



NABU.de Themen Siedlungsentwicklung, Bauen Praxis Wirtschaft

## Die Rückkehr von Tante Emma?

### Nahversorgung im ländlichen Raum - Innovative Konzepte



Jeder Zehnte hat in Deutschland keinen Bäcker im Umkreis von einem Kilometer.

Laut Verbraucherzentrale Bundesverband sind in Deutschland acht Millionen Menschen in Bezug auf Einkaufsmöglichkeiten von Waren des täglichen Bedarfs unterversorgt. Für sie sind im fußläufig oder per Fahrrad erreichbaren Umkreis von einem Kilometer keine Geschäfte mehr vorhanden. Dies stellt vor allem für ältere, behinderte und andere wenig mobile Menschen ein Problem dar. Insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels wird diese Situation zunehmend als inakzeptabel erkannt. Eine Hauptursache ist der vermehrte Bau von Einkaufszentren "auf der grünen Wiese", der zu einer starken Konzentration des Einzelhandelsangebots außerhalb von Ortschaften führt.

Das veränderte Einkaufsverhalten wirkt sich negativ auf die innerörtlichen Einzelhändler aus, die mangels Kundschaft vielerorts aufgeben müssen. Diese Entwicklung führt zu einer deutlichen Verschlechterung der Versorgungslage vor allem in Ortschaften des ländlichen Raums. Als einer der unangenehmen Nebeneffekte dieser Entwicklung zeichnet sich eine deutlich erhöhte Belastung der Umwelt durch den vermehrten Einkaufsverkehr ab. Die meisten außerörtlichen Einkaufszentren sind nur per Auto oder schwer mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. 60 Prozent aller zu Einkaufszwecken zurückgelegten Kilometer werden mit dem Auto gefahren, und die Zahl der Einkaufsfahrten-Kilometer hat sich von 219 Millionen Kilometern im Jahr 1982 auf 444 Millionen Kilometer im Jahr 2002 verdoppelt.

#### Multifunktional: Lebensmittel plus Dienstleistung

Seit die Problematik Mitte der 1990er Jahre sichtbar wurde, entstanden verschiedene Initiativen zur Sicherung der Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs sowie weiteren Dienstleistungen. Beispiele sind die Initiativen "Lebensqualität durch Nähe" (Baden-Württemberg, Bayern), "DorV - Dienstleistung und Rundum-Versorgung" (Nordrhein-Westfalen), die "Allgäuer Dorfladen GmbH" (Bayern) oder KOMM-IN (Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen). Erklärtes Ziel dieser Initiativen ist der Erhalt der Lebensqualität besonders im ländlichen Raum. Dazu gehört neben der Versorgung mit dem Lebensnotwendigen die Steigerung des Gemeinschaftsgefühls der Dorfbevölkerung durch die Zusammenarbeit für einen funktionierenden Dorfladen und die Kommunikation untereinander beim Einkaufen oder im integrierten Café. Auch die Bindung der Kaufkraft vor Ort spielt eine wichtige Rolle, da der Laden im eigenen Dorf einerseits Arbeits- und Ausbildungsplätze für die Anwohner und andererseits Absatzmöglichkeiten für lokale Produzenten bietet. Ein weiterer Aspekt ist die Werterhaltung bzw. Wertsteigerung von Grundstücken und Immobilien im Ort, da durch den bestenfalls multifunktionalen Dorfladen ein gewisses Maß an Infrastruktur existiert, das den Standort attraktiv macht. Insgesamt wird der Erhalt oder die Wiederherstellung eines intakten Sozial- und Wirtschaftsgefüges angestrebt.

#### Verschiedene Modelle

Die Schwerpunktsetzung bei der Verwirklichung dieses Ziels ist von Projekt zu Projekt unterschiedlich. Während einige Dorfläden vorrangig als Einkaufsmöglichkeit für Waren des täglichen Bedarfs konzipiert sind, sollen anderswo kombinierte Dienstleistungszentren mit zusätzlicher Einkaufsmöglichkeit entstehen. Auch die Organisationsweise und die Finanzierungsstrategien variieren. Anhand dieser Merkmale lässt sich eine Gruppierung in drei Kategorien vornehmen:

1. von Bürgerinitiativen organisierte Genossenschaftsläden, die sich auf eine weitgehend ehrenamtliche Mitarbeit der Dorfbewohner stützen. Auf diese Weise entstanden die ersten Dorfläden, die meist als Lebensmittelgeschäfte mit einigen zusätzlichen Dienstleistungen konzipiert sind.
2. von politischen oder sozialen Trägern initiierte Projekte, die für ihre Finanzierung auf öffentliche Zuschüsse aus verschiedenen Quellen angewiesen sind. Es sind vor allem erweiterte Lebensmittelgeschäfte.
3. sich selbst tragende Projekte, die auf die Kombination von Lebensmittelgeschäft und/oder weiteren Sparten des Einzelhandels mit verschiedenen (auch kommunalen) Dienstleistungen setzen.



