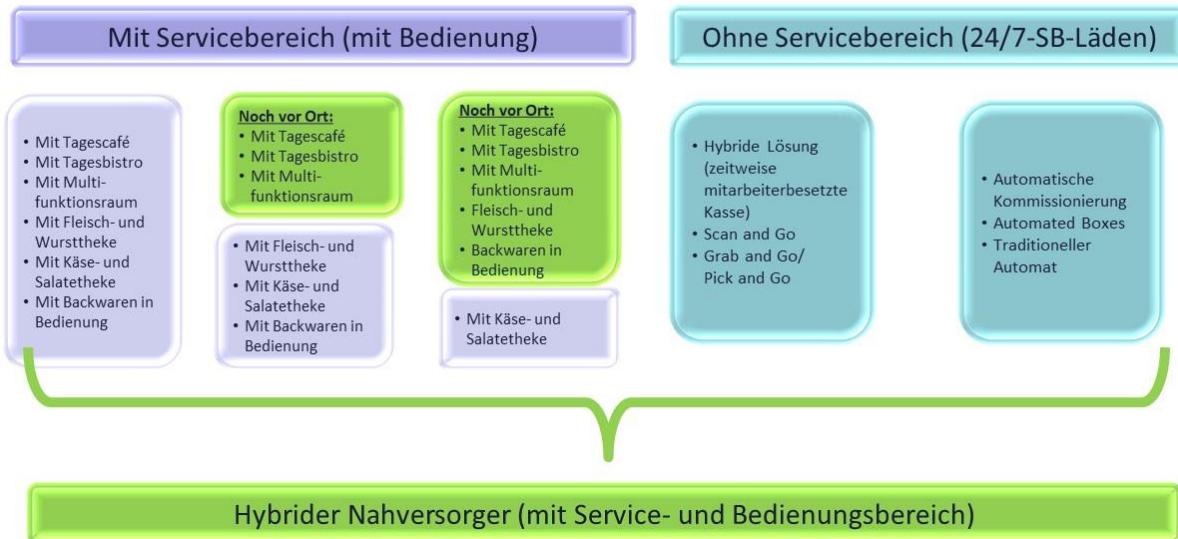
Die Einrichtung eines Dorfladens wird normalerweise in kleineren Städten und Gemeinden vor dem Hintergrund einer rückläufigen oder bereits fehlenden Nahversorgung diskutiert. Trotz des oftmals gewählten kooperativen Betreibermodells handelt es sich auch bei einem Dorfladen um ein Unternehmen, das wirtschaftlich geführt werden muss, um langfristig bestehen zu können. Dieses Kapitel gibt einen kurzen Überblick über den grundsätzlichen Ablauf einer Dorfladengründung sowie die Faktoren, die im Zuge der Planung und Gründung unbedingt beachtet werden sollten.

Dorfläden stehen auch für **Angebots- und Bedarfsbündelung**. Im **Angebotsbereich** werden sowohl Lebensmittel für die Grundversorgung als auch regionale Waren von Kleinst-Direktvermarktern, Kleinst-Bäckereien sowie Kleinstmetzgereien angeboten. Haben in der Vergangenheit alle Lebensmittelanbieter wie Metzgereien, Bäckereien, kleine Lebensmittelfachgeschäfte alle für sich Waren verkauft, so bieten in einem modernen Dorfladen alle unter einem Dach an. Im **Bedarfsbereich** werden sowohl Lebensmittel angeboten als auch zahlreiche Dienstleistungen wie Gemeinschaftsraum für kleinere Festlichkeiten, Lotto- Toto, Postdienstleistungen, kleineres gastronomisches Angebot wie Bistro, Café (Cistro), öffentliches WC etc. Dabei gilt der Grundsatz: *vorhandene Angebote werden ergänzt und nicht ersetzt!* (sind Bäckereien, Metzgereien, kleinere gastronomische Betriebe mit Tagesangebot noch vorhanden, wird dies im Dorfladen nicht angeboten).

Dorfladen steht für Angebots- und Bedarfsbündelung



## Nahversorgungskonzepte



# newWAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 2.1 Verlauf des Gründungsprozesses

### 2.1.1 Erste Arbeitskreissitzung

Anwesende, Gesprächspartner	 Herr Gröll, NEWWAY Handelsberatung GmbH (NEWWAY Handelsberatung GmbH, Buchhofstraße 3 in 82319 Starnberg; Tel: 0171/6847649; E-Mail: <a href="mailto:wimgroell@t-online.de">wimgroell@t-online.de</a> )

### 2.1.2 Zweite Arbeitskreissitzung

Anwesende, Gesprächspartner	 Herr Gröll, NEWWAY Handelsberatung GmbH (NEWWAY Handelsberatung GmbH, Buchhofstraße 3 in 82319 Starnberg; Tel: 0171/6847649; E-Mail: <a href="mailto:wimgroell@t-online.de">wimgroell@t-online.de</a> )

### 2.1.3 Dritte Arbeitskreissitzung

Anwesende, Gesprächspartner	Herr Gröll, NEWWAY Handelsberatung GmbH (NEWWAY Handelsberatung GmbH, Buchhofstraße 3 in 82319 Starnberg; Tel: 0171/6847649; E-Mail: <a href="mailto:wimgroell@t-online.de">wimgroell@t-online.de</a> )

### 2.1.4 Vierte Arbeitskreissitzung

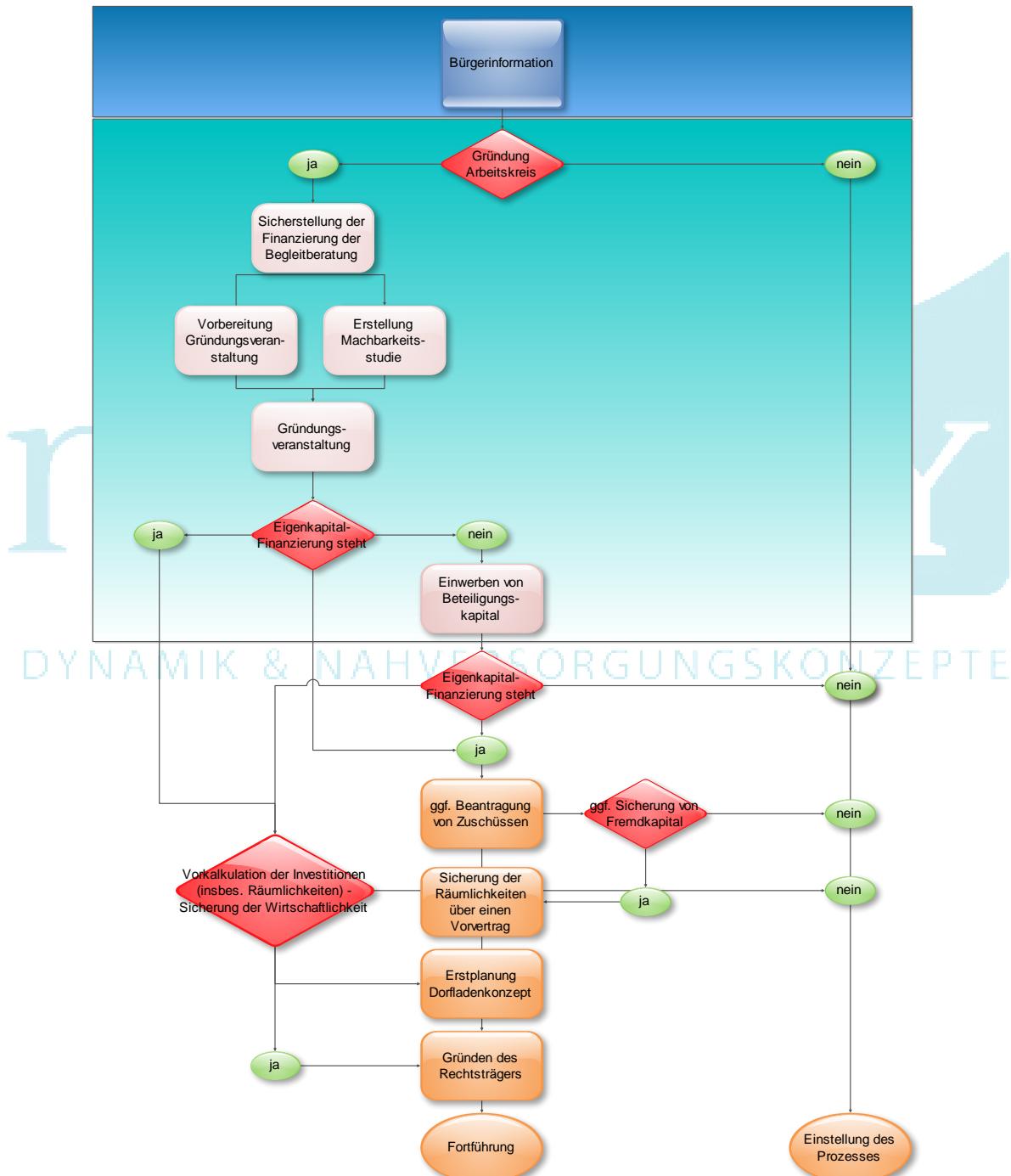
Anwesende, Gesprächspartner	Herr Gröll, NEWWAY Handelsberatung GmbH (NEWWAY Handelsberatung GmbH, Buchhofstraße 3 in 82319 Starnberg; Tel: 0171/6847649; E-Mail: <a href="mailto:wimgroell@t-online.de">wimgroell@t-online.de</a> )

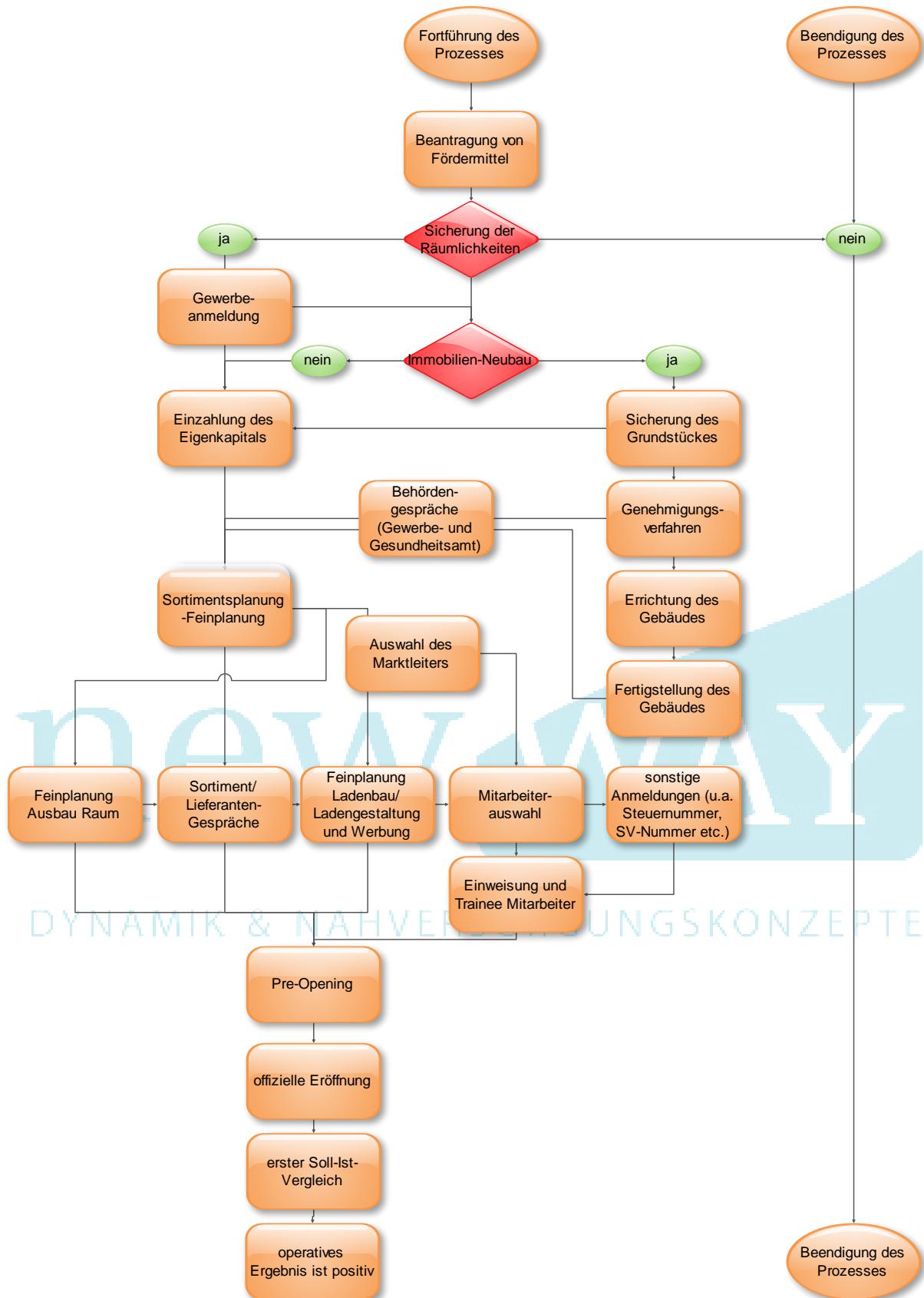
## 2.2 Gewünschte Rahmendaten für den geplanten Dorfladen:

Merkmale	Gewünschte Rahmen-daten	Bemerkungen
Name des Dorfladens	Dorfladen Kempfen-brunn	
Geplante Rechtsform		
Geplante Mindestein-lage		Ggf. teilbar durch einen Betrag bzw. Zeichnen von einer bestimmten Anzahl von Einlagen.
Geplante Maximalein-lage	Keine Begrenzung ge-plant	
Anzahl Aufsichtsrat?		
Anzahl Vorstand/ Ge-schäftsführer		
Mindestlaufzeit		Ggf. unter Berücksichti-gung einer Fördermittel-zusage
Kündigungsfrist	2 Jahre zum Jahres-ende	Auszahlungssperre, wenn 20 % und mehr an Kapital gekündigt wird.
Übertragbarkeit	Nur mit Zustimmung der Geschäftsleitung/ des Vorstandes mög-lich	
Haftungsbegrenzung	Immer auf die Einlage begrenzt.	
Erbfallregelung	Beendigung der Mit-gliedschaft; Neuauf-nahme der Erben auf Antrag möglich.	
Gewinnverteilung	Gemäß Gesellschafter-beschluss Ausschüttung auch in Form eines Warengut-scheines möglich.	
Eintrittsgeld		

## 2.3 Grobablauf (Übersicht)

- Bilden eines variablen Eigenkapitals
- Begrenzung der Haftung auf die Einlage der Gesellschafter
- Führen des Mitgliederregisters/ der Mitgliederverwaltung vor Ort beim Dorfladen
- Mögliches Einbinden mehrerer (mehr als 10 Gesellschafter/Mitglieder) Gesellschafter in das Dorfladen-Projekt





	Phasen	Inhalte	Zeitab-schnitt	Arbeitshilfen	Bemerkun-gen
Sensibilisierung	Sensibilisierungs-phase	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie ist der deutsche Lebensmitteleinzelhandel organisiert?</li> <li>Wie funktioniert ein Nahversorger?</li> <li>Wie kann man das Projekt vor Ort umsetzen?</li> </ul>	½ bis ¾ Jahr vor der Eröffnung des Marktes, in Ausnahmefällen auch länger (sofern z. B. Förderanträge zwecks Finanzierung gestellt werden müssen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einladung (Postwurfsendung und/oder Plakate, Zeitungsberichte)</li> <li>Vortrag</li> <li>Kleines Handbuch „Kurbi“</li> <li>Interessentenliste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Für die Veranstalter fallen lediglich die Reisekosten an.</li> </ul>
<b>Sofern die Teilnahme und ggf. die Reaktion auf die Gründung des Arbeitskreises gering ist, kann an dieser Stelle das Projekt eingestellt werden.</b>					
Vorgründungsprozess	Gründung eines Arbeitskreises	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorbereitung der Gründungsveranstaltung</li> <li>Rechtsformwahl</li> <li>Bürgerbefragung</li> <li>Standortbewertung, Machbarkeitsstudie (Grobkonzept, Investitions- und Finanzierungsplanung, Erfolgsschrechnung)</li> <li>Klärung der Raumfrage (kann u. Umständen auch nach erfolgter Gründungsveranstaltung erfolgen)</li> </ul>	Ca. 2 bis 3 Wochen nach der Sensibilisierungsveranstaltung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fragebogen für die Bürgerbefragung</li> <li>Standortbewertung</li> <li>Musterverträge (Gesellschaftsvertrag)</li> <li>Mustereinladung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ggf. Klärung der fortführenden Kosten zur Begleitung des Gründungsprozesses</li> </ul>
	Vorbereitung der Gründungsveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rechtsformwahl</li> </ul>	Bis zu ½ Jahr vor der Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gesellschaftsverträge (je nach Rechtsform)</li> <li>Gründungsprotokoll</li> <li>Gründer-Leitfaden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zwischen 1 und 3 Arbeitskreissitzungen</li> </ul>
	Gründungsveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gründung der Gesellschaft</li> <li>Wahl des Aufsichtsrates</li> <li>Ggf. Wahl des Aufsichtsrates/der Geschäftsführung</li> </ul>	Dauer: ¼ Jahr bis ½ Jahr vor der Eröffnung		<ul style="list-style-type: none"> <li>Meist in Form einer Abendveranstaltung; Dauer zwischen 1 bis 3 Stunden</li> <li>Diese Gründungsveranstaltung wird zunächst zur Gewinnung der</li> </ul>

	Phasen	Inhalte	Zeitab-schnitt	Arbeitshilfen	Bemerkun-gen
					Gründungsmitglieder durchgeführt.
Weiterer Verkauf von Beteiligungen zwecks Deckung der Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nach erfolgter Gründungsveranstaltung werden weitere Anteile verkauft.</li> </ul>	maximal ½ Jahr	<p>In der Regel erfolgt die Akquisition der Gesellschafter in folgenden Stufen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stufe 1: Gründungsveranstaltung</li> <li>Stufe 2: nachlaufende Zeit der Gründungsveranstaltung</li> <li>Stufe 3: Infostände im Ortskern bzw. an den örtlichen Festlichkeiten</li> <li>Stufe 4: „Dorfladen-Tag“: Hier kann an einem halben Tag (zwischen 4 und 6 Stunden) gezielt bei Kaffee und Kuchen sowie Brotzeit über den Dorfladen berichtet werden.</li> <li>Stufe 5: Einstimmen der Mitgliedsbeitragsserklärungen im Rahmen von Nachbarschaftsgesprächen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deckung des Finanzierungsbedarfs (Ergebnis aus der Machbarkeitsstudie) über den Verkauf der Anteile gesichert.</li> </ul>	

**Sofern nicht genügend Anteile verkauft werden können, um den Finanzierungsbedarf größtenteils zu decken, raten wir von einer weiteren Verfolgung des Projektes ab. Die Finanzierung sollte im Idealfall zu 70 % über Haftkapital abgedeckt werden.**

Umsetzungs- phase	Ggf. Stellen von Förder-Anträgen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderantrag für Unternehmensberatung</li> <li>Förderanträge im Rahmen von Investitionen z. B. über Dorferneuerung etc.</li> <li>Förderdarlehen.</li> </ul>	Vor Beginn der Investitionen!	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fördermittelantrag</li> </ul>	
	Einleiten des Gründungsprozesses	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logoentwicklung, Entwicklung des Werbegrund-auftrittes</li> <li>Suchen eines Geschäftsführers</li> </ul>	Unmittelbar nach erfolgter Entscheidung, dass das Vorhaben umgesetzt wird.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logoentwicklung</li> <li>Werbeauftritt insgesamt</li> </ul>	

	Phasen	Inhalte	Zeitab-schnitt	Arbeitshilfen	Bemerkun-gen
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anmeldung der Gesellschaft</li> <li>• Klären des Standortes</li> <li>• Benennung des Geschäftsführers/ Marktleiters</li> <li>• Gewerbeanmeldung</li> <li>• Anmeldung gegenüber dem <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Arbeitsamt (Betriebsnummer),</li> <li>◦ Gewerbeaufsichtsamt,</li> <li>◦ Gesundheitsamt,</li> <li>◦ Berufsge nossenschaft</li> </ul> </li> </ul>	3 Monate vor der Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handbuch Gestaltungshinweise</li> <li>• Handbuch Sortiment</li> <li>• Anmeldebögen Ge werbe, etc.</li> </ul>	
	Abklären des Feinkonzeptes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klären des genauen Investitionsbedarfes</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mietvertrag</li> <li>• Ggf. Vorgespräche mit dem Gewerbeaufsichtsamt und/oder dem Veterinärsamt (Gesundheitsamt)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ca. 8 Wochen vor der Eröffnung sollten die Kühlgeräte bestellt sein.</li> </ul>
	Abklären der Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trockensortiment</li> <li>• Fleischer</li> <li>• Bäcker</li> <li>• Direktvermarkter</li> <li>• Obst und Gemüse</li> <li>• Getränke</li> <li>• </li> </ul>	2 Monate vor der Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferverträge</li> <li>• Ladenplanung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Ladenplanung wird in der Regel über die Hauptlieferanten übernommen.</li> </ul>
	Auswahl Mitarbeiter			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personaleinsatzplanung</li> <li>• Arbeitsverträge</li> </ul>	
	Vorbereitung der Gründung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einweisung der Mitarbeiter in die Handbücher</li> <li>• Vorbereitung der Eröffnungswerbung</li> <li>• Vorbereitung der Eröffnung des Marktes</li> </ul>	3 bis 4 Wochen vor der offiziellen Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationshandbücher</li> </ul>	
	Soft-Opening		1 bis 3 Wochen vor der offiziellen Eröffnung		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielstellung dieses Softopenings ist das gezielte Einarbeiten der Mitarbeiter ohne Erfolgsdruck</li> </ul>

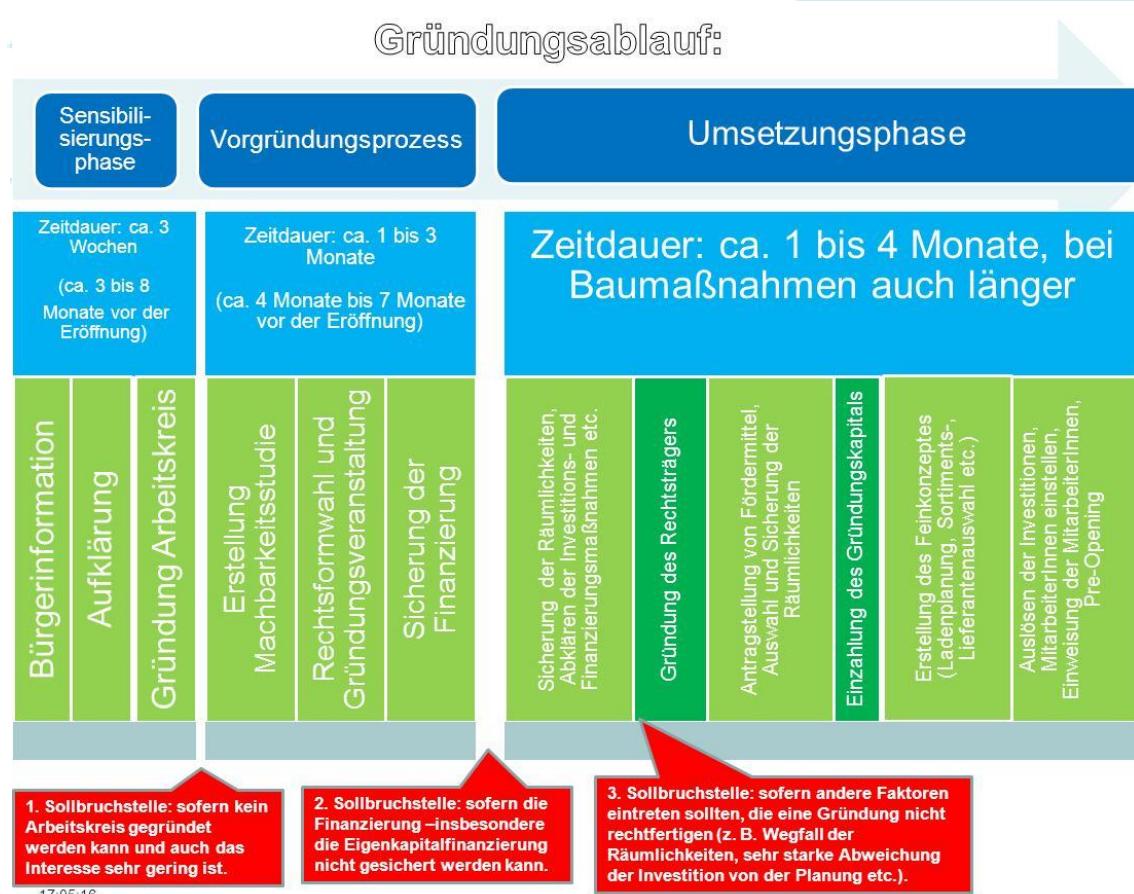
	Phasen	Inhalte	Zeitab-schnitt	Arbeitshilfen	Bemerkun-gen
					• Hier wird auch keine offizielle Werbung ausgestreut.

## Eröffnung des Nahversorgers

(Ideale Eröffnungstage: Donnerstag, Freitag; Wichtig: Je nach Region sollten Pfarrer (ev, r.k.), der Bürgermeister und sonstige Prominente aus Gesellschaft und Politik geladen werden.)

