



NABU.de Themen Siedlungsentwicklung, Bauen Praxis Wirtschaft

Perspektiven für Dorfläden

Entwicklung der Nahversorgung am Beispiel Mittelhessen

20. Oktober 2010 - Die Nahversorgung durch Einzelhandelsgeschäfte unterliegt dynamischen Veränderungen: Supermärkte und Discounter werden immer größer und konzentrieren sich an immer weniger Standorten mit immer größeren Einzugsgebieten. Dadurch werden die Wege zum Einkaufen für viele Menschen länger. Für Autofahrer ist das zunächst kein Problem. Viele Bewohner pendeln jeden Tag in die Stadt und erledigen ihre Einkäufe einfach auf dem Weg, oder fahren zum Wocheneinkauf zum nächsten größeren Supermarkt. Dorfläden dienen ihnen nur noch für die vergessene Milch oder ein paar Brötchen am Wochenende. Wer kein Auto hat, ist auf Nachbarschaftshilfe, den häufig unzureichenden Öffentlichen Nahverkehr oder eben die verbliebenen Dorfläden angewiesen. Letztere sind aber in den vergangenen Jahren seltener geworden. Viele Dorfladenbesitzer haben aufgrund geringer Rentabilität, großen Konkurrenzdrucks durch Supermärkte und Discounter und fehlende Nachfolger aufgegeben. Für die betroffenen Ortschaften bedeutet dies nicht nur einen Verlust an Versorgungs- und damit Lebensqualität, sondern schlägt sich häufig auch in fallenden Immobilienpreisen nieder.



Im ländlichen Raum entstehen regelrechte Nahversorgungswüsten.

Vieles deutet darauf hin, dass im ländlichen Raum regelrechte Nahversorgungswüsten entstehen: Bereiche, in denen es den Bewohnern nicht mehr möglich ist, sich im Sinne einer Nahversorgung die Güter in ihrem direkten räumlichen Umfeld zu verschaffen, die sie für ihr tägliches Leben benötigen. Allerdings stellt sich die Frage, ob die Lücken im Versorgungsnetz nicht auch Platz schaffen für eine Rückkehr des Dorfladens. Die Arbeitsgruppe Regionalforschung am Fachbereich Geographie der Philipps-Universität Marburg hat sich in verschiedenen Projektzusammenhängen mit dieser Fragestellung für die Beispielregion Mittelhessen beschäftigt.

Die Wiederentdeckung der Kleinstfläche



Als wir im vergangenen Jahr diese hohen Kraftstoffpreise hatten, hatten unsere Einzelhändler mehr Umsatz.

Was heute als Dorfladen bezeichnet wird, hat mit dem Tante Emma-Laden der Vergangenheit meist wenig zu tun. Im Grunde handelt es sich um kleine Supermärkte. Die aus heutiger Sicht kleinflächigen Geschäfte waren lange Zeit wichtige Bestandteile der großen deutschen Supermarktketten wie EDEKA und REWE. Diese haben sich in den letzten Jahren aber von Formaten unter 300 m² nach Möglichkeit verabschiedet. Neue Supermärkte verfügen meist über ein Vielfaches dieser Fläche und kleinere Märkte werden bei auslaufenden Verträgen aus der direkten Belieferung genommen.

Für die Belieferung der verbleibenden kleineren Geschäfte sind vielerorts komplementäre mittelständische Strukturen entstanden. In der Beispielregion Mittelhessen sind diese sehr stabil etabliert. Hier gibt es inhabergeführte Großhandelsunternehmen, die sich auf die Belieferung der Kleinstfläche im ländlichen Raum spezialisiert haben. Die meisten von ihnen kollaborieren dabei mit einer oder mehrerer der großen Ketten, d.h. dass die mittelständischen Großhändler ihre Produkte teilweise selber von den großen Ketten beziehen, konzessionieren und an die kleinen Einzelhändler verteilen. Auf der Kleinstfläche werden in Mittelhessen stabile Umsätze gemacht. Die befragten mittelständischen Unternehmer konnten sich sogar in den letzten Jahren über wachsende Umsätze freuen und sehen ihre Nische in der Einzelhandelslandschaft als äußerst stabil und zukunftsfähig. Die von ihnen belieferten Geschäfte sind meist noch inhabergeführt und daher auch offen für innovative Zusatzleistungen, die von der Dorfbevölkerung nachgefragt werden.

