

Project brief

Thünen-Institut für Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen

2022/33

Dynamik der Nahversorgung in ländlichen Räumen

Patrick Küpper¹, Winfried Eberhardt¹, Matthias Seel¹

- Für weniger als die Hälfte der Bevölkerung in ländlichen Räumen gilt die Nahversorgung als gesichert.
- Inwieweit Verbraucher tatsächlich in einem geplanten Dorfladen einkaufen, lässt sich anhand der geäußerten Absicht zum Einkauf im neuen Laden, der finanziellen Beteiligung am Laden, der Verbundenheit mit dem Ort und der Pkw-Verfügbarkeit prognostizieren.
- Dorfläden können mit einem Schwerpunkt auf regionale und Thekenprodukte sowie auf die Treffpunktfunktion auch an ungünstigen Standorten wirtschaftlich betrieben werden.

Hintergrund und Zielsetzung

Seit Jahrzehnten schließen Lebensmittelgeschäfte und weitere Dienstleistungen in ländlichen Orten, sodass von einer flächendeckenden Nahversorgung keine Rede mehr sein kann. Unter Nahversorgung wird allgemein die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung verstanden. Zum täglichen Bedarf gehören Lebensmittel, Getränke, Genusswaren und Drogerieprodukte, d. h. all die Dinge, die üblicherweise in Lebensmittelgeschäften oder Drogerien verkauft werden.

Ziel des Projektes war es, aktuelle Entwicklungen inklusiver neuer technischer Entwicklungen und neuer Vertriebswege zu untersuchen sowie den Einfluss von Angebotsänderungen auf die Zufriedenheit der Verbraucher und ihr tatsächliches Einkaufsverhalten abzuschätzen. Zudem wollten wir Empfehlungen zur Weiterentwicklung von Förder- und Planungsinstrumenten formulieren, um die Versorgungssituation zu sichern bzw. zu verbessern.

Vorgehensweise

Im Projekt wurden verschiedene Methoden miteinander kombiniert. Neben der Literatur- und Dokumentenanalyse wurden 15 Experteninterviews geführt und die Betreiber von 166 kleinen Nahversorgungseinrichtungen befragt. Außerdem haben wir in sechs Einzugsbereichen von Nahversorgern, die entweder in den letzten Jahren, d. h. 2018 oder 2019, eröffnet haben oder geschlossen wurden, schriftliche Haushaltsbefragungen durchgeführt. Eine Befragungsrunde fand jeweils vor und eine nach der Eröffnung bzw. Schließung des Angebots statt, was insgesamt zu 3.571 auswertbaren Fragebögen führte. Des Weiteren wurden Erreichbarkeitsanalyse zum nächstgelegenen Lebensmittelgeschäft durchgeführt und schließlich haben wir zehn Betreiber von Dorfläden mit Fokus auf Corona-bedingte Auswirkungen interviewt.

Ergebnisse

Immer neue Food-Trends (Bio-, regionale, vegane, „gesunde“ und Convenience-Produkte) führen zu einer Vergrößerung der nachgefragten Sortimentsbreite, die größere Läden eher bereitstellen können und die wiederum größere Einzugsbereiche erfordern. Durch überlappende Einzugsbereiche und höhere Pkw-Mobilität gerade in ländlichen Räumen steigt die Wettbewerbsintensität weiter an. Supermärkte scheinen aktuell besser auf die Marktentwicklungen reagieren zu können als Discounter. Kleine Lebensmittelgeschäfte werden immer mehr zur Ausnahme und verlieren weiter Marktanteile. Die folgende Tabelle zeigt, dass das nächstgelegene Lebensmittelgeschäft in ländlichen Räumen etwa doppelt so weit entfernt liegt wie in nicht-ländlichen Räumen und dass weniger als die Hälfte der ländlichen Bevölkerung als nahversorgt gelten kann, während es ansonsten etwa drei Viertel sind.

Erreichbarkeit des nächsten Lebensmittelgeschäfts

	durchschnittliche Entfernung	Anteil der „nahversorgten“ Bevölkerung (< 1 km bis zum nächsten Laden)
Deutschland insgesamt	1.456 m	58,6 %
Ländliche Räume	1.895 m	47,8 %
Nicht-ländliche Räume	857 m	73,3 %

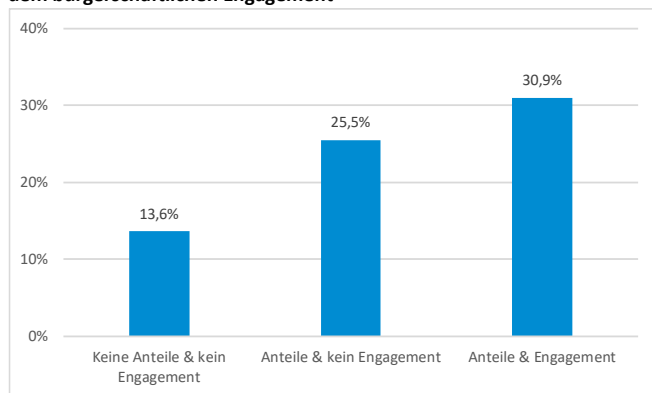
Quelle: Eigene Darstellung nach Eberhardt et al 2021, S. 6.

