

# „Der Faktor Mensch wird unterschätzt“

*Vorbildliche Nahversorgung im Retschter Lädchen*



Die Butter einen Cent günstiger als bei Lidl, das Steak in bester Qualität vom regionalen Metzger. Doch es wird nicht nur eingekauft in dem kleinen Dorfladen im unterfränkischen Retzstadt. Man kennt sich und trifft sich hier. Hinter dem Erfolg: Preise, Daten und Strategien. Wo Personalkosten als Wertschöpfung betrachtet werden, beginnen Nahversorgung und ein echtes Stück Dorfkultur.



Verena Körner-Wycisk und Peter Feldbauer bilden ein Geschäftsführer-Duo für das Retschter Lädchen. Sie werden vom Gesellschafterrat kontrolliert. Es gibt 230 stillen Gesellschafter – Bürgerinnen und Bürger aus Retzstadt und der Umgebung – die mehr als 100.000 Euro Kapital zur Verfügung gestellt haben.

Es ist bezeichnend, dass die Selfscanningkasse nach wenigen Monaten schon wieder Geschichte war. Zu Stoßzeiten blieb sie ungenutzt, während sich an der personenbesetzte Kasse Schlangen bildeten. Peter Feldbauer sprach Kunden gezielt an und fragte, warum sie sich lieber anstellen. „Ich genieße es, mich hier noch einen Moment zu unterhalten.“

Peter Feldbauer ist Marktleiter, einer von zwei Geschäftsführern des Retschter Lädchen und zusätzlich im Dorfladen Netzwerk, dem Bundesverband der Bürger- und Dorfläden e.V., aktiv. Seine Vision verbindet Herzlichkeit mit Wirtschaftlichkeit: „Der Faktor Mensch wird unterschätzt, wenn es um erfolgreiche Nahversorgung geht.“ Kollegin Verena Körner-Wycisk unterstreicht zudem die Offenheit für Veränderungen: „Wir lehnen uns nicht zurück. Wir gestalten aktiv die Zukunft unseres Ladens.“

## Fünf Jahre Vorlauf

Peter Feldbauer kam von der Großfläche, hatte bei namhaften Händlern und im Außendienst gearbeitet. Er war fasziniert davon, was er während einer Autofahrt im Radio hörte: Ein Dorfladen könnte wirtschaftlich betrieben werden. Wäre das nicht genau das Richtige für seinen Heimatort? Der Gedanke ließ ihn nicht mehr los. Es war im Jahr 2017, als sich ein Arbeitskreis bildete, um an der Idee eines Dorfladens für Retzstadt zu feilen. Fünf Jahre später wurde die Eröffnung gefeiert.

Aus dem geplanten Laden war ein Lädchen mit 156 Quadratmetern Verkaufsfläche geworden, beheimatet in einem Neubau mit Wohnungen im Ortskern. Aus den fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Eröffnung wurden 21. Aus dem geplanten Umsatz von 500.000 Euro pro Jahr wurden 1,3 Millionen. Das Retschter Lädchen schreibt seit Anbeginn schwarze Zahlen und Kennzahlen, von denen selbst manch ein Discounter in guter Lage nur träumen kann.

## Im Dorfladen menschelt es

Peter Feldbauer kündigte seinen Job, um den Dorfladen zu leiten. „Wenn das nicht klappt, muss ich hier wegziehen“, sagt er und lacht. Hinter dem Erfolg stehen die Menschen aus dem Ort. Knapp 1.700 Einwohner leben in dem Weinort etwa 15 Kilometer nordwestlich von Würzburg. Umgeben von Rebhängen besticht Retzstadt zudem durch bauliche Kleinode und verschiedene Themenwege für Wanderer und Radfahrer. 19 Retzstadter arbeiten in dem zentral gelegenen Lädchen, fast alle in Teilzeit. „Den Fachkräftemangel spüren wir nicht“, ergänzt Peter Feldbauer. „Unser Konzept stimmt, damit sind wir als Arbeitgeber attraktiv.“ Dass das Retschter Lädchen alle Stellen besetzen kann, liegt an verschiedenen Faktoren: Tageslicht, Arbeitszeiten, Stimmung, Bezahlung über Mindestlohn. 2025 wurde erstmals eine Prämie ausgezahlt, die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Gewinn des Lädchenbeteiligt. Und, wie Peter Feldbauer aus eigener Erfahrung weiß: „Wir haben hier Spaß an der Sache, das ist der beste Antrieb!“

## Inspiration direkt ins Ohr

In dem Podcast „Nah dran“ lässt Peter Feldbauer die Menschen zu Wort kommen, die Dorfläden leben, gestalten und weiterentwickeln. Sie erzählen echte Geschichten, teilen Erfahrungen und machen Mut.



Peter Feldbauer präsentiert Bier mit dem Qualitätsiegel Retschter Bock. Dieses steht für beste Produkte von kleinen Erzeugern und Manufakturen. Wenn der Bock zusätzlich das Retschter Wappen trägt, ist das Produkt sogar „Made in Retzstadt“.





Sandy Bolkart nutzte über das Dorfladen Netzwerk die Gelegenheit, im Retschter Lädchen zu hospitieren. Die wertvollen Erfahrungen setzt sie nun als Marktgleiterin im neu eröffneten Dorfladen Ramsberg ein.



Im Café-Bereich können die Kundinnen und Kunden Frühstück, Mittagstisch und Kaffeespezialitäten genießen.



Das Retschter Lädchen vereint Qualität und Atmosphäre: Gelbe Farbe an den Wänden und warmweiße Leuchtmittel unterstreichen den wohlfühlcharakter, bei der Ware ist bedingungslose Frische oberstes Gebot.

Ausgezeichnet! Das Retschter Lädchen wurde 2025 beim Wettbewerb „Zukunftshändler Mainfranken“ ausgezeichnet sowie auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin zum „Gold Dorfladen“ in der Kategorie Wirtschaftlichkeit gekürt.



### Mit Werbung lässt sich kein Gewinn machen

Die Grundnahrungsmittel gibt es von der Marke „Jeden Tag“ dauerhaft zum Discountpreis. „Der Kunde kennt die Preise von Butter, Milch und Co.—da müssen wir vergleichbar sein“, erklärt Peter Feldbauer. Er prüft regelmäßig die Preise der nahegelegenen Vollsortimenter. Auch die Preise für den wöchentlichen Angebotsflyer werden knapp kalkuliert. Die Verfügbarkeit von Werbeware und Grundsortiment ist das A und O. Darauf können sich die Kundinnen und Kunden ebenso verlassen wie auf ein freundliches „Hallo“ und einen kurzen Schnack.

Neben dem Preiseinstiegssortiment führt das Retschter Lädchen die Bela-Qualitätsmarken im mittleren Preissegment. „Die Produkte von Hofgut, Biogreno und vegan leben bieten uns attraktive Spannen und die Möglichkeit, gesund zu wirtschaften.“ Mehr als die Hälfte des Umsatzes wird an den Bedientheken erwirtschaftet. Eine hochwertige Aichinger-Theke unterstreicht die Kompetenz. Der Mix macht's: Bei einer Kundenbefragung ergab sich, dass 95 % der Kundinnen und Kunden die Preise im Dorfladen für nicht zu hoch halten. Das Konzept geht auf. Und Peter Feldbauer ist sich sicher, dass dies kein Zufall ist.

### Per Du und Du zu Dorfkultur

Wie geht es dir? Was gibt es Neues? Die Menschen im Dorfladen kennen sich mit Vornamen. Mal nur ein Lächeln, mal persönliche Worte schaffen Nähe und stärken das Gemeinschaftsgefühl. In Funktion des Fachberaters für Grund- und Nahversorgungskonzepte im Vorstand des Verbands der Bürger- und Dorfläden e.V. berät Peter Feldbauer bundesweit Dorfläden und Gemeinden, die nach einem geeigneten Konzept suchen. Das Erfolgskonzept des Retschter Lädchen ist für ihn kein Geheimrezept, sondern eine konsequente Ausrichtung auf Lokalität. „Der Verkauf regionaler Produkte stärkt die Wirtschaftskraft im Ort und in der Umgebung. Der Aufwand für Löhne und Gehälter ist in Wahrheit der eigentliche Gewinn des Dorfladens.“ Das Retschter Lädchen ist das erste Trainings- und Entwicklungszentrum für angehende Marktgleiterinnen und Geschäftsführungen von neuen oder bestehenden Dorfläden. Drei Tage lang können sie dem Team in Retzstadt über die Schultern schauen. Dabei vermittelt Peter Feldbauer auch Grundlagen zu Artikelkalkulation, Personalplanung und Marketing.