Die wachsenden Entfernungen zu den immer größeren Supermärkten machen den Dorfladen nicht nur für diejenigen wieder attraktiver, die kein Auto haben. „Als wir im vergangenen Jahr diese hohen Kraftstoffpreise hatten, hatten unsere Einzelhändler mehr Umsatz. Weil die Leute einfach sagen, naja jetzt extra mit dem Auto fahren, da gehen wir lieber zu dem Nachbarschaftsladen und kaufen dort ein“, betont der Großhändler Bernd Bamberger aus Cölbe bei Marburg an der Lahn, der vorwiegend kleine Lebensmittelgeschäfte im ländlichen Raum beliefert.

Viel Service in der Nische

Um in der Konkurrenz zu den großen Einzelhändlern bestehen zu können, müssen die kleinen Einzelhändler sich ein maßgeschneidertes Angebot schaffen, das sich an den Bedürfnissen vor Ort orientiert. Dazu gehört meist ein frisches Lebensmittelangebot, das auch durch Kooperationen mit Bäckereien und Metzgern gewährleistet werden kann. Auch regionale Produkte können ein wichtiger Bestandteil sein, da sie das Sortiment des Dorfladens von dem des Supermarktes oder Discounters auf der grünen Wiese abheben.

Darüber hinaus hat das Angebot von Dienstleistungen in vielen Dorfläden schon jetzt einen wichtigen Platz eingenommen. In Mittelhessen sind als die drei wichtigsten Dienstleistungen in Dorfläden Lieferservices, Reinigungs- und Reparaturannahmen und Lotto Toto zu nennen. Hinzu kommen Postagenturen, Ticketshops und Kooperationen mit Versandhäusern. Die zusätzlich angebotene Dienstleistung bringt dabei dem Dorfladenbetreiber einen Zusatzverdienst und zusätzliche Kundenfrequenz. Gerade mit dem demographischen Wandel kann ein derart erweitertes Dienstleistungsangebot für Dorfläden ein neues Standbein bedeuten.

Demographischer Wandel als Chance?

Prognosen zum demographischen Wandel sagen dem ländlichen Raum in den kommenden Jahrzehnten eine starke Zunahme der Anzahl der älteren Einwohner voraus. Auch die Zahl der allein Lebenden nimmt zu. Obwohl allgemein eine steigende Mobilität auch der älteren Generation angenommen wird, droht vor allem dieser Bevölkerungsgruppe nicht nur die Vereinsamung, sondern auch eine Unterversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs.



Einkaufen ist für alte Leute eher eine Last als eine Freude.

Für ältere Menschen ist es meist schwieriger, entfernt gelegene Supermärkte zu erreichen, selbst wenn es in einigen Dörfern Initiativen gibt, Senioren regelmäßig in Gruppen zum Einkauf zu fahren. Auch die Nachbarschaftshilfe spielt hierbei eine Rolle. Aber suchen ältere Menschen tatsächlich noch das Einkaufserlebnis, das ein großer Supermarkt mit einer breiten Produktpalette auf der grünen Wiese bietet? „Für die ist Einkaufen eine Last und keine Freude. Die wollen lieber morgens den Karl oder die Marie zu einem bestimmten Zeitpunkt im Geschäft im Ort treffen und sich mit dem unterhalten“, ist der Vertriebsleiter des Lebensmittelgroßhandels Karl Giehl GmbH, Rainer Kirsch, überzeugt.

Wenn Einzelhändler auf dem Dorf sich darauf einrichten, dass ihre Kunden sie nicht nur für ihren Einkauf aufsuchen, sondern den Laden auch gern als sozialen Ortsmittelpunkt nutzen, dann kann das auch das Geschäft bereichern. Nicht wenige Einzelhändler in Mittelhessen bewegen sich schon auf diesem Pfad. Teils auf Initiative der sie beliefernden Großhändler laden sie zum Verweilen oder häufigeren Besuch ein. Beispiele hierfür aus Mittelhessen sind das Aufstellen von Sitzgelegenheiten in einer „Klöncke“, das Veranstalten von Nachmittagen mit kostenlosem Kaffeeauschank und das Zubereiten von kleinen warmen Mahlzeiten, die im Laden verzehrt werden können.

Auch bisher eher selten im Dorfladen angesiedelte Dienstleistungen aus dem medizinischen Bereich können integriert werden. Die Kombination von medizinischer Nahversorgung und der Bereitstellung von Gütern des täglichen Bedarfs scheint vor allem vor dem Hintergrund des schwindenden Ärzteangebots im ländlichen Raum sinnvoll. So nutzen in manchen Gemeinden Mittelhessens Ärzte ein Hinterzimmer eines Dorfladens für Konsultationen. Manche Dorfläden kooperieren auch mit Apotheken, indem Rezepte über den Einzelhändler gesammelt und Medikamente anonymisiert wieder ausgegeben werden.

Alternative Konzepte



Während viele kleinere Supermärkte im ländlichen Raum sich durch eine derartige Diversifizierung ihres Angebotes zukunftsfähig machen, können manche Läden nur noch durch alternative Konzepte weiter existieren. Um Dorfläden am Leben zu halten, wird deswegen immer öfter versucht, ehrenamtliche Strukturen aufzubauen oder mit Hilfe von politischen oder sozialen Trägern Dorfladen-Projekte durchzuführen. Beispiele sind "Lebensqualität durch Nähe" in Baden-Württemberg und Bayern, "DorV - Dienstleistung und Rundum-Versorgung" in Nordrhein-Westfalen, die "Allgäuer Dorfladen GmbH" in Bayern oder KOMM-IN in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen ([Dorfladen-Projekte](#)). Auch in Mittelhessen gibt es mittlerweile eine Reihe von Beispielen in denen Dorfläden von Vereinen geführt werden und mit Finanzmitteln aus verschiedenen Töpfen gefördert werden. So wurde bereits 2003 in

Marburgs Stadtteil Michelbach ein Dorfladen als Beschäftigungs-, Qualifizierungs-, und Ausbildungsprojekt, dessen Träger der „Verein Arbeit und Bildung e.V.“ ist, gegründet. Ein paar Kilometer weiter in Ginseldorf haben die Einwohner den Verein „Dorfladen Ginseldorf e.V.“ gegründet und ein Geschäft aufgebaut. Derartige Konzepte in denen Ehrenamt und Öffentliche Hand dafür sorgen, dass Nahversorgung an unwirtschaftlich erscheinenden Standorten erhalten bleibt, werden immer häufiger.

Fazit

Der Formatwandel und die Konzentrationsprozesse im Einzelhandel lassen befürchten, dass in ländlichen Regionen Bereiche entstehen, in denen es den Bewohnern nicht mehr möglich ist, sich in ihrem direkten räumlichen Umfeld die Güter zu kaufen, die sie für ihr täglichen Leben brauchen. Die räumlichen Lücken zwischen modernen Supermärkten werden immer größer, dazwischen könnten regelrechte Nahversorgungswüsten entstehen. Allerdings bieten diese Bereiche auch neue Chancen für kleine Dorfläden, denn wo der Weg zum Supermarkt immer weiter wird, kann der Einkauf im kleinen Laden vor Ort wieder attraktiver werden. So können Dorfläden sich auch betriebswirtschaftlich noch rechnen. Die Einbindung zusätzlicher Dienstleistungen kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten.

Der demographische Wandel könnte weitere Chancen für die kleinen Nahversorger bringen: Wenn immer mehr Menschen immer weniger mobil sind, nimmt die Bedeutung des Ladens im Dorf zu. Allerdings haben viele Dorfladenbesitzer aufgrund geringer Rentabilität, großen Konkurrenzdruckes durch Supermärkte und Discounter und fehlende Nachfolger ihre Geschäfte bereits geschlossen – und immer noch kommen weitere dazu. Die steigende Zahl von alternativ organisierten Läden – in denen Ehrenamt und Öffentliche Hand dafür sorgen, dass Nahversorgung erhalten bleibt – zeigt, dass dieses Problem zunehmend von Bewohnern und Politik erkannt wird, meist allerdings erst, wenn der Laden bereits geschlossen wurde. Dass die Bewohner dort, wo Läden noch existieren, jeden Tag mit ihrem Einkaufsverhalten über dessen Verbleib oder Schließung abstimmen, ist bisher wohl nur den wenigsten bewusst.

Ansprechpartner

Anika Trebbin
Arbeitsgruppe Regionalforschung
Fachbereich Geographie der Philipps-Universität Marburg
Anika.Trebbin@Staff.Uni-Marburg.de

Dr. Martin Franz
Bundesfachhausschuss Siedlungsentwicklung des NABU und
Arbeitsgruppe Regionalforschung
Fachbereich Geographie der Philipps-Universität Marburg
Martin.Franz@Staff.Uni-Marburg.de

Links und Literatur

Flaig, S. (2007): [Die Rückkehr von Tante Emma?](#)

Kuhlicke, Ch., Petschow, U., Zorn, H. (2005): [Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum.](#)

Wortmann, M. (2003): [Strukturwandel und Globalisierung des deutschen Einzelhandels](#)
