

30 Jahre alt und schon drei eigene Märkte. Jungkaufmann Reiner Thordsen fackelt nicht lange, bis er sich mit seinem ersten „nah & frisch“-Markt selbstständig macht. Der Erfolg gibt ihm Recht. Sein Motto: „Aus der Region – für die Region.“

# „Mache mich für mein Dorf stark“

**R**einer Thordsen hat 2018 einen Lauf. Erst übernimmt er seinen dritten „nah & frisch“-Markt in Viöl, dann heiratet er seine Freundin Jessica und wird im Juni auch noch Finalist bei den Supermarkt Stars in der Kategorie „Jungunternehmer des Jahres“. Und das alles mit 30, das schaffen nicht viele. Vor allem nicht mit so einer fetten Umsatz-Steigerung: Im Juni lag die Zuwachsrate in Wanderup bei 52 Prozent, der Monatsumsatz bei 86.000 Euro. „Allein die Fleischtheke hat 46.000 Euro gemacht“, sagt er stolz.

Der Einzelhandelskaufmann liebt seine Heimat Nordfriesland und weiß schon sehr früh, dass er einmal ein erfolgreicher Kaufmann mit eigenen Märkten sein will. Das spürt er bereits bei seinem Schulpraktikum im Viölschen Edeka-Markt, in dem er später zum Einzelhandelskaufmann ausgebildet wird. Anschließend sammelt er Erfahrungen in verschiedenen „nah&frisch“-Märkten, bei „Top Kauf“ und „Citti Markt“. Die Bela wird sein Zuhause, „weil da alles so familiär ist“. In Geschäftsführer Julius Nommensen findet er einen Mentor und Förderer. „Ihn kann ich immer um Rat fragen.“ Die Bela findet er gut, weil sie Kaufleuten viel Freiraum lässt. „Gute Ideen, die man überzeugend vermitteln kann, darf man auch umsetzen. Ich hätte sogar ein eigenes Logo entwerfen und am Markt anbringen können. Das ist anders als bei anderen Handelsketten.“

Jungen Kollegen, die mit dem Gedanken spielen, sich selbstständig zu machen, empfiehlt er: „Man sollte das Wort selbstständig verinnerlichen und wortwörtlich nehmen. Selbstständigkeit bedeutet: selbst und ständig.“ Im August 2013 wird der damals 25-Jährige erstmals Marktleiter in Wanderup. Zunächst kein leichtes Brot. Die Einwohner des 4.000-Einwohner-Dorfes wollen lieber nicht bei „Fremden“ kaufen. Fremd sind Reiner Thordsen und seine Mitarbeiter, weil sie nicht in Wanderup geboren und aufgewachsen sind, sondern aus dem – nur wenige Kilometer entfernten – Umland kommen. Den Sinnspruch ‚wat de Bur nich kennt, dat frett he nich‘ bekommt er am

eigenen Leib zu spüren. Erst nach drei Jahren fängt der Laden an zu laufen, die Anwohner fassen Vertrauen, werden zu Stammkunden.

Von nichts kommt nichts: Für den niegelneuen Markt in Wanderup nimmt Thordsen bei der Bela einen Kredit von 900.000 Euro auf. Insgesamt hat er 19 Jahre Zeit, um ihn abzubezahlen. Den zweiten Markt in Jodelund bekommt er für vergleichsweise wenig Geld. Hier ist nur ein Kredit in Höhe von 42.000 Euro fällig. Den Markt in Viöl gibt es ohne Einlage obendrauf.

Doch um die Darlehen abbezahlen zu können, muss er Umsatz machen. Reiner Thordsen findet die Stellschrauben, an denen er drehen muss. Baut ein spannenstarkes Serviceangebot auf: Neben Lotto, Postpoint, Wäscheannahmestelle brummt vor allem der Partyservice. Über den können ein Getränkeausschankwagen und sechs Kühlwägen gemietet, Aufschnittplatten oder belegte Brötchen bestellt werden. Auch der Getränke-Kommissionshandel boomt. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda wird „Getränke-Reiner“ über die Dorf-grenzen hinweg zur Marke. „Auf meinem Schankwagen ist fett mein Name und die Adresse meines Marktes aufgedruckt. Eine bessere Werbung gibt es nicht.“

Was sonst noch für Umsatz und Profilierung sorgt: Ich habe mir mit dem Motto ‚aus der Region für die Region‘ einen Namen gemacht. „Wir führen mehr als 500 regionale Produkte, die durch auffällige Beschilderungen oder Verkostungen den Kunden nahe gebracht werden. Außerdem lädt ein Gastro-Bereich zum Klönen ein. Kundenevents wie Public Viewing oder das jährlich stattfindende „Klang, Kost & Klön“-Musikfest schaffen Raum für persönliche Beziehungen. Inzwischen kann der Inhaber jeden Kunden mit dem Vornamen ansprechen.

Seine Lieblingskundin ist natürlich seine zweijährige Tochter Maila. Die immer, wenn die junge Familie mit dem Auto an „nah & frisch“-Märkten vorbeifährt, mit dem Finger darauf zeigt und ganz laut „Papa, Papa, Papa“ ruft. Voller Inbrunst und voller Stolz.

Sabine Gültekin

## Fakten

Verkaufsfläche: 700 qm  
Mitarbeiter: 53  
Artikel: 12.000  
Durchschnittsbon: 10,80 Euro

Nicht lange fackeln: Jungkaufmann Reiner Thordsen entscheidet sich im April 2014 für die Selbstständigkeit. Schon drei Monate später betritt er seinen ersten eigenen Markt in Wanderup.

Foto: Carsten Milbret