Der Online-Handel wächst ausgehend von einem niedrigen Niveau stark und entzieht den stationären Anbietern Kaufkraft. Der Marktanteil liegt mit etwa 2 Prozent schon fast auf dem Niveau kleiner Lebensmittelgeschäfte. Allerdings ist das Potenzial des Online-Handels jenseits von Click&Collect in

ländlichen Räumen aufgrund hoher Lieferkosten begrenzt, wengleich auch dort zumeist weniger attraktive Angebote als in Verdichtungsräumen existieren. Automatisierte 24/7-Märkte können zur Sicherung der Nahversorgung interessant sein, um möglicherweise Läden an Grenzertragsstandorten rentabel betreiben zu können. Die Kombination mit regulären Öffnungszeiten – eine zeitweise Anwesenheit des Personals zum Auffüllen der Regale ist ohnehin erforderlich – fördert zugleich die soziale Funktion der Märkte. Ob sich solche Angebote dauerhaft am Markt durchsetzen, muss sich noch beweisen.

Wenn die Verbraucher einen Dorfladen so wahrnehmen, dass sie dort alles Nötige bekommen, die Preise dort günstig sind und sie sich dort mit Freunden und Bekannten treffen werden, kaufen sie auch in dem Laden ein. Der tatsächliche Einkauf in einem neu eröffneten Laden lässt sich vorab anhand der bekundeten Einkaufsintention, der finanziellen Beteiligung am Laden, der Verbundenheit mit dem Ort und der Pkw-Verfügbarkeit größenordnungsgemäß prognostizieren. Die folgende Abbildung zeigt, wie der Einkauf im Laden mit dem finanziellen und bürgerschaftlichen Engagement für diesen Laden ansteigt.

Anteil des Einkaufs von Waren des täglichen Bedarfs im Dorfladen über drei Fallgebiete hinweg, abhängig von der finanziellen Beteiligung und dem bürgerschaftlichen Engagement



Quelle: Eigene Darstellung nach Eberhardt et al 2021, S. 23.

Die Umsätze von Dorfläden sind meist relativ gering, trotzdem ist fast die Hälfte der befragten Betreiber mit der wirtschaftlichen Situation zufrieden und Gewinne werden auch in kleinen Einzugsbereichen erzielt. Regionale Produkte und Thekenwaren sind wichtige Schwerpunkte im Warenangebot solcher Läden. Viele dieser Nahversorger haben eine Treffpunktfunktion mit Café oder Imbissangeboten, die jedoch in der Mehrzahl der Läden wenig genutzt werden. Angesichts des Konkurrenzdrucks ist die wirtschaftliche Situation vielfach prekär und Modernisierungen oder Ersatzinvestitionen lassen sich kaum erwirtschaften.

Bürgerladen mit Café



Quelle: Winfried Eberhardt.

Empfehlungen

Auf der Grundlage unserer Ergebnisse leiten wir zahlreiche Handlungsempfehlungen für Ladenbetreiber und Gründungsinitiativen, Kommunen sowie die Förderpolitik und Raumordnung ab. Beispiele für Empfehlungen sind:

- Gründliche Planung und betriebswirtschaftliches Wissen sind die Grundvoraussetzung für das langfristige Bestehen eines Dorfladens. Auch nach der Gründungsphase sind regelmäßige Beratungen und/oder der Austausch mit anderen Betreibern wichtig, um das vorhandene Wissen zu erweitern und aktuelle Marktentwicklungen zu berücksichtigen. Oftmals können Beratungsangebote durch das Land gefördert werden. Gleiches gilt für Investitionen.
- Zunächst muss sich die Kommune darüber klar werden, welche Ziele sie im Bereich der Nahversorgung verfolgt. Möchte sie zentrale Versorgungsbereiche stärken oder eine dezentrale Versorgung fördern? Hierzu ist ein breiter politischer Konsens sinnvoll, der auch im Beschluss eines Nahversorgungskonzepts durch den Gemeinderat eine gewisse Verbindlichkeit erhält.
- Investitionen in die Nahversorgung gehen angesichts unvorhergesehener Marktentwicklungen immer mit einem gewissen wirtschaftlichen Risiko einher. Daher wirkt eine Mittelbindungsfrist von zwölf Jahren in den Förderrichtlinien insbesondere auf private Investoren abschreckend. Die Frist könnte beispielsweise mit der Förderhöhe ansteigen. Außerdem könnte der Bindungsgegenstand weiter gefasst werden, sodass auch andere Nutzungen der Grund- und Daseinsvorsorge im geförderten Gebäude möglich wären, um die Mittelbindung zu gewährleisten.

Weitere Informationen

Kontakt

¹ Thünen-Institut für
Lebensverhältnisse in ländlichen
Räumen
patrick.kuepper@thuenen.de
www.thuenen.de/lv

Laufzeit

9.2017-7.2021

Projekt-ID

3026

Veröffentlichung

Eberhardt W, Küpper P, Seel M (2021)
Dynamik der Nahversorgung in
ländlichen Räumen verstehen und
gestalten: Impulse für die Praxis.
Braunschweig: Thünen-Institut.
https://literatur.thuenen.de/digbib_ext/ern/dn064077.pdf

Gefördert durch

Gefördert durch:
 Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages