Nahversorgung in ländlichen Räumen: Ein Überblick zu Dorfläden

Dr. Patrick Küpper
Thünen-Institut für Ländliche Räume, Braunschweig

Bleibeperspektiven im ländlichen Raum: Dorfläden

Langenstein, 29.04.2014

Zentrale Fragestellungen

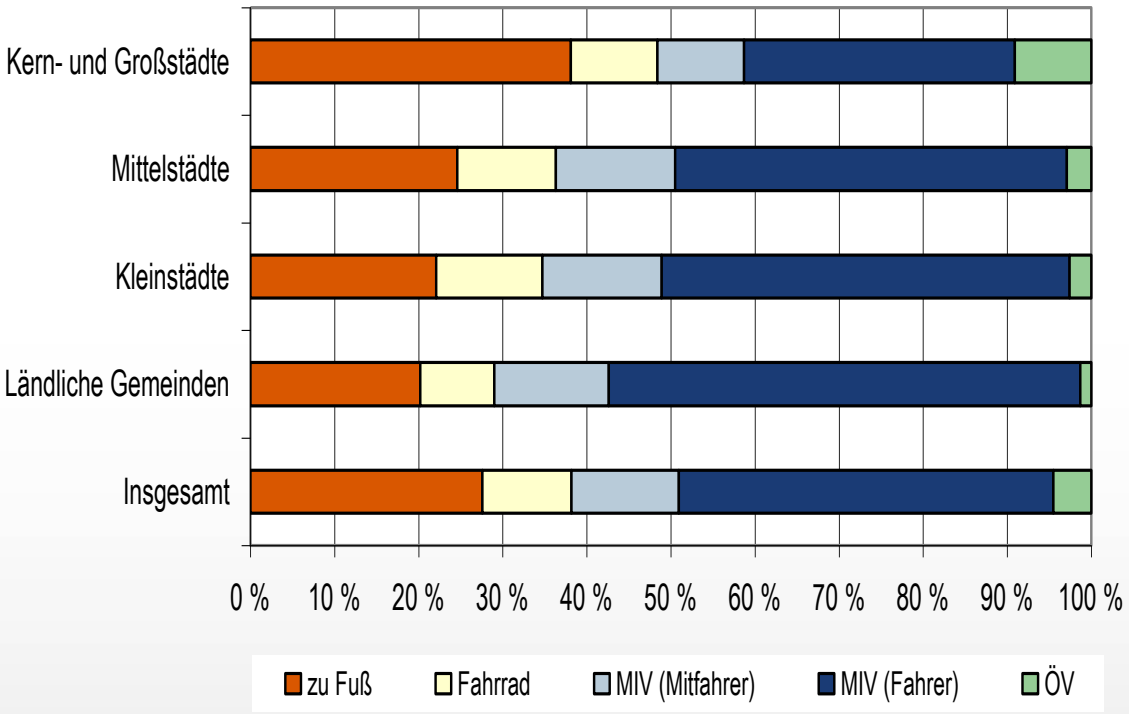
- In welchen **Marktbedingungen** agieren Dorfläden?
- Welche zentralen **Strategieansätze** gibt es für Dorfläden?
- Wie können Dorfladen hinsichtlich ihres **Beitrags zur Nahversorgung**, ihrer **sozialen Funktion** und langfristigen **wirtschaftlichen Tragfähigkeit** bewertet werden?
- Welche **Erfolgsfaktoren** lassen sich ableiten?

Dorfladen = stationäre Einrichtung mit breitem Sortiment von Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs und ggf. weiterer Dienstleistungen mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche und in Orten mit weniger als 5.000 EW

Marktbedingungen: 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:

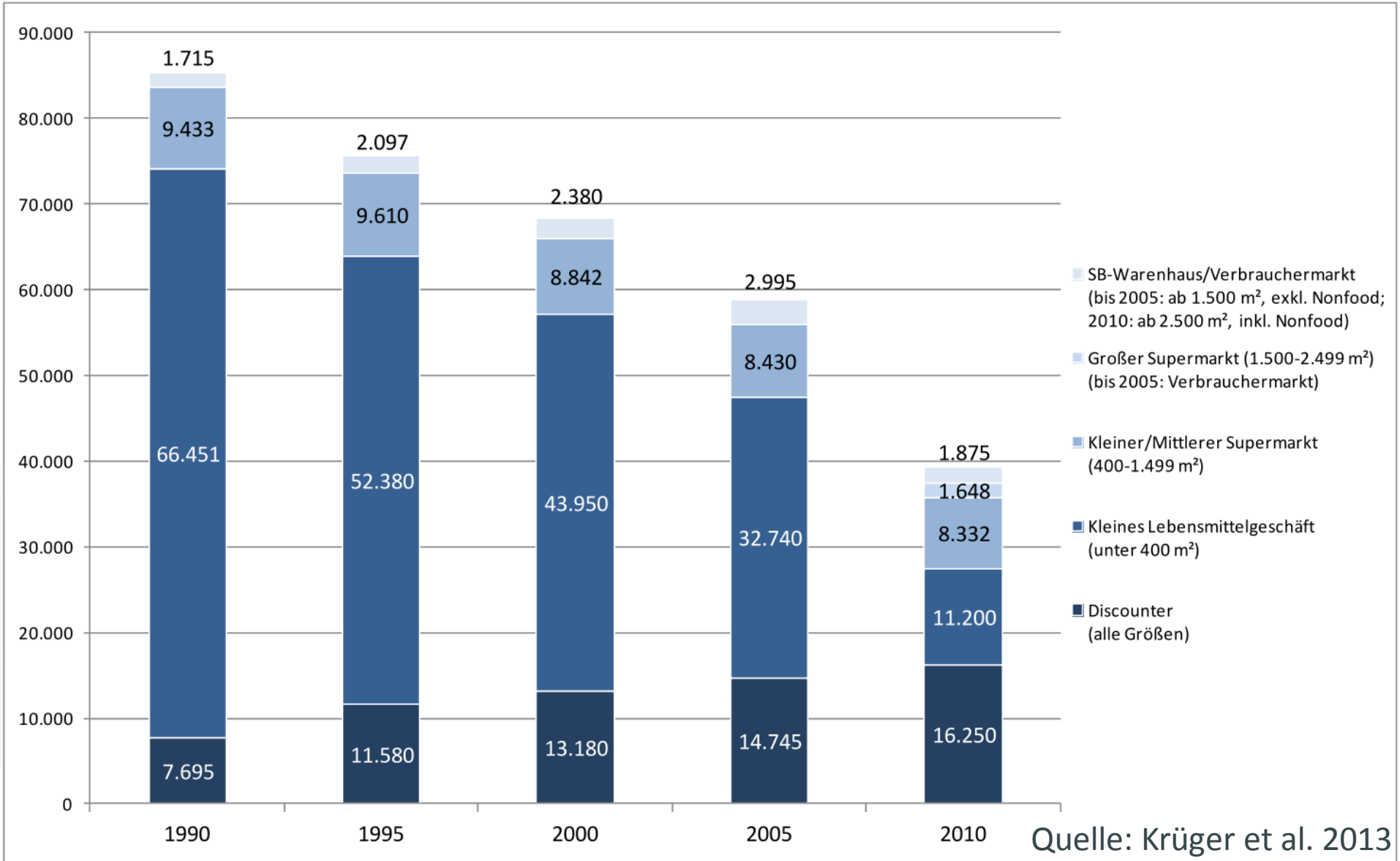


Quelle:
infas/DLR 2011: Mobilität in Tabellen.
Mobilität in Deutschland 2008.

Marktbedingungen: Trends auf der Angebotsseite

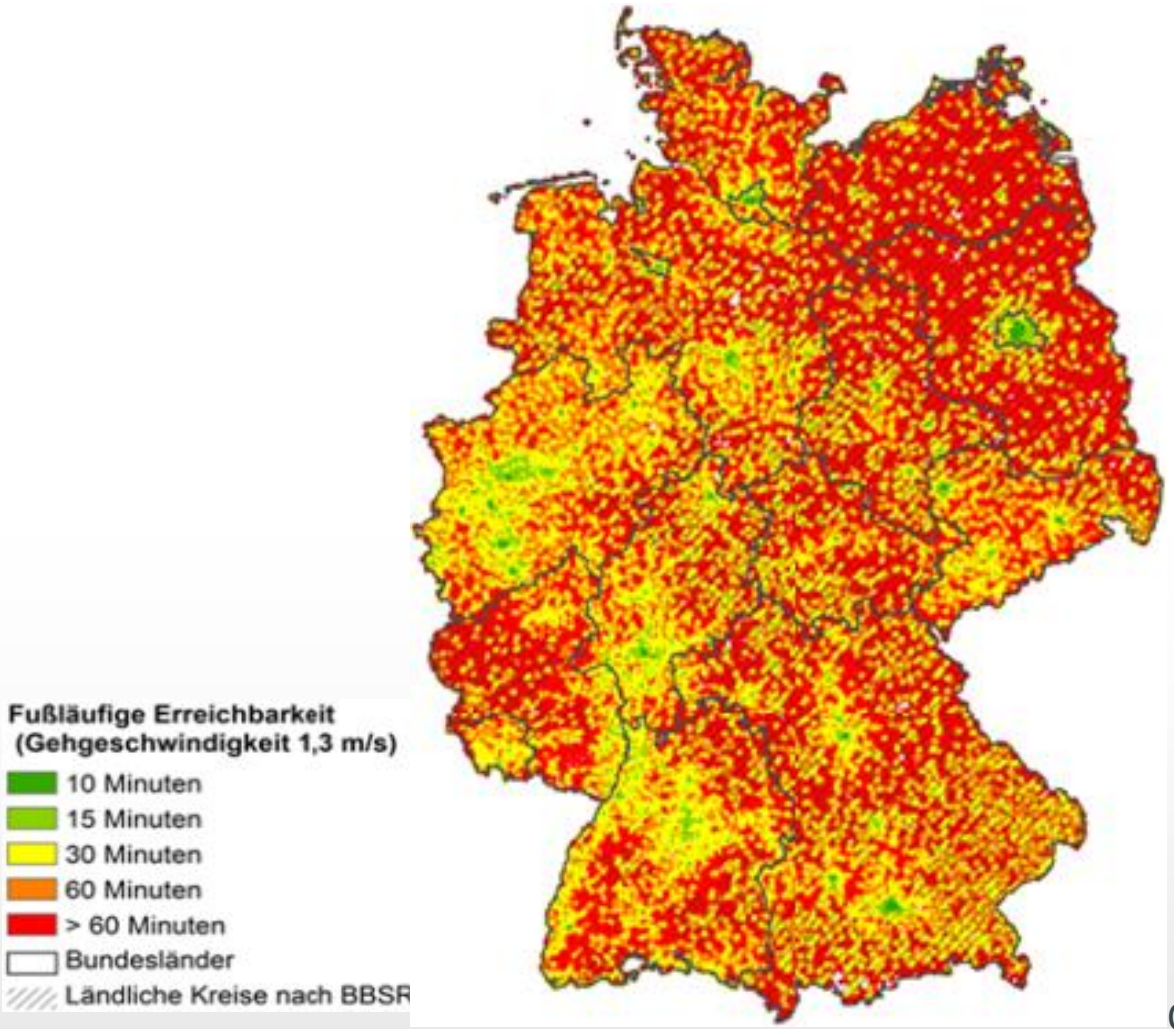
- Starke Konkurrenz weniger Großanbieter (6 Anbieter teilen sich mehr als 90% des Gesamtumsatzes)
- Expansive Strategien (Fläche und z.T. Verkaufsstellen)
- wachsende Mindesteinzugsgebiete (> 5.000 EW)
- Konsequenz: Verdrängungswettbewerb mit Ausdünnung in der Fläche

Marktbedingungen : Entwicklung der Geschäfte im LEH von 1990-2010



Quelle: Krüger et al. 2013

Marktbedingungen : Problemdruck



- 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: Neumeier 2014

Strategieansätze für Dorfläden

- **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

Leistungen von Dorfläden

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)

Erfolgsfaktoren

Befragungsergebnisse von 103 Läden

- **Standort:**
  - Ortsgröße, Einzugsgebiet und Parkplatzzahl hängt stark mit dem Erfolg zusammen
  - Anzahl Funktionen in der Nachbarschaft und im Gebäude etwas weniger
  - Anteil Hochbetagter nicht signifikant

- **Organisationsform**:
  - 30 Filial- und Franchise-Konzepte, die wirtschaftlich erfolgreicher
  - 12 Integrationsläden, die erfolgreicher

- **Angebotsgestaltung**: mit der Verkaufsfläche, Sortimentsgröße und den Öffnungszeiten steigt der wirtschaftliche Erfolg an

Erfolgsfaktoren

Fallstudienergebnisse

Erfolg an ungünstigem Standort

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

Foto: Winfried Eberhardt 2012

Erfolgsfaktoren

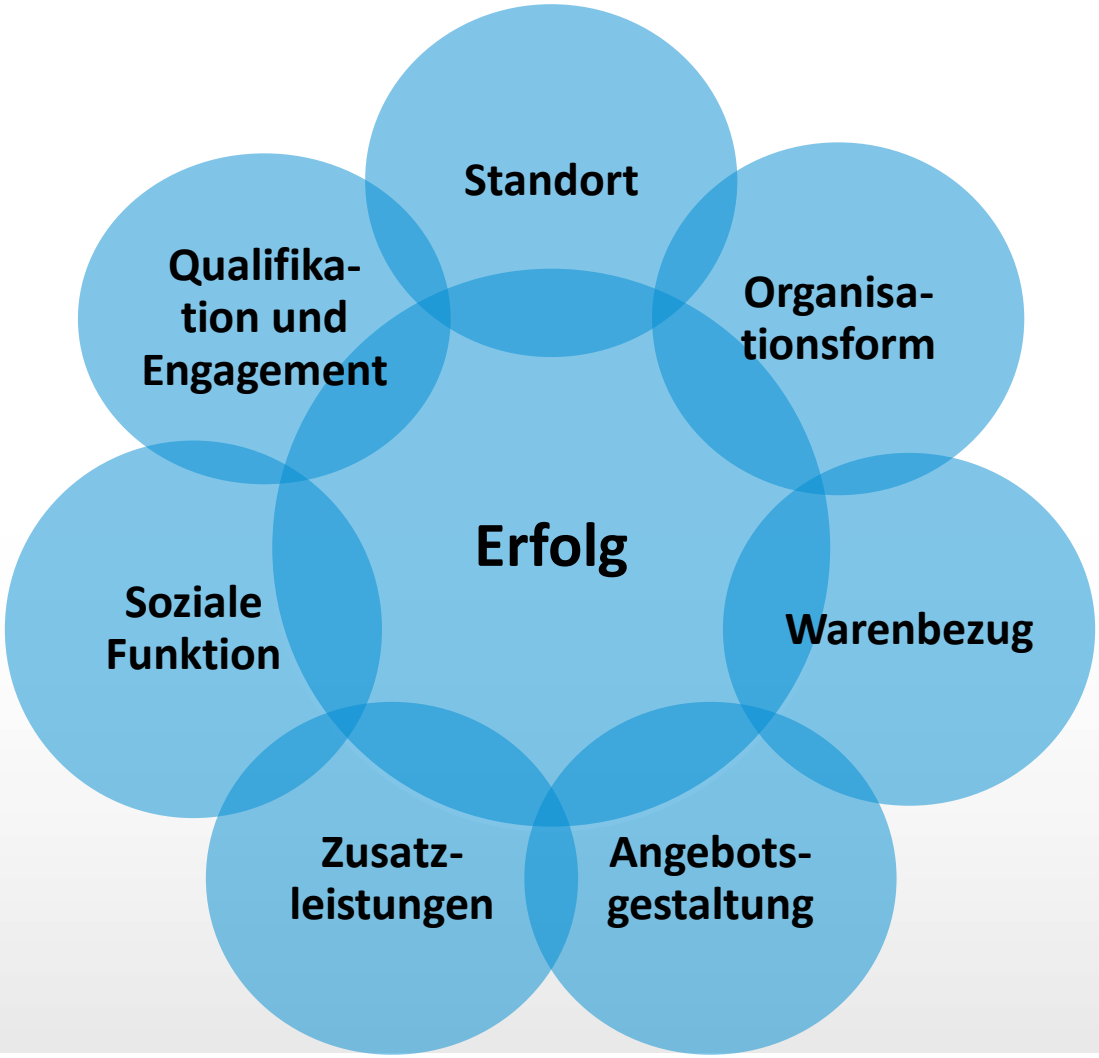
Fallstudienergebnisse

Probleme am günstigen Standort

- Zu geringes Eigenkapital (Anteilsscheine)
- Fehlende Akzeptanz trotz starken ehrenamtlichen Engagements
- Schlechte Erreichbarkeit
- Zu optimistische Machbarkeitsstudie
- Hohe Abschreibungen beim Frischfleischverkauf
- Hohe Nebenkosten (Strom)
- => Einschränkung der Öffnungszeiten und dann Insolvenz

Foto: Winfried Eberhardt 2012

Erfolgsfaktoren im Überblick



Schlussfolgerungen I

Zentrale Hemmnisse für Dorfläden:

- 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 für Dorfladenbetreiber und -initiativen:

- Marktpotential realistisch einschätzen
- mit Service, regionalen Produkten und Kundenorientierung punkten
- Aushandlung günstiger Lieferkonditionen
- Laden immer wieder ins Bewusstsein der Verbraucher bringen
- Erhaltung bestehender NV-Strukturen vor Schaffung neuer Standorte
- Unterstützung durch Beratung
- Alternative Versorgungsformen berücksichtigen:
  - rollende Supermärkte und Lieferdienste
  - Einkaufstaxis und Bürgerbus
  - Mitnahme durch Familie und Nachbarn ggf. organisieren

Foto: Winfried Eberhardt 2012