



HOFLADE IM STÄDTLI

Markt • Bistro • Treffpunkt

Realisierungsdossier

Ein multifunktionaler Ort für regionale Ernährung,
Begegnung und Gemeinschaft

Standort

Obertorplatz 7, 4310 Rheinfelden

Projektphase

Aufbau & Eröffnung
(Eröffnung: Frühling 2027)

Kontakt:

hallo@hofladen-im-staedtli.ch
hofladen-im-staedtli.ch

Juni 2026

1. Zusammenfassung

Der **Hoflade im Städtli** (im Folgenden „der Hofladen“) ist ein multifunktionaler Ort, der regionale Ernährung, Gastronomie und Gemeinschaft in einem einzigen Raum vereint. In einer Zeit, in der globale Entwicklungen und digitale Vernetzung oft Distanz schaffen, gewinnt das Lokale wieder an Bedeutung. Menschen suchen nach Nähe, nach transparenten Kreisläufen und nach Orten, an denen sie sich wirklich zugehörig fühlen. Der Hofladen nimmt diese Sehnsucht auf und schafft eine direkte Verbindung zwischen Produzenten, Konsumenten und der regionalen Gesellschaft.

Das Projekt stützt sich auf eine **erfolgreiche Vorab-Validierung**: Seit November 2025 läuft eine Ausstellung am Obertorplatz 7, die die Nachfrage nach regionalen Produkten und den Gemeinschaftsgedanken bestätigt hat.

Das Investitionsziel: Die Realisierung des Hofladens im Frühling 2027 durch den Umbau der Liegenschaft am Obertorplatz 7.

Finanzierungsbedarf: CHF 225'000 für Aufbau, Einrichtung und Startkapital.

Rückzahlungs- und Ertragsperspektive: Ein mehrsäuliges Ertragsmodell (Laden, Bistro, eigene Events & Raumvermietung) sichert die langfristige Tragfähigkeit. Das Risiko wird durch die Immobilie (Eigentum Nektar Immo AG), feste Ankerpartnerschaften (Familienverein) und ein diversifiziertes Team minimiert.



2. Lage & Ausgangslage

Der Standort: Obertorplatz 7 Der Hofladen entsteht am **Eingang zur Altstadt** von Rheinfelden, direkt am Obertor.

- **Lagevorteil:** Eine zentrale, fussgängerfreundliche Position am Tor zur historischen Kernzone. Der Platz ist ein ruhiger, atmosphärischer Ort, der sich von den lauten Durchgangsstrassen abhebt. Er bietet keine passive Laufkundschaft wie die Marktgasse, sondern verlangt nach einer aktiven Erschliessung.
- **Strategie:** Da der Ort nicht von selbst frequentiert wird, setzen wir bewusst auf **Community-Building und Events**. Wir holen die Menschen aktiv zu uns – durch regelmässige Angebote, den Familienverein als Ankerpartner und geschlossene sowie offene Veranstaltungen. Der Hofladen wird zum Ziel, nicht nur zum Durchgangsort.
- **Marktlücke:** In Rheinfelden fehlt ein permanenter Ort, der die **regionalen Höfe direkt in die Stadt** holt. Der Wochenmarkt ist temporär; ein fester Hofladen, der Herkunft und Beziehung sichtbar macht, existiert nicht. Zudem fehlt ein **niederschwelliges Familien- und Begegnungszentrum**. Der geplante Ort verbindet erstmals den direkten Zugang zu regionalen Lebensmitteln mit einem Raum für generationenübergreifenden Austausch.
- **Immobilien-Sicherheit:** Die Liegenschaft befindet sich im Eigentum der **Nektar Immo AG**. Dies eliminiert das klassische Mietrisiko, da **die Aktionäre der AG gleichzeitig im Vorstand des Trägervereins „Hofladen im Städtli“ sitzen**.
 - **Kein externes Mietrisiko:** Es gibt keinen fremden Vermieter, der Profitmaximierung anstrebt oder kurzfristig kündigen könnte. Vermieter und Betreiber sind personell verbunden, die Interessen sind identisch und langfristig auf das Gelingen des Projekts ausgerichtet.
 - **Stabile Basis:** Die Miete wird nicht am Markt orientiert, sondern so kalkuliert, dass sie den Unterhalt der Liegenschaft sichert, den Betrieb des Hofladens aber nicht überlastet.
 - **Investitionsbetrag:** Die Nektar Immo AG als Vermieterin trägt die Kosten für die Anpassung und Erweiterung der Gebäudestruktur an das neue Konzept (CHF 430'000).
 - Das Risiko minimiert sich somit für den Trägerverein durch die Beteiligung Dritter beträchtlich.
- **Aktueller Status:** Die Baubewilligung für den Umbau ist beantragt. (Erwartung der Bewilligung: Ende Juni 2026). Die Umbaumassnahmen sind von Mitte Juli bis Ende Dezember 2026 geplant.

Projektverlauf und Machbarkeitsnachweis

Die Idee des Hofladens entstand aus dem Netzwerk des Vereins Nektar. Mit der konkreten Umsetzung des Projekts wurde eigens der **Trägerverein «Hofladen im Städtli»** gegründet, um die langfristige Verantwortung und Trägerschaft zu übernehmen.

Validierung durch die Ausstellung (Popup): Seit November 2025 betreiben wir eine Ausstellung am Obertorplatz 7 in Zusammenarbeit mit der Holzofenbäckerei Bio Andreas.

- **Ergebnis:** Die Ausstellung hat gezeigt, dass das Konzept funktioniert. Besucher kommen, kaufen ein, verweilen und suchen den Austausch. Besonders Familien haben den Mangel an einem solchen niedrigschwelligen Begegnungsort bestätigt.
- **Aufbau einer Community:** Parallel zur physischen Ausstellung haben wir aktiv eine digitale und lokale Community aufgebaut. Durch **Zeitungsartikel**, die **Webseite** sowie die **sozialen Medien (Facebook & Instagram)** konnten wir bereits vor der Eröffnung des dauerhaften Ladens eine wachsende Zahl an Abonnenten und Followern gewinnen. Diese digitale Präsenz dient nicht nur der Information, sondern schafft eine direkte Verbindung zu interessierten Menschen in Rheinfelden und Umgebung. Sie bildet eine erste, verlässliche Basis für den zukünftigen Betrieb.
- **Lerneffekte:** Wir haben erste Erfahrungsberichte zu Produkten und Kundennachfrage gesammelt, die Logistik von Lieferketten getestet, die Preisgestaltung optimiert und den Aufbau einer lokalen Community aktiv gestartet. Diese praktischen Erkenntnisse bilden nun das Fundament für die Skalierung zum dauerhaften Betrieb.
- **Fazit:** Das Risiko des Markteintritts ist durch die erfolgreiche Pilotphase und den bereits aufgebauten Kreis an Unterstützern signifikant reduziert. Der nächste Schritt ist die Skalierung vom temporären Popup zum dauerhaften, voll ausgestatteten Hofladen.