MarktTreff in Schwabstedt - Teil des staatlich geförderten Projekts "Ländliche Dienstleistungszentren"

#### Ehrenamt als Basis

Ein Beispiel für die erste Kategorie ist "Unser Laden", der bereits 1995 zur Sicherung der Grundversorgung im 850-Einwohner-Ort

Sulz-Sigmarswangen (Baden-Württemberg) als Genossenschaft gegründet wurde. Ein Ladengeschäft mit 100 Quadratmeter Fläche wurde von einem Genossenschaftsmitglied angemietet. Das Sortiment umfasst Waren des täglichen Bedarfs inklusive Tiefkühlkost, wobei besonders viel Wert auf lokale und regionale Produkte gelegt wird. Die meisten Genossenschaftsläden haben ähnliche Dimensionen von 100 bis 150 Quadratmetern. Seit Anfang 2007 existiert ein länderübergreifendes Dorfladennetzwerk mit sechs Dorfläden in Bayern, je dreien in Baden-Württemberg und Niedersachsen, je einem in Hessen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein.

#### Staatlich gefördert

Zur zweiten Kategorie zählt eine von der Landesregierung Schleswig-Holstein ausgehende Initiative zur Förderung des Projekts "Ländliche Dienstleistungszentren". Im Rahmen dieses Projekts werden seit 1999 "MarktTreff"-Läden in vier Modellgrößen vom Kiosk bis zum vollwertigen (Lebensmittel-)Einzelhandelsgeschäft aufgebaut.

Von sozialen Trägern wie der Arbeiterwohlfahrt werden so genannte "Integrationsmärkte" organisiert, die Arbeitsplätze für Behinderte und Langzeitarbeitslose bieten. Diese Arbeitsplätze erschließen über die damit verbundene staatliche Förderung weitere finanzielle Mittel für das Projekt. Auf diese Weise entstanden seit 1999 die "Kleeblatt-Läden" in Hessen und die "CAP-Märkte" in Baden-Württemberg. CAP-Märkte sind je nach Standort als Verein oder gemeinnützige GmbH organisiert. Das Sortiment wird teilweise von SPAR geliefert, dazu kommen Obst und Gemüse aus regionalem Anbau sowie Produkte aus Behindertenwerkstätten. An einigen Standorten bieten die Läden auch Reinigungsservice, Toto-Lotto-Aannahme oder Bankdienstleistungen an. Nach einem ähnlichen Konzept funktionieren die bergischen Regionalläden, ein Bestandteil des Projekts Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006 in NRW. In den Regionalläden werden speziell regionale und biologisch angebaute Produkte angeboten.

#### Mehrere kommerzielle Partner

Projekte der dritten Kategorie sind größtenteils von privatwirtschaftlichen Unternehmen initiiert. So entwickelten die Raiffeisenbanken in NRW das Konzept für die "ShopTreff"-Läden, wobei ehemalige Bankfilialen umgewandelt wurden und selbstständige Einzelhändler nun kleinere Bankdienstleistungen neben Lebensmitteln, Backwaren oder Schreibwaren anbieten.

Die in Baden-Württemberg, Bayern und Hessen verbreiteten "Um's Eck"-Läden wurden von drei Großhandelspartnern als Vollerwerbsbetriebe für selbstständige Lebensmittel Einzelhändler oder Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk konzipiert. Die Läden bieten meist ein Vollsortiment mit dem Schwerpunkt Frischwaren, wobei regionale Produkte bevorzugt werden, dazu kommen je nach Standort Dienstleistungsangebote wie Post, Fahrkartenverkauf, Kopierservice, Reinigung, Fotoarbeiten und Toto-Lotto.

Die Markant-Gruppe, die bundesweit größte Einkaufs- und Dienstleistungskooperative, bereitete schon in den 1990ern eine Nahversorgungs-Offensive vor. Dabei werden Geschäfte, die von Schließung bedroht sind, übernommen und je nach Standortgegebenheiten als Vollsortimenter oder Spezialisten (zum Beispiel für Obst und Gemüse) mit standortangepasstem zusätzlichem Dienstleistungsangebot weiter betrieben. Daraus gingen die seit 2002 eröffneten "IK - Ihr Kaufmann"-Läden hervor. Ebenfalls zur Markant-Gruppe gehören "Ihre Kette", "Ihre Kette extra", "Markant Markt" und "Markant Nah & Frisch" - alle mit übergeordneter Systemorganisation, also mit Standortanalyse, Beratung, einheitlichem Design und Werbekonzept.