Nach Eröffnung	Kurzcheck	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatzvergleich</li> <li>Personalkostenleistungscheck</li> </ul>	2 Wochen nach der Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kurzcheck</li> </ul>	
	Soll-Ist-Vergleich	<ul style="list-style-type: none"> <li>Handelsspannencheck</li> <li>Erfolgscheck</li> </ul>	½ bis ¼ Jahr nach der Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inventur</li> </ul>	
<b>Teilnahme an der Erfahrungsaustauschgruppe-Dorfläden/Nachbarschaftsläden</b>					<b>(1 x pro Jahr 2 Tage)</b>

Zeitliche Abfolge (grafische Darstellung):



17:05:16

### 3. Planung für den Dorfladen Kempfenbrunn

#### 3.1 Zeitplanung

Phase	Thema	Zeitplan
<b>Sensibilisierungsphase</b>	Sensibilisierungsveranstaltung (Informations- und Motivationsveranstaltung)	
	Erste konstituierende Sitzung des Arbeitskreises	
<b>Vorgründungsprozess</b>	Vorbereitung Gründungsveranstaltung (Handbuch 2 – über Frau Gröll 08151-7467291)	
	Erstellen einer Machbarkeitsstudie (über Herrn Neumann 0171-26.180.43): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortbewertung</li> <li>• Investitions- und Finanzierungsplanung</li> <li>• Planertragsvorschau für die ersten drei Jahre</li> <li>• Ggf. Bürgerbefragung</li> </ul>	
	Studienfahrt zu Dorfläden, die ähnliche Gegebenheiten (Ortsgröße, Verkaufsfläche etc.) aufweisen.	
	Durchführung der Gründungsveranstaltung zur Gewinnung von Gesellschaftern (Herr Gröll)	
	Konstituierende Sitzung des Aufsichtsrates, ggf. der Geschäftsführung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahl des Vorsitzenden</li> <li>• Erarbeitung einer Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat und der Geschäftsführung</li> <li>• Festlegung der nachfolgenden Maßnahmen</li> </ul>	
	Klären von möglichen öffentlichen Zuschüssen (Frau Gröll 08151-7467291)	
	Abklären des Standortes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortbewertung</li> <li>• Klärung der Mietkonditionen</li> <li>• Ladengrobplanung (ggf. auch über den Hauptlieferanten)</li> </ul>	

<b>Phase</b>	<b>Thema</b>	<b>Zeitplan</b>
	Sicherung der Finanzierung bzw. des Finanzierungsbedarfes	
<b>Umsetzungsphase</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anmeldung der Gesellschaft (u. a. Notartermin) nach Erreichen des Kapitals</li> <li>• Suchen eines Steuerberaters und Klärung der Buchhaltung</li> <li>• Suchen eines Geschäftsführers bzw. Dorfladenleiters</li> </ul>	
	Einrichten der Mitgliederverwaltung (Datei über Frau Gröll 08151-7467291)	
	Erarbeiten eines Grobkonzeptes für den Dorfladen (Handbücher 3,4) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sortimentsparameter</li> <li>• Preisparameter erarbeiten (Handbuch 3a)</li> <li>• Dienstleistungsparameter</li> </ul>	
	Erarbeiten eines Marketingkonzeptes (Herr Gambel 08731-7408686; Frau Ruttman 0171-29.57.808) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbegrundgestaltung (Logo, Visual Merchandising)</li> <li>• Bestimmung der Werbeträger               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Außenbereich (Fahne, Hinweisschilder, Gebäudeschild, Preischilder etc.)</li> <li>◦ Innenbereich (Logoband, Wimpelkette, Trinkbecher, Einkaufstaschen, Kugelschreiber, Eipacktüten etc.)</li> </ul> </li> <li>• Sonstiges (Flugblattvorlagen, Plakatvorlagen, Briefbogen, Visitenkarten-Vorlagen etc.)</li> </ul>	
	Sicherung der Räumlichkeiten	
	Installation des Kundenrates <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preisparameter (die 20 wichtigsten Artikel)</li> <li>• Sortimentsgestaltung (Handbuch 4)</li> <li>• Testkäufe</li> </ul>	

Phase	Thema	Zeitplan
	Klärung möglicher Versicherungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haftpflicht</li> <li>• Betriebsunterbrechung</li> <li>• Geschäftsführerhaftung</li> <li>• Glas</li> <li>• Immobilie</li> <li>• Etc.</li> </ul>	
	Kontaktaufnahme mit den Behörden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewerbeaufsichtsamt</li> <li>• Gesundheitsamt, Hygiene</li> <li>• Berufsgenossenschaft</li> <li>• Arbeitsamt (Betriebsnummer)</li> <li>• Finanzamt</li> </ul>	
	Disposition der Ladeneinrichtung und sonstigen Einrichtungsgegenständen/ EDV, Kassensystem	
	Auswahl der Lieferanten (Verhandlungsgespräche) bzw. der Konditionen	
	Festlegung des Sortimentes	
	Ggf. Bau- bzw. Umbaumaßnahmen	
	Organisieren von ehrenamtlichen Helfern	
	Auswahl der MitarbeiterInnen	
	Organisieren der Eröffnungswerbung	
	Pre-Opening-Phase (Soft-Openingsphase)	
	Eröffnung des Dorfladens	
<b>Phase nach der Gründung</b>	Teilnahme an der Erfa-Tagung für Dorfläden	Kontaktadresse: Schule für Dorf- und Landesentwicklung Klosterberg 8 86672 Thierhaupten <a href="http://www.Sdl-thierhaupten.de">www.Sdl-thierhaupten.de</a> Frau Augustin Tel: 08271-41441

### 3.2 Inhalte/Grobkonzept des Dorfladens

Leistungsbereiche	Teilbereiche	Details/Info:
Sortimentsbereiche	• •	• •
Dienstleistungsbereiche	• •	• •
Self-Scanning als Ergänzung zur mitarbeiterbesetzten Öffnungszeit	• •	• •

### 3.3 Marketingkonzept:

	Merkmale:	Details/Info:
Basisprogramm:	• •	• •
Strategische Erfolgspotenziale:	• •	• •
Einzigartige Verkaufsargumente:	• •	• •
Special-Effects:	• •	• •
Corporate Identity:	• •	• •
Erfolgskontrollen:	• •	• •

### 3.4 Werbemittel, Werbeträger während der Startphase (Startpaket)

Werbemittel/Werbeträger	Bezugsquellen
Erstellen eines Logos	• Grafiker vor Ort • Nicole Ewald (über Netzwerk) grafik-ewald.de; Tel: 09306-5822470; mail@grafik-ewald.de
Flyer/Werbeblätter	• Druckereien vor Ort • Nicole Ewald (über Netzwerk)
Roll-Up	• Werbebüro vor Ort • Nicole Ewald (über Netzwerk)
Visitenkarten	• Werbebüro vor Ort • Nicole Ewald (über Netzwerk)
• Sweatshirts/Poloshirts (20 – 50 Stück) • Einkaufstaschen ca. 250 Stück	• Vor Ort • Kerler (über Netzwerk) <a href="http://www.kerler.de">www.kerler.de</a> ; Tel: 07563-91000; post@kerler.de
Streuartikel • Luftballons • Kugelschreiber •	• Vor Ort • Nicole Ewald (über Netzwerk)
Interessensbekundungen/ Anträge	• Vor Ort •

## 4. Kostenfallen

In den letzten Jahren hat der Bereich des Gemeinschaftsraumes (Cistro, Dorfküche, kleiner Veranstaltungsraum, sofern keine Dorfgaststätte mehr vorhanden ist) zugenommen. Gleichzeitig bedeutet dieser Bereich, dass der Dorfladen insgesamt eine höhere Wertschöpfung vor Ort erzielt, der meist mit höheren Mitarbeitereinsatz verbunden ist. Deshalb muss genau in diesem Servicebereich darauf geachtet werden, dass die Kosten im Griff bleiben. In der Praxis haben sich daher folgende Kostenfallen herauskristallisiert:

- **Kaffeemaschine:** im Durchschnitt werden zwischen 20 und 40 Tassen pro Tag ausgeschenkt. Diese Größe rechtfertigt die Anschaffungskosten für eine Kaffeemaschine (Vollautomat) bis zu 2.000 Euro zuzüglich einer Kaffeefiltermaschine bevorzugt mit einem vorher einstellbaren Mahlwerk. Sollten deutlich mehr Tassen pro Tag im Durchschnitt verkauft werden, so kann jederzeit eine teurere Kaffeemaschine nachgerüstet werden.
- **Kochen im Dorfladen (Dorfküche):** Im Durchschnitt werden zwischen 10 und 30 Essen pro Tag verkauft. Davon werden ca. 30 % vor Ort verzehrt. Der Einsatz von Profimaschinen sowie der Erwerb von Edelstahlmöbel ist in der Regel dafür notwendig. Meist liegen die Investitionswerte deutlich über dem vertretbaren Maß. Zudem werden häufig zu viele Mitarbeiterstunden zur Zubereitung der Mahlzeiten aufgewendet. Um den richtigen Verkaufspreis zu ermitteln, bedarf es daher eine detaillierte Plankalkulation.
- **Verbrauchsmaterial:** wird oftmals zu teuer eingekauft.



**new**WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 5. Mögliche Geschäftsordnung bzw. Grundsätze für den Arbeitskreis

### Präambel:

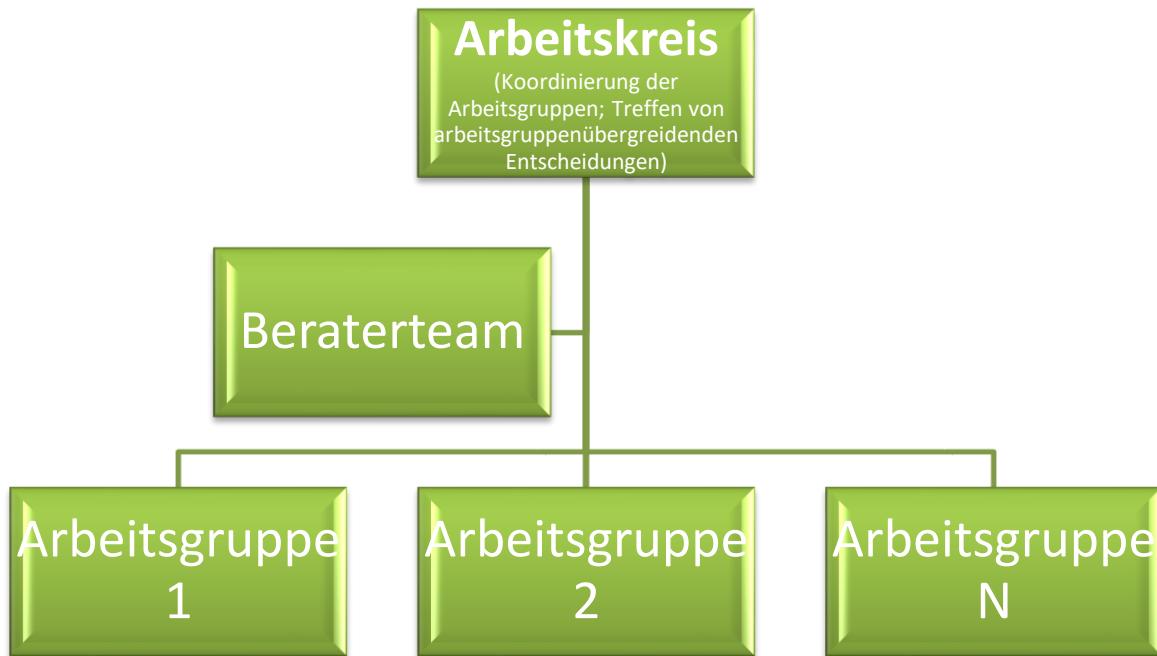
Der Arbeitskreis begleitet den Dorfladenprozess grundsätzlich bis zur Eröffnung des Ladens und ggf. darüber hinaus, sofern dies für die Beteiligten wichtig ist. Im Wesentlichen werden in der Anfangsphase der Gründungsprozess und eine Machbarkeitsstudie mit begleitet. Der Arbeitskreis stellt auch eine wichtige Vorstufe für die noch zu gründende Betreibergesellschaft dar. Nach erfolgter Gründung der Betreibergesellschaft arbeiten die Arbeitskreismitglieder –sofern sie nicht weitere Ämter der Betreibergesellschaft (u. a. Aufsichtsrat, Vorstand/Geschäftsführer, Rechnungsprüfer, Kundenrat etc.) belegt werden– weiterhin im Umsetzungsprozess mit. Die Arbeit des Arbeitskreises erfolgt stets überparteilich und unabhängig von allen Interessensvertretungen.