3. Kurzvorstellung der Akteure

Das Projekt stützt sich auf ein starkes Fundament aus Immobilien, Gemeinschaft und operativem Management.

- **Nektar Immo AG - Das Immobilien-Fundament**

Die Nektar Immo AG ist Eigentümerin der Liegenschaft am Obertorplatz 7 und Bauträgerin des Grundumbaus. Sie stellt den Raum langfristig zur Verfügung und trägt das Investitionsrisiko für die Infrastruktur.

Trägerverein «Hofladen im Städtli»

- **Rechtsform:** Verein (gemeinnützig ausgerichtet, Steuerbefreiung angestrebt, politisch und konfessionell neutral, Eintrag im Handelsregister angemeldet).
- **Rolle:** Der Trägerverein übernimmt die **strategische Verantwortung**, die langfristige Steuerung des Projekts und die Aufsicht über den Betrieb. Er sorgt für die Einhaltung der satzungsmässigen Ziele, die finanzielle Rahmenplanung und die rechtliche Absicherung.
- **Trennung von Strategie und Operation:** Der laufende Tagesbetrieb (Day-to-Day) wird nicht vom Vorstand, sondern von einem professionellen, eingestellten Operativ-Team geleitet. Der Vorstand unterstützt das Projekt durch Netzwerke und strategische Entscheidungen, greift jedoch nicht in die operative Führung ein.
- **Wesentliche Statuten:**
 - **Zweck:** Förderung einer nachhaltigen, regionalen Landwirtschaft, Verbesserung des Zugangs zu gesunden Nahrungsmitteln sowie Stärkung des sozialen Zusammenhalts im Städtli Rheinfelden und angrenzenden Gemeinden.
 - **Gewinnverwendung:** Sämtliche Mittel sind zweckgebunden. Keine Gewinnausschüttung an Mitglieder.

Operatives Team

- **Projektleitung, Strategie & Betrieb:** Christine Koller & Nathalie Wermeille - Verantwortung für Gesamtplanung (in Absprache mit Nektar Immo AG), Betriebsplanung, Finanzen und Partnerschaften (als Schnittstelle zwischen Vorstand und Operativ).
- **Bistro & Betriebsmanagement:** Gabriela Furger & Joëlle Schmid - Verantwortlich für Verpflegungskonzept, Küchenorganisation, Personalplanung und den laufenden Gastrobetrieb.
- **Produzenten & Sortiment:** René Rothacher – Verantwortung für Produzentenbeziehungen und Sortiment.

- **Raum, Infrastruktur & Behörde:** Peter Koller – Verantwortung für Bauprojekt, Layout und technische Umsetzung.

Weitere Partner

- **Verein Nektar:** Ursprung und ideeller Träger des Projekts. Aus dem Netzwerk des Vereins entstand die Idee für den Hofladen im Städtli. Der Verein bringt Menschen zusammen, pflegt Gemeinschaft und wirkt als Impuls- und Netzwerkpartner im Fricktal.
- Verein Nektar, Nektar Immo AG und der Hofladen im Städtli sind unter der gemeinsamen Dachmarke **Nektar Fricktal** («Wo Neues blüht») verbunden. Sie teilen Haltung, Netzwerk und eine langfristige Ausrichtung auf die Region.
- **Familienverein Rheinfelden:** Unser zentraler Ankerpartner. Sie sichern durch ihre regelmässige Nutzung (Krabbelgruppe & weitere Formate) eine stabile Grundfrequenz, bringen generationenübergreifende Präsenz in den Alltag und unterstützen aktiv den Aufbau des Ortes.
- **Finding Nektar:** Beratungs- und Umsetzungspartner für Strategie, Digitales und Kommunikation. Finding Nektar verbindet Strategie mit Umsetzung, von der Marke über die Kommunikation bis zum Raum.
Für den Hofladen begleitet Finding Nektar den gesamten Projektaufbau: komplexe Abläufe strukturieren, die visuelle Identität (Raum & Kommunikation) entwickeln und den Übergang von der Planung in den Betrieb sichern.

4. Projektvision & Konzept

Die Vision: Ein lebendiger, lokaler Zukunftsort, der Menschen mit ihrer Nahrung, ihrer Region und miteinander verbindet. Der Hofladen ist kein reiner Verkaufsort, sondern ein regeneratives Ökosystem, das wirtschaftliche Tragfähigkeit mit sozialer und ökologischer Wirkung verbindet.

Das Multifunktionale Konzept: Der Hofladen vereint drei komplementäre Bereiche:

1. Der Laden (Einkaufen & Self-Service)

- **Durchgehendes Selbstbedienungskonzept:** Der Laden ist als effiziente, transparente Umgebung konzipiert. Kunden bedienen sich jederzeit selbstständig an den Regalen und bezahlen über eine moderne Self-Service-Kasse. Dieses Modell ermöglicht schnellen Einkauf ohne Wartezeiten und reduziert den Personalbedarf im Handel signifikant.
- **Kuratiertes Sortiment:** Verkauf von sorgfältig ausgewählten, saisonalen Produkten von regionalen Höfen. Fokus auf Transparenz, Herkunft und "Qualität vor Label" (regenerative Landwirtschaft statt reines Bio-Siegel). Kein Vollsortiment, sondern eine bewusste Auswahl, die das Beste aus der Region zeigt.

2. Das Bistro (Verweilen & Hybrid-Modell)

- **Bedienung während der Öffnungszeiten:** Zu festen Tageszeiten bietet das Bistro warme & kalte Speisen, Kaffeespezialitäten und Beratung durch das Team an. Hier entsteht der persönliche Austausch und das genussvolle Verweilen.
- **Selbstbedienung:** Auch ausserhalb der Servicezeiten, zwischen 6:00 – 24:00 Uhr, bleiben **Getränkeautomaten und eine Vitrine mit einfachen Speisen** nutzbar, um den Ort auch in ruhigen Momenten attraktiv zu halten.
- **Die Erweiterung nach draussen:** Der Bereich vor dem Laden (Allmend) am Obertorplatz, ist integraler Teil des Bistros. Hier laden drei bis vier Tische zum Sitzen im Freien ein. Über einen QR-Code an den Tischen können Gäste aus dem bestehenden Bistro-Angebot bestellen. Ein Antrag auf erweiterte Nutzung der öffentlichen Fläche ist in Vorbereitung.

