

Wunsch nach Nähe

Hat der **Nachbarschaftsladen** noch eine Chance? Eine vom Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe initiierte Studie der BBE Münster versucht, hierauf Antworten zu geben.

Der Ansiedlungsdruck im Lebensmittelhandel ist seit Jahren unverändert hoch. Die Betreiber von Lebensmittel-Märkten und die Discounter sind ständig auf der Suche nach neuen, größeren und besser erreichbaren Standorten. Gemeinden mit weniger als 5.000 Verbrauchern im Einzugsbereich fallen dabei oftmals durchs Rost. Und bestehende Märkte unterhalb von 800 qm, das zeigt die Erfahrung der vergangenen Jahre, sind potenziell gefährdet. Folge dieser Entwicklung sind weitere Konzentrationsprozesse, dies nicht nur im Hinblick auf mögliche Betreiber oder Betreiberkonzepte, sondern auch in der räumlichen Verteilung der Angebotsstandorte. „Die Zielvorstellung einer möglichst wohnortnahen und dezentralen Versorgung der Bevölkerung wird zunehmend schwieriger, kleinere Betriebsstätten können sich nicht mehr halten, und das Netz der Nahversorgung wird immer weitmaschiger“, beschreibt Thomas Kunz, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbandes Ostwestfalen-Lippe, die Entwicklungen, die Ausgangspunkt der Studie waren. Nahversorgungsangebote seien aber von entscheidender Bedeutung für die Wohn- und Lebensqualität und somit auch strukturprägendes Element der Siedlungsentwicklung.

Das Modellprojekt Nahversorgung in OWL startete vor etwa drei Jahren. Gemeinsam mit der BBE Handelsberatung Münster und den Städten Bielefeld, Paderborn und Porta Westfalica sowie der Edeka Minden-Hannover und der Lünig-Gruppe aus Rietberg setzte sich der Einzelhandelsverband intensiv mit der Zukunft der Nachbarschaftsläden auseinander. Ziel des vom Land NRW geförderten Modellprojektes war es, sich mit dem Strukturwandel im Lebensmittel-Einzel-

handel detailliert zu beschäftigen. „Der deutsche Lebensmittel-Einzelhandel hat scheinbar nur noch großflächige Konzepte, es gibt aber auch wirtschaftlich tragfähige Konzepte unterhalb dieser Größen, um die wohnortnahe Versorgung in kleineren Stadtteilen oder sogar eher ländlich geprägten Bereichen zu sichern“, beschreibt Jörg Beyer vom Einzelhandelsverband OWL, der zum projektbegleitenden Arbeitskreis der Studie gehörte, den Tenor der Untersuchung.

Nach Ansicht des BBE-Experten Hans-Joachim Schrader, Autor der Studie, gibt es dafür jedoch

Steigende Konsumausgaben

In Deutschland steht nach Angaben der BBE Münster ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von aktuell etwa 458 Mrd. Euro zur Verfügung. Durchschnittlich gibt somit jeder Bundesbürger knapp 5.600 Euro/Jahr im Einzelhandel aus. Auf die für die Nahversorgung besonders relevanten Güter des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik) entfallen hiervon etwa 41 Prozent. Die Konsumausgaben werden auch in den kommenden Jahren weiter wachsen, sagen die BBE-Experten voraus. Allerdings setzt sich die bereits seit Jahren zu beobachtende Bedeutungsver-schiebung in den Ausgabengruppen fort. Auch zukünftig ist davon auszugehen, dass die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben allenfalls stagnieren werden. Besonders betroffen von dieser Entwicklung ist der Bereich Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren, so die Prognose.

keine Patentlösungen. Die Untersuchung arbeitete aber immerhin einige wesentliche Erfolgsvoraussetzungen heraus. „Lösungen können nur in einem örtlich angepassten Zusammenhang erarbeitet werden“, so eine seiner Schlussfolgerungen. Oft bedürfe es einer Initialzündung aus dem Orts- oder Stadtteil heraus. Eine wesentliche Stellgröße ist laut Schrader die marktgerechte Positionierung des Anbieters. „Kernkompetenz ist ein örtlich angepasstes und ausreichend tiefes und breites Lebensmittelsortiment. Ergänzende Dienstleistungsangebote können solche Konzepte stützen, aber nicht ersetzen. Die Findung oder Förderung geeigneter Betreiber ist eine wesentliche Herausforderung solcher Konzepte.“

Die Entwicklung und Sicherung dieser Kleinflächen ist angesichts der Entwicklung des deutschen Lebensmittelhandels in den letzten Jahren nicht gerade einfacher geworden, räumt Schrader ein. Den Wandel sieht er jedoch auch als Chance. „Der Anpassungsdruck wird zu einer weiteren Differenzierung der Betriebstypen und Sortimentskonzepte im deutschen Lebensmittelhandel führen, wengleich die Konzentration der großen Handelskonzerne weiter voranschreitet.“ Als Beispiele jüngerer Sonderformen nennt er Tiefkühlkost-Fachmärkte, großflächige Bio-Supermärkte, SB-Bäcker und Food Courts. Auch innerhalb bestehender Betriebstypen gebe es konzeptionelle Veränderungen. Zugleich würden insbesondere bei Anbietern mit Vollsortiment Profilierungsstrategien auch für Kleinflächen entwickelt. Schrader: „In der Summe bleibt festzuhalten, dass das Erscheinungsbild des Lebensmittelhandels in den nächsten Jahren sicherlich insgesamt noch vielfältiger wird. Diese Chancen gilt es zu nutzen.“ (vp)



Nachbarschaftsläden im ländlichen Raum haben unter bestimmten Voraussetzungen durchaus gute Chancen.

Foto: BBE Münster