

Gutachten Nahversorgung in Bayern
(108 Seiten) Bedeutung – aktuelle Situationen – Alternativen

erstellt durch GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH 2/2011

Zusammenfassung des Kapitels:

Was geht, wenn nichts mehr geht? – Alternative Nahversorgungskonzepte im Praxistest

Definitionen

- Kleinflächenkonzepte
- Genossenschaftlicher Ansatz / Dorfladen
- Integrationsmärkte
- Rollende Supermärkte
- Wochenmarkt / Direktvermarktung

19 Praxisbeispiele in den Regionen

- Gründungsgeschichte
- Organisation
- Wirtschaftlichkeit
- Sortiment und Lieferanten
- Standortfaktoren
- Stärken des Konzepts
- Kontaktdaten

1. CAP-Markt Schweinfurt
2. Um's Eck bei Norbert Hein, Hofheim OT Rügheim
3. Dorfladen Heilgersdorf, Seßlach
4. Dorfladen „Unner Lädla“ Grafengehaig
5. Bonus-Markt Ipsheim
6. Edeka Nah & Gut Schopfloch
7. Dorfmarkt Simonshofen eG, Lauf-Simonshofen
8. Dorfladen Utzenhofen, Kastl-Utzenhofen
9. Um's Eck Marktladen Schwarzhofen GmbH
10. Markthalle Regensburg
11. Dorfladen Amerdingen eG
12. Freitagsmarkt Höchstädt a. d. Donau
13. Dorfladen Ettenbeuren GbR, Kammeltal-Ettenbeuren
14. Schindlmair's Rollender Supermarkt, Gablingen
15. Allgäu Dorfladen Krugzell GmbH, Altusried-Krugzell
16. Markant Nah & Frisch Markt Wildpoldsried
17. Dorfladen Hurlach eG
18. Dorfladen Paunzhausen eG
19. Bernhard's Corner Shop, Passau

Fazit

Im Rahmen sog. Alternativ-Konzepte sind eine Reihe von Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen zu berücksichtigen (14 Punkte):

- Sehr hohes Engagement der Bevölkerung und Identifikation mit der eigenen Gemeinde notwendig
- Einbindung lokaler Arbeitskräfte im Verkauf (Erhöhung der Kundenbindung, Flexibilität, Engagement)
- Bottom up - Prinzip (auch finanziell)
- Einbindung von qualitativ hochwertigen Frischwaren aus der Region
- Ausreichende Distanz zu nächstgelegenen Wettbewerber bzw. Zentren oder entsprechende Topografie
- Mindesteinzugsgebiet im direkten Umfeld: ca. 1.000 EW oder entsprechend hohe Distanz zum nächsten Wettbewerb
- Barrierefreies Bauen (vom Parkplatz bis an die Kasse), ebenerdige Parkplätze
- Professionelles Handling in der Phase der Vorbereitung, Umsetzung und Betrieb (v. a. realistische Einschätzung der Marktchancen, richtiger Standort, Verhandlungsgeschick mit Lieferanten, Motivation der zum großen Teil ehrenamtlichen Mitarbeiter, Einbindung der Bevölkerung)
- Möglichst zentral in der Ortsmitte
- Einbindung von Zusatzangeboten und Serviceleistungen
- Stärkung der Treffpunktfunktion (z. B. auch über eine Cafécke)
- Einbindung von Angeboten für kleine Haushalte (sog. „Singlepackungen“)
- Wahl der passenden Rechtsform (v. a. im Hinblick auf Aufwand durch Prüfung)
- Befragung der Bürger über Sortimente, Konzeption, Ideen, Mitwirkungsbereitschaft; Ausarbeitung des Konzeptes; Eruiieren der Fördermöglichkeiten, Lieferanten- und Erzeugersuche (Großhändler, regionale Erzeuger / Kleinlieferanten)