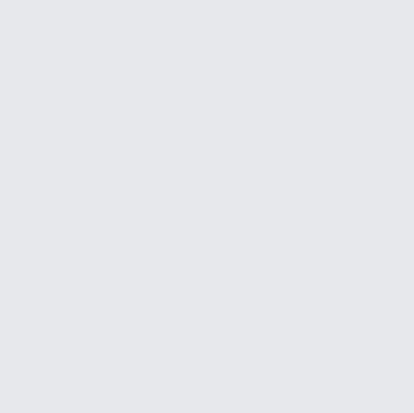




Module für Nahversorgungslösungen Eine Handreichung



Prof. Dr. sc. techn. Barbara Zibell
Planungs- und Architektursoziologie
Institut für Geschichte und Theorie
Fakultät für Architektur und Landschaft

Prof. Dr. Javier Revilla Diez
Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie
Naturwissenschaftliche Fakultät
Leibniz Universität Hannover

Module für Nahversorgungslösungen
E i n e H a n d r e i c h u n g

Einführung	1
Nahversorgung als Forschungsobjekt	2
Akteurinnen und Akteure	3
Anleitung zur Handreichung	5
Weiterdenken	8
Die Module	9
Von stationär bis integrativ	10
Erläuterungen	11
Drei x drei stationäre Module	12
Drei x drei hybride Module	23
Drei x drei mobile Module	35
Ausblick	47
Zukunft der Nahversorgung	48
Foto- und Abbildungsverzeichnis	50

Angesichts wirtschaftlicher Konzentrationsprozesse und vielfältiger Auswirkungen des demographischen Wandels kann die Zukunft der Nahversorgung – gerade in ländlichen Räumen, aber auch in „abgehängten“ städtischen Quartieren – heute nicht nur in den Händen einzelner Anbieterinnen und Anbieter von Gütern und Diensten des täglichen Bedarfs liegen, sondern muss auf mehrere Schultern unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure verteilt werden. Das hat das im Rahmen des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) geförderte Forschungsvorhaben „Zukunftschancen bedarfsgerechter Nahversorgung in ländlichen Räumen Niedersachsens – ZukunftNAH“ (2012/13) gezeigt.

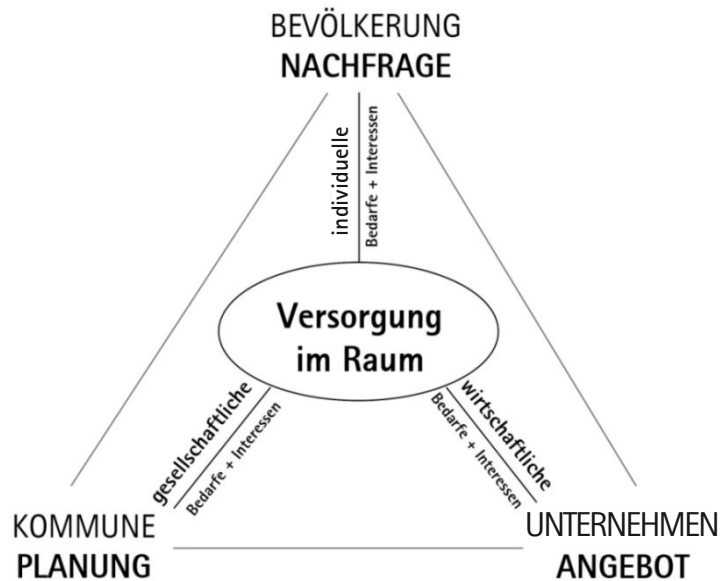
Diese Handreichung ist das praktische Ergebnis des Forschungsvorhabens ZukunftNAH zur Unterstützung der Entwicklung ortsspezifischer Lösungen durch öffentliche und private Akteurinnen und Akteure. Lassen Sie sich durch die graphische Darstellung auf den folgenden Seiten anregen, innovative Lösungen für die Zukunft der Nahversorgungsansätze an Ihrem Ort zu entwickeln.

Nahversorgung als Forschungsobjekt

Die Nahversorgung – das heißt eine wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – ist in zahlreichen Gemeinden heute bereits zu einem Problem geworden, das sich auf die Lebensqualität der betroffenen Bevölkerung maßgeblich auswirkt. Demographische Veränderungen und wirtschaftlicher Strukturwandel führen vor allem in ländlichen Räumen zu einer spürbaren Ausdünnung der Lebensmitteleinzelhandelsstandorte. Ältere und immobile Menschen, Schülerinnen und Schüler, Auszubildende, Alleinstehende und Alleinerziehende sowie Personen und Haushalte ohne eigenen PKW sind besonders stark von der Unterversorgung betroffen. Mit der Ausdünnung des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) werden die zu überbrückenden Distanzen zwischen Wohn- und Versorgungsorten immer größer, obwohl die Nahversorgung als besonders distanzsensibel gilt.

Trotz schwieriger Ausgangsbedingungen und Herausforderungen gibt es immer noch und immer wieder gute Beispiele für einen funktionierenden Lebensmitteleinzelhandel in ländlichen Räumen oder anderen unterversorgten Lagen, die in dieser Handreichung vorgestellt werden. Neben den bekannten Faktoren wie Erreichbarkeit und Standortbedingungen sowie wirtschaftlichen Aspekten spielen solche auf der Akteursebene eine große Rolle. Eine optimistische Einstellung der Akteurinnen und Akteure, kooperatives Vorgehen zwischen Politik, Verwaltung und Unternehmen, das Engagement lokal anerkannter Schlüsselpersonen u.a. sind wichtige Erfolgskriterien. Nachbarschaftshilfe, der Sensibilisierungsgrad der Bevölkerung für den Einkauf im Ort und bestehende Bürgervereine oder -initiativen bilden darüber hinaus eine gute Grundlage für die kooperative Entwicklung alternativer und individuell angepasster Nahversorgungslösungen.

Für die Konzeption zukunftsfähiger Nahversorgungslösungen bedeutet dies, bei der Entscheidung für Art und Qualität des Angebots veränderte und/oder zusätzliche Kriterien heranzuziehen. Denn Einkaufsorte sind nicht nur Orte des Konsumierens, sie dienen auch als (zufällige) Kommunikations- und Treffpunkte und erfüllen auf diese Weise fast „beiläufig“ das Bedürfnis nach Kontakt und Gemeinschaft. Daher ist es von besonderer Bedeutung, dass sie zentral gelegen und gut zu erreichen sind.



Sicherung der Versorgung als Gemeinschaftsaufgabe (Team ZukunftNAH, 2012)

Die Nahversorgung wird von Angebot und Qualität bestimmt und beeinflusst durch drei zentrale Akteursgruppen, an die sich diese Handreichung wendet: Bevölkerung, Kommunen und Unternehmen. Diese drei Gruppen – mit ihren je eigenen Denkwelten und Anreizsystemen – kennzeichnen unterschiedliche gesellschaftliche, öffentliche bzw. private Interessen und Bedarfslagen. Alle drei tragen in unterschiedlicher Weise zur Sicherung der Nahversorgung bei und gestalten diese als Teil der Daseinsvorsorge, im Idealfall als neue „Gemeinschaftsaufgabe“ (s. Abb. nebenstehend).

Um die Nahversorgungssituation am Ort zu verbessern, sind die *Kommunen* als Impulsgeberinnen gefordert, die Beteiligungskultur in ihren Gemeinden zu fördern und über Leitbildprozesse und Zukunftswerkstätten alle wichtigen Akteurinnen und Akteure für die Entwicklung von Nahversorgungslösungen zu sensibilisieren und zu aktivieren. Die Kommunen sind weiter gefordert, ein gutes Wirtschaftsklima zu entwickeln, das von „kurzen Wegen“, flexiblen planerischen Entscheidungsprozessen und von vertrauensvoller Zusammenarbeit geprägt ist. Darüber hinaus wird es zukünftig wichtiger werden, Entwicklungspotenziale gemeinsam mit Nachbargemeinden zu entwickeln, Kräfte zu bündeln und interkommunale Kooperationen auszubauen sowie Planungsprozesse mit übergeordneten Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern abzustimmen und zu beeinflussen.

Für *Unternehmen* im Einzelhandel wird – gerade in ländlichen Gemeinden – der Stellenwert der HändlerInnenpersönlichkeiten mit sozialer Kompetenz und unternehmerischem Mut zunehmen. Gefragt sind eine ausgeprägte Verankerung im Ort sowie starke Dienstleistungsorientierung mit flexiblen

Öffnungszeiten und angepassten Angeboten oder Lieferservices, aber auch sehr gute kaufmännische Kenntnisse und Managementfähigkeiten. Das gilt sowohl für flexible, mobile Formen der Nahversorgung als auch für die Koppelung der Nahversorgung mit diversen Dienstleistungsangeboten.

Für Nahversorgungsangebote in kleineren Gemeinden ist es notwendig, dass die Handelsketten an die Entwicklung ihrer Angebote kontextspezifisch herangehen und sich von schematischen Vorgaben wie zum Beispiel Mindestgrößen in Bezug auf Einwohnerzahl und Verkaufsflächen lösen. Wichtig ist, dass die Unternehmerinnen und Unternehmer offen sind für neue Geschäftsmodelle mit unterschiedlichen Partnerinnen und Partnern. Zusammenschlüsse mit anderen Gewerbetreibenden für die Entwicklung kombinierter Angebote oder die Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Gruppen können Ausgangspunkte für innovative Nahversorgungslösungen sein.

Die Mobilität im Versorgungsalltag der ländlichen *Bevölkerung* ist immer noch sehr stark vom Auto geprägt. Einkäufe werden oft auf dem Weg zur Arbeit erledigt oder mit anderen Fahrten und Begleitwegen kombiniert. Der Wunsch nach einer wohnungsnahen Versorgung ist groß, steht allerdings oft im Widerspruch zum tatsächlichen Einkaufsverhalten. Die Bevölkerung ist daher gefordert, sich für die Nahversorgung auch selbst zu engagieren. Die Bandbreite der denkbaren und bereits praktizierten Möglichkeiten ist enorm und reicht von professionellen Genossenschaftsmodellen über gemeinnützige Organisationsformen bis hin zu ehrenamtlichen Vereinslösungen. Diese Lösungen erfordern unter Umständen ein hohes Maß an zivilgesellschaftlichem Engagement und eine breite Unterstützung von Seiten aller Beteiligten.

Da die Rahmenbedingungen für eine wohnortnahe Versorgung unterschiedlich ausgeprägt sind, kann es DIE eine Lösung für die Nahversorgungsproblematik nach dem Motto „one size fits all“ nicht geben. Aus diesem Grund wurde mit der vorliegenden Handreichung ein Baukastensystem zur Entwicklung von maßgeschneiderten Lösungsansätzen aufgebaut.