An der Frischetheke für Fleisch, Wurst und Käse bedienen und beraten Inge Schäfer und Kollegen mit einem Lächeln. Die Fleisch- und Wurstwaren werden von einem regionalen Metzger dreimal wöchentlich frisch geliefert.



Von einem Handwerksbäcker werden täglich frische Brote, Brötchen und süße Backwaren geliefert.

## Fotos: Rudi Merkl

### „Der Faktor Mensch gewinnt an Bedeutung“

Personallosen Smart Stores gegenüber ist der Fachmann skeptisch. „Für Orte wie Retzstadt sehe ich darin keine tragfähige Alternative“, führt er aus. „Wir haben allein hinter den Theken drei bis fünf Mitarbeiter – das ist ein Grund, weshalb die Kunden zu uns kommen und ich bin mir sicher, dass der Faktor Mensch weiter an Bedeutung gewinnt wird. Mancherorts ist allenfalls ein hybrides Konzept vorstellbar, denn Personal zur Warenverräumung braucht es so oder so.“

### Mehr als Milch

Im Retschter Lädchen lässt sich der gesamte Einkauf erledigen – und noch mehr. Das Frühstück wird im gemütlichen Café-Bereich serviert. Belegte Brötchen und Heißgetränke gibt es auch zum Mitnehmen. An der heißen Theke werden täglich warme Speisen wie Leberkäse verkauft. Einmal wöchentlich wird ein frisch zubereitetes Tagesessen zum fairen Preis angeboten. Dass die verzehrfertigen Gerichte so gut angenommen werden, hatte das Team ursprünglich nicht erwartet. Doch nicht jede Sortimentsidee schlägt so ein. Das Unverpackt-Sortiment beispielsweise wurde mangels Nachfrage wieder eingestellt. Die Sortimentsoptimierung ist ein wichtiger Aspekt, nicht zuletzt um Platz für Neues zu schaffen. Durchschnittlich zehn neue SB-Produkte pro Woche listet das Dorfladen-Team und lädt damit die Kundinnen und Kunden immer wieder dazu ein, das Sortiment neu zu entdecken.

### Aus dem Dorf, für das Dorf

98 Prozent der Kundinnen und Kunden wohnen im Ort. Durch Aktionen und soziales Engagement gibt der Dorfladen ihnen etwas zurück. 2025 konnten 7.700 Euro für Vereine gespendet werden. Das Engagement reicht von monetärer Unterstützung der Faschingsgarde bis zur kostenlosen Lieferung von Obst und Gemüse an Kindergarten und Schule.

Beliebt ist auch die Bonuskarte, die es kostenlos und ohne Personalisierung gibt. 72 Prozent des Umsatzes werden über Bonuskarten verpunktet. Je Euro Umsatz gibt es einen Punkt. Die Punkte können ohne weitere Zuzahlung für Prämien eingelöst werden. Für 250 Punkte beispielsweise stehen ein Cappuccino oder eine Packung Hofgut Peanut Cookies zur Wahl.

### Zukunft heißt Veränderung

Auch in Zukunft soll es im Dorfladen in Retzstadt so weitergehen wie bisher – nämlich indem Veränderungen stattfinden. Eine große steht kurz bevor: Der bisherige private Getränkeshändler im Ort hat aufgehört und die Bankfiliale, die sich direkt gegenüber dem Retschter Lädchen auf der anderen Straßenseite befindet, schließt. In den frei werdenden Räumlichkeiten wird der neue Retschter Getränkemarkt eingerichtet, um dieses Angebot im Ort zu sichern. Und das mit ebenso viel Atmosphäre und Menschlichkeit wie im Lädchen.

### Daten in Kürze

- 156 qm Verkaufsfläche
- 21 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Mo–Fr: 6–18 Uhr
- Sa: 6–12.30 Uhr
- 7 Pkw-Stellplätze vor der Tür

**Services:** kalte Platten, Präsentkörbe, Bedientresen für Fleisch, Wurst, Käse und Backwaren, Bonuskarte, Bargeldauszahlung ab 1 Euro Einkaufswert, Hermes Paketshop, Tausch Zylinder für Wassersprudler, E-Ladestation für Pkw (und E-Bikes nebenan)