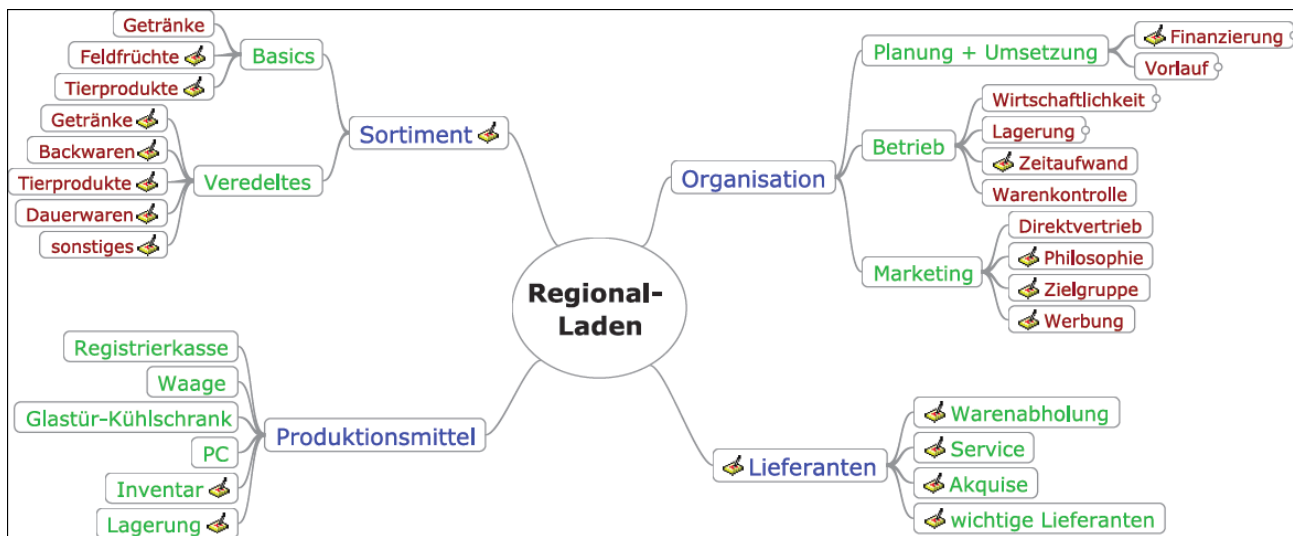


Entstanden im Rahmen des Seminars Regionale Innovationen (Wintersemester 2010/2011) an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH), erstellt durch Silvio Volkmann/[www.regioneers.de](http://www.regioneers.de)



## 1 Sortiment

- regional + saisonal
- keine Garantie auf Liefersicherheit bei z.B. Missernten -> Alternativen berücksichtigen

### 1.1 Basics

#### 1.1.1 Getränke

#### 1.1.2 Feldfrüchte

Obst, Gemüse, Mehl, Öl, Tee, Kräuter, Honig

#### 1.1.3 Tierprodukte

Eier, Milch, Butter

### 1.2 Veredeltes

#### 1.2.1 Getränke

Säfte, Sirup, Bier, Obstweine, Obstliköre

#### 1.2.2 Backwaren

Brot und Kuchen

#### 1.2.3 Tierprodukte

Ziegenkäse, Butter, Joghurt, Fleisch, Wurst

### **1.2.4 Dauerwaren**

Fruchtaufstriche, Nudeln, Essig, Senf

### **1.2.5 sonstiges**

Seife, Schafwollerzeugnisse, Keramik, Kochbuch, Kalender, Weidenkörbe

## **2 Organisation**

### **2.1 Planung + Umsetzung**

#### **2.1.1 Finanzierung**

geringe Investitionskosten

- Eigenkapital  
ca. 60% des Gesamtbedarfs
- Jobcenter  
ca. 40% des Gesamtbedarfs

#### **2.1.2 Vorlauf**

- Zeit  
1 Jahr, davon ca. 3 Monate vor der Eröffnung intensiv
- Geschäftskontakte  
Recherche im Internet und vor Ort bei den Produzenten in den Dörfern
- Ladenstandort
  - verkehrsgünstig an einer Kreuzung gelegen, dennoch ruhig
  - Parkplätze vorhanden
  - Strategie: in einem hübschen Wohnviertel und zwischen Stadt- und Waldcampus der Fachhochschule; günstige Miete, da abseits der City
- Ladenaufbau  
sehr ansprechende Ladengestaltung: Wohlfühlambiente mit z.B. selbstgemalten Tafeln
- Behörden  
Die wichtigsten:
  - (Jobcenter wg. Förderung)
  - Gewerbeamt (Gewerbebeanmeldung)
  - Lebensmittelbehörde (überprüft Hygienevorschriften)
  - Bauordnungsamt (neue Genehmigung bzgl. Nutzungsänderung)
  - GEMA, GEZ ...
- Fachwissen  
Nur geringe Kenntnisse nötig:
  - Handelsklassen für Obst/Gemüse bzgl. Ausschilderung/Etikette
  - Steuererklärung übernimmt ein Steuerberater
  - Einnahmen-Überschuss-Rechnung (für den eigenen Überblick)
  - Kenntnisse in der Lebensmittelhygiene

## **2.2 Betrieb**

### **2.2.1 Wirtschaftlichkeit**

- Betriebskosten
  - Laden-Kaltniete  
oft Verhandlungssache
  - Miet-Nebenkosten  
Strom, Wasser, Heizung
  - Lohnkosten  
entfallen, da kein Personal notwendig

### **2.2.2 Lagerung**

- Fasskühler
- Keller

### **2.2.3 Zeitaufwand**

- Öffnungszeiten: Werktags ganztägig und Samstags
- Arbeitsteilung: Familie tätigt die Abholung eines großen Teils der Waren

### **2.2.4 Warenkontrolle**

## **2.3 Marketing**

### **2.3.1 Direktvertrieb**

### **2.3.2 Philosophie**

- Slogan: „regional + saisonal / erzeugernah + ökologisch + transparent + verantwortungsbewusst“
- Produkte sollen von sehr guter Qualität und bezahlbar sein
- Angebot vieler Spezialitäten möglich - praktisch keine Massenware

### **2.3.3 Zielgruppe**

größtenteils Studenten der nahgelegenen Fachhochschule und Anwohner des Wohnviertels

### **2.3.4 Werbung**

- Aufwand: gering
- Plakate (Stadt- und Waldcampus der Fachhochschule, City, Litfaßsäulen)
- Flyer in der fußläufigen Nachbarschaft
- Mund-zu-Mund-Propaganda
- Zeitungsartikel

- Degustationen

### **3 Produktionsmittel**

#### **3.1 Registrierkasse**

#### **3.2 Waage**

#### **3.3 Glastür-Kühlschrank**

#### **3.4 PC**

#### **3.5 Inventar**

- Tresen + 6 Regale (vom Tischler gefertigt)
- Obst und Gemüse werden sehr ansprechend in Weidenkörben angeboten

#### **3.6 Lagerung**

- sehr geräumiger (Bier-)Fasskühler anstatt einer Kühltruhe
- komfortable Nutzung
- größte Investition mit ca. 1200 Euro

### **4 Lieferanten**

Auswahlkriterien:

- regional (kurze Distanzen) + saisonal
- möglichst ökologische Produktion (teils Bio-zertifiziert) und preiswert
- Kleinproduzenten aus dörflichen Strukturen
- Nachhaltigkeit

#### **4.1 Warenabholung**

viele Abholungen durch Familie nebenbei

#### **4.2 Service**

Warenlieferung und Angebote

#### **4.3 Akquise**

- Recherche im Internet und vor Ort bei den Produzenten und folgende Nachfrage
- Angebote bestehender oder potentieller Lieferanten
- Aufmerksamkeit per Zeitung
- Hinweise von Kunden

#### **4.4 wichtige Lieferanten**

- Bildungseinrichtung Buckow e.V (Lichterfelde)
- Hemme Milch (Angermünde)
- Ökodorf Brodowin
- Obstgut Franz Müller (QS-GAP zertifiziert; Altlandsberg/Wesendahl)
- ein Jäger
- Molkerei
- Bäckerei
- soziale Einrichtungen