KOMM-IN  
Dienstleistungszentrum in  
Sternenfels

#### Umfassend und vielfältig: KOMM-IN

Die umfassendste Initiative in der dritten Kategorie stellen die "KOMM-IN"-Zentren dar. Das Konzept für diese multifunktionalen Einkaufs-, Dienstleistungs- und Service-Zentren wurde 1999 in Baden-Württemberg entwickelt und basiert auf einer Partnerschaft von Verwaltung und Wirtschaft. Übliche KOMM-IN-Partner sind Kommune, Land, Energieversorger, Finanzdienstleister, Post und Krankenkasse, dazu ein KOMM-IN-Markt als Einkaufsmöglichkeit für Waren des täglichen Bedarfs. Die Trägerschaft einzelner Projekte kann außer von Kommunen oder Banken auch von Genossenschaften oder einer Public-Private-Partnership übernommen werden. Die KOMM-IN GmbH, die das Konzept erarbeitet hat, erstellt für potentielle neue Projekte die vorbereitende Standortanalyse, dann werden gemeinsam mit Verwaltung und Gemeinderat in einem Workshop Ziele und Strategien zur Umsetzung festgelegt. Die KOMM-IN GmbH bietet den jeweiligen Trägern des Projektes auch Unterstützung in den Bereichen

Projektmanagement, Marketingkonzepte und Personalauswahl, sowie im weiteren Verlauf Personalschulungen und andere Servicedienstleistungen.

Bisher existieren zehn KOMM-IN-Zentren, wovon eines in NRW liegt (Barmen/Jülich), alle anderen befinden sich in Baden-Württemberg: in Hermaringen, Meßkirch, Neulingen, Reichartshausen, Reute, Schwarzach, Sternenfels, Unterensingen und seit dem 20. Mai 2007 auch in Wurtemberg. Im KOMM-IN Hermaringen sind beispielsweise Post, AOK, Gemeinde, Gemeindeförderung, Lotto, Kreissparkasse, Heidenheimer Zeitung, ein Schreibwarenhandel und der Versandhandel Quelle als Partner vertreten. Im KOMM-IN Sternenfels sind es Post, AOK, EnBW (Energie Baden-Württemberg AG), das Landrats- und das Arbeitsamt, eine Touristikagentur, Zeitungen, Buchhandel und ein Weinverkauf sowie die Sparkasse. Die Kombination dieser Angebote erhöht die Kundenfrequenz, so dass sich im KOMM-IN Sternenfels der Einsatz dreier Mitarbeiter der Gemeinde und eines Bankmitarbeiters rechnet. Der Vorteil für die Kunden besteht außer in dem wohnortnahen vielfältigen Angebot auch in den komfortablen Öffnungszeiten, da zum Beispiel Leistungen der Verwaltung auch samstags in Anspruch genommen werden können.

#### Kommerzielle Basis am zukunftsfähigsten

Im Idealfall entsteht durch den Aufbau eines Dorfladens eine "win-win-Situation", bei der sowohl die Dorfbewohner als auch die Umwelt profitieren. Im Laufe der letzten Jahre wurden dazu an unterschiedlichen Standorten verschiedene erfolgreiche Konzepte entwickelt. Als vorteilhaft erwiesen sich dabei die genau auf die jeweiligen Standorte zugeschnittenen Projekte, die von der Ladengröße, dem Sortiment und dem flankierenden Dienstleistungsangebot auf die Bedürfnisse der Anwohner abgestimmt sind. Wie lange sich die Projekte auf ehrenamtlicher Basis oder mit öffentlichen Zuschüssen halten können, ist offen. Es ist allerdings davon auszugehen, dass jene Projekte zukunftsfähiger beziehungsweise langfristig effektiver sind, die ein möglichst breites Angebot an Dienstleistungen und Waren machen und sich daher wirtschaftlich selbst tragen.

Die Erfahrungen, die in den einzelnen Projekten bisher gemacht wurden, werden inzwischen auch bundesweit zwischen Beteiligten und Interessenten ausgetauscht, zum Beispiel über das internetbasierte Dorfladen-Netzwerk.

#### Literatur

Handbuch "Bergischer Regionalläden", Zwischenbericht zum Planungsprozess, Stand September 2004 - Ein Projekt der Sozialen Stadt im Rahmen der Regionale 2006 - Impulse und Innovation für Stadtteile im Bergischen Städtedreieck; Stadt- und Regionalplanung Dr.

Paul G. Jansen GmbH

Schriftenreihe der Verbraucherzentrale Bundesverband, Band 9, 2006: Hat der ländliche Raum eine Zukunft?

**Links**

[bund-bin.de](http://bund-bin.de)

[www.dorfladen.net](http://www.dorfladen.net)

[www.dorfladen.net](http://www.dorfladen.net)

[www.landgaenge.net](http://www.landgaenge.net)

[www.mallersdorf-pfaffenberg.de](http://www.mallersdorf-pfaffenberg.de)

[www.nahversorgungsinitiative.de](http://www.nahversorgungsinitiative.de)

**Ansprechpartner**

Stefan Flaig

NABU-Bundesfachausschuss Siedlungsentwicklung

Tel. 07 11-674 474 77

[flaig@oekonsult-stuttgart.de](mailto:flaig@oekonsult-stuttgart.de)

---

*Beitrag erstellt am 14. Dezember 2007.*