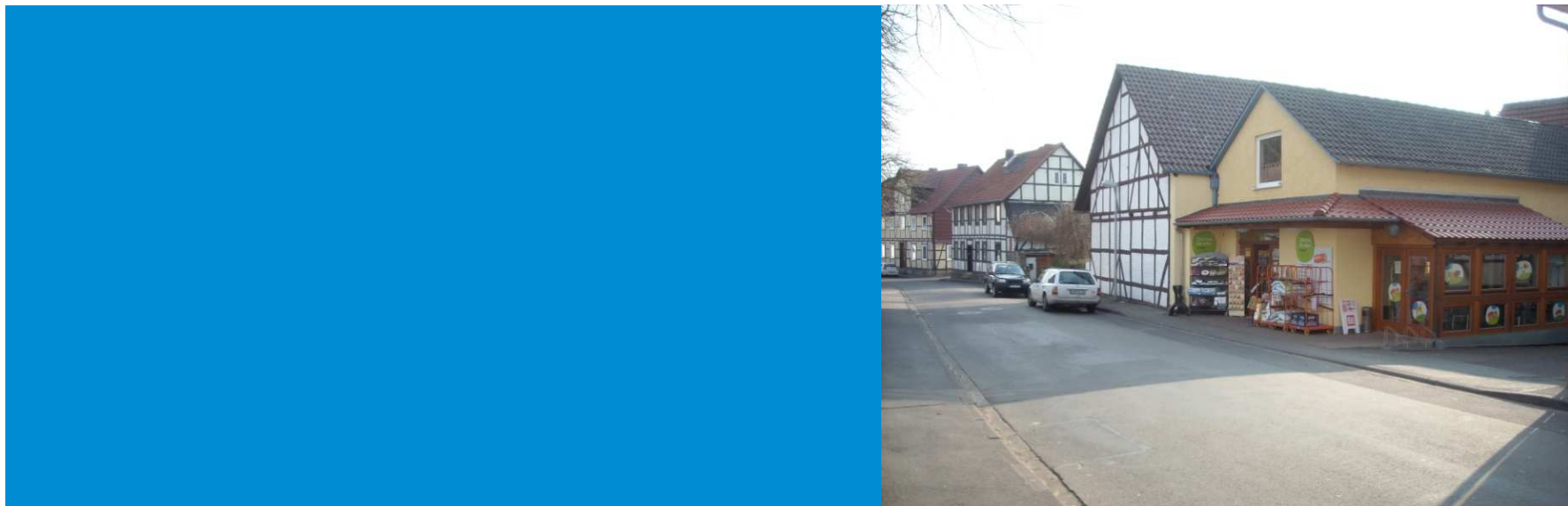


Nahversorgung in ländlichen Räumen

Dr. Patrick Küpper

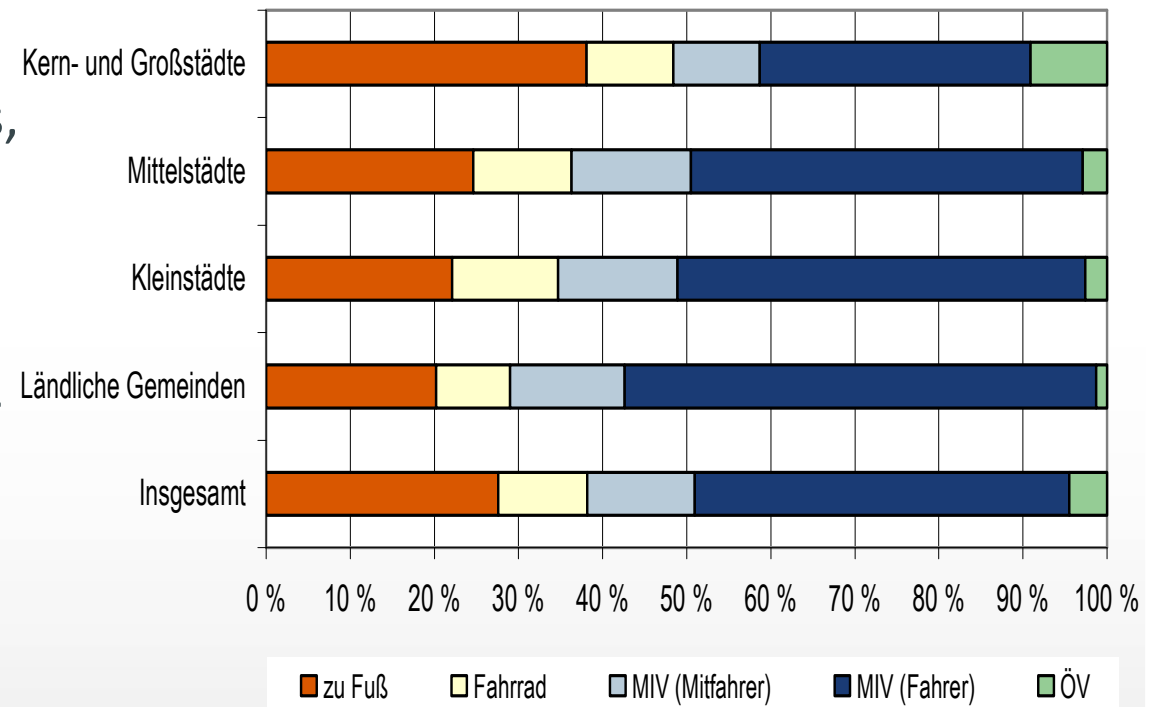
Thünen-Institut für Ländliche Räume, Braunschweig