1. Der Arbeitskreis ist ideell tätig und begleitet den Gründungsprozess des Dorfladens.
2. Es besteht die Möglichkeit, jederzeit zum Arbeitskreis hinzutreten. Eine begrenzte Anzahl der Teilnehmer gibt es nicht.
3. Unabhängig von den anwesenden Teilnehmern ist der Arbeitskreis stets in der Lage Beschlüsse mit einfacher Mehrheit treffen zu können. Stimmengleichheit wird stets als Ablehnung gewertet.
4. Es wird ein Sprecher von den Arbeitskreismitgliedern gewählt. Die Hauptaufgabe des Sprechers ist die Koordination des Dorfladen-Prozesses sowie die Abstimmung mit der Gemeinde, sofern dies für den Prozess notwendig ist. Dieser Sprecher behält sein Amt bis zur nächsten Wahl. Eine Mindestamtsdauer wird nicht vereinbart.
5. Über jedes Arbeitskreistreffen wird ein (Ergebnis-) Protokoll angefertigt. Die Mindestinhalte des Protokolls sind:
  - a. Datum des Arbeitskreistreffens sowie Beginn und Ende des Treffens (Uhrzeit)
  - b. Anwesende Personen
  - c. Besprochene Themen in Stichworten
  - d. Getroffene Entscheidungen mit den dazugehörigen Abstimmungsergebnissen
6. Es kann weiterhin ein Schriftführer gewählt werden. Dieser Schriftführer ist jeweils bis zur nächsten Wahl tätig.
7. Grundsätzlich ist jedes Arbeitskreismitglied selbst verpflichtet, sich die notwendigen Protokolle und sonstigen wichtigen Unterlagen zu beschaffen („Holpflicht“). Das gleiche gilt auch bei der Meldung der Adressdaten der Arbeitskreismitglieder.
8. Die Aufgaben des Arbeitskreises ergeben sich aus den Bedürfnissen und den notwendigen Maßnahmen der Tätigkeiten insgesamt.
9. Der Arbeitskreis wird je nach Bedarf Fachbereich-Arbeitsgruppen bilden:
  - a. Arbeitsgruppe 1: Rechtsfragen (Rechtsform etc.), Standort und Betriebswirtschaft, Mitarbeiter
  - b. Arbeitsgruppe 2: Vertriebsprofil (Sortiment, Dienstleistungsangebot), Aus- und Umbau, Ladenbau, Ladengestaltung,
  - c. Arbeitsgruppe 3: Marketing, Mitgliederwerbung, Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation
 Aufgaben, die von den Arbeitsgruppen nicht übernommen werden, verbleiben im Arbeitskreis.
10. Sofern mehrere Arbeitsgruppen bzw. Fachbereiche gebildet werden, übernimmt der Arbeitskreis die Koordination zwischen den Arbeitsgruppen und Moderation des gesamten Prozesses. In diesem Arbeitskreis sind die gewählten Arbeitsgruppensprecher geborene Mitglieder. Der Arbeitskreissprecher –sofern er nicht auch in der jeweiligen Gruppe als Mitglied aktiv ist– kann sich jederzeit in die Arbeitsgruppe mit einbringen und aktiv mitgestalten. Dabei ist das Subsidiaritätsprinzip einzuhalten. Nur arbeitsgruppenübergreifende Sachfragen werden von dem Arbeitskreis entschieden.
11. Sofern ein Mitglied in eine befangene Rolle gerät (z. B. Arbeitskreismitglied und zugleich Vermieter, Lieferant etc.), verzichtet das Mitglied freiwillig sowohl auf die Teilnahme am Bearbeiten des konkreten Themas als auch auf sein Stimmrecht.
12. Besprochene Inhalte und auch getroffene Entscheidungen werden nur nach gemeinsamer Absprache veröffentlicht. Gerade im Zweifelsfalle verbleiben alle Informationen, getroffene Entscheidungen etc. in den Kreisen des/der Arbeitskreis/e. Wenn nichts anders vereinbart ist, ist der Arbeitskreisvorsitzende gleichzeitig auch der Sprecher und die Kontaktperson für Dritte des Arbeitskreises.
13. Bei jeder Sitzung wird eine Anwesenheitsliste geführt. Diese dient grundsätzlich dazu, zur nächsten Arbeitskreissitzung einzuladen.
14. Sofern die Aufgaben von den jeweiligen Gruppen bzw. dem Arbeitskreis und deren Mitglieder nicht gelöst werden können, wird ein externer Fachrat herangezogen.
15. Grundsätzlich gilt, dass keine Investitionen ausgelöst werden können, für die keine Finanzierung sichergestellt ist.

Die Geschäftsordnung ist mit Stimmen von insgesamt Stimmen angenommen.  
 Kempfenbrunn, den

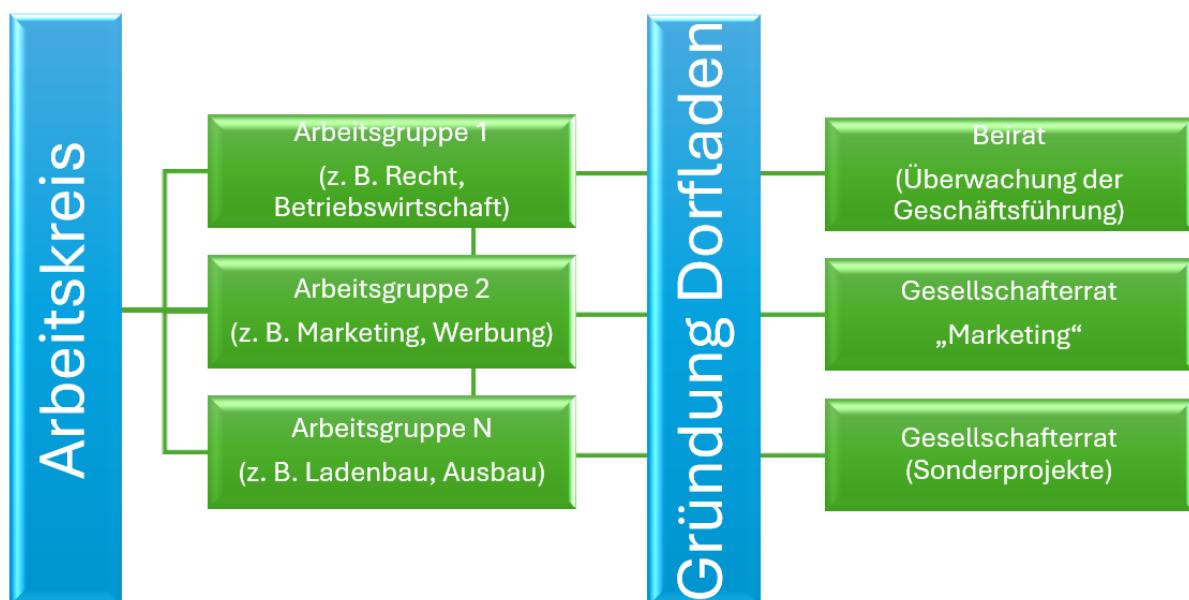
## Grafische Darstellung der Arbeitskreis-Arbeitsgruppen-Struktur

-Aufbauorganisation



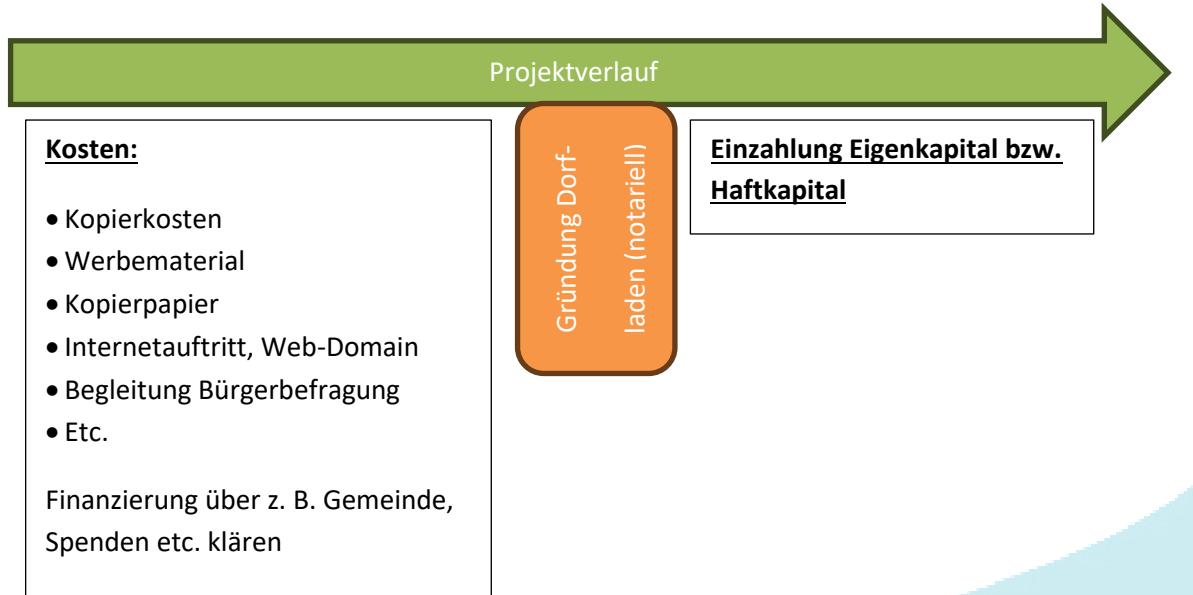
- Die Arbeitsgruppensprecher sind geborene Mitglieder des Arbeitskreises („verpflichtende“ Mitglieder).
- Alle anderen Arbeitsgruppenmitglieder können auch im Arbeitskreis mitwirken („freiwillige“ Mitglieder).
- Sofern die Gemeinde wichtige Gestaltungsbereiche hat (z. B. Bereitstellen von finanziellen Mitteln, Immobilien etc.) erhält die Gemeinde in diesen Bereichen ein Mitwirkungs- Minderheiten- bzw. „Veto“- Recht.

-Ablauforganisation



**Aufgaben des Schriftführers zum Projektstart:**

- Adressverwaltung
- Aufbau einer Internetseite
  - Offener Bereich wie Terminkoordinierung, Werbung, Bürgerinformationen
  - Geschlossener Bereich für interne Protokolle, Adressverwaltung, sonstige vertrauliche Informationen



**new** WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 6. Verhaltensregeln (in Ergänzung zur Geschäftsordnung) „Missverständnisse sind die Regel“

1. Wir üben Kritik in einem (persönlichen) Gespräch – auf die Sache bezogen!
2. In der Kreativitätsphase nehmen wir keine Wertung vor, sondern respektieren jegliche Ideen, egal wie verrückt diese auch sind!
3. Wir nehmen auch selbst die Äußerungen der Gesprächspartner stets sachlich und nicht persönlich!
4. Wir geben den Gesprächspartnern Gelegenheit, sich zur Sache zu äußern!
5. Ich begrenze meine Redezeit auf maximal 2 Minuten, um meinen Gesprächspartnern auch genügend Zeit zu geben, sich zur Sache zu äußern!
6. Wir diskutieren ruhig und sachlich!
7. Jeder Teilnehmer ist für seine Motivation selbst verantwortlich!
8. Wir lassen andere Meinungen zu, so lange sie dem unternehmerischen und gemeinsamen Zweck dienen!
9. Wir treffen stets zusammen klar definierte Entscheidungen – und setzen diese gemeinsam und aktiv um, auch wenn die Entscheidungen nicht immer meinen Vorstellungen entsprechen!
10. Wir geben den Arbeitskreismitgliedern klare und lösungsorientierte Ziele vor und binden auch die Mitglieder in die Zielfindung sowie Maßnahmen aktiv mit ein!
11. Wir bedanken uns am Ende der Besprechung bei unseren Gesprächspartnern für das entgegengebrachte Vertrauen und Bereitschaft, positiv mit der geäußerten Kritik umzugehen!

**Der bzw. die Berater dürfen sich nicht in die disziplinarische Ordnung des Arbeitskreises einbringen. Die Organisation bzw. disziplinarische Führung muss vor Ort im Arbeitskreis bzw. in der ggf. nachfolgenden gegründeten Gesellschaft verbleiben.**

**Der bzw. die Berater hat/-ben die Aufgabe, Fach- und Sachinformationen zuzuarbeiten.**

**Der bzw. die Berater hat/haben die Aufgabe, die verantwortlichen Personen rechtzeitig auf Gefahren (sach- und fachorientiert) hinzuweisen.**

# Dorfladen-Arbeits- und Hausordnung

Sage immer die Wahrheit

Lache viel und Laut

Respektiere die anderen

Liebe was du tust. Tue was du liebst

Halte deine Versprechen

Verzeihe, auch wenn es schwerfällt

Denke immer positiv

Erfülle deine Träume

**new** WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 7. Arbeitskreise (mögliche fachliche Gliederung):

Bei der Aufteilung der Arbeitskreise ist zu beachten, dass –je nach Anzahl der Arbeitskreismitglieder- die Fachbereiche auch entsprechend zusammengelegt werden können. Dies wird sinnvollerweise farblich dargestellt.