Das hier vorgestellte Baukastensystem berücksichtigt drei Aspekte, die die Entwicklung von Nahversorgungslösungen maßgeblich beeinflussen:

- den Raumbezug der Einzelhandelseinrichtung mit unterschiedlichen Reichweiten fester und mobiler Formen zwischen stationär, mobil oder hybrid,
- das Angebot bzw. den Nutzungsmix der Einrichtungen hinsichtlich Vielfalt an Gütern und Dienstleistungen von mono, mono+ bis multi(funktional) sowie
- das Zusammenspiel der Akteurinnen und Akteure, das die Qualität der Governance als unternehmerisch, kooperativ oder integrativ beschreibt.

Diese drei Aspekte können wiederum in jeweils drei inhaltlichen Ausprägungen konzipiert werden, so dass sich durch die unterschiedliche Kombination der Module am Ende 27 verschiedene Ansätze für die Organisation und Gestaltung der Nahversorgung ergeben. Auf Seite 11 werden die neun Module erläutert. Mit den 3 x 3 x 3 grundsätzlichen Möglichkeiten zeigt die Handreichung, dass es große individuelle Spielräume gibt. Die Handreichung stellt auf jeweils einer Seite eine Möglichkeit für ein Nahversorgungskonzept vor. Dabei sind die Module, die das beschriebene Konzept kennzeichnen, farbig hinterlegt.

Für die meisten Modulkonstellationen gibt es bereits realisierte Beispiele, die am Seitenende mit aufgeführt werden (via Internetadresse aufrufbar). Wenn kein realisiertes Konzept bekannt ist oder kein Projekt gefunden wurde, wird ein Szenario dargestellt (in zwei „Fällen“ S. 41 und S. 46). Zwei weitere Beispiele basieren auf studentischen Arbeiten, die parallel zum Forschungsprojekt ZukunftNAH im Rahmen einer Lehrveranstaltung an der Fakultät für Architektur und Landschaft entstanden sind (s. S. 28 und S. 44).

Anleitung zur Handreichung

Folgende Beispiele sollen die Lesart der Handreichung veranschaulichen:

_ 1. Beispiel (s. S. 17)

Raumbezug: stationär
Angebot: mono+
Governance: kooperativ

Dorfläden und Nachbarschaftsläden bundesweit sind Beispiele für diese Modulkonstellation, so auch der Dorfladen Otersen in Niedersachsen und der Dorfladen Kleines Wiesental in Baden-Württemberg.

Es handelt sich um stationäre Einrichtungen, LEH-Läden vor Ort mit einer Größe ab ca. 90 qm. Neben den typischen Lebensmittelsortimenten (Frische-, Niedrigpreis-, Regional- und Trockensortiment) weisen sie zusätzliche Dienstleistungsangebote (mono+) auf wie „Mini-Sparkasse“ und Paketshop (Dorfladen Otersen) oder Kundentaxi und integriertes Café, das als Treffpunkt vor Ort dient (Dorfladen Kleines Wiesental).

Der Dorfladen Otersen ist ein wirtschaftlicher Verein, der Dorfladen Kleines Wiesental ist eine Genossenschaft. Beide Formen gewährleisten eine Beteiligung der Dorfhaushalte am Eigenkapital bzw. durch Genossenschaftsanteile. Voraussetzung für dieses Modell ist der ehrenamtliche Einsatz engagierter Bürgerinnen und Bürger, was gleichzeitig auch den zentralen Erfolgsfaktor dieser kooperativen Konzepte darstellt. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Kombination des Kerngeschäftes mit Dienstleistungen und Treffpunktsfunktion. Die Lebensmittel werden in der Regel qualitätsorientiert und zielgruppenorientiert angeboten, so dass die Sortimentstiefe relativ gering ist.

_ 2. Beispiel (s. S. 27)

Raumbezug: hybrid
Angebot: mono+
Governance: unternehmerisch

Emmas Enkel ist das Beispiel für eine inhabergeführte Kette, aufgebaut von zwei Unternehmern. Es existieren z. Zt. zwei LEH-Läden mit ca. 100 qm in Essen und Düsseldorf. Zusätzlich zum Einkauf in den Läden sind Lieferungen in die Umgebung der beiden Großstädte möglich. Das Besondere ist hier das hybride Konzept, das die Kombination von stationärer Einrichtung und Liefer- bzw. Abholservice beinhaltet. Bestellt werden kann via Internet oder mittels Smartphone von zu Hause oder vor Ort,

auch bei einem Kaffee in der „guten Stube“ des Ladens. Die Lebensmittel können abgeholt werden oder man kann sie sich nach Hause bringen lassen. Geliefert werden allerdings nicht alle Bestandteile des umfangreichen Sortiments, das sich vom bedarfsorientierten Nonfood-Bereich über Convenience- und Niedrigpreisprodukte bis hin zu Frische- und Trockenwaren erstreckt.

Erfolgsfaktoren dieser unternehmerischen Nahversorgungslösung sind die Kombination von persönlicher Bedienung in Zusammenhang mit Einkaufszettelabgabe und Einpackservice und die Möglichkeit, sich die Waren liefern zu lassen bzw. abzuholen oder vor Ort bei einer Tasse Kaffee zu bestellen und beim Verlassen des Ladens mitzunehmen.

_ 3. Beispiel (s. S. 43)

Raumbezug: mobil

Angebot: multi

Governance: kooperativ

Ein ganz anderes Beispiel für individuelle Nahversorgungslösungen bietet das Konzept „Älterwerden in Ostelsheim“ im Landkreis Calw, Baden-Württemberg. Engagierte Bürgerinnen und Bürger ergänzen im Rahmen ehrenamtlicher Tätigkeit das Nahversorgungsangebot vor Ort. Sie bieten die Übernahme des Einkaufs für mobilitätseingeschränkte Menschen (einschließlich der Lieferung in die Wohnung) oder unentgeltliche Fahrdienste für Seniorinnen und Senioren zum nächsten Einkaufszentrum, darüber hinaus auch Hilfe bei Behördengängen oder Einbindung in Aktivitäten wie z. B. gemeinsame Mittagessen und Ausflüge oder Internetkurse – ein multifunktionaler Ansatz. Mobil heißt in diesem Fall Einkaufs- und Fahrdienste von Gütern und Personen und kooperativ beschreibt das ehrenamtliche Engagement, das auf der Sensibilität aufmerksamer Mitbürgerinnen und Mitbürger gegründet ist und zur Sicherung der Lebensqualität in ländlichen Räumen beizutragen vermag.

Die Handreichung soll Kommunen, Unternehmen und Bevölkerung Denkanstöße für Nahversorgungsmodelle in ländlichen Orten geben. Durch die Vielzahl an Kombinationsmöglichkeiten und die individuellen Handhabung sowie die Darstellung von Beispielen soll sie allen potenziellen Akteurinnen und Akteuren eine Hilfestellung bieten, die für sie „richtige“ Lösung zu entwickeln.

Für Überlegungen, welche Art der Nahversorgung am eigenen Ort sinnvoll ist, liefert diese Handreichung Ideen und mögliche Konzeptansätze. Das Zusammenstellen der ausgewählten Module führt dabei zu individuellen Projekten, die in der Lage sind, die unterschiedlichsten Bedarfslagen vor Ort zu berücksichtigen.

Für die Entwicklung einer eigenen ortsspezifischen Nahversorgungslösung kann es durchaus sinnvoll sein, die Handreichung „quer“ zu lesen bzw. sich gezielt Modulkonstellationen herauszusuchen. Auf diese Weise können immer wieder neue und maßgeschneiderte, bedarfsgerechte und kontextspezifische Lösungen entstehen.

stationär	hybrid	mobil
mono	mono+	multi
unternehmerisch	kooperativ	integrativ

stationär

S. 13 - 21

hybrid

S. 24 - 33

mobil

S. 36 - 46

mono

S. 13 - 15

S. 24 - 26

S. 36 - 38

mono+

S. 16 - 18

S. 27 - 30

S. 39 - 41

multi

S. 19 - 21

S. 31 - 33

S. 42 - 46

unternehmerisch

S. 13 + 16 + 19

S. 24 + 27 + 28 + 31

S. 36 + 39 + 42

kooperativ

S. 14 + 17 + 20

S. 25 + 29 + 32

S. 37 + 40 + 43 + 44

integrativ

S. 15 + 18 + 21

S. 26 + 30 + 33

S. 38 + 41 + 46

Raumbezug

stationär

LEH-Läden vor Ort,
Filialen, Kioske,
LEH-Ketten,
Ab-Hof-Verkäufe

hybrid

Stationäre und ergänzende
mobile Einrichtungen,
Online-Bestellungen
(Lieferservice, Abholservice)

mobil

Verkaufswagen,
Bestellservice,
Lieferservice bzw. Abholservice,
Fahrservice

Angebot

mono

Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

mono+

LEH mit integriertem Café
(Treffpunkt), Dienstleistungen
und Lieferservice/Kudentaxi

multi

LEH mit integriertem Café
(Treffpunkt), Dienstleistungen
und Zusatzangeboten (auch
soziale und med. Versorgung)