3. Der Raum (Begegnung & Events)

- **Ein lebendiger Treffpunkt:** Der Raum dient als flexibles Herzstück für offene Formate (Workshops, Familiencafé) und geschlossene Veranstaltungen bis 36 Personen, bei Einbezug des Bistro's bis zu 48.
- **Ankerpartner & Grundfrequenz:** Der **Familienverein Rheinfelden** nutzt den Raum regelmässig (z. B. Krabbelgruppe). Diese festen Termine sorgen für eine natürliche, generationenübergreifende Präsenz und machen den Ort zu einem echten Treffpunkt im Alltag.
- **Gemeinschaft & Wirtschaftlichkeit:** Der Raum bietet eine Bühne für die Region (Störköche, Produzentenessen) und dient gleichzeitig der Mitfinanzierung des Betriebs durch selektive Vermietungen (primär abends/sonntags).
- **Flexibilität:** Tagsüber offen für Begegnung und Austausch; abends und am Wochenende exklusiv vermietbar. *(Details zur Betriebslogik, Öffnungszeiten und dem Mitgliedersystem finden sich in Kapitel 5: Betrieb & Zugangslogik).*
- **Erweiterung im Gewölbekeller:** Im selben Gebäude steht der neu renovierte Gewölbekeller als zusätzlicher Eventraum zur Verfügung. Er lässt sich mit dem Hauptraum zu grösseren Anlässen verbinden oder separat nutzen und erweitert so das Spektrum möglicher Veranstaltungen. Eigentum und Verwaltung liegen bei der Nektar Immo AG.

5. Betrieb & Zugangslogik

Der Betrieb des Hofladens kombiniert einen offenen Tagesbetrieb mit flexiblen Nutzungsformen, um sowohl Gemeinschaft zu fördern als auch wirtschaftlich tragfähig zu bleiben.

Öffnungszeiten & Betriebsphasen

- **Reguläre Öffnungszeiten (Betrieb mit Personal):** Während der festen Öffnungszeiten ist der Laden voll zugänglich. Das Bistro ist während dieser Zeiten bedient und bietet warme & kalte Speisen und Getränke an.
- **Hofladen & Self-Service (6:00 – 24:00):** Ungeachtet der Anwesenheit von Personal bedienen sich die Kunden im Regalbereich selbstständig. Die Kasse ist stets verfügbar (Selbstbedienungskiosk), was schnelle Einkäufe ermöglicht und Personalkosten im Verkauf optimiert.
- **Erweiterter Zugang:** Für Stammkunden steht ein erweiterter Zutritt ausserhalb der regulären Öffnungszeiten zur Verfügung (z. B. abends oder früh morgens). In diesen Zeiten ist nur der **Self-Service-Bereich** geöffnet (Laden + einfache Getränke), das Bistro ist geschlossen.

Zugangsmodelle & Sicherheit

- **Mitglieder-Zugang:** Berechtigte Nutzer erhalten eine physische **Hofladen-Karte**. Damit können sie den Raum auch ausserhalb der regulären Öffnungszeiten betreten. Dies schafft ein flexibles Angebot für die Community, unabhängig von Schichtplänen.
- **Sicherheit & Vertrauen:** Das Modell basiert auf Eigenverantwortung und klaren Regeln. Technisch wird es gesichert durch Zutrittskontrolle (via Hofladen-Karte), Überwachungskameras und eine transparente Self-Service-Kasse. Dies ermöglicht ein rundum-Angebot ohne permanentes Präsenzpersonal im Hintergrund.

Nutzungslogik für Events Der Raum ist flexibel nutzbar:

- **Offene Formate:** Tagsüber können Workshops oder Gruppen den Raum nutzen, wobei der Ladenbetrieb weiterläuft.
- **Geschlossene Events:** Abends und am Wochenende kann der Raum komplett abgetrennt werden (durch bewegliche Wände/Rollos), um private Feiern oder Vereinsanlässe exklusiv zu ermöglichen, ohne den laufenden Betrieb zu stören.

(Hinweis: Details zum Störkoch-Modell und zur Gastronomie finden sich in Kapitel 8).

Standard Layout



A collage of various interior design elements. At the top left is a photograph of a room with a green sofa, a white pendant lamp, and floral wallpaper. To its right is a photograph of a green sofa with a wooden coffee table and a floral wall. Further right is a photograph of a wooden clock and a woven basket. Below these are several geometric shapes: a large green square, a smaller green square, a blue circle, a brown square, and a large pink circle. To the left of the geometric shapes is a photograph of a plant in a wooden planter. Below the plant is a photograph of a wooden crate. To the right of the geometric shapes is a photograph of a striped curtain. At the bottom is a large photograph of a green sofa with a floral wall, two blue patterned pillows, and two woven pendant lamps.

Visualisierung Raum



Markt



Bistro



Treffpunkt



6. Zeitplan:

- **Q2 2026:** Baubewilligung & Beginn Umbau.
- **Q3 & Q4 2026:** Umbau, Installation Technik, & Finanzierung
- **Q1 2027:** Einrichtung, Installation Technik, Testbetrieb.
- **Ende Q1 2027: Eröffnung des dauerhaften Hofladens, Bistro & Treffpunkt.**

7. Finanzplanung & Investitionsbedarf

Investitionsbedarf (CAPEX) Für den Aufbau des dauerhaften Betriebs (Umbau, Einrichtung, Technik, Startmarketing) wird ein Gesamtbudget von **CHF 225'000** benötigt. Dieses Budget deckt den kompletten Mieterausbau und die operative Erstausrüstung ab.

Aufschlüsselung der Investitionssumme:

1. Raum, Interior Design & Technische Infrastruktur (ca. CHF 93'000)

- **Inhalt: Interior Design & Konzept** (Raumplanung, Materialwahl, Lichtkonzept, Atmosphärische Gestaltung – intern erbracht), physische **Ausstattung** (Regale, Möbel, Beleuchtung, Outdoor-Bereiche) sowie **Betriebstechnik** (Kühlung, Kaffeeausstattung, Kassensysteme, Zutrittskontrolle, Sicherheit).
- **Zweck:** Schaffung der funktionalen, ästhetischen und atmosphärischen Basis.
- **Berechnung:** ~52'000 (Möbel/Einrichtung) + ~18'000 (Design) + ~23'000 (Technik).

2. Betriebsvorbereitung & Startkapital (ca. CHF 65'000)

- **Inhalt:** Erstbestückung der Regale (Wareneinsatz), Verpackungen, Reinigungsmaterial, Büroausstattung, rechtliche Gründungskosten und ein Liquiditätspuffer für die ersten Betriebsmonate.
- **Zweck:** Sicherstellung, dass der Laden ab Tag 1 voll betriebsbereit ist und finanziell stabil startet.
- **Anpassung:** Leicht erhöht gegenüber der Basis, um den Puffer für unvorhergesehene Startkosten abzubilden.

3. Projektmanagement & Prozessentwicklung (ca. CHF 40'000)

- **Inhalt: Reine Projektleitung**, Prozessentwicklung, Team-Setup, Koordination aller Gewerke und Launch-Strategie.
- **Zweck:** Professionelle Steuerung des Aufbaus von der Planung bis zur Eröffnung.
- **Hinweis:** Dieser Posten entspricht exakt der kalkulierten Leistung für die operative Führung und Koordination des komplexen Projekts.