**Sofern mehrere Arbeitskreise eingerichtet werden, sollten diese die notwendigen Abstimmungsgespräche über eine Lenkungsgruppe regelmäßig führen.**



DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

	<b>Mögliche Arbeitskreise</b>	<b>Untergliederung</b>	<b>Kurzbeschreibung</b>	<b>Mögliche Inhalte</b>	<b>Besonderheiten</b>
1	Gründung und Rechtsformwahl, Rechtsfragen	<ul style="list-style-type: none"> <li> Gesellschaftsrecht</li> <li> Arbeitsrecht</li> <li> Lieferantenverträge</li> <li> Sonstige Verträge</li> <li> HACCP, Preisangabenverordnung, LMIV etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Abklären der Rechtsform</li> <li> Abklären der Vertragsinhalte</li> <li> Vorbereitung der Gründungsveranstaltung</li> <li> Abhalten der Gründungsveranstaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> In Abstimmung des Arbeitskreises 2 Festlegung des Anteilspreises</li> <li> Koordination der Termine mit externen Partnern wie Genossenschaftsverband, Notar, Rechtsanwalt etc.</li> <li> Begleitung der einzelnen Schritte wie Notartermine, Anmeldung in das jeweilige Register (Genossenschaftsregister, Handelsregister etc.)</li> </ul>	Dieser Arbeitskreis wird neben dem Arbeitskreis der für die betriebswirtschaftlichen Rahmendaten zuständig ist, bis einschließlich der Gründungsveranstaltung der wichtigste Arbeitskreis sein. Mit Abschluss der Gründungsveranstaltung und des Einwerbens des notwendigen Eigenkapitals wird dieser Arbeitskreis seine Bedeutung verlieren. Nach Abschluss dieser Arbeiten werden in der Regel die nachfolgenden Arbeitskreise ihre Tätigkeit aktiv und intensiv aufnehmen können.
2	Betriebswirtschaftliche Planung und Begleitung	<ul style="list-style-type: none"> <li> Standort</li> <li> Controlling</li> <li> Kassensystem</li> <li> Preispolitik</li> <li> IICE</li> <li> Kontakt Steuerberater/Jahresabschluss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Begleitung der Bürgerbefragung</li> <li> Begleitung der Erarbeitung der Machbarkeitsstudie</li> <li> Begleitung der Investitions- und Finanzierungsplanung</li> <li> Erarbeiten und Überwachen und Einhalten der Investitionsplanung</li> <li> Erarbeiten und Überwachen und Einhalten der Kostenplanung</li> <li> Erarbeiten und Überwachen von Soll-Ist-Vergleichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Betriebswirtschaftliche Abstimmung mit den jeweiligen anderen Arbeitskreisen</li> <li> Organisation eines Erfahrungsaustausches mit anderen Dorfläden</li> <li> Aufbau der Verwaltungsorganisation des Dorflands</li> </ul>	Dieser Arbeitskreis liefert die betriebswirtschaftlichen Rahmendaten für die Gründungsveranstaltung (u. a. Anteilspreis, zu erzielendes Eigenkapital etc.). Eine enge Abstimmung mit allen Arbeitskreisen ist aus unserer Sicht notwendig. Dieser Arbeitskreis stimmt mit den anderen Arbeitskreisen die jeweiligen Budgets ab.
3	Ladenbau, Ladengestaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li> Planung</li> <li> Durchführung, Organisation der Umsetzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Ladengestaltung</li> <li> Festlegung und Einhalten der Investitionssumme</li> <li> Organisation des Einkaufes sowie des Aufbaus der Ladeneinrichtung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Organisation ehrenamtlicher Mitglieder für den Ladenbau</li> </ul>	Enge Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis 2 (betriebswirtschaftliche Planung und Begleitung), Arbeitskreis 4 (Aus- und Umbau) sowie mit dem Arbeitskreis 6 (Sortiment) notwendig.

	<b>Mögliche Arbeitskreise</b>	<b>Untergliederung</b>	<b>Kurzbeschreibung</b>	<b>Mögliche Inhalte</b>	<b>Besonderheiten</b>
4	Aus- und Umbau	 Planung  Durchführung, Organisation	 Begleitung der Bauplanung  Begleiten der Aus- und Umbau- maßnahmen, ggf. auch Neubau  Festlegung und Einhalten der Investitionssumme	 Organisation ehrenamtlicher Mitglieder für den Aus- und Umbau, ggf. Neubau	Enge Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis 2 (betriebswirtschaftliche Planung und Begleitung), Arbeitskreis 3 (Ladengestaltung) sowie mit dem Arbeitskreis 6 (Sortiment) notwendig.
5	Marketing und Mitgliederwerbung	 Interne Kommunikation  Mitgliederwerbung  Ladeninnen- gestaltung (Beschilderung, Bebil- derung etc.)  Kundenkom- munikation (Werbung, Kundenbin- dungssys- teme)  Begleitung Kundenrat	 Erarbeiten des Marketingplanes  Erarbeiten des Logos  Planung der Ladenoptik	 Optische Gestaltung des Ladens (u. a. Sortiments- beschriftung im Laden) sowohl innen als auch außen.  Ortsbeschilderung (Hinweis- schilder)	Ab der Gründungsveranstaltung übernimmt dieser Arbeitskreis in erster Linie das weitere Anwerben von Beteiligungskapital bis das Ziel-Eigenkapital erreicht ist. Nach Erreichen des Ziel-Eigenkapitals Dieser Arbeitskreis muss sich mit den Arbeitskreisen Ladenbau (3), Aus- und Umbau (4) und Sortiment (6) abstimmen.
6	Sortiment, Dienstleistungsangebot	 Lieferanten- auswahl  Definition Sortimente  Lieferanten- konditionen  Dienstleis- tungsange- bote (Post, etc.)	 Basissortiment  Regionale Sorti- mente  Festlegung der Dienstleistungs- angebote	 Einsammeln von Adressen regionaler Anbieter (Fleischer, Bäcker, Direktvermarkter etc.)  Abklären des Hauptlieferanten  Führen von Konditionsverhandlungen	In enger Abstimmung mit den Arbeitskreisen Ladenbau (3), Sortiment (6) erfolgt die Planungs- und Umsetzungsarbeit.
7	Mitarbeiter	 Mitarbeiter- auswahl (incl. Anforde- rungsprofil und Bewer- bungsge- spräche)  Organisation Trainee Mit- arbeiter (u. a. Praktikas au- ßerhalb des Ladens)  PEP/IICE	 Bewerbungs- und Einstellungsge- spräche  Personaleinsatz- planung  Ggf. Mediatoren- gespräche	 Mitarbeiterqualifi- kation  Organisation von möglichen Praktikas, Schulungen etc.  Abschluss von Arbeitsverträgen  Einführung des Qualitätsmanage- mentsystems für den Dorfladen	Die Arbeit erfolgt in enger Abstimmung mit den Arbeitskreis 2 (betriebswirtschaftliche Planung und Begleitung)

Ab der Eröffnung des Ladens werden die wesentlichen Kernarbeiten der oben aufgeführten Arbeitskreise von der Geschäftsführung, den Mitarbeitern bzw. dem Kundenrat entsprechend übernommen.

**Grundsätzlich gilt, dass alle Protokolle z. B. über einen geschlossenen Bereich im Internet den Mitgliedern des Arbeitskreises zugänglich gemacht werden!**

Es wird empfohlen, eine auf die örtlichen Bedürfnisse ausgerichtete Matrix zu erstellen, aus der hervorgeht, wer welche Kompetenzen bzw. Teilaufgaben zu erfüllen hat und wo sich

Überschneidungen vorhanden bzw. Abstimmungen zwischen den Arbeitskreisen notwendig sind. Hierzu wird in der Anlage ein Muster beigelegt.

## 8. Wichtige Adressen:

Dorfladen-Netzwerk	Dorfladen-Netzwerk.com
Handelsverband Bayern der Einzelhandels (HBE) (auch: Infos über das Projekt „ <b>Obst für die Schule</b> “)	Briener Straße 45 80333 München Tel: 089-55118-0
Schulverpflegung (Obst für die Schule)	<a href="http://Schulverpflegung.bayern.de">Schulverpflegung.bayern.de</a>
Berufsgenossenschaft für den Einzelhandel	Direktion Bonn Niebuhrstraße 5 53113 Bonn 0228-54069 <a href="http://www.Bgwh.de">www.Bgwh.de</a>
Industrie- und Handelskammer	<a href="http://www.lhk.de">www.lhk.de</a>
Direktvermarktung	<a href="http://www.einkaufen-auf-dem-bauerhof.com">www.einkaufen-auf-dem-bauerhof.com</a> <a href="http://oekoland-bayern.de">oekoland-bayern.de</a> <a href="http://www.direktvermarktung-sachsen.de">www.direktvermarktung-sachsen.de</a> (Frau Münch: 035204-78662)
Kassensysteme	Schapfl: 09421-962130 MySoft: <a href="http://www.mysoft.at">www.mysoft.at</a> (auch Ausstatter von 24/7-Lösungen)
Schädlingsbekämpfung und Vorbeugung	A-S-D Take Control Ahlborn-Service und Dienstleistung Gartenweg 1 87754 Kammlach
Örtliches Gewerbeaufsichtsamt	
Örtliches Gesundheitsamt	

Örtliches Finanzamt	
Örtliche Gemeinde	
Ladeneinrichtung (gebrauchte und neuwertige Gegenstände) sowie Ladenplanung (Grobplanung)	<p><b>Neue Geräte:</b></p> <p>Kurt Rempfer Lindenstraße 3 73495 Stödtlein Tel: 07964-331.886 Mobil: 0171-2025291 E-Mail: <a href="mailto:kurt.rempfer@t-online.de">kurt.rempfer@t-online.de</a></p> <p>Christof Ogris Heiligkreuzerstraße 74 87439 Kempten-Thingers Tel: 0171-5208382</p> <p>Meinex Ladenbau Herr Heren 0171-6433427 <a href="http://www.meinex.de">www.meinex.de</a></p> <p>Adressen auch: über Insolvenzverwalter ermittelbar.</p> <p>Unterstützungen geben auch die nationalen Großhändler sowohl in der Planung als auch in der Beschaffung.</p> <p>Ggf. auch von IKEA (IVAR Wandregale aus Holz; Besta Wandregale aus Holz)</p>
Sonnenschutz	<p>Multifilm Am Sandberg 31 85247 Oberroth <a href="http://www.multifilm-securfol.de">www.multifilm-securfol.de</a> Tel: 08138-9328-3</p>
Beleuchtung	<p>POS-Beleuchtung: POS GmbH Auf dem Gericht 40 35066 Frankenberg/Eder Tel: 06451-6767</p> <p>LED-Leuchten: <a href="http://www.lampenwelt.de">www.lampenwelt.de</a> Horst Mertens –LED-Licht (Lechstraße 5 in 80638 München, Tel: 089/14340255) <a href="http://www.mertens-led-licht.de">www.mertens-led-licht.de</a></p>

Beschilderungen	<a href="http://www.schilder-klar.de">www.schilder-klar.de</a> Tel: 0202-27722-0
Wichtige Infos über Direktvermarkter aus der Region	Jeweils zuständige Landwirtschaftsämter bzw. siehe oben
Ladenplanung –Marketingauftritt (auch: Beschilderung, Werbemittel, Werbematerial)	Frau Nicole Ewald 09306-5822470 ( <a href="http://grafik-ewald.de">grafik-ewald.de</a> ) Kerler (Berufskleidung, Werbedruck auf Textil incl. Einkaufstaschen etc.) <a href="http://www.kerler.de">www.kerler.de</a> Tel: 07563-91000
Mitarbeitereinweisung, Qualitätsmanagement	



DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 9. Weitere Arbeitshilfen (Qualitätsmanagement Dorfladen):

	Qualitätshandbücher:	Inhalte:
Vorgründungsphase	Handbuch 1: Gründungsleitfaden für den Dorfladen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wichtige Adressen</li> <li>• Ablaufplanung</li> <li>• Leitfaden zur Erstellung des Dorfladen-profiles</li> </ul>
	Handbuch 2: Kurze Einführung in die möglichen Rechtsformen, Gründungsprozess und Ab	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung der wichtigsten und geeigneten Rechtsformen für den Dorfladen</li> <li>• Abklären der Inhalte für die Dorfladengründung</li> </ul>
Umsetzungsphase	Handbuch 3: Ladengestaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipps zur Ladengestaltung</li> <li>• Grundlagen bei der Regalierung</li> <li>• Horizontale und vertikale Regeln bei der Warenpräsentation</li> </ul>
	Handbuch 4: Sortimentshandbücher <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4.1 Gesamtmarkt</li> <li>• 4.2 Bedientheke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detaillierte Aufstellung des Sortimentes als Orientierungshilfe</li> <li>• Wichtige Adressen für den Dorfladen</li> <li>• Darstellung der wichtigsten Merkmale beim Bau bzw. der Renovierung von Dorfläden</li> </ul>
Laufender Ladenbetrieb	Handbuch 5: Arbeitsanweisungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5.0 allgemeine Regelungen</li> <li>• 5.1 Nebenprozesse</li> <li>• 5.2 Fachinformationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HACCP-Konzept auf den Dorfladen abgestimmt</li> <li>• Aufbauorganisation</li> <li>• Ablauforganisation</li> <li>• Fragen zur Verwaltung und Organisation des Dorfladens</li> <li>• Verfahrensanweisungen</li> <li>• Controlling</li> </ul>
	Handbuch 5a:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Checklisten als Ergänzung zum Handbuch 5</li> <li>• Formulare als Ergänzung zum Handbuch 5</li> </ul>
	Handbuch 6: Aushänge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aushänge als Ergänzung zu den Handbüchern 5 und 5a</li> <li>• Aushänge auch für die Verkaufsfläche</li> </ul>
Controlling	Handbuch 7: Jahreszielplanung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leitbild</li> <li>• Grundsätze der Kommunikation untereinander</li> <li>• Führungsstil</li> <li>• Verantwortlichkeiten</li> <li>• Zahlenplanung; Planrechnung</li> </ul>
	Handbuch 8: Muster-Prüfbericht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfbericht</li> <li>• Empfehlung zur Entlastung der Geschäftsführung</li> </ul>

## 10. Anlagen-Arbeitshilfen

### 10.1 Mustereinladung Informationsveranstaltung

Einladung zur Informationsveranstaltung zum Thema

„Dorfladen in Kempfenbrunn“

Kann in unserem Dorf ein Lebensmittelladen erfolgreich betrieben werden?

Zu diesem Thema haben wir Herrn Wolfgang Gröll, Fachberater für Dorfläden in Bayern zum Vortrag am „Datum“ eingeladen.

Wolfgang Gröll, auch bekannt durch mehrere Fernsehreportagen (u. a. „Quer“ im Bayerischen Fernsehen) begleitet seit mehr als 20 Jahren erfolgreich Gründungen von Dorfläden in ganz Bayern. An dieser Veranstaltung erfahren wir alle folgenden wichtigen Informationen:

- Wie ist die gesamte Lebensmittelhandelsstruktur in Deutschland aufgebaut?
- Welche Erfolgsfaktoren garantieren das Überleben eines Dorfladens?
- Wer kommt als Lieferant für unseren Dorfladen möglicherweise in Frage?
- Welche Betreibermodelle haben in der Praxis eine Chance?
- Kann ein Dorfladen preislich mit den Discountern mithalten – und wenn „Ja“ – wie?

Die Veranstaltung beginnt am „Datum“ um „Uhrzeit“.

Veranstaltungsort ist „Ort“.

Bitte erscheinen Sie zahlreich. Sie erwartet ein sehr informativer und erlebnisreicher Abend.

Nach dem Vortrag wollen wir zusammen mit Ihnen die weitere Vorgehensweise erörtern.

## 10.2 Einladung zur ersten Arbeitskreissitzung zum Thema „Dorfladen in Kempfenbrunn“

Nach der ersten Auftaktveranstaltung mit Herrn Gröll am „Datum“ haben sich mehrere Personen bereit erklärt, grundsätzlich am Projekt Dorfladen mitarbeiten zu wollen.

Vielen Bürger ist es noch nicht so richtig klar, wie das Projekt Dorfladen in Kempfenbrunn umgesetzt werden kann. Hierzu wollen wir alle interessierten Bürger zur ersten Arbeitskreissitzung einladen. Hier werden unter anderem folgende Punkte besprochen:

- Besprechung der einzelnen Schritte zur Umsetzung des Projektes „Dorfladen“ in Kempfenbrunn
- Festlegung der Geschäftsordnung für den Arbeitskreis in Kempfenbrunn
- Beantwortung der Fragen aus der Bevölkerung
- Besprechung der wichtigsten Merkmale für die Gründung eines Dorfladens in Kempfenbrunn

Die Veranstaltung beginnt am „Datum“ um „Uhrzeit“.

Veranstaltungsort ist „Ort“.

Ihr Erscheinen ist **unverbindlich** und soll Ihnen die Möglichkeit geben, umfassende Informationen einzuholen. Die erste Sitzung wird auch für Sie eine Grundlage sein, ob und in welchen Bereichen Sie sich in das Projekt „Dorfladen“ einbringen wollen.

Ihre Gemeinde Kempfenbrunn/Ihr Arbeitskreis/Initiativkreis Dorfladen

### 10.3 Musteranschreiben „Information der Bürger“

## Dorfladen Kempfenbrunn

Liebe Kempfenrunner Mitbürgerinnen und Mitbürger!

Die Realisierung der Gründung des Kempfenbrunner Dorfladens schreitet voran. In seiner letzten Sitzung hat der Arbeitskreis einstimmig entschieden, den Dorfladen in der Rechtsform einer „Mini-GmbH“ („Bürgergemeinschaft“) zu betreiben. Ausschlaggebend hierfür sind folgende Punkte:

- Das Risiko ist für den einzelnen Gesellschafter überschaubar und minimal.
- Die Gesellschaft wird regelmäßig geprüft und die Ergebnisse werden stets transparent dargestellt.
- Alle wesentlichen Entscheidungen werden in der Mitgliederversammlung getroffen.

Die wichtigsten Informationen zum Wesen der Gesellschaft finden sie auf dem beiliegenden Informationsblatt. Die Gründung einer Gesellschaft setzt bestimmte Verfahrenswege voraus. Dabei ist vor allem auch eine Risikoabschätzung notwendig.

Wesentlich für die Gründung des Dorfladens ist deshalb eine möglichst hohe Anzahl von Mitgliedern. Um den weiteren Weg zur Gesellschaftsgründung fortsetzen zu können, benötigen wir bereits jetzt Ihre konkrete Zusage, Anteile zu erwerben. Die Höhe eines Mitgliederanteils beträgt 250 Euro. Es können auch mehrere Anteile erworben werden.

Die formelle Mitgliedschaft in der Gesellschaft und damit die Einzahlung des Betrages erfolgt erst nach der Gründungsveranstaltung, zu der Sie eigens eingeladen werden.

**DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE**

Ihr Einverständnis vorausgesetzt, werden wir im Laufe der nächsten 3 Wochen Ihre Anmeldung persönlich bei Ihnen abholen.

Wir würden uns freuen, wenn wir unser Dorfladenprojekt gemeinsam mit Ihnen auf eine breite Basis stellen und noch wie vorgesehen in diesem Jahr verwirklichen können.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Arbeitskreis „Dorfladen Kempfenbrunn“

# Der Dorfladen Muster stellt sich vor

<b>Betreiber und Form:</b>	Genossenschaft oder „Bürgergemeinschaft“ (UG & Still), Gründungsveranstaltung am „Datum“
<b>Organe der Genossenschaft (geplant):</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vorstand mit mindestens 3 Personen, Leitung der Genossenschaft, <math>\frac{1}{4}</math>-jährige Berichterstattung an den Aufsichtsrat.</li> <li>2. Aufsichtsrat, kontrolliert und überwacht die Vorstandsschaft./Geschäftsführung</li> <li>3. Generalversammlung, beschließendes Organ, jährliche Veranstaltung.</li> </ol>
<b>Mitgliedschaft:</b>	<p><u>Wer kann Mitglied werden?</u> Natürliche Personen, Personengesellschaften, juristische Personen.</p> <p><u>Beendigung der Mitgliedschaft:</u> Möglich durch Kündigung zum Jahresende mit einer Frist von 6 Monaten, durch Tod (Mitgliedschaft geht an die Erben über und endet zum Jahresende). Mindestlaufzeit während der Anlaufphase (den ersten 3 Jahren): mindestens 5 Jahre bzw. am 31.12.20XX.</p> <p><u>Geschäftsanteile:</u> Die Höhe des Geschäftsanteiles beträgt 150 Euro; Mehrfachzeichnungen bis maximal 10 Anteile je Person/Mitglied (oder unbegrenzt) möglich und gewünscht.</p> <p><u>Haftung der Mitglieder:</u> Höchstens mit dem Betrag der Einlage durch die Anteilszeichnung. Kein Nachschuss erforderlich.</p> <p><u>Verwendung der Mitgliedsbeiträge:</u> Betreiben eines „Dorfladens Kempfenbrunn“, Erwerb des Warenbestandes und der Ladeneinrichtung, Beteiligung</p> <p><u>Stimmberichtigung:</u> Stimmberichtigung erfolgt nach „Köpfen“ und nicht nach Kapitaleinlage.</p>
<b>Baumaßnahmen, Räumlichkeiten:</b>	Räumlichkeiten sind folgende vorhanden:
<b>Zielsetzung:</b>	Versorgung der Bürger mit Lebensmitteln. Frische und Service haben bei uns absolute Priorität.
<b>Wirtschaftlichkeit:</b>	Als oberstes Ziel: Sicherstellung der Versorgung der Ortschaft mit Lebensmitteln und regionalen Produkten. Wirtschaftliches Ziel: ausgeglichenes Betriebsergebnis.

## Häufig gestellte Fragen: „Was passiert...“

...wenn ein neues Mitglied der Gesellschaft beitreten will?“

Unsere Gesellschaft kennt keine geschlossene Mitgliederzahl. Ein Eintritt ist jederzeit möglich. Dieser Beitritt kann an sachliche Voraussetzungen beim Interessenten gebunden sein. (z. B. Zugehörigkeit zu einem bestimmten Beruf oder Handwerk). Die Geschäftsführung entscheidet über den Antrag.

...wenn ein Gesellschafter ausscheiden will?“

Austritte sind mit der im Vertrag festgelegten Kündigungsfrist möglich. Der ausscheidende Gesellschafter erhält sein einbezahltes Geschäftsguthaben zurück.

...wenn ein Gesellschafter mehrere Geschäftsanteile zeichnen will?“

Dies ist generell möglich und wird im Detail durch den Vertrag geregelt.

... mit dem Gewinn der Gesellschaft?“

Die Generalversammlung entscheidet grundsätzlich über die Gewinnverwendung. Ein Teil stärkt die Rücklagen. Der zur Ausschüttung kommende Teil wird unter den Gesellschaftern nach Geschäftsguthaben verteilt.

Plakate (Muster) zur Bewerbung des Anteilverkaufes:

Die Besonderheit in der Gewinnverwendung ist die Rückvergütung. Dabei kann je nach Inanspruchnahme der Leistungen der Gesellschaft ein Teil des Gewinnes als Betriebsausgabe an die Mitglieder vergütet.

...wenn die Gesellschaft Verluste ausweist?“

Die Rücklagen und das Geschäftsguthaben dienen zum Verlustausgleich.

...im Haftungsfall?“

Das Vermögen der Gesellschaft haftet den Gläubigern. Eine Nachschusspflicht ist ausgeschlossen, so dass allein das Eigenkapital der Genossenschaft haftet. In diesem Fall wird keine Nachschusspflicht vorgeschlagen, so dass Sie keine Nachschusspflicht haben werden.

...wenn die Gesellschaft aufgelöst wird?“

Sieht man vom Insolvenzfall ab, wird eine Gesellschaft durch Beschluss der Generalversammlung aufgelöst. In sehr seltenen Fällen werden Gesellschaften auf begrenzte Zeit gegründet; sie enden mit dem vorgesehenen Zeitpunkt oder der Erreichung des Ziels der Gesellschaft.

## 10.4 Musterplakate



**new** WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

**Volltreffer!**

**Ja!**

**dorfmarkt**  
Simonshofen e.G.

Gemeinsam anpacken  
für den Dorfmarkt Simonshofen!  
Tragen Sie der Genossenschaft „Dorfmarkt Simonshofen“ als Mitglied bei – und wir alle können bald in Simonshofen einkaufen!

Gemeinsam anpacken  
für den Dorfmarkt Simonshofen!  
Tragen Sie der Genossenschaft „Dorfmarkt Simonshofen“ als Mitglied bei – und wir alle können bald in Simonshofen einkaufen!

Formulare erhalten Sie bei:  
• Peter Rudi, Nutzlinienweg 8  
• Orth Waltraud, Nutzstraße 4  
• Schindler Hermann, Hohe Marter 10  
• Kluge Daniela, Holzweiherweg 1

Formulare erhalten Sie bei:  
• Peter Rudi, Nutzlinienweg 8  
• Orth Waltraud, Nutzstraße 4  
• Schindler Hermann, Hohe Marter 10  
• Kluge Daniela, Holzweiherweg 1

**new** WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEpte



**dorfmarkt**  
Simonshofen e.G.



**Gemeinsam anpacken**  
für den Dorfmarkt Simonshofen  
Treten Sie der Genossenschaft  
„Dorfmarkt Simonshofen“ als  
Mitglied bei – und wir alle können  
bald in Simonshofen einkaufen.

# new WAY

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 10.5 Checkliste –Durchführen eines Dorfladen-Tages

Im Rahmen der Marketingarbeiten –auch im Vorfeld der Gründungsveranstaltung- kann zur Förderung des Bekanntheitsgrades sowie auch des Abbaus von Vorurteilen ein „Dorfladen-Tag“ durchgeführt werden. Bevorzugt wird dieser Tag am Wochenende (Samstag und/oder Sonntag) abgehalten. Nachfolgend einige Stichworte bzw. Beispiele für die Durchführung des Dorfladen-Tages:

### Zielstellung:

- Abbau von möglichen Vorbehalten gegenüber dem Dorfladen-Projektes in der Bevölkerung
- Vermarktung von Dorfladen-Anteilen (entweder im Vorgriff zur Gründungsveranstaltung oder im Nachlauf der Gründungsveranstaltung)

### Vorbereitung:

- **Räumlichkeiten:** je nach örtlichen Gegebenheiten → idealerweise in den geplanten Verkaufsräumen des Dorfladens, ansonsten auf „neutralen Boden“.
- **Werbe-Vorlaufdauer:** ca. 2 – 4 Wochen vor dem geplanten Dorfladen-Tag
- **Dauer:** je nach Wochentag: z. B. sonntags → nach der Kirche bzw. ab gegen 13.00 Uhr (nach dem Mittagessen) bis gegen 17.00 Uhr



## Durchführung:

<p>Bereiche:</p> <p><b>Bewirtung:</b> ( die Speisen und Getränke) können entweder verkauft oder gegen eine kleine Spende ausgegeben werden)</p>	<p><b>Beispiel-Infos</b></p> <p> <b>(selbst gebackene) Kuchen</b>   <b>Kleine Speisen</b> (primär kalte Speisen, ggf. auch kleine heiße Gerichte wie Würstchen, Grillfleisch, Kartoffelsalat, kleine belegte Brötchen etc.)   <b>Getränke</b> (heiße und kalte Getränke wie Kaffee, Tee; alkoholfreie Getränke, ggf. Bier etc.)</p>  
<p><b>Informations-Inseln:</b> Themen könnten sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Standort-Analyse</li> <li> Rechtsform</li> <li> Befragungsergebnisse</li> <li> Betriebswirtschaftliche Daten</li> <li> Beispiele aus anderen Ortschaften</li> <li> Vorteile für das Dorf</li> <li> Etc.</li> </ul> <p>In Form von Plakaten an Ausstellungs-Tafeln werden die wichtigsten Grafiken und Inhalte dargestellt</p>	 

Bereiche:	Beispiel-Infos
	
<b>Konzept-Vorstellung:</b>  Vorstellung möglicher (kleinerer) Lieferanten aus der Region  Ggf. Verkostung und/oder ein kleiner Verkauf dieser Produkte	  <i>...mit Qualitätsprüfung!</i> 
	

Bereiche:	Beispiel-Infos
<b>Präsentation von zukünftigen regionalen Lieferanten:</b>	
<b>Kommunikations-Plattform:</b> Die Bürger können z. B. auf Pinwänden bzw. in kleinen Boxen ihre Ideen auf kleine Karten (je Karte eine Idee) aufschreiben, die anschließend visualisiert werden können	 <p>(z. B. von den Kindern oder ....)</p>  <p>(... von den Erwachsenen gestaltet)</p>

Bereiche:	Beispiel-Infos
<b>Ideen- und Wunschbaum</b>	
<b>Rahmenprogramm/Sonstiges:</b> Als Rahmenprogramm können z. B. kleinere Verlosungen und/oder kleine Verkostungen, kleine „give aways“ etc. gegeben werden.	

DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

## 10.6 Protokoll-Muster

Protokoll: vom „Datum“ Firma: Dorfladen Kempfenbrunn

Protokoll-Nr.: \_\_\_\_\_

(Das Protokoll dient zum internen Gebrauch der unten aufgeführten anwesenden Personen.)

<b>Anwesende:</b>	Herr Gröll, New Way Handelsberatung GmbH (New Way Handelsberatung GmbH, Buchhofstraße 3 in 82319 Starnberg-Percha; Tel: 0171/6847649; E-Mail: <a href="mailto:wimgroell@t-online.de">wimgroell@t-online.de</a> )
-------------------	--

### Situationsbeschreibung:



### Zielsetzung:




Maßnahmenplan:

Lfd. Nr.	Datum	Bemerkungen	Maßnahmen			
			Wer	Mit wem	Bis wann	Erle- digkt
1						
2						
3						
4						
5						

### Allgemeine Notizen:



## 10.7 Datenschutzrichtlinie (DS-GVO)

### 10.7.1 Zweck der Richtlinie, Grundsätze

**Mitgeltende Unterlagen:** „Erste Hilfe zur Datenschutz-Grundverordnung“ vom Verlag C.H. Beck „Das Sofortmaßnahmen-Paket“

Zweck der Richtlinie ist es, die Maßnahmen, die die Initiativgruppe/Arbeitskreis sowie die nachfolgende Dorfladen-Gesellschaft zu beschreiben. Damit soll gewährleistet werden, dass alle personenbezogenen Daten gemäß der DS-GVO (Datenschutz-Grundverordnung) in seiner jeweils gültigen Fassung vor Missbrauch zu schützen.

Personenbezogene Daten werden von Interessenten, Mitglieder der Arbeitskreise, mögliche Geschäftspartner wie Lieferanten, Dienstleister, sonstige Unternehmen und Kunden gespeichert und verarbeitet.

Für den Umgang mit allen personenbezogenen Daten gelten dabei folgende Grundsätze:

- Daten werden grundsätzlich nur intern gespeichert und nicht an Dritte weitergegeben -mit Ausnahme an steuerberatende Unternehmen, der zuständigen Bank, die die Zahlungsvorgänge für die Initiativgruppe bzw. der nachfolgenden Dorfladen-Gesellschaft durchführt und/oder gesetzliche Vorschriften bzw. Verpflichtungen zur Weitergabe bzw. Speicherung vorschreibt. Jede Ausnahme von diesem Grundsatz bedarf der Zustimmung der Betroffenen.
- Bezuglich der Zugriffsmöglichkeit innerhalb der Gesellschaft gilt: Zugriff wird nur für diejenigen Personen eingerichtet, welche aufgabenbezogen den Zugriff brauchen. Dabei gilt das Prinzip: „So wenig Zugang als möglich, nur so viele Zugriffsberechtigte und Einzeldaten als nötig“. Verantwortungsträger und deren Zugriffsrechte sind unter Punkt 7.1.3 geregelt. Alle Zugriffsberechtigte verpflichten sich über eine Datenschutzvereinbarung (Punkt ???) die Regelungen dieser Richtlinie einzuhalten.
- Der E-Mail-Verkehr an Gruppen von Empfängern wird so gestaltet, dass kein Empfänger die anderen Empfänger identifizieren kann. Eine Ausnahme hierzu stellt die E-Mail-Kommunikation zwischen Mitglieder der Arbeitskreise, Gesellschaftern, Beiräten/Aufsichtsräten, Geschäftsführern sowie Mitarbeitern dar. Die Inhaber solcher Aufgaben und Funktionen sind bekannt und stimmen der „sichtbaren“ Verwendung ihrer E-Mail-Adressen ausdrücklich zu.

## 10.7.2 Datenverarbeitung

### Datenverarbeitung für „eigene Zwecke“

Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten für eigene Zwecke sind zulässig, wenn zwischen dem Betroffenen und der verantwortlichen Stelle eine vertragliche oder vertragsähnliche Beziehung besteht. Hierbei dürfen nur die Daten verarbeitet oder genutzt werden, die zur Erfüllung des Vertrages oder des vertragsähnlichen Verhältnisses erforderlich sind. Auf diesem Umstand basiert beispielsweise die Rechtmäßigkeit der Speicherung und Verarbeitung von Personaldaten oder der Daten von Anteilseignern.

Bei der Erhebung personenbezogener Daten sind die Zwecke, für die die Daten verarbeitet oder genutzt werden sollen, konkret festzulegen. Eine Zweckänderung ist nur zulässig, wenn:

- Eine Rechtsvorschrift dies vorsieht oder zwingend voraussetzt, oder
- Der Betroffene eingewilligt hat, oder
- Offensichtlich ist, dass sie im Interesse des Betroffenen liegt, und kein Grund zu der Annahme besteht, dass er in Kenntnis des anderen Zwecks seine Einwilligung verweigern würde.

### Datenverarbeitung für „fremde Zwecke“

Eine Datenverarbeitung für fremde Zwecke findet im Arbeitskreis/in der Gesellschaft nicht statt.

### Auftragsdatenverarbeitung

Es sind Vorgänge möglich, bei denen personenbezogene Daten nicht im eigenen Haus erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, sondern für bestimmte Aufgaben Dienstleister in Anspruch genommen werden (z. B. Versand von Newslettern, Steuerberatende Berufe, Banken etc.).

Diese sogenannte Auftragsdatenverarbeitung, zu der auch Fernwartung und Betreuung durch Softwarelieferanten gehören, wird im Bundesdatenschutzgesetz gesondert geregelt.

Der Auftraggeber bleibt demnach für alle Zeiten Herr „seiner“ Daten und damit in der Grundsatzverantwortung für alle Verfahrensschritte und Ergebnisse sowie die Einhaltung aller Datenschutzvorschriften. In diesem Sinne sind Rechenzentren und Dienstleister auch keine „Dritten“, an die Daten weitergegeben werden. Die Zulässigkeitsbedingungen für die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung der Daten bleiben bestehen.

### 10.7.3 Berechtigungen für Verantwortliche mit speziellen Aufgaben

Verantwortlicher:

Dorfladen Kempfenbrunn Straße Plz-Wohnort	Tel-Nr.: E-Mail: Web:	Inhaber/Geschäftsführer: Herr Mustermann, geb. am „Datum“
---	-----------------------------	--

Verarbeitungs-tätigkeit	Ansprechpart-ner (Name, Tel-Nr., E-Mail)	Datum der Ein-führung	Zweck der Ver-arbeitung	Kategorie be-troffene Perso-nen	Kategorie von personenbezo-genen Daten	Kategorie von Empfängern	Drittlandtrans-fer	Löscherfristen	Technische/organisatori-sche Maßnah-men
Verwaltung der zukünftigen (stillen) Gesell-schafter bzw. Interessenten			▪ Verwaltung der stillen Ge-sellschafter	Stille Gesell-schafter des Dorfladens	▪ Nane und Ad-ressen der stillen Gesell-schafter ▪ Höhe der Ein-lage ▪ Zeichnungs-datum ▪ Geburtsda-tum ▪ Ggf. Bankver-bindung	▪ Buchhal-tungsbüro ▪ Steuerberater ▪	Keine	IP-Adresse nach 30 Tagen	Siehe IT Si-cherheitskon-zzept
Betrieb und Website (ober Hosting-Dienst-leister)			▪ Unterneh-mensdarstel-lung	▪ Kunden ▪ Websitebesu-cher	▪ IP-Adresse	keine	Keine	10 Jahre (ge-setzliche Auf-bewahrungs-frist)	Siehe IT Si-cherheitskon-zzept
Werbemaß-nahmen zur Gesellschafter-gewinnung und -bindung			▪ Marketing zur Kundenakqui-rierung	▪ Bestandskun-den ▪ Potenzielle Neukunden	Postadresse der Kunden	keine	Keine	10 Jahre (ge-setzliche Auf-bewahrungs-frist)	Siehe IT Si-cherheitskon-zzept

#### 10.7.4 Datenschutz im Internet

Auf der Website werden personenbezogene Daten von Verantwortlichen der Gesellschaft nur dann veröffentlicht, wenn dazu eine ausdrückliche Genehmigung vorliegt.

Die Website wird auf einem Server mit gesichertem Zugang geführt.

Die Zugangsdaten zu Website und E-Mail-Postfach der Gesellschaft haben die Geschäftsführer

Im Übrigen gelten alle Punkte der Datenschutzerklärung.



## 10.7.5 Verpflichtung auf das Datengeheimnis

Von	
	„Name, Vorname, Adresse“

Gemäß § 5 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) bin ich auf folgende gesetzliche Bestimmungen zum Schutz des Datengeheimnisses hingewiesen worden:

- Es ist durch das BDSG untersagt, geschützte personenbezogene Daten unbefugt zu einem anderen als dem zur jeweiligen rechtmäßige Aufgabenerfüllung gehörenden Zweck
  - zu erheben,
  - aufzunehmen oder aufzubewahren,
  - zu verändern,
  - zu sperren oder
  - zu löschen,
  - die Daten dritten Personen bekannt zu geben oder zugänglich zu machen oder
  - sie sonst zu nutzen.

Diese Verpflichtung zur Wahrung des Datengeheimnisses besteht auch nach Beendigung der Tätigkeit bei der Verarbeitung personenbezogener Daten bzw. dem Ende meines Arbeitsverhältnisses oder Tätigkeit bei „Dorfladen Kempfenbrunn“ UG (haftungsbeschränkt) bzw. für den Arbeitskreis Dorfladen Kempfenbrunn.

- Wer unbefugt vom BDSG geschützte personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, erhebt, übermittelt, verändert, abruft oder sich Daten beschafft, kann mit Geldbuße, Geld- oder Freiheitsstrafe bestraft werden. Ein Verstoß gegen die oben dargestellte Verpflichtung kann zudem zu Schadensersatzforderungen führen.
- Das „Merkblatt zum Bundesdatenschutzgesetz (Anlage) habe ich zur Kenntnis genommen. Für weitere Datenschutzinformationen oder spezielle Unterweisungen kann ich mich an den Datenschutzbeauftragten (sofern vorhanden) bzw. an den Arbeitskreis-Vorsitzenden und/oder dem Geschäftsführer der Dorfladen Kempfenbrunn UG (haftungsbeschränkt) wenden.

Kempfenbrunn, den \_\_\_\_\_ Unterschrift\_\_\_\_\_

Eine unterschriebene Kopie dieser Verpflichtung ist dem Datenschutzbeauftragten (sofern vorhanden) bzw. dem Arbeitskreis-Leiter/Vorsitzenden und/oder der Geschäftsführung zu übergeben.