Governance

unternehmerisch

Inhabergeführt
(private/r Unternehmer/innen),
einer LEH-Kette zugehörig,
GmbH & Co. KG, AG

kooperativ

Gemeinnützige Rechtsformen,
Ehrenamt, besondere
Trägermodelle

integrativ

Sozialträger,
Integrationsbetriebe,
Stiftungen,
Genossenschaften

stationär

hybrid

mobil

mono

mono+

multi

unternehmerisch

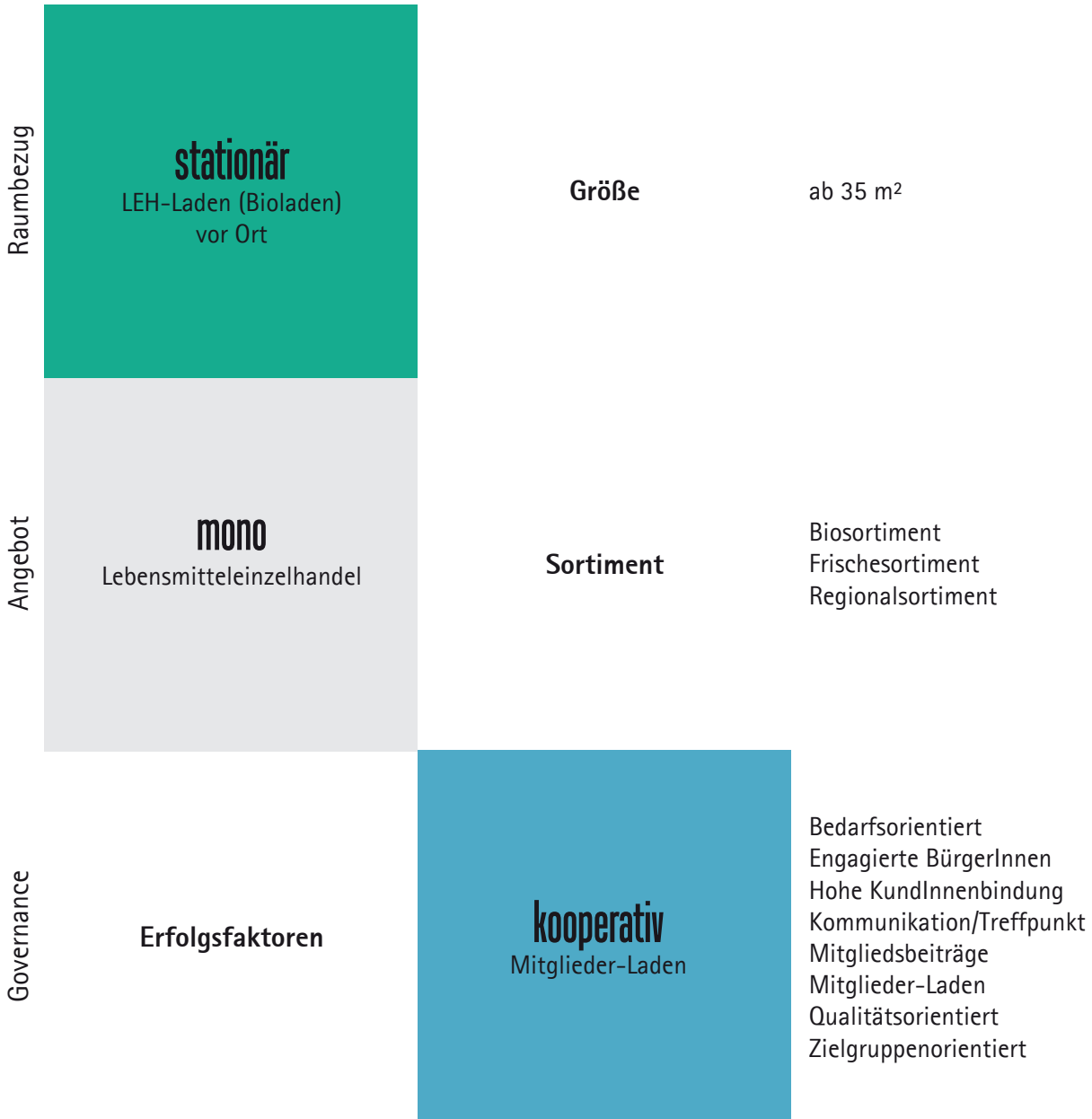
kooperativ

integrativ



EDEKA nah und gut, bundesweit (www.edeka.de), siehe Foto 2, S. 22; MARKANT Nah&Frisch, siehe Foto 8, S. 22, IK Ihr Kaufmann, Ihre Kette, bundesweit (www.mein-markant.de, www.markant-nordwest.de); LANDMARKT (Nahversorgungskonzept der Fa. Okle), siehe Foto 5, S. 22, Baden-Württemberg (www.okle.de); Ab-Hof-Verkäufe, bundesweit

stationär _ mono _ kooperativ





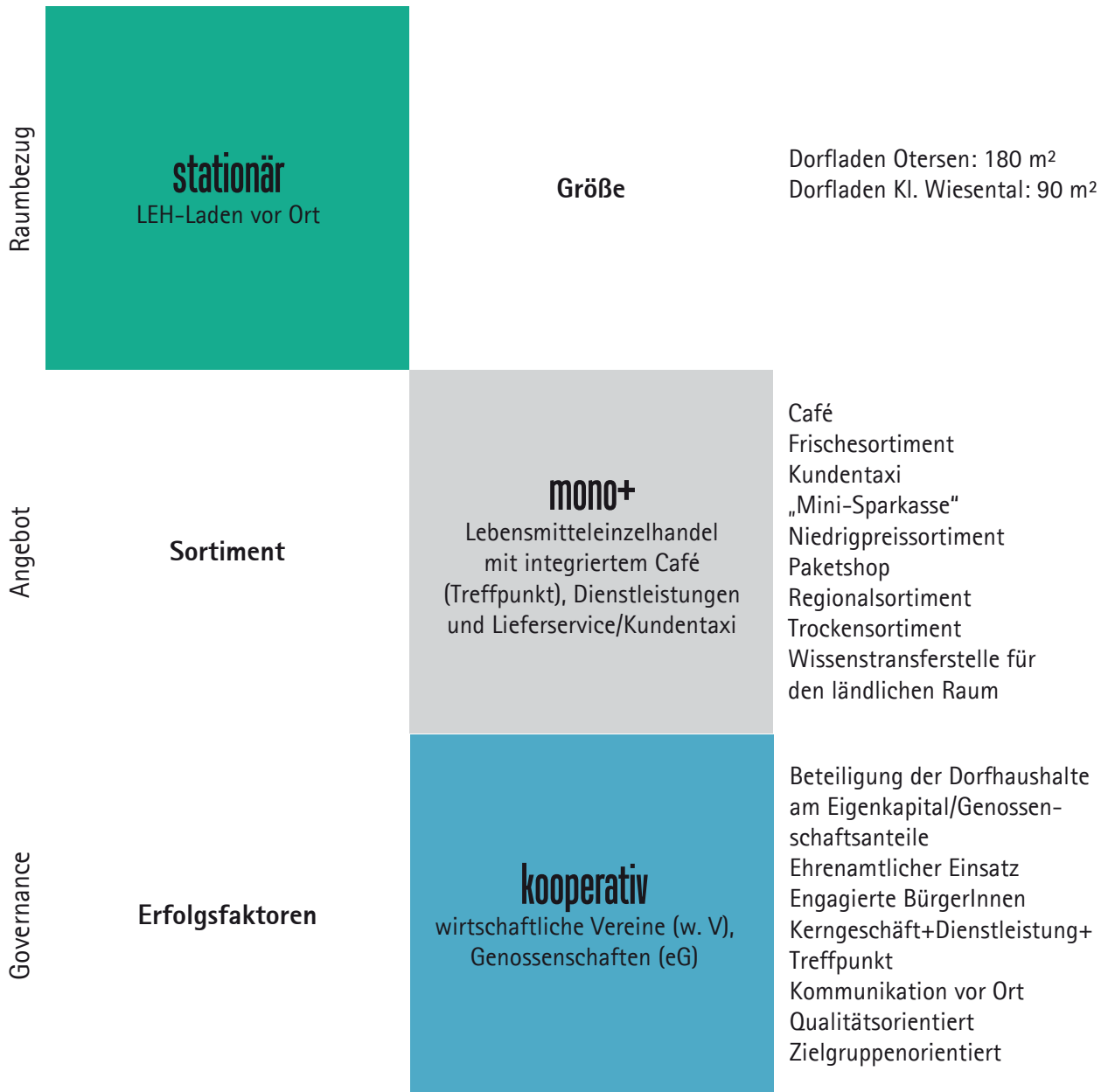
BONUS frisch-nah-günstig, Baden-Württemberg, Hessen, Bayern (www.bonusmarkt.de), Kleeblatt-Regionalwarenläden & Lebensmittelmärkte GmbH, Hessen (www.kleeblattlaeden.de)

stationär _ mono+ _ unternehmerisch



MARKANT-Markt SIEMER, Niedersachsen, siehe Foto 4 S. 22; tegut... Lädchen für alles (www.tegut.com/fileadmin/tegut_upload/Dokumente/Presse/Laedchen_fuer_allles.pdf), Hessen und NRW, siehe Foto 14, S. 34; Convenience Shop Rewe to go (www.rewe-group.de)

* tegut und SIEMER



Dorfladen Kleines Wiesental (www.kleines-wiesental-entdecken.de/Dorfladen-Wies.html), Baden-Württemberg, siehe Foto 6, S. 22 und Foto 15, S. 34; Dorfladen Otersen (<http://www.otersen.de/dorfladen.php>), Niedersachsen, siehe Foto 1, S. 22; Dorfläden und Nachbarschaftsläden mit Treffpunktfunktionen, bundesweit

stationär _ mono+ _ integrativ



„Unser Laden“ Sozialwerk St. Georg (<http://www.sozialwerk-st-georg.de/angebote-fuer-menschen-mit-assistenzbedarf/uebersichtskarte/finder/einrichtungen/anzeigen/einrichtung/76/>), Baden-Württemberg; Beroma eG (www.beroma.de), Nordrhein-Westfalen (NRW)

Raumbezug

stationär
mehrere LEH-Läden
bzw. Tankstellen an
unterschiedlichen Orten

Größe

DORV: 120 m² bis 400 m²
Land lebt auf: ab ca. 35 m²
MarktTreff: ab 50 m²
tegut...: 100 m² bis 300 m²

Angebot

Sortiment

Nahversorgungssortiment + Treffpunkt/Kommunikation + Dienstleistungen (Lotto/Toto, Bank, Postpoint, Lieferservice, Partyservice, Reinigungsannahme, Änderungsschneiderei, Fotoservice, Kommunale Dienstleistungen, Touristinformation, Handykartenaufladung, Faxservice u. a.) + Soziales Leistungsangebot und medizinische Versorgung, Kulturelle Angebote, ggf. Tankstelle

multi
Lebensmitteleinzelhandel
mit integriertem Café
(Treffpunkt), Dienstleistungen
und Zusatzangeboten
sowie als Tankstellenshop

Governance

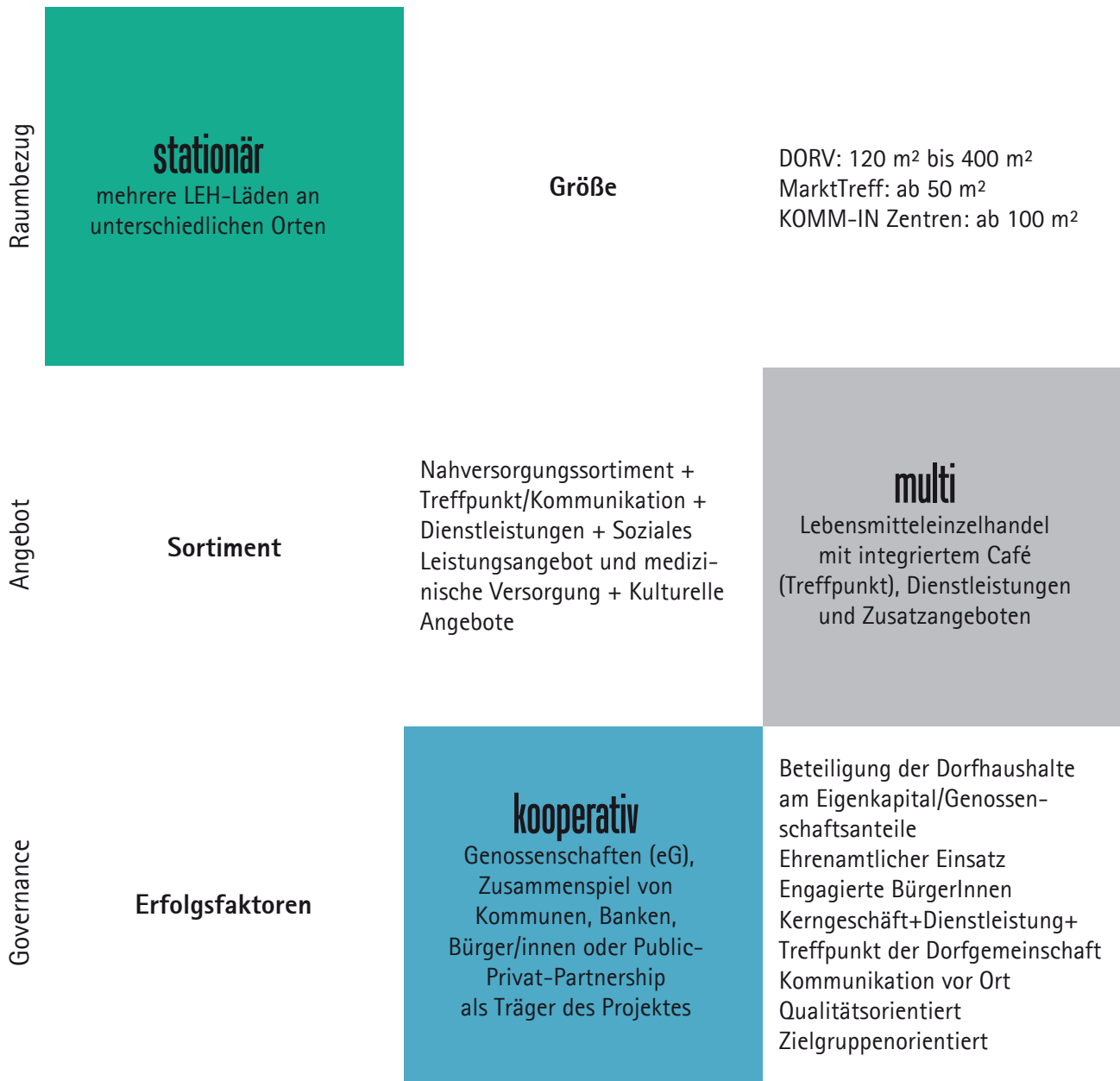
unternehmerisch
Inhabergeführt
(private/r Unternehmer/innen)

Erfolgsfaktoren

Bedarfsorientiert
Kommunikation vor Ort
Qualitätsorientiert
Persönlichkeitsorientiert
Eigenständige Kaufleute
Treffpunkt der Dorfgemeinschaft
Zielgruppenorientiert

DORV (www.dorv.de), bundesweit, siehe Abb. 3, S. 22; MarktTreff (www.markttreff-sh.de), Schleswig-Holstein; Tankstellenshops mit Nahversorgungsangeboten, bundesweit; „Land lebt auf!“, (www.landlebtauf.com), Oberösterreich; tegut (www.tegut.com/fileadmin/tegut_upload/Dokumente/Presse/Laedchen_fuer_alles.pdf), Hessen/NRW, s. Foto 14, S. 34

stationär _ multi _ kooperativ



DORV (www.dorv.de), bundesweit, siehe Abb. 3, S. 22; MarktTreff (www.markttreff-sh.de), Schleswig-Holstein; KOMM-IN Zentren, Baden-Württemberg und NRW

Anmerkung: DORV und MarktTreff können auch integrativ durch einen sozialen Träger geführt werden.

Raumbezug



stationär
Einrichtung vor Ort

Größe

Brauchbar gGmbH/tegut...:
100 m² bis 300 m²
Alter Hof Schoppmann:
ca. 500 m²

Angebot

Sortiment

Nahversorgungssortiment
Café/Treffpunkt/Kommunikation
Second-Hand-Artikel
Dorfgemeinschaftsraum
Familienherberge
Einrichtung zur Tagespflege
Erlebnisausstellung zur Natur- und Kulturlandschaft
Naturschutzzentrum

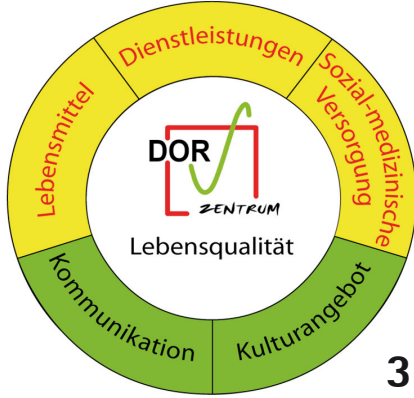
multi
Lebensmitteleinzelhandel
mit integriertem Café
(Treffpunkt), Dienstleistungen
und Zusatzangeboten

Governance

Erfolgsfaktoren

Integration benachteiligter
Gruppen wie Menschen mit
Handicap oder Jugend- bzw.
Langzeitarbeitslose in den
Arbeitsmarkt und in die Gesell-
schaft
Kerngeschäft+Dienstleistung+
Treffpunkt
Kommunikation vor Ort
Treffpunkt der Dorfgemeinschaft

integrativ
Sozialträger,
Integrationsbetriebe,
gGmbH,
eingetragene Vereine (e. V.)



stationär

hybrid

mobil

mono

mono+

multi

unternehmerisch

kooperativ

integrativ

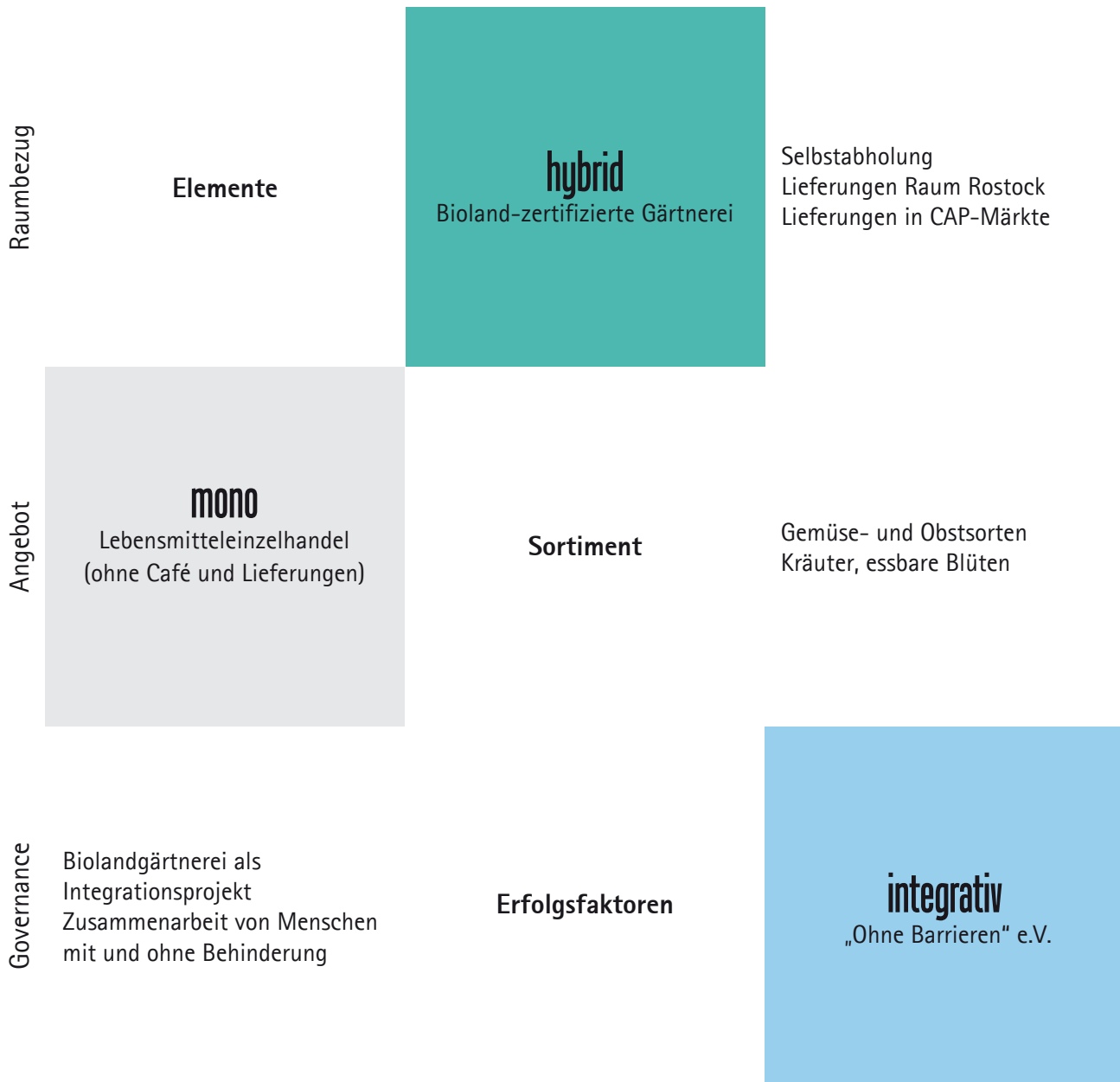
hybrid _ mono _ unternehmerisch

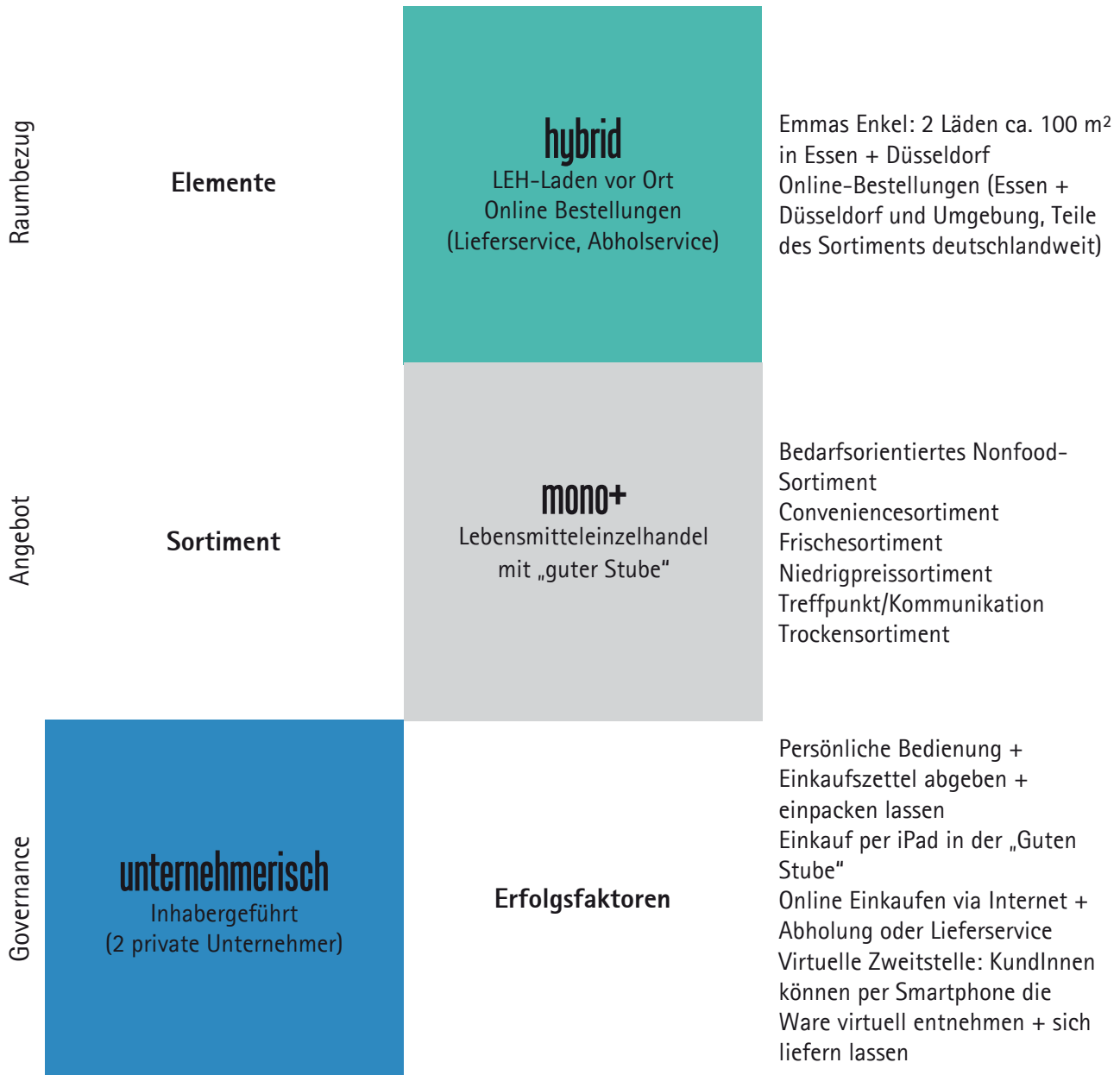




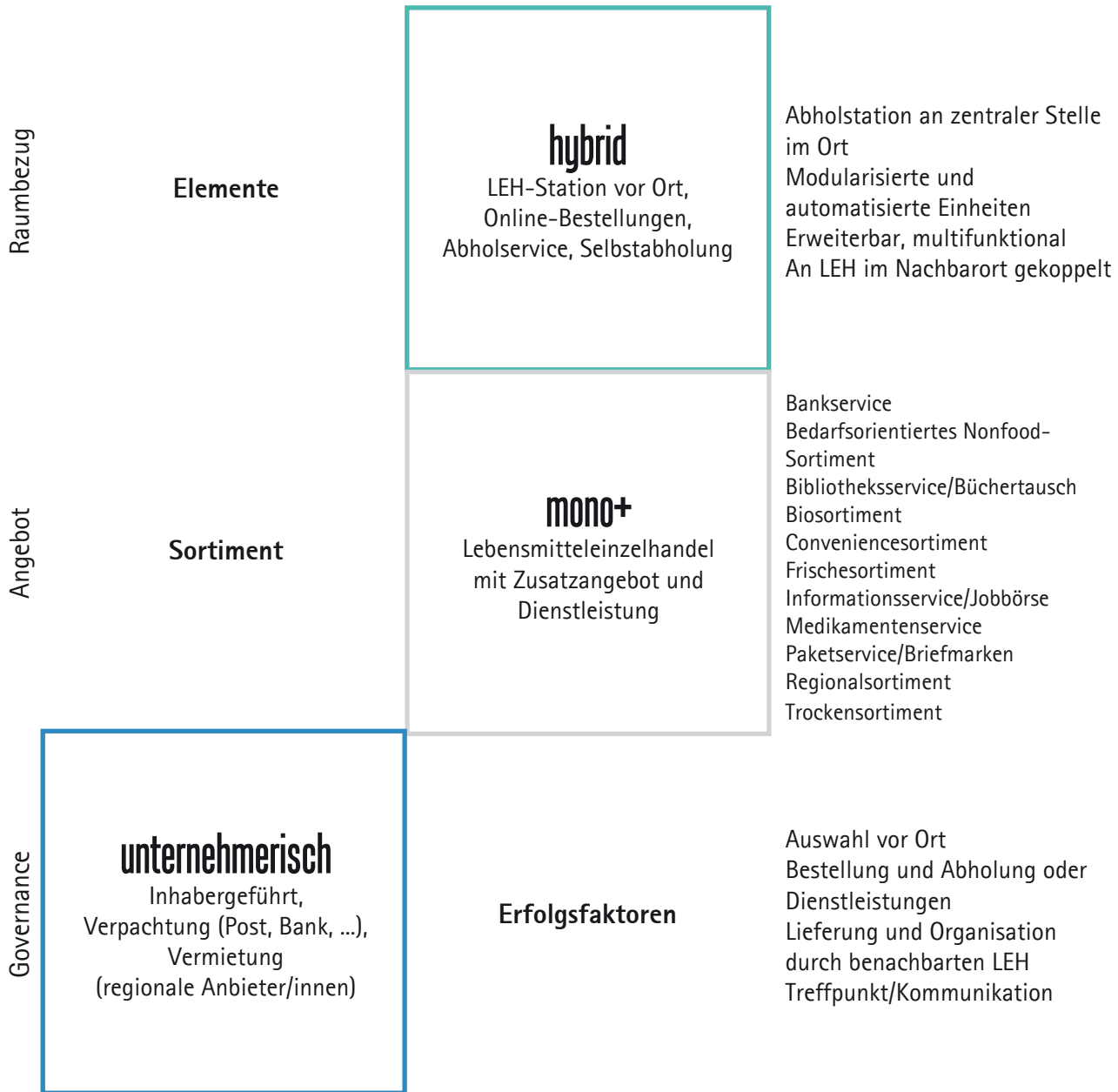
Diverse Hofläden bundesweit (eine Zusammenstellung von Hofläden in Niedersachsen wird von der Landwirtschaftskammer Niedersachsen unter www.service-vom-hof.de/?m=b&t=106 angeboten)

hybrid _ mono _ integrativ



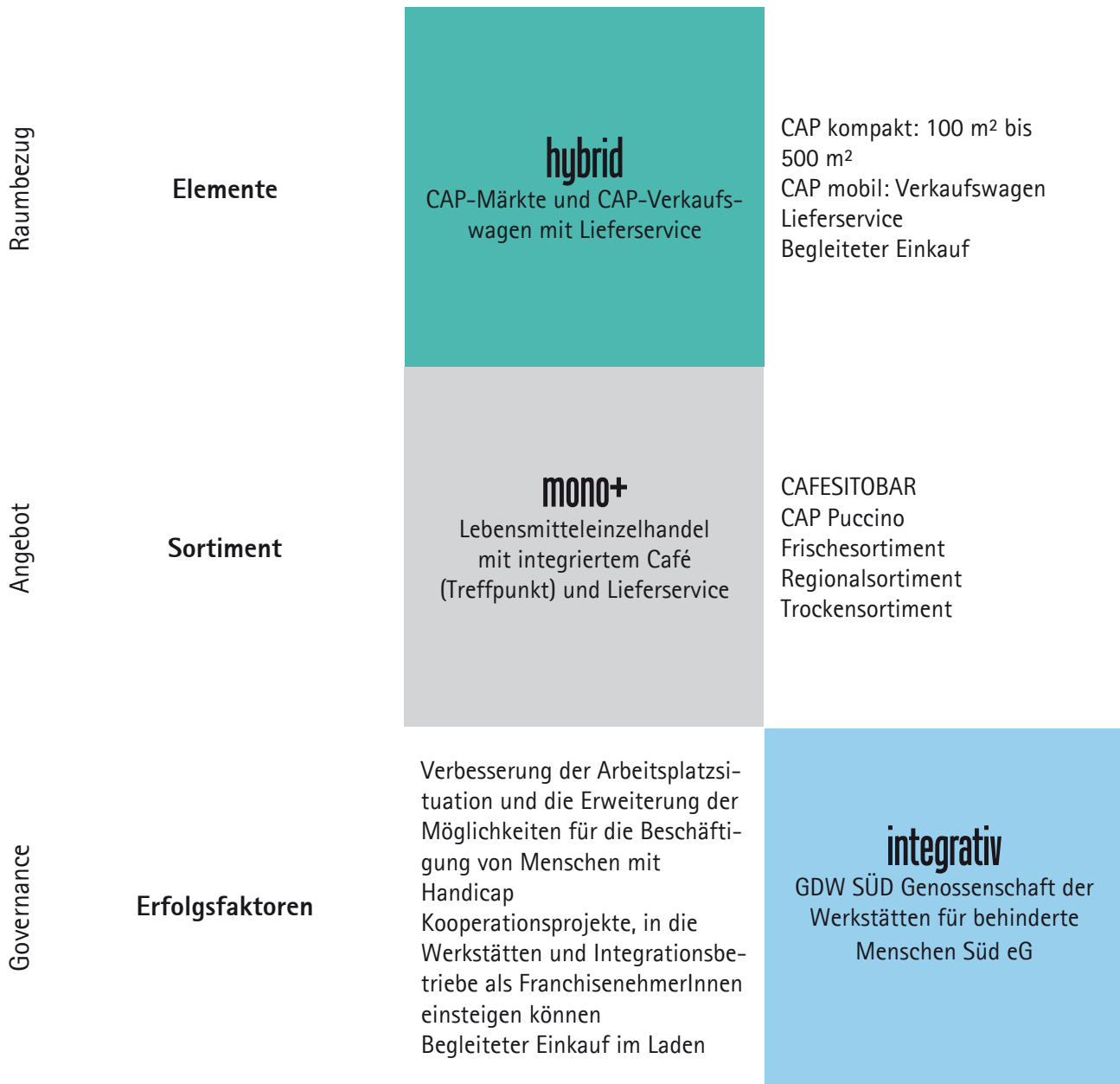


hybrid _ mono+ _ unternehmerisch





hybrid _ mono+ _ integrativ



Raumbezug

Elemente

hybrid
Hofladen, Lieferservice,
Restaurant/Café, Museum

Hofladen: 20 m²
Lieferungen innerhalb Freiburgs

Angebot

Sortiment

Bäckerei
Regionalsortiment
Frischesortiment
Café mit Erlebnisgastronomie
Land- und Hauswirtschafts-
museum

multi
Lebensmitteleinzelhandel
mit integriertem Café
(Treffpunkt), Dienstleistungen
und Zusatzangeboten

Governance

unternehmerisch
Inhabergeführt/Familienbetrieb
(private Unternehmerin)

Landwirtschaftlicher und
gewerblicher Betrieb
Kommunikationsstelle vor Ort
KundInnenorientiert (600 Direkt-
kundInnen Verkaufswagen)
Qualitätsorientiert
Persönlichkeitsorientiert
Zielgruppenorientiert

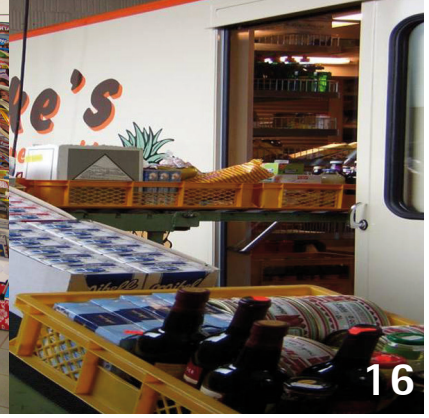
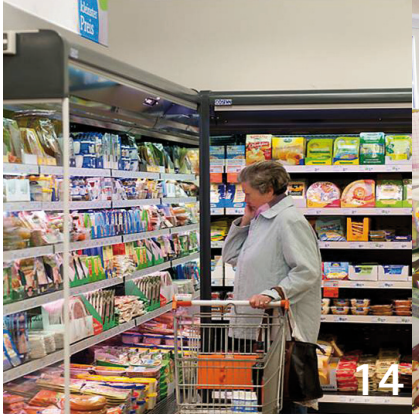
Erfolgsfaktoren

hybrid _ multi _ kooperativ

Raumbezug	Elemente	hybrid Hofladen mit Bio-Lieferservice und Wochenmarkt-Verkauf	Hofladen ca. 50 m ² Bio-Lieferservice „Gemüsekiste“ Wochenmarkt
Angebot	Sortiment	Bäckerei Biosortiment Drogeriesortiment Geschenkartikel Holzspielzeug Naturkosmetik, -textilien Regionalsortiment Schreibwaren Tischwäsche und Geschirr	multi Lebensmitteleinzelhandel mit integriertem Café (Treffpunkt), Dienstleistungen und Zusatzangeboten
Governance	Erfolgsfaktoren	kooperativ Hofladen + Hofbäckerei Kampfelder Hof GbR	Hofladen + Hofbäckerei Kamp- felder Hof in Gemeinschaft mit „Speicher“ (Naturkosmetik u.a.) Heuhüfper e. V. (Seminarraum für Kinder) + Bio-Lieferservice „Gemüsekiste“ + Bio Gärtnerei

Hofladen + Hofbäckerei Kampfelder Hof (www.kampfelder-hof.de) mit Lieferung (Gemüsekiste) und Teilnahme Wochenmarkt, Hannover, Niedersachsen

Raumbezug	Elemente	<p>hybrid LEH-Laden vor Ort ergänzt durch weitere (mobile) Einrichtungen</p>	<p>Maribondo da Floresta: 8 stationäre LEH-Läden, mobiler Verkaufswagen und weitere Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen</p>
Angebot	Sortiment	<p>Nonfood-Sortiment Frischesortiment Trockensortiment Bowling-Center Café in der Mühle von Rönn Friedehorst-Café Gasthaus Schamaika Betreiberin diverser Mensen von Schulen und Kindergärten</p>	<p>multi Lebensmitteleinzelhandel mit integriertem Café (Treffpunkt), Dienstleistungen und Zusatzangeboten</p>
Governance	Erfolgsfaktoren	<p>Integration benachteiligter Gruppen wie Menschen mit Handicap in den Arbeitsmarkt und in die Gesellschaft Aus- und Weiterbildung Stiftung als Trägerin</p>	<p>integrativ Stiftung Maribondo da Floresta</p>



stationär

hybrid

mobil

mono

mono+

multi

unternehmerisch

kooperativ

integrativ

mobil _ mono _ unternehmerisch

Raumbezug

Bundesweit oder begrenztes
Liefergebiet

Reichweite



Angebot



Angebot

Bedarfsorientiertes Nonfood-Sortiment
Conveniencesortiment
Frischesortiment (nicht bei All you need GmbH)
Niedrigpreissortiment
Trockensortiment
Tiefkühlsortiment (nicht bei Amorebio)

Governance



Erfolgsfaktoren

Begrenzt lieferbares Sortiment
Qualitätsorientiert
Lieferzeiten
Verpackungskosten
Verpackungsmaterial

All you need GmbH (www.allyouneed.com), Bünting myTime.de (www.mytime.de), Amorebio (www.amorebio.de), bundesweit; Rewes Onlineshop (www.rewe-online.de), James - Ihr Lieferdienst (www.james-lieferdienst.de), begrenzte Liefergebiete

Raumbezug

Begrenzte Marktroute

Reichweite



Angebot

mono

Angebot

Verbindung der Ortsteile mit dem Kernort und einem großen Supermarkt am Rande des Kernortes für geringe Fahrtkosten von 0,50 € pro Fahrt/ Person

Governance

Besonderes Trägermodell
Finanzierung anteilig durch die Gemeinde, eine ortsansässige Handelskette und Sponsoren/ Spenden
Kooperation mit Linienkonzessionären und Taxigewerbe

kooperativ
besonderes Trägermodell

Erfolgsfaktoren

mobil _ mono _ integrativ

Raumbezug

Bundesweit

Reichweite



Angebot



Angebot

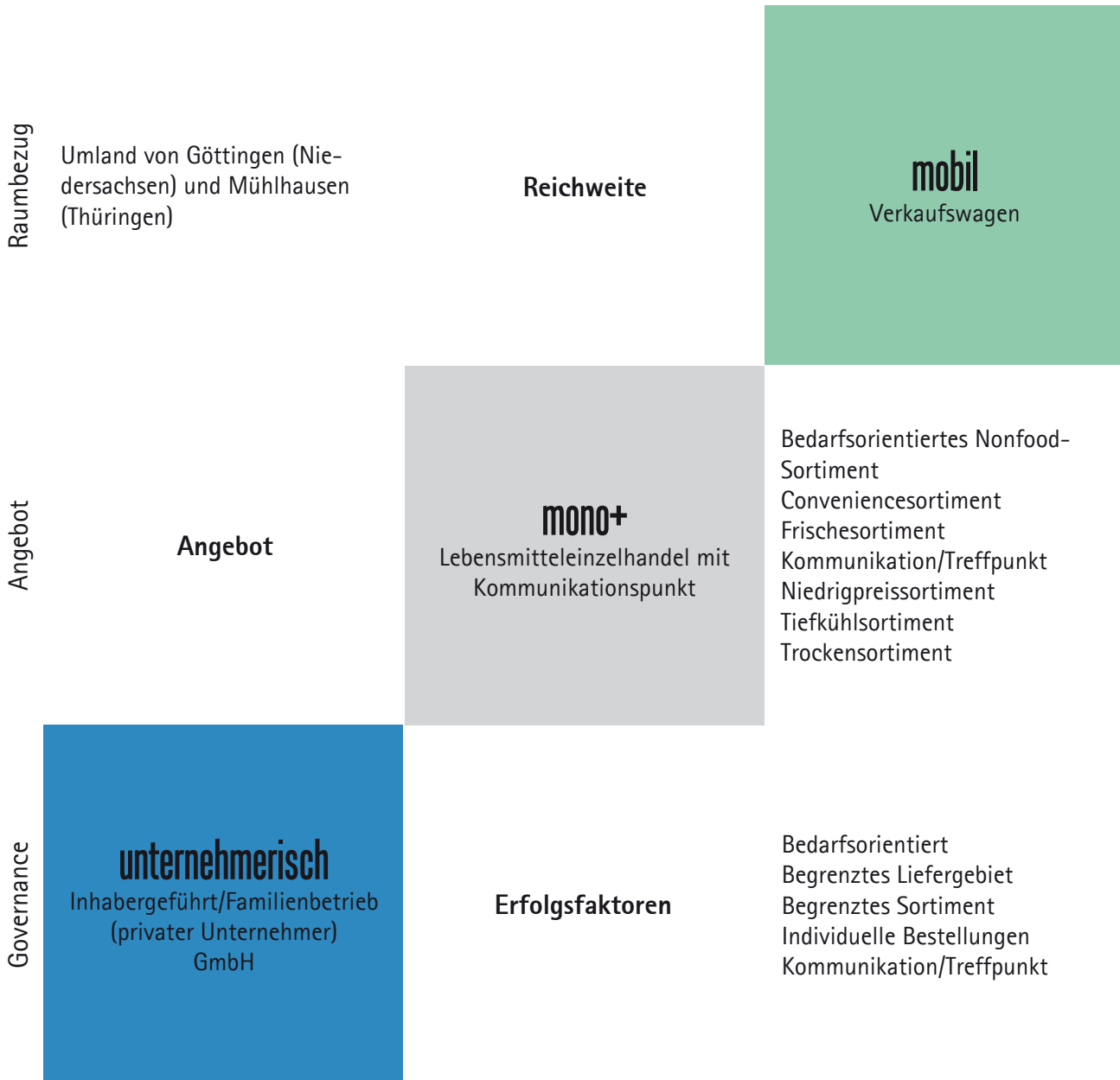
Begrenztes Sortiment (Gewürze und Gewürzmischungen)

Governance

Barrierefreie Arbeitsbedingungen
Behinderte und nicht behinderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Unternehmen mit sozialer Verantwortung
Staatlich anerkanntes Integrationsunternehmen

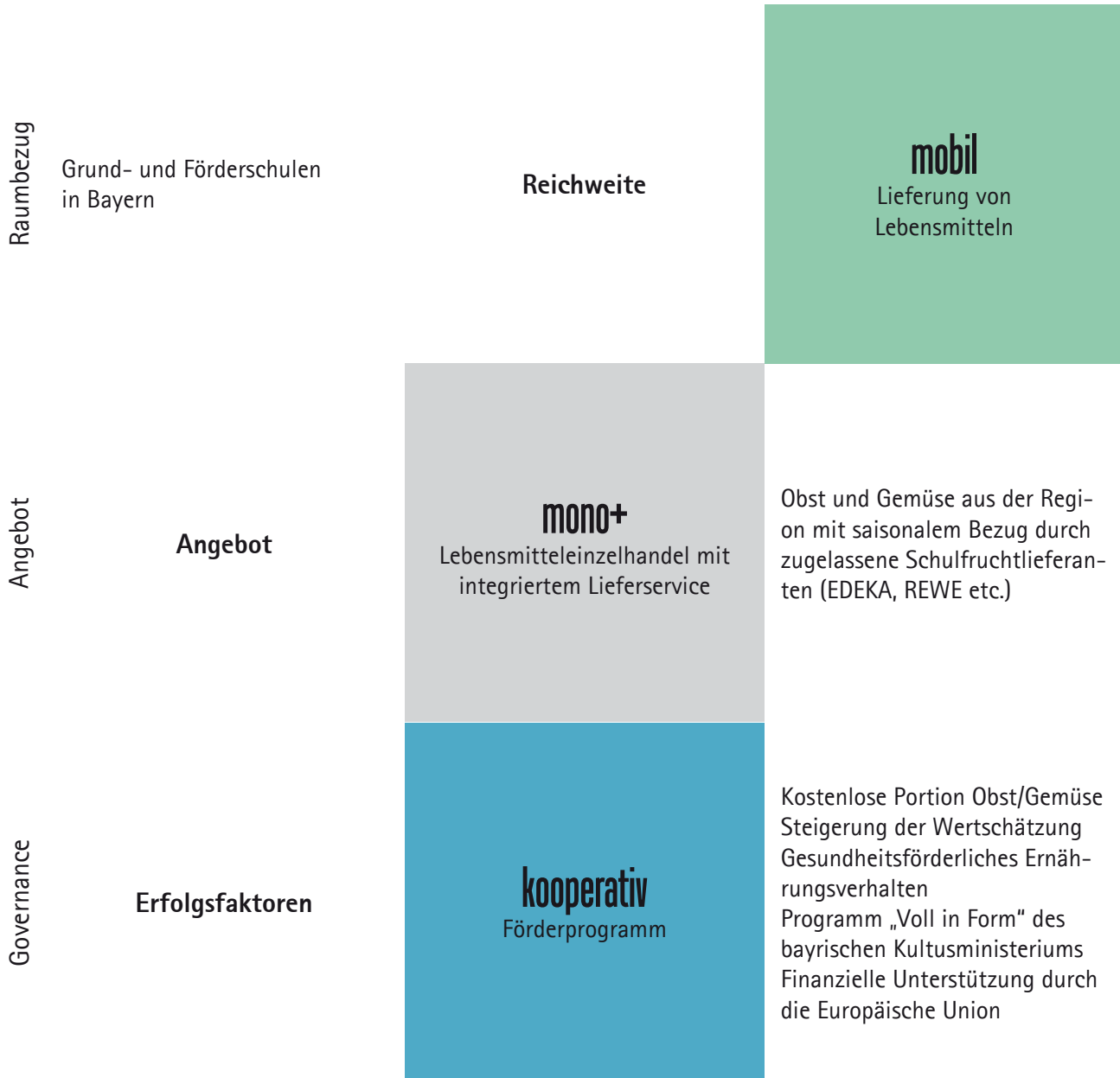
Erfolgsfaktoren





Lemkes Rollender Supermarkt (www.lemkes-rollender-supermarkt.de), Niedersachsen und Thüringen, siehe Foto 9 und 16, S. 34

mobil _ mono+ _ kooperativ



Szenario: mobil _ mono+ _ integrativ

Raumbezug

Rollender Dorfladen oder Bäcker oder Verkauf regionaler Produkte mit maßgeschneidertem Konzept für Dörfer ohne stationäre Versorgungsinfrastruktur.

Der Verkaufswagen wird ergänzt durch Anhänger mit Café und/oder ergänzt durch die Möglichkeit eines Bestell- bzw. Abholservices.

Die mobile Einheit fährt durch mehrere Orte und lässt eine abkoppelbare Einheit für eine bestimmte Zeit stehen z. B. in der Nähe einer Bankfiliale oder einer Aufladestation für e-Mobilität und schafft somit einen Treffpunkt.

Angebot

Mögliche Ergänzungen der mobilen Einheit:

- + Café
- + Poststelle / Paketannahme
- + Bankautomat
- + Rezept-Annahme
- + Medikamentenlieferung
- + Bestellservices
- + Lieferservices

Governance

Das Konzept bindet benachteiligte Gruppen wie Menschen mit Handicap oder Jugend- bzw. Langzeitarbeitslose in die Tätigkeiten rund um die mobile Einheit unter der Führung eines sozialen Trägers ein.

mobil
Verkaufswagen

mono+
Lebensmitteleinzelhandel mit Kommunikationspunkt und integriertem Lieferservice

integrativ
Sozialträger,
Integrationsbetrieb

mobil _ multi _ unternehmerisch

Raumbezug

Begrenzte Route

Reichweite

mobil

Kombinierter Transport von
Personen und Gütern

Angebot

Unternehmen (taggleiche Zustellung, unkomplizierte Abwicklung), Transportbranche (Kurier-, Express- oder Postdienste), Lebensmittelbranche (lokaler Vertrieb von Agrarprodukten, Belieferung von Lebensmittelgeschäften, Gastronomie), Tourismusbranche (Transport von Mieträdern), Regionale Werkverkehre (Transport innerbetrieblicher Waren- und Sendungsströme)

Angebot

multi

Governance

unternehmerisch

Verkehrsgesellschaft mbH

Erfolgsfaktoren

Fahrplan, Haltestellen und Liniennetz als Grundlage der Transporte
Leistungsfähige und flexible Disposition
Taggleiche Transportketten
Multimediale Bestellannahme
Berücksichtigung individueller Anforderungen an den Frachtraumbedarf (u. a. gekühlte Ware)

Raumbezug

Begrenzte Route

Reichweite

mobil

Einkaufs- und Fahrdienste
für Güter und Personen

Angebot

Einkaufen für mobilitätseingeschränkte Menschen
Unentgeltliche Fahrdienste für Seniorinnen und Senioren zum Einkaufszentrum
Einkaufen der gewünschten Artikel mit Zustellung in die Wohnung
Hilfestellung bei Behördengängen
Einbindung in Aktivitäten und Veranstaltungen

Angebot

multi

Lebensmitteleinzelhandel mit integriertem Café (Treffpunkt), Dienstleistungen und Zusatzangeboten

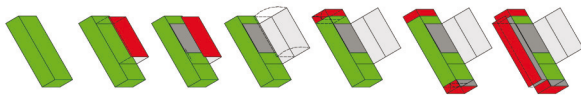
Governance

Erfolgsfaktoren

kooperativ
Ehrenamt

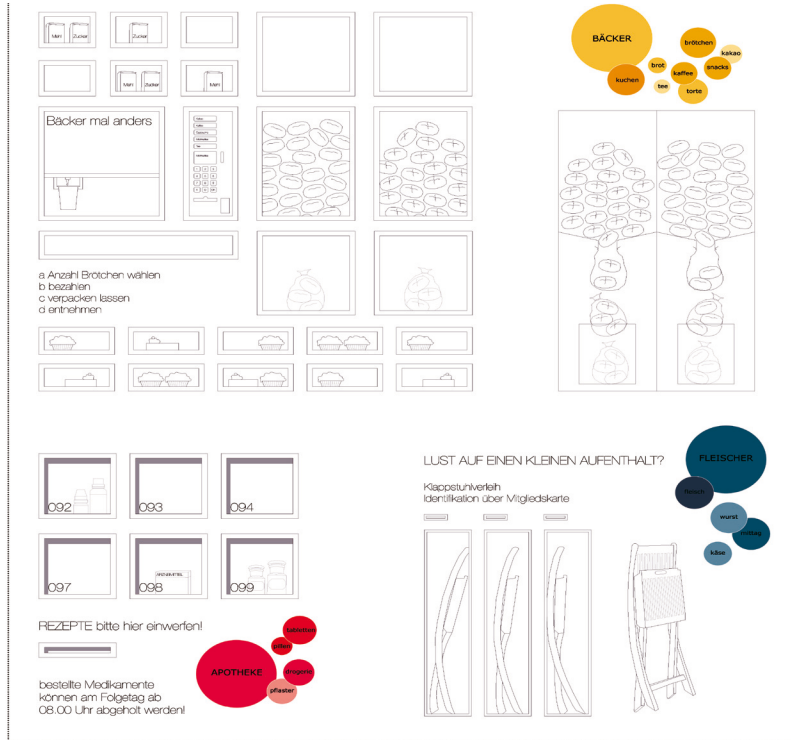
Engagierte Menschen, die im Rahmen ehrenamtlicher Tätigkeiten bestehende Angebote im Ort ergänzen

mobil _ multi _ kooperativ

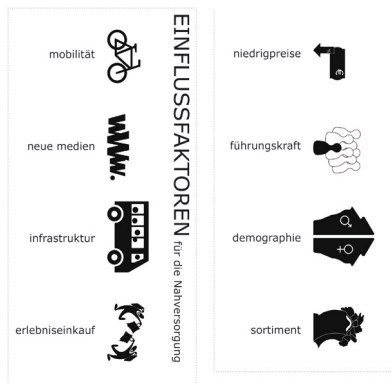
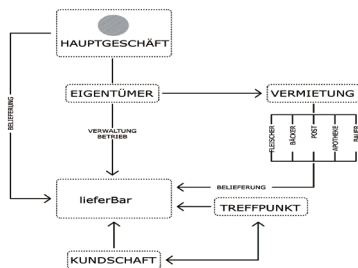


AKTIV-BOX; studentische Arbeit, siehe Abbildungen S. 45

lieferBar



KONZEPT



AKTIV-BOX



Transport per LKW

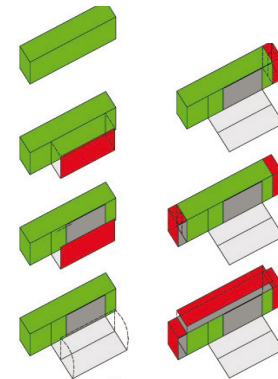
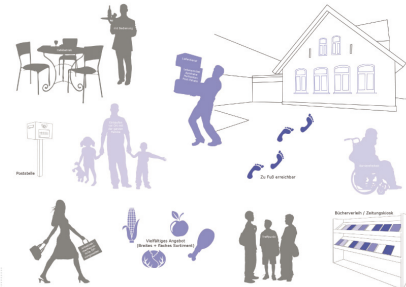


Aufstellung auf Parkstreifen neben der Sparkasse



Rampe für Rollstuhlfahrer

WIE KÖNNT DAS ERGEBNIS AUSSEHEN?



Raumbezug

Verschiedene Verkaufswagen treffen sich zur abgestimmten Uhrzeit am selben Ort, um die Menschen mit Gütern und Diensten zu versorgen.

Der „Markt“ wird ergänzt durch Angebote wie mobile Bücherei und Café mit Treffpunktfunktion und/oder durch die Möglichkeit eines Bestell- bzw. Abholservices.

Angebot

Mögliche Angebote des „Marktes“:

- + regionale Produkte*
- + Café mit Aufenthaltsqualität*
- + Poststelle / Paketannahme*
- + Bankautomat / Überweisungsannahme*
- + Rezept-Annahme / Medikamentenlieferung*
- + Reinigungsannahme*
- + Büchereidienste*
- + Bestellservices*
- + Lieferservices*
- + Medizinische Versorgung*
- + Beratungsangebote*

Governance

Die Organisation und Betreuung wird durch einen Sozialträger oder/ und die Kommune gewährleistet. Das Konzept bindet benachteiligte Gruppen wie Menschen mit Handicap oder Jugend- bzw. Langzeitarbeitslose in die Tätigkeiten ein.

mobil

Mehrere Verkaufswagen,
Online-Bestellungen
und Lieferungen

multi

Lebensmitteleinzelhandel
mit integriertem Café
(Treffpunkt), Dienstleistungen
und Zusatzangeboten

integrativ

Sozialträger,
Kommune

Die vorliegende Handreichung soll Anstöße liefern für denkbare Modelle und Konzepte für ländliche Kommunen, aber auch für unterversorgte städtische oder suburbane Quartiere. Sie hilft, Spielräume für das eigene Weiterdenken zu eröffnen und maßgeschneiderte Ansätze zu entwickeln. Das Zusammenstellen ausgewählter Module, die dem eigenen Kontext angemessen sind, führt zu individuellen Lösungen, die den jeweils besonderen Bedarfslagen vor Ort entsprechen.

Durch die Vielzahl der möglichen Zusammensetzungen der Module sowie die beispielhafte Darstellung von guter Praxis soll die Handreichung allen potenziellen Akteurinnen und Akteuren eine Hilfestellung bieten, die für sie jeweils „richtige“ Lösung zu entwickeln. Öffentliche Aufgabenträgerinnen und Aufgabenträger wie private Kümmerer können sich die Informationen zunutze machen und in partizipative Prozesse einspeisen und somit einzelne Projekte initiieren oder Initialzündungen auslösen.

Zukunft der Nahversorgung

Folgende Erkenntnisse aus dem Forschungsvorhaben ZukunftNAH sind für die Zukunft der Nahversorgung wegleitend:

_Neue Lösungen: gut erreichbar, preisneutral, vielfältiges Angebot

Der Lebensmitteleinzelhandel wird sich künftig auf maßgeschneiderte Lösungen einstellen müssen: Kombinationen mit Bäckerei und Café, dort wo ein Treffpunkt fehlt, qualitätsvolle Lieferservices oder Einkaufstaxis und Bestellservices, dort wo die Erreichbarkeit nicht (mehr) gesichert ist, und ein bedarfsorientiertes Angebot, dort wo Quantität und Preisniveau nicht die größte Rolle spielt. Dies setzt eine hohe Flexibilität und Weitsicht der Betreiberinnen und Betreiber vor Ort voraus.

„Nähe schlägt Größe“? Nicht nur räumliche, auch soziale Nähe

Die Zukunft des Lebensmitteleinzelhandels, nicht nur im ländlichen Raum, wird aus vielerlei Gründen viel sozialer ausgerichtet sein als heute. Der Stellenwert der Kommunikationsfunktion des Einkaufens wird wieder wichtiger: Im Zentrum steht die individuell bekannte (Stamm)Kundschaft, die ein hohes Maß an Serviceleistungen und den kontinuierlichen Dialog honoriert.

_Sensibilisierung und Aktivierung

Möglichkeiten zur Stärkung des Bewusstseins für das Thema Nahversorgung können zum Beispiel in Befragungen und Imagekampagnen, Leitbildprozessen und Zukunftswerkstätten sowie in einer positiven Pressearbeit liegen. Neben der Motivation der jüngeren Bevölkerung ist dabei gerade auch der Einbezug der älteren Bevölkerung wesentlich.

_Potenzielle Erreichbarkeiten verbessern

Häufig besteht – besonders in überalterten Regionen – ein Netz von mobilen Anbieterinnen und Anbietern, welche die Nahversorgung in den ländlichen Ortsteilen aufrechterhalten. Um die Erreichbarkeit zentraler Versorgungseinrichtungen zu sichern, werden darüber hinaus auch BürgerInnenbusse/-taxis ins Leben gerufen. Inoffizielle Mitfahrmöglichkeiten in die Kernorte sowie familiäre und nachbarschaftliche Hilfe komplettieren die Möglichkeiten der Erreichbarkeit, auch ohne Zugriff auf den eigenen PKW. Dort wo bereits Erfolge erkennbar werden, scheint die Akzeptanz für neue Mobilitätskonzepte ohne (eigenes) Auto größer zu sein.

Modulare Systeme sind viel versprechend

Der Begriff des ländlichen Raumes kann der tatsächlichen Heterogenität dieses Raumtyps nur unzureichend Rechnung tragen. Dies gilt im Prinzip auch für städtische und suburbane Räume. Vor diesem Hintergrund müssen Nahversorgungskonzepte stets auf die spezifischen Bedingungen eingehen, die vor Ort anzutreffen sind. Nur so ist eine langfristige, zuverlässige und eine an den Bedürfnissen der betroffenen Bevölkerung ausgerichtete Nahversorgung auf Dauer möglich.

Foto- und Abbildungsverzeichnis

- 1 Dorfladen Otersen, Niedersachsen (Dorfladen Otersen, Hr. Lühning)
- 2 Edeka ...nah und gut Oldenbrok-Mittelort, Niedersachsen
(Team ZukunftNAH, 2012)
- 3 DORV, bundesweit (DORV, Hr. Frey)
- 4 SIEMER Spahnharrenstätte, Niedersachsen (Team ZukunftNAH, 2012)
- 5 Landmarkt, Baden-Württemberg (Team ZukunftNAH, 2012)
- 6 Dorfladen Kleines Wiesental, Baden-Württemberg
(Team ZukunftNAH, 2012)
- 7 Bioladen Grüne Tomaten, Niedersachsen
(Bioladen Grüne Tomate, Fr. Polzin)
- 8 Markant nah & frisch (Team ZukunftNAH, 2012)
- 9 Lemke's Rollender Supermarkt, Niedersachsen und Thüringen (Hr. Lemke)
- 10 Emmas Enkel, Nordrhein-Westfalen und bundesweit
(Emmas Enkel, Hr. Brüser, Hr. Diehl)
- 11 KombiBUS, Mecklenburg-Vorpommern (KombiBUS, Fr. Sylvester)
- 12 Museumscafé mit Hofladen Weisweil, Baden-Württemberg
(Team ZukunftNAH, 2012)
- 13 Emmas Enkel, Nordrhein-Westfalen und bundesweit
(Emmas Enkel, Hr. Brüser, Hr. Diehl)
- 14 tegut... Lädchen für alles, Hessen und NRW (tegut, Hr. John)
- 15 Dorfladen Kleines Wiesental, Baden-Württemberg
(Team ZukunftNAH, 2012)
- 16 Lemke's Rollender Supermarkt, Niedersachsen und Thüringen (Hr. Lemke)

Impressum

Module für Nahversorgungslösungen
Eine Handreichung

2. ergänzte + erweiterte Auflage Hannover Januar 2015

Leibniz Universität Hannover
Fakultät für Architektur und Landschaft
Institut für Geschichte und Theorie
Abteilung Planungs- und Architektursoziologie
Barbara Zibell, Prof. Dr. sc. techn.
Herrenhäuser Straße 8, 30419 Hannover
Telefon 0511/762 - 32 70, Fax 0511/762 - 32 71
eMail b.zibell@igt-arch.uni-hannover.de
www.igt-arch.uni-hannover.de/pas

Universität zu Köln
Geographisches Institut
Javier Revilla Diez, Prof. Dr.
Albertus Magnus Platz, 50923 Köln
Telefon 0221/470 - 7251, Fax 0221/470 - 4971
eMail j.revilladiez@uni-koeln.de
www.geographie.uni-koeln.de/index.1010.de.html

Mitarbeiter/innen

Hendrik Bloem, Dipl.-Ing., Hannover
Ingrid Heineking, Dipl.-Geogr., Hannover
Petra Preuß, Dipl.-Ing. Architektin, Hannover
Franziska Sohns, Dipl.-Geogr., Hannover

Satz+Layout

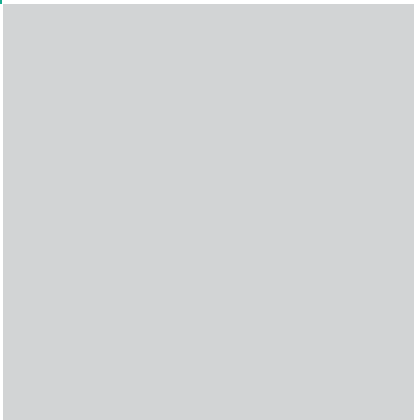
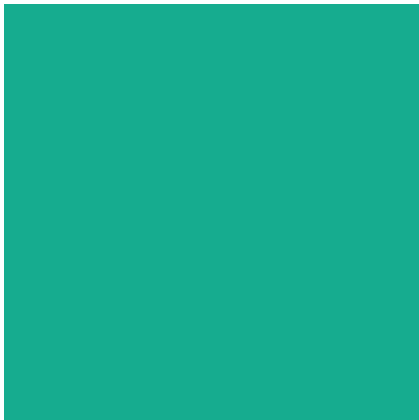
Petra Preuß, Dipl.-Ing. Architektin, Hannover

Druck

Druckteam GmbH, Hannover

gefördert durch

Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung (Zeitraum 01.01.2012 - 31.12.2013)



11 102 1004	Leibniz Universität Hannover
-------------------	------------------------------------

Dieses Projekt wird mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung gefördert.



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



www.eu-foerdert.niedersachsen.de