Problemstellung: Trends auf der Nachfrageseite

- wachsende Mobilität
- stagnierende Kaufkraft
- steigende Ansprüche: Preis, Auswahl, Qualität neben Nähe
- Konsequenz: Abnahme der Bindung der lokalen Kaufkraft (Mehrfachorientierung)

Verkehrsmittelnutzung beim Hauptzweck Einkauf 2008:

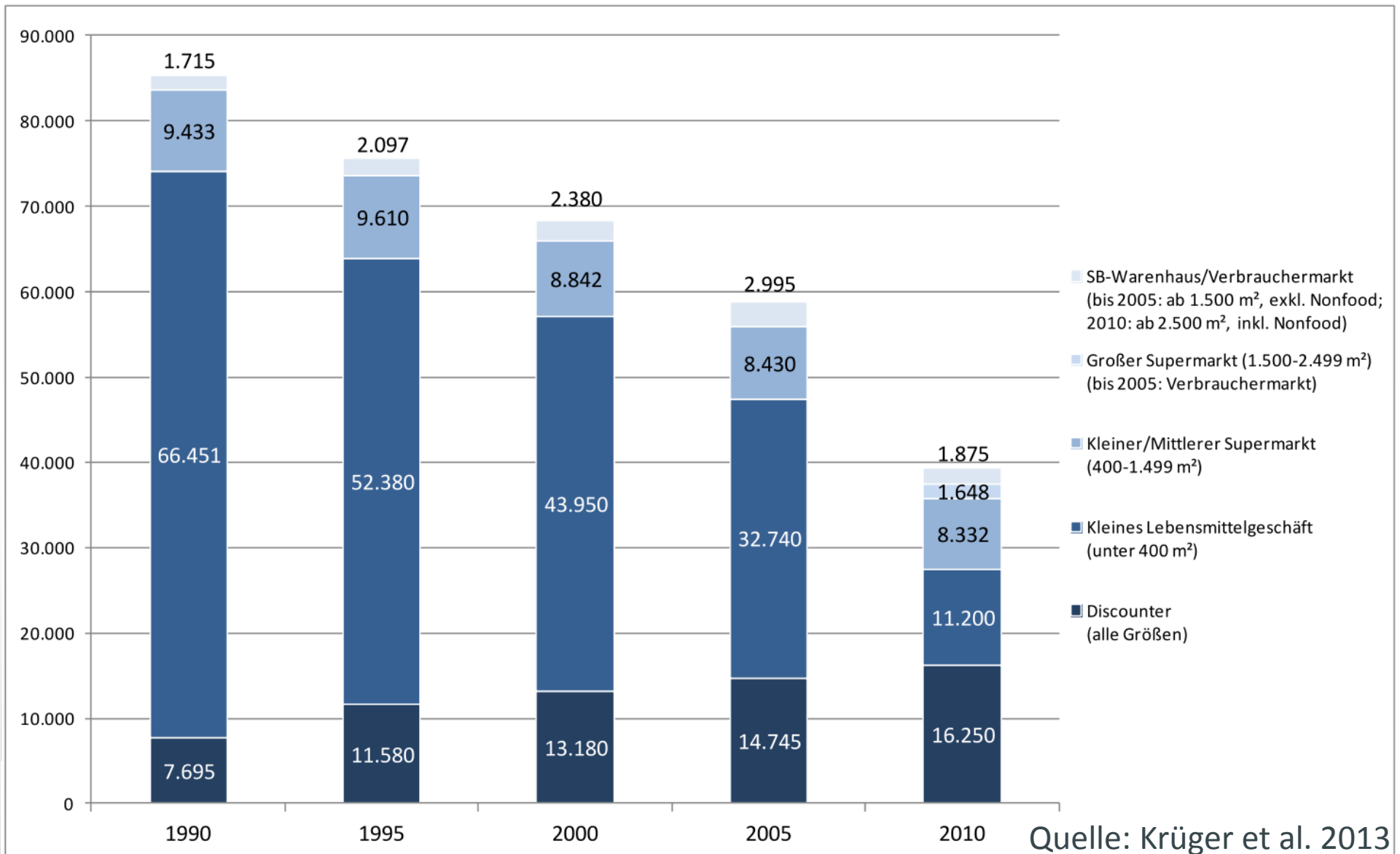


Quelle:
infas/DLR 2011: Mobilität in Tabellen.
Mobilität in Deutschland 2008.

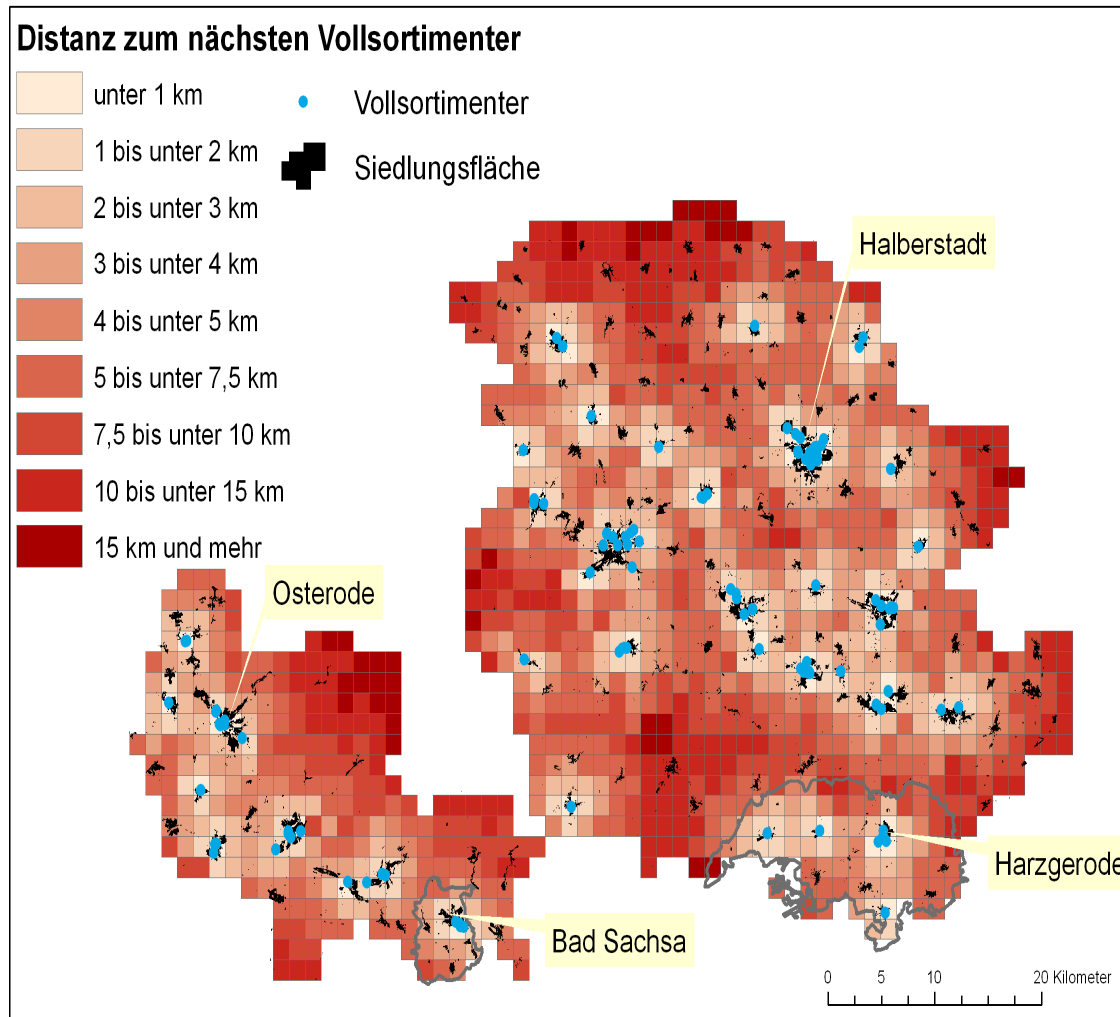
Problemstellung: Trends auf der Angebotsseite

- Starke Konkurrenz weniger Großanbieter (6 Anbieter teilen sich mehr als 90% des Gesamtumsatzes)
- Expansive Strategien (Fläche und z.T. Verkaufsstellen)
- wachsende Mindesteinzugsgebiete (> 5.000 EW)
- Konsequenz: Verdrängungswettbewerb mit Ausdünnung in der Fläche

Problemstellung: Entwicklung der Geschäfte im LEH von 1990-2010



Problemstellung: Zwischenfazit



- Angebotskonzentration in Klein- und Mittelstädten
- Probleme für eingeschränkt mobile Gruppen in Dörfern
- Dennoch relativ positive Bewertung der Versorgungsqualität, da Nähe nur ein Bewertungskriterium um Alternativen verfügbar
- Aber: nicht nur Versorgungsfunktion, sondern auch soziale

Quelle: Steinführer, Küpper, Tautz 2012

Zentrale Fragestellungen

- Welche **Handlungsansätze** bestehen zur Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen?
 - Wie können diese Ansätze hinsichtlich ihres **Beitrags zur Nahversorgung**, ihrer **sozialen Funktion** und langfristigen **wirtschaftlichen Tragfähigkeit** bewertet werden?
 - Welche **Empfehlungen** lassen sich daraus ableiten?
- Nahversorgung = fußläufig erreichbare (10 min. oder ca. 1.000 m) Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs (LM, Getränke, Genusswaren und Drogerieartikel sowie ggf. weitere DL)

2. Handlungsansätze zur Nahversorgung

- **Filial- und Franchisekonzepte** nah und gut, nahkauf, Lädchen für alles, IK-Ihr Kaufmann, Nah&Frisch, Um`s Eck, topkauf, Ihr KONSUM, PUG Kauf...
- **Multifunktionsladen** MarktTreff, DORV-Zentrum, KOMM-IN, Shop-Treff ...
- **Integrationsmärkte** CAP-Markt, BONUS-Markt, andere soz. Träger ...
- **Bürgerladen** finanzielle und ehrenamtliche Beteiligung der Bürger (z.B. als Genossenschaft oder Verein)

- **Mobile Versorgung**
- **Kombination der Ansätze**



Quelle: Vereniging Oud Valkenburg 2012

Ausgewählte Aspekte	Integrationsmarkt	Bürgerladen	Multifunktionsladen	Filiale
Hauptinitiator zur Gründung	AWO	Bürger	Kommune	Kaufmann
Rechtsform des Geschäfts	gGmbH	GmbH	e.K.	e.K.
Eigentümer	AWO	Verein	eine natürliche Person	eine natürliche Person
Hauptsächl. Betriebsziel	Integration	Sicherung NV	Sicherung NV, Erwerbstätigkeit	Gewinnorientierung
Eröffnungsjahr	2002	2010	2001	2002
EWZ Einzugsgebiet	4.000	2.100	1.200	500
Verkaufsfläche (m ²)	280	200	200	150
Gesamtsortiment	6.000	2.200	3.500	2.000
Zusatzangebote	(6) Lieferservice, Post, Caféecke, Lotto/Toto, Annahme für Reinigung	(5) Lieferservice, Paketshop, Apothekenkasten, Café-ecke und Kegelbahn	(7) Lieferservice, Paketshop, Caféecke, Tauschbibliothek, Annahme für Reinigung, Lotto, Catering	Keine.

Leistungen von Nahversorgungspunkten

Befragungsergebnisse von 103 Läden

- **Beitrag zur Nahversorgung:**
 - 2.000 Artikel im Median
 - ca. 1.000 Kunden pro Woche
 - v.a. Liefer- und Postservice als Zusatzdienstleistung
- **Soziale Funktion:**
 - ca. 50% mit gastronomischen Bereich (ca. 50 Besucher pro Woche im Median)
 - Ehrenamtliche Mitarbeit in ca. 20 %
 - ca. 6 Beschäftigte im Mittel aber nur 1,5 Vollzeit und viele Niedriglöhner
- **Wirtschaftliche Tragfähigkeit:**
 - ca. 1/3 noch keine 2 Jahre alt
 - 3/4 weniger als 500.000 Euro Nettojahresumsatz
 - 11 Läden werden vermutlich in den nächsten 5 Jahren schließen (10 bereits geschlossen)

Betriebswirtschaftliche Strategien

Befragungsergebnisse von 103 Läden

- **Organisationsform:**
 - 63 privatwirtschaftlich und 40 sozial orientiert
 - 30 Filial- und Franchise-Konzepte, die wirtschaftlich erfolgreicher
- **Angebotsgestaltung:** mit der Verkaufsfläche, Sortimentsgröße und den Öffnungszeiten steigt der wirtschaftliche Erfolg an
- **Personalpolitik:** ca. 1/3 Minijobber und 3/4 Teilzeit, aber kaum Zusammenhang zum Geschäftserfolg
- **Unterstützungsleistungen:**
 - ca. 50% von Gemeinde (Gründ.-Kapital, Miete ...)
 - 43 Fälle von Bürgern (Kapital, ehrenamtl. MA Betrieb/Management)
 - 33 durch Investitionsförderung
 - 12 durch Lohnkostenzuschuss

Standortfaktoren

Befragungsergebnisse von 103 Läden

- **Standortmerkmale:**
 - im Mittel 1.000 EW im Ort und 1.500 EW im Einzugsgebiet
 - 6,3 Pkw-Minuten zum nächsten Supermarkt/Discounter
 - 9 Minuten zum nächsten Grundzentrum
- **Betriebswirtschaftliches Potential:**
 - Ortsgröße, Einzugsgebiet und Parkplatzzahl hängt stark mit dem Erfolg zusammen
 - Anzahl Funktionen in der Nachbarschaft und im Gebäude etwas weniger
- **Lokaler Bedarf:**
 - starker Zusammenhang des Erfolges mit der EWZ im 1-km-Radius
 - Anteil Hochbetagter nicht signifikant oder leicht negativ

Erfolgsfaktoren

Fallstudienergebnisse

Erfolg an ungünstigem Standort

- Persönlichkeit und Engagement des Betreibers
- großes Sortiment (3.500 Artikel) und v.a. Frische
- keine Lieferkosten beim Hauptlieferanten
- Catering (arbeitsintensiv, aber dadurch weniger Verluste)
- keine regelmäßige Werbung
- Lieferservice und Abhol-/Bringdienst
- Gemeindeeigenes Gebäude mit günstiger Miete



Foto: Winfried Eberhardt 2012

Erfolgsfaktoren

Fallstudienenergebnisse

Probleme am günstigen Standort

- Zu geringes Eigenkapital (Anteilsscheine zu gering)
- Fehlende Akzeptanz trotz starken ehrenamtlichen Engagements (kein Wir-Gefühl)
- Schlechte Erreichbarkeit durch Relief und abgelegene Ortsteile
- Zu optimistische Machbarkeitsstudie
- Hohe Abschreibungen beim Frischfleischverkauf
- Hohe Nebenkosten (gebrauchte Kühlgeräte, gestiegene Strompreise)
- Einschränkung der Öffnungszeiten

Schlussfolgerungen I

Zentrale Hemmnisse für die Nahversorgung:

- hohe Wettbewerbsintensität und bestehende Versorgungsstruktur
- Lieferkonditionen für kleine Läden
- geeigneter Betreiber
- fehlende Unterstützung durch Kommunen
- fehlende Akzeptanz beim Konsumenten



Foto: Winfried Eberhardt 2012

Schlussfolgerungen II

Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgung:

- Erarbeitung von NV-Konzepten und interkommunale Abstimmung
- Berücksichtigung der wirtschaftl. Erfolgsaussichten und des lokalen Bedarfs
- Erhaltung bestehender NV-Strukturen vor Schaffung neuer Standorte
- Unterstützung im Vorfeld durch Beratung & Standortanalyse
- Geringe Anschubfinanzierungen (auch für „rollende Supermärkte“)
- Gestuftes System: - Grundzentren mit Vollversorgung
 - größere Dörfer z.T. mit Nahversorgungspunkten
 - sonst mobile Versorgung und (organisierte) Mitnahme



Foto: Winfried Eberhardt 2012