4. Marketing, Kommunikation & Eröffnung (ca. CHF 27'000)

- *Inhalt:* Website-Neugestaltung, Printmaterial, Foto-Dokumentation, Eröffnungsveranstaltung und lokale Werbung.
- *Zweck:* Sichtbarkeit und Community-Aufbau vor und während der Eröffnung.
- *Anpassung:* Etwas höher angesetzt, um eine umfassende lokale Präsenz und professionelle Eröffnung zu garantieren.

Gesamtsumme: CHF 225'000

Finanzierungsstruktur:

- **Eigenmittel & Gemeinschaft (ca. CHF 90'000):** Beiträge aus Crowdfunding (CHF 50'000), Spenden und Gönnerbeiträgen (CHF 15'000) sowie gezielte Projektförderung durch private Stiftungen und lokale Unternehmen (CHF 25'000).
- **Hinweis zur Gemeinnützigkeit:** Der Trägerverein ist als gemeinnützig ausgerichtet und strebt die steuerliche Anerkennung an. Die beantragten Fördergelder richten sich primär an private Stiftungen und projektbezogene öffentliche Programme (z. B. Stadtentwicklung, Soziales), die auch an Vereine mit klarem gemeinnützigem Auftrag vergeben werden, bevor die formelle Steuerbefreiung erteilt ist.
- **Private Darlehen (ca. CHF 150'000):** Gesucht werden mehrere Darlehen aus dem Netzwerk von Unterstützern und der Nektar-Gemeinschaft, in der Regel ab **CHF 10'000 pro Darlehen**.
 - **Laufzeit & Verzinsung:** Die Rückzahlung erfolgt über einen Zeitraum von **5 Jahren** bei einem **Zinssatz von 1%**. Dies entspricht einer gemeinnützigen, kostenorientierten Ausrichtung statt einer marktwirtschaftlichen Rendite.
 - **Auszahlungsmodalitäten:** Die Zinsen können flexibel gewählt werden als **halbjährliche Barauszahlung** oder als **Guthaben im Hofladen** (z. B. Einkaufsgutscheine), um die lokale Wertschöpfung zu fördern und den Kreislauf im Ort zu stärken.
 - **Risiko-Verteilung:** Die Streuung auf mehrere Darlehensgeber stärkt die Unabhängigkeit des Projekts und verteilt das Risiko gleichermassen auf alle Beteiligten.
 - **Sicherheit:** Die Liegenschaft im Eigentum der Nektar Immo AG (eliminiert Spekulationsrisiko), die langfristigen Ankerpartnerschaften und das validierte Konzept bieten eine hohe Sicherheit für Darlehensgeber.

Umsatzmodell, Tragfähigkeit & Prognose

Das Projekt stützt sich auf ein **fokussiertes, diversifiziertes Erlösmodell**, das die Abhängigkeit von einzelnen externen Quellen minimiert und den Fokus auf den eigenen operativen Betrieb legt:

1. **Produktverkauf (Fundament):** Direkter Verkauf von Lebensmitteln (Marge durch Kommission oder Einkauf). Dies bildet das Haupteinkommen des Ladens. Das Sortiment wird bewusst kuratiert und stammt von wenigen, verlässlichen Partnerhöfen (z. B. Hof23, Eulenhof, Biohof Wirth, Ziegenhof Rütihof, u.v.m.), die nach regenerativen Prinzipien wirtschaften.
2. **Gastronomie (Verweilen & Bindung):** Erlöse aus dem Bistro (Getränke, einfache Speisen), die den Aufenthalt fördern und die Verweildauer erhöhen. Das Angebot basiert auf der Weiterverarbeitung der eigenen Hofladen-Produkte (Saisonales, Resteverwertung), was die Marge optimiert.
3. **Raumnutzung (Entlastung & Stabilität):** Mieteinnahmen aus geschlossenen Events (private Feiern, Workshops) und feste Pauschalgebühren von Ankerpartnern. Der **Familienverein Rheinfelden** sichert durch seine regelmässige Nutzung (Krabbelgruppe) eine stabile Grundfrequenz und zahlt eine symbolische Miete. Diese Einnahmen dienen primär der Mitfinanzierung der Fixkosten (insbesondere der Miete) und entlasten den Kernbetrieb.
4. **Förderbeiträge & Zugangslösungen (Optional & Bindend):** Freiwillige Beiträge von Gönner-Mitgliedern und optionale Zugangslösungen für Stammkunden (Zutritt ausserhalb Öffnungszeiten, Guthabekarte). Dies dient der Kundenbindung und Liquidität, ist aber kein zwingendes Einkommen für den Betrieb.

Prognose & Break-Even: Basierend auf den positiven Erfahrungen der Ausstellung (Popup) und den detaillierten Szenarien der Business-Matrix wird ein **Break-Even der laufenden Betriebskosten im dritten Betriebsjahr** erwartet. Ein konservativer Finanzplan berücksichtigt Puffer für unerwartete Kosten und eine realistische Anlaufphase.

- **Zielsetzung:** Das Zusammenspiel der oben genannten Bereiche soll den vollen Betriebsaufwand decken.
- **Erster Meilenstein:** Als wichtiger erster Schritt wird angestrebt, dass der Eventbereich und die Ankerpartnerschaften gemeinsam einen monatlichen Beitrag von ca. **CHF 2'500 – 3'000** zur Deckung der Fixkosten (insbesondere der Miete) generieren.
- **Langfristiges Ziel:** Der Gesamtumsatz aus Verkauf, Gastronomie und weiteren Aktivitäten soll den Personalaufwand und die Betriebskosten tragen, um langfristig eine vollständige wirtschaftliche Unabhängigkeit zu erreichen.

Hinweis: Der Betrieb ist darauf ausgelegt, auch ohne eine breite Basis an Vereinsmitgliedern oder externe Sponsoren finanziell tragfähig zu sein. Die Stabilität entsteht durch den eigenen Umsatz und die aktive Einbindung der Community.

Risikomanagement:

- **Risiko Bauverzögerung:** Puffer im Zeitplan und Budget eingeplant.
- **Risiko geringe Auslastung:** Starke Ankerpartner (Familienverein) und diversifizierte Erlösquellen (Events, Mitgliedschaften) sorgen für Stabilität.
- **Risiko Personal:** Flexible Einsatzmodelle (Ehrenamt, Teilzeit, "Team auf Abruf") und klare Prozesse minimieren das Personalrisiko.

8. Partnerschaften & Ökosystem

Der Erfolg des Hofladens basiert auf einem starken Netzwerk lokaler Partner:

Produzenten-Netzwerk (Kern):

Wir arbeiten seit der Ausstellung direkt mit regionalen Höfen zusammen, die nach regenerativen Prinzipien wirtschaften:

- **Hof23 (Wil im Fricktal):** Getreidekreislauf, robuste Sorten, Tierhaltung.
- **Eulenhof (Möhlin):** Bio-Gemüse, Obst, Staudengärtnerei.
- **Biohof Wirth (Olsberg):** Black Angus, Obstvielfalt.
- **Ziegenhof Rütihof (Elfingen):** Ziegenmilchspezialitäten.
- **Qualitätsstandard:** "Qualität vor Label" – Entscheidend ist die Haltung und Praxis, nicht nur das Siegel.
- **Zugang:** Als **Marketchefin** verfügt Nathalie Wermeille über ein etabliertes, grosses Netzwerk an lokalen Betrieben und Kunsthandwerkern. Dies garantiert einen direkten, vertrauensvollen Zugang zu hochwertigen Produzenten und ermöglicht eine kuratierte Auswahl, die über das Standardangebot hinausgeht.

Community-Partner (Aktive Mitgestaltung):

- **Familienverein Rheinfelden (Strategischer Ankerpartner):** Als zentrale Kraft bringt der Verein regelmässige Nutzung (z. B. Krabbelgruppe) und tiefgehende Vernetzung in die Stadtgesellschaft ein.
Seine Rolle geht weit über die reine Raumnutzung hinaus: Der Verein übernimmt aktiv die **Beschaffung, Finanzierung und Bereitstellung von Infrastruktur**. Dazu gehören **Möbel, Spielmaterial und kindgerechte Ausstattung**.
- **Lokale Vereine & Organisationen:** Ergänzend nutzen weitere lokale Vereine den Eventraum für ihre Treffen und Anlässe, wodurch die Auslastung optimiert und die soziale Durchmischung gefördert wird.

Gastronomie & Störköche:

- Die Produktion im Bistro erfolgt primär **intern** mit den eigenen Hofladen-Produkten.
- Für spezielle Anlässe oder zur Entlastung werden **externe "Störköche"** eingebunden, die jedoch strikt an das Hofladen-Prinzip gebunden sind (Nutzung lokaler Produkte,

keine industriellen Halbfabrikate). Dies gewährleistet Flexibilität ohne Kompromisse bei der Qualität.

9. Mitmachen & Unterstützung

Ein Ort dieser Art entsteht nicht allein. Er braucht Menschen, die ihn mittragen, mitgestalten und mitfinanzieren. Wir laden dich ein, Teil dieser Geschichte zu werden.

Finanzielle Unterstützung

Für alle, die das Projekt durch Kapital stärken wollen.

- **Darlehen:** Ein langfristiges, tiefverzinstes Darlehen (1% Zins, 5 Jahre Laufzeit) für den Aufbau. Dein Kapital hilft beim Umbau und der Ausstattung. Die Rückzahlung erfolgt sicher, gestützt durch die Immobilie und die Partnerschaften. Wähle zwischen gutgeschriebenem Einkaufsguthaben im Hofladen oder halbjährlicher Barauszahlung.
- **Förderbeiträge & Crowdfunding:** Ein einmaliger Beitrag als Gönner, um den Start zu sichern. Ab Mitte August starten wir ein gezieltes Crowdfunding.

Ideelle & operative Mitgestaltung

Deine Erfahrung, dein Netzwerk oder deine Kreativität sind genauso wertvoll wie finanzielle Unterstützung.

- **Produzenten:** Wir suchen Partnerhöfe, die ihre Produkte transparent und regional herstellen.
- **Störköche -Bäcker:** Für spezifische Anlässe oder einzelne Tage im Bistro suchen wir Köche, die mit den Hofladen-Produkten arbeiten möchten.
- **Event-Ideen:** Habt ihr Ideen für Formate, Workshops oder Gemeinschaftsanlässe, die zum Ort passen?

Nächste Schritte & Kontakt

Wenn du Interesse hast, Teil dieses Projekts zu werden, freuen wir uns auf deine Nachricht.

Gerne beantworten wir alle Fragen zum Konzept, den Finanzierungsmöglichkeiten oder dem weiteren Vorgehen.

Kontakt:

hallo@hofladen-im-staedtli.ch

hofladen-im-staedtli.ch

APPENDIX

i. Flyer



HOFLADE IM STÄDTLI
Markt • Bistro • Treffpunkt

Ein Ort zum Einkaufen,
Verweilen und
Zusammensein.
Eröffnung: Frühling 2027

Der Hofladen
Ein Fenster zur Region. Was auf den Feldern wächst und reift, kommt direkt von den Höfen und Produzenten in unsere Regale. Transparent, saisonal, fair.

Das Bistro
Wie Dehei - Einfaches Essen aus dem, was der Laden hergibt. Suppen, Quiches, Gemüse - zubereitet mit Sorgfalt, wie man es zu Hause kocht.

Der Raum
Ein lebendiger Treffpunkt für die Gemeinschaft. Krabbelgruppe, Familiencafé, offene und geschlossene Events. Ein Ort, an dem man dazugehört.

Gemeinsam entstehen lassen
Der Hofladen wird von Menschen aus der Region getragen. Ob als Produzent, Gönner, Investor oder einfach als Nachbar: Wir freuen uns auf deine Ideen, deine Unterstützung oder dein Interesse.

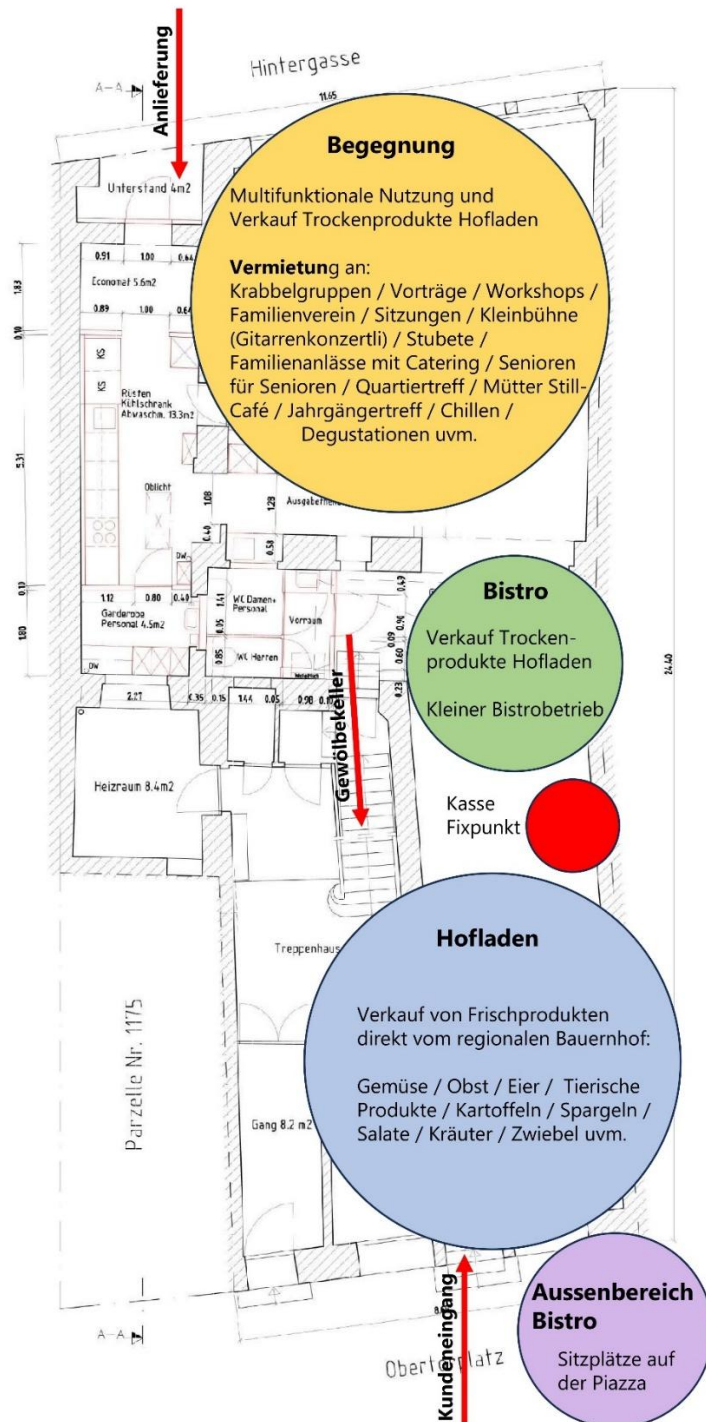
Kontakt & Infos
hallo@hofladen-im-staedtli.ch
hofladen-im-staedtli.ch

MARKT
BISTRO
TREFFPUNKT

Hier entsteht ein Treffpunkt für alle

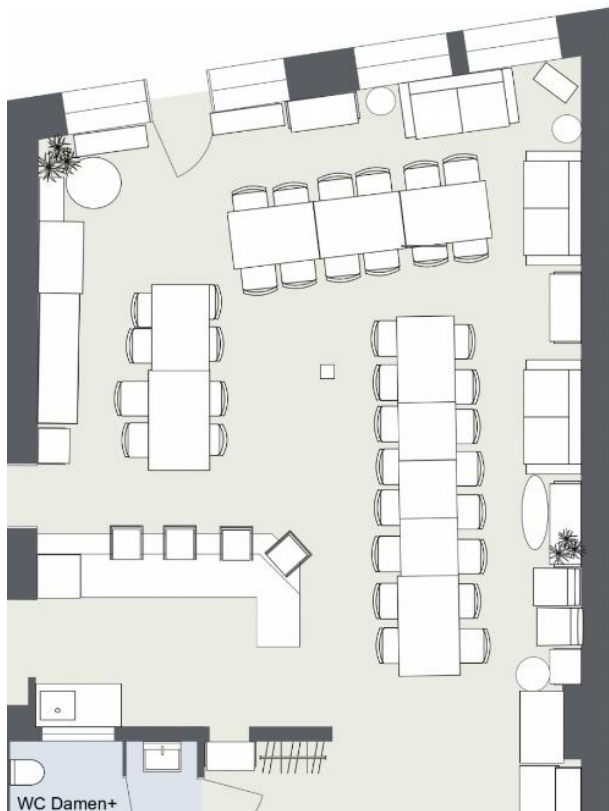
Obertorplatz 7
Frühling 2027

ii. Schema Multifunktionale Räumlichkeiten – Markt – Bistro – Treffpunkt

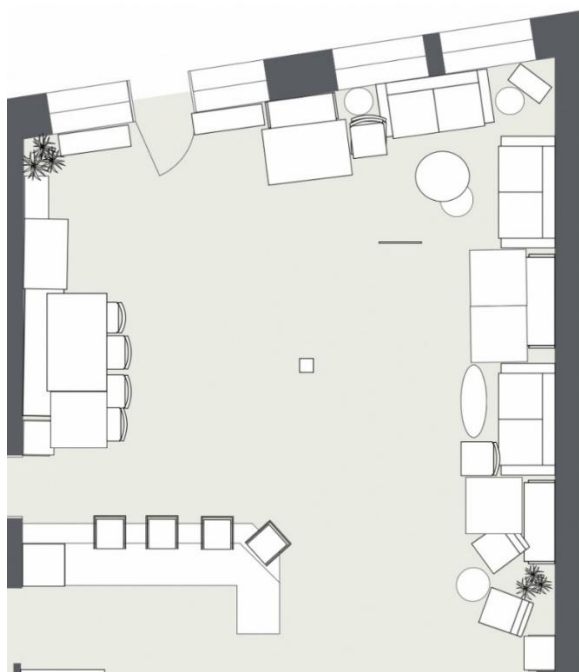


iii. Additional Raumnutzungen

Event



Familienverein Rheinfelden Krabbelgruppe Layout



iv. Gewölbekeller – Nektar Immo AG





**GEWÖLBKELLER
RHEINFELDEN**

Raum mieten
ab CHF 250.- pro Tag

Ein besonderer Raum in der Altstadt von Rheinfelden – für Anlässe, die mehr als vier Wände brauchen.



Obertorplatz 7
4310 Rheinfelden

Geeignet für

- Workshops & Seminare
- Sitzungen, Gespräche & Kreise
- kleine Feiern & geschlossene Anlässe
- kulturelle Formate (Lesungen, Musik, Ausstellungen)



Mehr erfahren & Reservationen:
peterkoller28@bluewin.ch
079 423 57 73



WWW.NEKTAR-IMMO.CH

Obertorplatz 7
4310 Rheinfelden

v. Finanzdokumente

Umsatzprognose 3 Jahre

Position	12 Jahr 1	10 2027	12 2028	12 2029	Bemerkungen
UMSATZ		März - Dez			
Hofladen (Produktverkauf)	127'750.00	106'500.00	200'750.00	273'750.00	Marge ca. 20-30%
Bistro Tagesbetrieb & SB	130'000.00	108'500.00	195'000.00	234'000.00	Marge ca. 60-70% inkl. Hofladen Apéro & SB
Event eigene Formate	24'000.00	20'000.00	36'000.00	48'000.00	Marge ca. 60-70% inkl. Event
Eventraum Vermietung ohne Küche & Warenbezug Fr. 300.-	3'600.00	3'000.00	7'200.00	10'800.00	
Vermietung Küche für Catering ohne Warenbezug Fr. 100.-	1'200.00	1'000.00	2'400.00	3'600.00	Werbung an Caterer und Veranstalter steigern
Raumnutzung (geschlossen) mit Warenkonsum SB Fr. 250.-	3'000.00	2'500.00	4'500.00	6'000.00	
Ankerpartner (Familienverein)	3'600.00	3'000.00	3'600.00	3'600.00	CHF 300-350/Monat
Member (Zutritt), Freunde und Gönner	5'100.00	4'250.00	7'500.00	10'500.00	Wurzel 10.- / Spross 100.- / Blüte 250.-
Mitgliedsbeiträge	600.00	500.00	1'000.00	2'000.00	CHF 50/Einzel, 80/Familie, 250/jur. Person
TOTAL UMSATZ	298'850.00	249'250.00	457'950.00	592'250.00	
WARENEINSATZ					
Hofladen (ca. 70-80% vom Umsatz)	96'000.00	74'550.00	140'525.00	191'625.00	Annahme 75%
Bistro ohne Event inkl. SB (ca. 30-40% vom Umsatz)	45'500.00	37'975.00	68'250.00	81'900.00	Annahme 35%
Event (ca. 30-40% vom Umsatz)	8'400.00	7'000.00	12'600.00	16'800.00	Annahme 35%
TOTAL WARENEINSATZ	149'900.00	119'525.00	221'375.00	290'325.00	
BRUTTOGEWINN (Umsatz - Wareneinsatz)	148'950.00	129'724.99	236'575.00	301'925.00	
BETRIEBSKOSTEN					
Miete (an Nektar Immo AG)	26'400.00	26'400.00	30'000.00	36'000.00	Staffelmiete / CHF 2'200/2'500/3'000 p.Mt
Personalkosten Betriebsleitung im Monatslohn	108'000.00	90'000.00	120'000.00	120'000.00	2x 100% Fr. 4500.- ab Jan27 / ab 2028 = 5'000
Personalkosten Aushilfe im Std-Lohn	10'800.00	9'000.00	10'000.00	12'000.00	
Sozialversicherungen Betriebsleitung inkl. PK	18'360.00	16'500.00	20'540.00	20'400.00	10% AHV / 7% PK
Sozialversicherungen Aushilfe im Std-Lohn	1'080.00	900.00	1'000.00	1'200.00	10% AHV
Strom, Wasser, Heizung	3'000.00	2'500.00	3'000.00	3'000.00	
Internet, Telefon	2'500.00	2'100.00	2'500.00	2'500.00	
Reinigung, Unterhalt	2'000.00	1'700.00	2'000.00	2'000.00	
Versicherungen	2'500.00	2'100.00	2'500.00	2'500.00	
Buchhaltung / Treuhand	5'000.00	4'200.00	5'000.00	5'000.00	Bexio / bkPOS / Treuhand/übrige Lizenzen
Kassensystem / IT-Wartung	2'500.00	2'100.00	2'500.00	2'500.00	
Marketing & Kommunikation	12'000.00	10'000.00	12'000.00	12'000.00	
Verpackungsmaterial	3'000.00	2'500.00	3'000.00	3'000.00	
Diverses / Reserve	5'000.00	4'200.00	5'000.00	5'000.00	
TOTAL BETRIEBSKOSTEN	202'140.00	174'200.00	219'040.00	227'100.00	
BETRIEBSERGEBNIS	-53'190.00	-44'475.01	17'535.00	74'825.00	
Abschreibungen (Einrichtung über 5-7 Jahre)	30'000.00	25'000.00	30'000.00	30'000.00	Annahme Fr. 200000 x 15%
Zinsen (auf allfälliges Darlehen)	2'000.00	2'000.00	2'000.00	2'000.00	Annahme Fr. 200000 x 1%
ERGEBNIS VOR STEUERN	-85'190.00	-71'475.01	-14'465.00	42'825.00	
NETTOERGEBNIS					

Aufbaukosten

Kosten Trägerverein "Hoflade im Städtli"					
Thema	G-Ausbau	Gebäude Allgemein	Maschinen Apparate	EDV Telefon	Mobiliar Ausstattung Klein-Geräte
BKP 2 Grundausbau (Einkauf Nektar Immo AG)					
228 Sonnenschutz					
Markisen an Aussenfassade	x				
230 Elektroinstallationen					
UV, Zuleitungen, Steckdoseninstallation, Anschlüsse Apparate usw.	x				
Anschlüsse Mieterausbau (Ergänzungen für Ausstattung, Anpassungen, Spezialwünsche Beleuchtung usw)		2'500			
HöbiEv: Deckenbeleuchtung, Stromschienen an Decke inkl. Spots Grundbeleuchtung (Hänger über Bistrotische + zus. Spots = Ambientebeleuchtung in 901)	x				
236.0 EDV Verkabelung					
Netzwerk-Infrastruktur mit Gäste WLAN Platzhalter (Spezifikation noch offen)		5'000			
236.1 Videoüberwachung					
Anlage komplett inkl. Anbindung an die Zutrittskontrolle, inkl. Elektroinstallation	x				
236.2 Musikanlage					
Anlage komplett inkl. Lautsprecher + Elektroinstallation	x				
236.3 Zutrittskontrolle					
Kompaktleser, Türsteuergerät, Software Basis (einmalige Basislizenz für das Management)	x				
100 Karten + Anbindung ans Kassensystem				1'500	
236.4 Telefonanlage / Internet					
Telefonanlage / Internet: Business Router/Modem, WLAN-Access Points/Verstärker					
Telefon Hardware, Installation/Setup inkl. Elektroinstallation				3'500	
Achtung: Monatliche Betriebskosten					
244 Lüftungsanlage					
Entlüftung WC / Toiletten / Dunstabzug Küchenherd	x				
Eventraum: Keine Lüftungsanlage, CO2 Überwachung	x				
249.1 Zentrale gewerbliche Kälte					
Für die gekühlten Regale, Schränke, Anschlüsse in Küche + Ausgabe (exkl. Vitrinen/KS)	x				
249.2 Kühlregale					
Gemüse/Obst/Milchprodukte/Fleisch/Getränkebox/Sandwich	x				
Ergänzende Bauteile, steckerfertige Vitrinen, Glacétruhen usw.					3'000
250 Sanitäre Installationen					
Generelle Installationen im Grundausbau	x				
Installationen und Anschlüsse Mieterausbau		1'000			
258 Kücheneinrichtung					
Küche: Möbel, Cool Compact Kühlmöbel, 2 GWM, Lüftungshaube im GA Kühl/Tiefkühler / Kombidämpfer / 2 Induktionskocher Diverse Bleche Steamer	x		10'000		700
Ausgabe: Möbel für Kaffeemaschine, GWM, Brita Filter Buffet mit Gläserschrank, Bartheke, Getränkeköhler usw. Kühlbalken (Saladette)	x		1'500		
273.3 Allgemeine Schreinerarbeiten					
Kaffee-Tee Station im Lichthof: Korpus 190 x 60 cm mit Abdeckung, Aussussbecken ?, Oberschränke, Standplatz für Kaffee-/Teeautomat, Geschirr, evtl. Vitrine	x				
Sitzbank im Bistro, Modell Gewölbekeller	x				
Pflanzkübel als Bereichstrenner Bistro	x				
Garderobe Bistro	x				
281.2 Textile Bodenbeläge					
Schmutzfänger bei der autom. Schiebetüre Eingang	x				
282.5 Akkustikelemente					
Akkustikplatten an Decke + Wände, Projekt noch offen	x				
285 Malerarbeiten					
Allgemeine Malerarbeiten gesamtes Lokal	x				
Spezielle Malerarbeiten Deco		1'000			
287 Baureinigung					
Grundreinigung im Grundausbau, Reinigung vor Eröffnung, Küchenmaschinen, Regale usw		1'000			
BKP 9 Mieterausbau (Einkauf Trägerverein)					
900 Möbel					
Holzregale im Hofladen für Obst + Gemüse: 4 Lagen 40x60 Kisten quer, Endausbau / 5 - 6 Kisten in der Breite, Besprechung mit AG3: Budget					4'000
Regale/Möbel für Produkte Bistro + Eventsraum					5'000
Tische, Sofas, Sitzmöblierung					

Thema		G-Ausbau	Gebäude Allgemein	Maschinen Apparate	EDV Telefon	Mobiliar Ausstattung Klein-Geräte
Tische Bistro + Eventraum Typ GK:	6 Tische (850x850) + 4 (1200 x 850) - Bistro und Eventraum					5'000
Stühle Bistro + Eventraum Typ GK:	22 Stühle (Bistolayout)					6'500
Sofas & Loungesessel						4'000
Barhocker						500
Sofatisch (2 gross x 1 klein)						500
Outdoor						
Tische + Stühle vor dem Eingang:	Budget für 4 Bistrotische mit Stühlen (einfache Version)					2'500
Tische + Stühle auf der Piazza:	Budget für 6 Tische mit Stühlen + Einzelschirme					7'500
Kassentisch / Empfang:	Zentraler Punkt für Verkauf, Information und Begrüssung, funktional und gut sichtbar positioniert (Integration Kassenstation, Waage mit Ticket-Ausdruck auf Tisch), Projekt in Bearbeitung					2'500
Büro:	Garderobenkästchen Personal, Aktenschrank + Arbeitstisch Büro Ergonomischer Stuhl, Sessel, Tischplatte, Regal + Tischli für Personal	x		1'500		
Zusätzliches / Reserve						4'000
901 Beleuchtungskörper						
Bistro + Eventraum:	Hänger + Ambiente Beleuchtung und ergänzende Beleuchtung zur gezielten Ausleuchtung von Produkten und Aufenthaltsbereichen					3'000
902 Textilien						
Bedruckte Stoffe	Vorhänge, Tischtücher, Stuhlbezug, Eigenprodukte (Taschen, Geschirrtücher, Schürzen)					3'000
903 Geräte, Apparate						
Allgemein:	Kleingeräte, elektrische oder manuelle Geräte für den täglichen Betrieb Wasserkochen, Waage, Mixer, Milchschaumer, etc			1'500		
Küche:	Thermomixer TM7 inkl. Temperatur-Sensor, 3 Stück / Klärung Platzierung in der Küche (Achtung: Zusatz Abo Cookidoo pro Jahr CHF 66) Suppentopf			5'400 200		
Event:	Kaffeemaschine Barista T Plus (2-gruppig), BxTxH = 70x53.5x47.5 Cm 2 Kaffeemühlen mit Abschlagbehälter, Position in separater Nische			3'700 2'300		
Bistro:	Jura X8/X10, ausgelegt für 80 Tassen pro Tag, ideal für Bistrobetrieb Zusätzlich Milchkühler, Tassenwärmer, Wasserfilter			5'000		
Laden:	Produktewaage inkl. Anbindung ans Kassensystem (Produkte am PC im Büro erfassen und per Mausclick an die Waage senden)			2'500		
904 Kleininventar						
Ausstattung Laden, Bistro & Events	Geschirr, Gläser, Besteck, Kochutensilien, Kisten, Körbe, Boxen					10'000
Diverse Ergänzungen:	Notfall-Set, Allergen-Kennzeichnung, kleiner Tresor, Garderobenständer					1'000
905 Verbrauchsmaterial						
Küche:	Reinigungschemie & Hygiene Papierwaren, Folien, Beutel,					1'500
Büro:	Ordner, Papier, Büromaterial, Locher, Hefter, Stifte, Adapter, Kassenmaterial usw.					1'000
906 Deko + Bepflanzung						
Bepflanzungsinstallation im Lichthof		x				
Bepflanzung auf der Piazza	Bepflanzung in mobilen Kübeln, Projekt noch offen					
Eyecatcher Eingang Hofladen	Projekt in Bearbeitung, Platzhalter					1'000
Dekorationsartikel, Pflanzen, Bilder						3'000
907 EDV / Kassensystem						
Kassensystem:						
	SB-Kiosk, Tablet SUNMI Cpad, Barcodescanner, Thermodrucker, Bargeldschublade SUNMI Cpad mobil, Worldline Kartenleser, Programmierung und Lieferung Monatliche Softwarekosten CHF 223				12'000	
Büro:	PC Arbeitsplatz im Büro: Laptop und MFC Drucker inkl. Installation				2'000	
908 Beschilderungen, Beschriftungen, Storyboards						
Beschilderung im Raum	Produzentenportraits, Thementafeln, Infotafeln, Leitsystem, Fensterbeschriftung					5'000
910 Startkapital						
Erstbestückung durch Produzenten						10'000
Erstbestückung Verkaufsmaterial (Taschen, Schürzen, Eierkarton, etc)						2'000
Erstbestückung Verpackungen (Papiertüten, Einwegmaterial/Kaffeetassen, Verpackungsmaterial)						700
Reserve						2'000

Thema		G-Ausbau	Gebäude Allgemein	Maschinen Apparate	EDV Telefon	Mobiliar Ausstattung Klein-Geräte
Sub-Total			10'500	33'600	19'000	90'400
Total Budget Trägerverein: Zwischenstand				153'500		
Ergänzende Immaterielle Aufbaukosten						
1_Prozessbegleitung	Aufbauphase Unterstützung					40'000
	Gesamtprojektleitung Aufbau Umsetzung					
	Team- & Betriebs-Setup					
	Launch-Strategie & Eröffnung					
	Übergang in Betrieb (4-8 Wo)					
2_Design & Marketingumsetzung	Interior Design & Raumumsetzung					18'000
	Beschaffung & Ausstattung					
	Marken- & Kommunikationsumsetzung					
3_Identität & Digitale Präsenz	Website (Basis) inklusive Text Revision (Konzept launch/Website launch)					4'000
	Newsletter-Tool Setup					500
	Online Anfrageformular (Raum / Events)					500
	Soziale Medien Unterstützung					500
4_Marketing & Eröffnung	Eröffnungsformat / Einladung					1'000
	Flyer / Plakate (Druck)					500
	Foto-Dokumentation					1'500
	Zeitungswerbung / Flyer alle Haushalte					2'000
	Reserve lokale Sichtbarkeit					1'000
	Social Media Bezahlte Werbung					
5_Betrieb & Prozesse						
	Administrative Einrichtung					2'000
Total ergänzende Positionen:						71'500
Total Kosten Tabelle Schnittstelle + offene Positionen				225'000		