## 10.7.6 Merkblatt zum Bundesdatenschutzgesetz

Aufgrund Ihrer Aufgabenstellung gilt für Sie das Datengeheimnis nach § 5 BDSG. Das BDSG regelt im Wesentlichen folgende Punkte:

### 1 **Datengeheimnis:**

Das BDSG untersagt bei der Datenverarbeitung Beschäftigten, personenbezogene Daten unbefugt zu erheben, zu verarbeiten oder zu nutzen (Datengeheimnis).

Das Datengeheimnis besteht auch nach Beendigung Ihrer Tätigkeit weiter.

### 2 **Zweck des Bundesdatenschutzgesetzes:**

Zweck des BDSG ist es, den Einzelnen davon zu schützen, dass er durch den Umgang mit seinen personenbezogenen Daten in seinem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt wird. Personenbezogene Daten sind Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person (Betroffener).

Personenbezogene Daten fallen dann unter das BDSG, wenn sie automatisiert oder in nicht automatisierten Dateien erhoben, verarbeitet oder genutzt werden. Soweit personenbezogene Daten in Akten enthalten sind und nach bestimmten Merkmalen zugänglich sind und ausgewertet werden können oder ihr Inhalt in der Art einer Datei strukturiert ist, gilt das Gesetz ebenso.

Das BDSG fordert geeignete Maßnahmen zur Ausführung seiner Vorschriften. Für die Gesellschaft bzw. dem Arbeitskreis Dorfladen Kempfenbrunn sind diese in einer Datenschutzrichtlinie festgelegt.

### 3 **Zulässigkeit der Verarbeitung:**

Daten natürlicher Personen dürfen erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, wenn:

- der Betroffene schriftlich eingewilligt hat,
- eine Rechtsvorschrift dies erlaubt oder anordnet – beispielsweise das Einkommensteuergesetz, das Sozialgesetzbuch, eine Betriebsvereinbarung – oder das BDSG selbst eine Vereinbarung gestattet.

Nach dem BDSG ist das Erheben, Speichern oder Nutzen personenbezogener Daten zulässig wenn:

- dies zur Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses mit dem Betroffenen gehört, z. B. im Rahmen eines Anstellungsvertrages oder zur Abwicklung eines Kundenauftrages, oder
- dies den Zwecken eines vertragsähnlichen Vertrauensverhältnisses dient, beispielsweise bei Bewerbungen.

Im Übrigen ist das Erheben, Verarbeiten oder Nutzen zulässig, wenn es zur Wahrung berechtigter Interessen der verantwortlichen Stelle erforderlich ist und kein Grund zu der Annahme besteht, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Verarbeitung überwiegt. Die Übermittlung personenbezogener Daten an Dritte wird unter denselben Voraussetzungen vom BDSG erlaubt. Außerdem ist das Übermitteln erlaubt, wenn es der Wahrung berechtigter Interessen eines Dritten oder der Allgemeinheit dient und kein Grund zu der Annahme besteht, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse an dem Ausschluss der Übermittlung hat.

4 **Rechte der Betroffenen:** Der Betroffene kann seine Rechte nur wahrnehmen, wenn er weiß, dass Daten über ihn gespeichert werden. Deshalb ist die verantwortliche Stelle verpflichtet, ihn zu benachrichtigen. Die Pflicht zur Benachrichtigung entfällt, wenn der Betroffene auf andere Weise Kenntnis von der Speicherung erhält, was beispielsweise für Vertragsverhältnisse geregelt ist.

### 5 **Bußgeld- und Strafvorschriften des BDSG:**

#### § 43 Bußgeldvorschriften (Auszug)

(2) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig:

1. unbefugt personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, erhebt oder verarbeitet,
2. unbefugt personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, zum Abruf mittels automatisierten Verfahrens bereithält,
3. unbefugt personenbezogene Daten, die nicht allgemein zugänglich sind, abruft oder sich oder einem anderen beschafft,
4. die Übermittlung von personenbezogenen Daten, die allgemein zugänglich sind, durch unrichtige Angaben erschleicht.

(3) Die Ordnungswidrigkeit kann im Falle des Absatzes 1 mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro, in den Fällen des Absatzes 2 mit einer Geldbuße bis zu dreihunderttausend Euro geahndet werden.

#### § 43 Strafvorschriften (Auszug)

(2) Wer eine in § 43 Abs. 2 bezeichnete vorsätzliche Handlung gegen Entgelt oder in der Absicht, sich oder einen anderen zu bereichert, oder einen anderen zu schädigen, begeht, wird mit einer Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit einer Geldstrafe bestraft.

Die Tat wird nur auf Antrag verfolgt. Antragsberechtigte sind der Betroffene, die verantwortliche Stelle, der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Aufsichtsbehörde.

Vom Bundesdatenschutzgesetz nicht berührt werden die Geheimhaltungspflichten, die bereits im Rahmen eines Arbeitsvertrages oder von Arbeits- und Betriebsordnungen bestehen.

10.8 Erfassungsliste für die Mitglieder der jeweiligen Arbeitskreise:

Arbeitskreis-Nr. \_\_\_\_\_ Bezeichnung des Arbeitskreises: \_\_\_\_\_

10.9 Anwesenheitsliste Arbeitskreis Kempfenbrunn am: \_\_\_\_\_ .Arbeitskreissitzung

Lfd. Nr.	Name	Vollständige Adresse (Straße, Hausnummer, Wohnort)	Telefon-Nummer	E-Mail
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.		DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE		
13.				
14.				
15.				

**10.10 Interessentenliste** Ich habe Interesse, mich an einem möglichen Dorfladen zu beteiligen. Liste Nr. \_\_

**Das Ausfüllen der Liste verpflichtet zu keiner Handlung!**

## 10.11 Muster –Übersicht der Funktionen der einzelnen Arbeitskreise

Bereiche (AGr = Arbeitsgruppe)	AGr 1 Rechtsform, Gründung	AGr 2 Betriebswirtschaftliche Fragen	AGr 3 und 4 Aus- und Umbau, Ladenbau und Einrichtung	AGr 5 Marketing, Mitgliederwerbung	AGr 6 Sortiment	AGr 7 Mitarbeiter
Anzahl Mitglieder, ca	Ca. 6	Ca. 4	Ca. 13	Ca. 20	Ca. 8	
Sprecher Stellvertreter	Sprecher: N.N. Stellvertreter: N.N.	Sprecher: N.N., Stellvertreter: N. N.	Sprecher: N.N., Stellvertreter: N. N.	Sprecher: N.N., Stellvertreter: N. N.	Sprecher: N.N., Stellvertreter: N. N.	Sprecher: N.N., Stellvertreter: N. N.
Aufgaben der Sprecher	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinator</li> <li>• Moderator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinator</li> <li>• Moderator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinator</li> <li>• Moderator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinator</li> <li>• Moderator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinator</li> <li>• Moderator</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinator</li> <li>• Moderator</li> </ul>
Kerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestimmung des Rechtsträgers, Rechtsform</li> <li>• Satzung für den neuen Rechtsträger</li> <li>• Beiratsordnung</li> <li>• Zweckbestimmung der Gesellschaft</li> <li>• Einholen externer Berater (u. a. Notar, Steuerberater etc.)</li> <li>• Finanz- und Investitionsplanung (auch auf Basis der Machbarkeitsstudie)</li> <li>• Investitionen klären auch auf Basis der Infos von anderen Arbeitskreisen</li> <li>• Klärung der bis zur Gründung entstehenden Kosten</li> <li>• Vorgabe eines Investitionsplanes (auch Einholen der ersten Angebote)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raumaufteilung klären mit dem Immobilieneigentümer</li> <li>• Absprache mit der Stadt (Ablaufplan, Zeitplan)</li> <li>• Info: Die Stadt übernimmt die Investitionen in die Immobilie → bezugsfertiger Laden (Schnittstelle über Herrn N.N.)</li> <li>• Vorgabe eines Investitionsplanes (auch Einholen der ersten Angebote)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flyer erstellen (aktuell)</li> <li>• Organisieren und führen die Infotage durch</li> <li>• Presseartikel werden organisiert und verwaltet</li> <li>• Pressesprecherin im Arbeitskreis</li> <li>• Im neuen Jahr: auf die Geschäfte zugehen und auch Ängste abbauen</li> <li>• Einladung zur Gründungsversammlung</li> <li>• Verarbeitung der Ergebnisse aus den Arbeitskreisen und auch aus den Aktionen</li> <li>• Erfassung und Verarbeitung sowie Verwaltung der Interessensbekundungen der Anteilsscheine (Eigenkapital) → Weitergabe der Scheine an AGr 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestimmung des Sortimentes (Festlegung der Leitartikel → Leitpreise; Kalkulation der Sortimente → Handelsspanne)</li> <li>• Bestimmung des Kapitalbedarfes im Bereich des Warenbestandes und ggf. im Bereich der Dienstleistungen</li> <li>• Bestimmung der Dienstleistungsangebote und ggf. auch Zeitplanung; Abklären der Wirtschaftlichkeit, insbesondere der Wirtschaftlichkeit des kleinen Tagescafés (ggf. auch im Rahmen einer Deckungsbeitragsrechnung)</li> <li>• Flächenbedarf</li> <li>• Festlegung des Motto des Bürgerladens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festlegung des Personalbedarfes</li> <li>• Detailplanung (Personaleinsatzplanung)</li> <li>• Begleitung der Personalauswahl</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 5 in Sachen Gründung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 1 in Sachen Gründung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

Bereiche (AGr = Arbeitsgruppe)	AGr 1 Rechtsform, Gründung	AGr 2 Betriebswirtschaftliche Fragen	AGr 3 und 4 Aus- und Umbau, Ladenbau und Einrichtung	AGr 5 Marketing, Mitgliederwerbung	AGr 6 Sortiment	AGr 7 Mitarbeiter
Überschneidungen mit folgenden Arbeitskreisen	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 5: Entgegnahme von Interessensbekundungen und des möglichen Eigenkapitals vom AGr 2 und an alle anderen AGr (Gesamtsumme, nicht die persönlichen Daten der Antragsteller) als Basis für die Finanzierungsplanung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 2: Weitergabe von Interessensbekundungen und des möglichen Eigenkapitals an den AGr 2 (Gesamtdaten und nicht Einzeldaten → Beachtung des Datenschutzes)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitergabe von Ergebnissen an AGr 5 (zwecks Werbe- und Marketingmaßnahmen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitergabe von Ergebnissen an AGr 5 (zwecks Werbe- und Marketingmaßnahmen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitergabe von Ergebnissen an AGr 5 (zwecks Werbe- und Marketingmaßnahmen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitergabe der Ergebnisse und Verarbeitung der Ergebnisse von den jeweiligen Arbeitskreisen (AGr 3, 4 und 6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitergabe von Ergebnissen an AGr 5 (zwecks Werbe- und Marketingmaßnahmen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enge Kooperation in Sachen maximaler Investitionssummen mit den AGr 3/4 und 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enge Kooperation in Sachen maximaler Investitionssummen mit den AGr 3/4 und 6 (insbesondere maximaler Kapitalbedarf für die Bereiche Aus- und Umbau sowie Ladeneinrichtung)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enge Kooperation in Sachen maximaler Investitionssummen mit den AGr 3/4 und 6 (insbesondere maximaler Warenbestand, Handelsspannenerwartung, Dienstleistungsangebote etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 6 → Festlegung des Bürgerladen-Mottos (z. B. historischer Bürgerladen etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 5 → Festlegung des Bürgerladen-Mottos (z. B. historischer Bürgerladen etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 6 → Flächenbedarf und Flächenaufteilung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit AGr 3/4 → Flächenbedarf und Flächenaufteilung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abstimmung mit AGr in Sachen Personalkosten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abstimmung mit AGr 7 in Sachen Personalsuche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abstimmung mit AGr 2 in Sachen Personalkosten</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abstimmung mit AGr 5 in Sachen Personalsuche</li> </ul>

Bereiche (AGr = Arbeitsgruppe)	AGr 1 Rechtsform, Gründung	AGr 2 Betriebswirtschaftliche Fragen	AGr 3 und 4 Aus- und Umbau, Ladenbau und Einrichtung	AGr 5 Marketing, Mitgliederwerbung	AGr 6 Sortiment	AGr 7 Mitarbeiter
Überschneidungen mit externen Partnern	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schnittstelle zur Stadt in Sachen Um- und Ausbau, Investitionen, Zuschüsse etc. mit der Bank = Herr N.N.; insbesondere Zeitplan, Raumbedarf, Raumaufteilung</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abstimmung der (maximalen) Investitionssummen im Bereich Aus- und Umbaumaßnahmen sowie Ladenbau mit externen Lieferanten bzw. Handwerkern</li> <li>•</li> </ul>	•	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswahl der Lieferanten</li> <li>• Vorbereitung der Erstbestellungen bei den Lieferanten</li> </ul>	•
Sonstiges	•	•	•	•	•	•
	•	•	•	•	•	•
	•	•	•	•	•	•
	•	•	•	•	•	•



DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE