

# STADTTEILLADEN

## **Nahversorgung im Quartier**

Dokumentation des 7. Fachgesprächs „Wohnungsunternehmen als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung“

# **Nahversorgung im Quartier**

**Dokumentation des 7. Fachgesprächs „Wohnungsunternehmen  
als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung“  
am 31. Mai 2007 in Dortmund**

## **Veranstalter:**

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und  
Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW)

LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH

## **Herausgeber:**

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und  
Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW)  
Fachbereich Stadtentwicklung und Wohnungswesen

LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH

## **Zur Veranstaltungsreihe**

Die Veranstaltungsreihe „Wohnungsunternehmen als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung“ wird vom Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen in Kooperation mit der LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH durchgeführt.

Angesichts der aktuellen Entwicklungen stehen Wohnungsunternehmen und Akteure der Stadt(teil)entwicklung vor großen Herausforderungen. Gerade in benachteiligten Stadtteilen verschärfen Wohnungsleerstände, hohe Fluktuationsraten, Segregationsprozesse sowie soziale und kulturelle Konflikte die bestehenden Problemlagen.

Seit 1993 wird seitens der Stadtentwicklung mit dem Programm Soziale Stadt der Ansatz verfolgt, vorhandene Kräfte unterschiedlicher Akteure zu mobilisieren und zu bündeln um den Prozess des Strukturwandels positiv zu gestalten. Zentrale Kooperationspartner in diesem Zusammenhang sind die in den Stadtteilen tätigen Wohnungsunternehmen.

Die Veranstaltungsreihe „Wohnungsunternehmen als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung“ hat das Ziel, die zum Teil schon sehr gute Zusammenarbeit zwischen den Wohnungsunternehmen und den Kommunen weiter zu intensivieren und anhand aktueller Themen bestehende Ansätze einer stärkeren Einbindung von Wohnungsunternehmen in die Stadt(teil)entwicklung vorzustellen und zu diskutieren. Ziel ist es nicht, fertige Lösungen zu bieten. Die Fachgespräche dienen vielmehr als Forum für einen Erfahrungs- und Meinungsaustausch. Die Ergebnisse werden in Form von Readern dokumentiert.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	5
Ulrich Burmeister, LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH	
<b>Entwicklung der Nahversorgung im städtischen Umfeld</b> .....	8
Ralf Beckmann, Stadt + Handel, Dortmund	
<b>Verbindung von Einzelhandel und öffentlichen / privaten Dienstleistungen – Ein Modell für ländliche und urbane Räume?</b> .....	20
Michael Gutjahr, Komm-In GmbH in Sternenfels	
<b>Das DORV-Zentrum Jülich-Barmen: Drei-Säulen Modell zur Sicherung der Nahversorgung</b> .....	29
Heinz Frey, Vorsitzender des Trägervereins	
<b>Einzelhandel und Quartiersentwicklung</b> .....	35
Michel Korb, Bergischer Regionalladen	
<b>Ohne Nahversorgung keine Vermietung – Warum sich die Wohnungswirtschaft mit dem Thema Nahversorgung auseinandersetzen muss</b> .....	46
Norbert Müller, Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft	
<b>Zusammenfassung der abschließenden Diskussion</b> .....	49
Bericht: Annika Ballach, Christoph Krafczyk, ILS NRW und Jan Fasselt, StadtRaumKonzept	

## Einleitung

*Ulrich Burmeister, LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH*

Dieser Reader dokumentiert das 7. Fachgespräch der Reihe „Wohnungsunternehmen als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung“, welches am 31.05.2007 in Dortmund stattfand. Es wurde auch diesmal gemeinsam von der LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH (LEG AS) und dem Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW) durchgeführt. Erstmals an der inhaltlichen und organisatorischen Organisation beteiligt war die StadtRaumKonzept GmbH, ein Spin Off von Beschäftigten aus dem ILS NRW. Diese noch junge Gesellschaft hat sich zur Aufgabe gemacht „Beratung und Forschung in der Stadt und Regionalentwicklung sowie Wissenstransfer und Dienstleistung für Institutionen, Verbände, Politik und Unternehmen zu leisten.“

Thema des Fachgesprächs war diesmal die Nahversorgung im Quartier.

Zum Thema Einzelhandel hat das ILS NRW unterschiedliche Zugänge: Raumordnung, Stadtentwicklung und Mobilität – worüber in diesem Hause geforscht und gearbeitet wird – sind durch die Einzelhandelsentwicklung geprägt. Auch für die LEG AS ist die Einzelhandelsentwicklung aus unterschiedlicher Perspektive interessant: in immobilienwirtschaftlicher Hinsicht, als Teil einer Quartiersentwicklung und im Hinblick auf Dienstleistungen für ältere Menschen. Es lag also nahe, sich in der Fachgesprächsreihe „Wohnungsunternehmen als Akteure in der Stadt(teil)entwicklung“ auch einmal mit der teilweise prekären Nahversorgungssituation in manchen Wohnsiedlungen unseres Landes auseinanderzusetzen.

Nahversorgung ist eine zentrale Dienstleistung, die über die reine Güterversorgung weit hinausgeht und die Lebensqualität der Menschen unmittelbar beeinflusst. Sehr plastisch wird dies in den Formulierungen, die die Firma Edeka in einer ganzseitigen Anzeige in der Wochenzeitung DIE ZEIT nutzt: 100 Jahre Edeka. „Danke allen wahren Superhelden. Edeka ist nicht in Hollywood. Edeka ist in Utrichshausen, Pfullendorf, Husum und 10.000 anderen Standorten überall in Deutschland. [...] Und für jeden seiner Kunden gleichzeitig auch geschätzter Ernährungsratgeber, vertrauter Helfer und liebenswerter Retter in der Not [...]. Für täglich über neun Millionen Menschen sind unsere Edeka-Kaufleute echte Helden des Alltags.“ Leider steht die Realität vielerorts in einem krassen Gegensatz zu diesen hymnischen Formulierungen.

„Nahversorgung im Quartier“, hinter dieser Überschrift verbirgt sich nicht nur ein „gefühltes“ Problem. In einer Studie zur wohnortnahen Versorgung in Stuttgart aus dem Jahr 2002 werden zwei Problemfelder benannt, die die gesellschaftlichen Dimensionen dieses Problems deutlich machen. Erstens, vor allem ältere Menschen, nicht Motorisierte und Frauen sind von fehlender Nahversorgung negativ betroffen. Zweitens haben Nahversorger eine entscheidende quartiersbildende Funktion als Treffpunkt, Kommunikationsgelegenheit und Orientierungspunkt.

Damit aber ist die integrierte Stadtteilentwicklung angesprochen und das Leitmotiv unseres Fachforums „Wohnungsunternehmen als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung.“

Der Befund ist eindeutig. Nachdem Konsum, Coop, REWE und Edeka schließen mussten, haben sich auch „Tante Emma“ und „Onkel Ali“ von vielen Standorten verabschiedet. Selbst Aldi ist an vielen Standorten auf dem Rückzug, so dass es sogar schon Bürgerinitiativen gibt, die für einen Verbleib der örtlichen ALDI-Filiale in dem angestammten Standort kämpfen.

Nahversorgung ist in vielen ländlichen und städtischen Wohnstandorten nicht mehr selbstverständlich gegeben. Der Kauf von Gütern des täglichen Bedarfs – üblicherweise der Inbegriff einer ausschließlich am marktwirtschaftlichen Erfolg orientierten Wirtschaft – ist für immer mehr Menschen mit Barrieren verbunden, so dass man durchaus von einem partiellen Marktversagen sprechen kann. Zugespitzt ausgedrückt: Die beliebte Zivilisationskritik am Zuviel des Konsums, ja am Konsumterror, muss aktuell ergänzt werden durch die Sorge um ein Zuwenig, um Versorgungslücken, die aufreißen.

In der vorliegenden Dokumentation wird zunächst mit dem Beitrag von Ralf Beckmann vom Büro Stadt + Handel in Dortmund ein Überblick über die aktuelle Entwicklung und das Ausmaß dieser (Fehl)Entwicklung gegeben. Dabei liegt sein Schwerpunkt auf dem städtischen Bereich.

Im ländlichen Bereich können wir den Rückzug des Einzelhandels mit seinen unterschiedlichen problematischen Auswirkungen schon seit vielen Jahren beobachten. In vielen Dörfern hat der letzte Krämer schon vor Jahren geschlossen.

Dabei geht es nicht nur um Güter des täglichen Bedarfs, sondern auch um Dienstleistungen. Post, Bank, Kommunalverwaltung, aber auch die Energieversorger, öffentlichen Verkehrsunternehmen und soziale Dienstleister sind vor Ort häufig nicht mehr mit Personal präsent. Hilfe- und ratsuchende Kunden werden auf Telefon, Automaten oder immer häufiger auf das Internet verwiesen.

In den hier dokumentierten Vorträgen stellten Michael Gutjahr und Heinz Frey zwei Modelle vor, mit denen im ländlichen Raum Neuanfänge gestartet wurden. Das Konzept der Komm-In GmbH aus Sternenfels in Baden-Württemberg kann mittlerweile auf eine Vielzahl von Anwendungsfällen zurückblicken und auch das DORV-Zentrum in Jülich-Barmen ist ein Pilotmodell, das an vielen Orten in Nordrhein-Westfalen mit Interesse rezipiert wird.

In der abschließenden Publikumsdiskussion wurde der Frage nachgegangen, ob und in wie weit die Erfahrungen und Ansätze aus diesen Selbsthilfemodellen des ländlichen Raumes auf städtische Siedlungsgebiete übertragbar sein können.

Michael Korb vom Bergischen Regionalladen stellte in seinem Beitrag zum Thema Einzelhandel und Quartiersentwicklung ein Modell mit urbanem Hintergrund vor. Damit schlug er gleichzeitig einen Bogen zur Wohnungswirtschaft. Denn der erste Bergische Regionalladen in Solingen-Hasseldelle wurde in engem Kontakt mit der Wohnungswirtschaft gegründet.

Wohnungsunternehmen beginnen sich mit dem Thema Nahversorgung auseinanderzusetzen. Sie sind nicht nur als Vermieter von gewerblichen Immobilien betroffen, sondern vor allem an der nachhaltigen Vermietbarkeit ihrer Bestände interessiert. Und die ist von einer funktionierenden Nahversorgung abhängig. Die Lebensqualität (nicht nur) der älteren Mieterinnen und Mieter und die Attraktivität ganzer Quartiere sind gefährdet, wenn es keine Nahversorgung und damit auch keine urbane Mitte mehr gibt.

„Selbstbestimmt Wohnen mit Versorgungssicherheit“ ist das Motto der Bielefelder Gemeinnützigen Wohnungsbaugesellschaft. Geschäftsführer Norbert Müller zeigte in seinem Beitrag auf, welchen Stellenwert die BGW unter diesem Oberthema der Nahversorgung beibringt. Damit machte er auch einen Aufschlag für die anschließende Diskussion, bei der es auch um die Rolle der Wohnungswirtschaft ging.

## Entwicklung der Nahversorgung im städtischen Umfeld

*Ralf Beckmann, Stadt + Handel, Dortmund*

### Entwicklung der Nahversorgung im städtischen Umfeld

Städtische Zentren, Orts- und Nebenzentren sind seit jeher durch die Überlagerung unterschiedlicher Funktionen in teils großer Vielfältigkeit geprägt. Gerade in den Ortszentren kleinerer Städte und in den Stadtteilzentren größerer Städte ist die Nahversorgung eine der wichtigsten, wenn nicht gar die wichtigste Funktion. Fehlen Möglichkeiten zur Versorgung mit alltäglichen Gütern oder Dienstleistungen oder sind die Läden in ihrem Bestand gefährdet, dann ist nicht nur die unmittelbare Versorgungssituation der Bewohner betroffen. Vielmehr ergibt sich eine rückläufige Dynamik im Zentrum insgesamt, wenn die Kunden ausbleiben, die Leerstände zunehmen und in der Folge bauliche Erneuerungsmaßnahmen nicht mehr ausgeführt werden.

Vor diesem Hintergrund erstellten die Büros Stadt + Handel und raum + prozess im Auftrag des Deutschen Seminars für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) eine Studie zu Nahversorgungsmodellen zur Stärkung instabiler Zentren. Die Untersuchung umfasste u. a. die Bewertung von Konzepten und Lösungsmöglichkeiten zur Stärkung integrierter Standorte und ihre Übertragbarkeit<sup>1</sup>.

Im Rahmen dieses Beitrags werden ausgewählte Nahversorgungsmodelle vorgestellt, die zugleich einen Beitrag zur Stärkung von Zentren oder Wohnquartieren leisten. Diese werden in den Entwicklungskontext der Nahversorgung im städtischen Umfeld gestellt. Denn der Einzelhandel bildet nach wie vor die wohl wichtigste Leitfunktion der Zentrenbildung. Nahversorgungsangebote sind zudem von hoher Bedeutung für die Wohnqualität und somit strukturbildendes Element der Siedlungsentwicklung.

In diesem Beitrag stehen neben der Betriebsform der Nahversorgungsäden auch strategische und konzeptionelle Ansätze und Instrumente zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung im Fokus. Nahversorgungsäden zeigen, wie in den folgenden Referaten an Beispielen erläutert wird, wie auch auf geringer Verkaufsfläche die Nahversorgung in unterversorgten Räumen gesichert und ein Beitrag zur Zentrenstabilisierung oder Quartiersattraktivierung geleistet werden kann.

Um die Erfolgsfaktoren der Handlungsansätze besser einschätzen zu können, werden zunächst die Begriffe Nahversorgung und Zentren sowohl jeweils für sich hergeleitet als auch in Beziehung zueinander gesetzt. Im Folgenden wird die Bedeutung des Strukturwandels im Einzelhandel hinsichtlich seiner Auswirkungen auf integrierte Standorte aufgezeigt und dessen Ursachen benannt.

### Nahversorgung – ein weit gefasster Begriff

In der Fachliteratur variieren die Definitionen des Begriffs Nahversorgung. Ein Grund dafür ist, dass die Qualität der Daseins-Grundfunktion „Versorgung“ als eine subjektive Empfin-

---

<sup>1</sup> Infos zur DSSW-Nahversorgungsstudie: [www.dssw.de/hd\\_nahve.php](http://www.dssw.de/hd_nahve.php)

dung sich an den unterschiedlichen Bedürfnissen jedes Einzelnen sowie der jeweiligen Ausgangslage orientiert.

Während Grundversorgung primär und unter Einzelhandels Gesichtspunkten betrachtet die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, umfasst, erweitert der Begriff Nahversorgung die Definition der Grundversorgung um die Dimension der Entfernung. Demnach kann hierunter die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen und insbesondere des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort verstanden werden. Der Begriff der Nahversorgung steht damit im Kontext zu den Leitbildern der europäischen Stadtentwicklung. Insbesondere die Prinzipien der Stadt der kurzen Wege, der stadtverträglichen Mobilität, sowie der dezentralen Konzentration seien hier benannt.

Über die Nahversorgung im engeren Sinne hinausgehend, werden in einer erweiterten Definition, die sich nicht nur auf Angebotsformen des Einzelhandels bezieht, je nach Ausprägung auch einzelhandelsnahe Dienstleistungen, wie z. B. Banken, Sparkassen und Postdienstleistungen, Handwerksleistungen wie Friseure sowie teilweise auch Gastronomieangebote, Bildungseinrichtungen, Kulturangebote und die medizinische Versorgung (Ärzte, Apotheken etc.) erfasst.

### **Zentren – Orte städtebaulich-funktionaler Mischung und Dichte**

Der Einzelhandel stellt in der Regel die wichtigste Grundfunktion der Zentrenbildung dar. Zentren verfügen darüber hinaus über eine unterschiedliche Mischung aus einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Gastronomieangeboten, sozialen, kulturellen und kirchlichen Einrichtungen und nicht zuletzt aus Ämtern und Behörden. Der Ausstattungsgrad variiert je nach Zentralität, Einwohnerzahl, Kaufkraftpotenzial und siedlungsräumlicher Verflechtung des Zentrums und bildet einen städtebaulich-funktional vielfältig geprägten Kulminationspunkt seiner Umgebung. Die zentrale Funktion ist verknüpft mit einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln. Die städtebauliche Überlagerung verschiedener Funktionen wird durch den Begriff des zentralen Versorgungsbereichs als Schutzgut im BauGB gefasst und von den jeweiligen Landesplanungen teilweise konkretisiert.

### **Nahversorgung – Impulsgeber für die Zentrenbildung**

Auch wenn der von mir verwendete Begriff der Nahversorgung mehr als Lebensmittel umfasst, so zeigt der Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft für die Waren des kurzfristigen Bedarfsbereichs von rund 50 % doch deren hervortretende Bedeutung (vgl. z. B. BBE 2006). Von Einzelhandelsangeboten an Lebensmitteln und Drogeriewaren gehen angesichts der hohen Kaufkraftanteile, verbunden mit der hohen Periodizität der Sortimentsgruppen, wichtige Impulse für die Besucherfrequenzen an einem Standort aus.

Die Nahversorgung, d. h. der Zugang zu Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs, trägt also erheblich zur Vitalität eines Einzelhandelsstandorts und somit auch zur Vitalität eines Ortsteil- oder Stadtzentrums bei. Sie

- ist ein bedeutender Frequenzbringer für das Zentrum,

- trägt zur wirtschaftlichen Belebung weiterer Einzelhandels-, Gastronomie-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe in den Zentren bei,
- erhöht die Besucher- und Nutzerzahl in benachbarten kulturellen, sozialen sowie den anderen öffentlichen Einrichtungen und
- beinhaltet nicht zuletzt neben der reinen Versorgungsfunktion auch eine bedeutende soziale Komponente und ist als solche ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe und Identifikation.

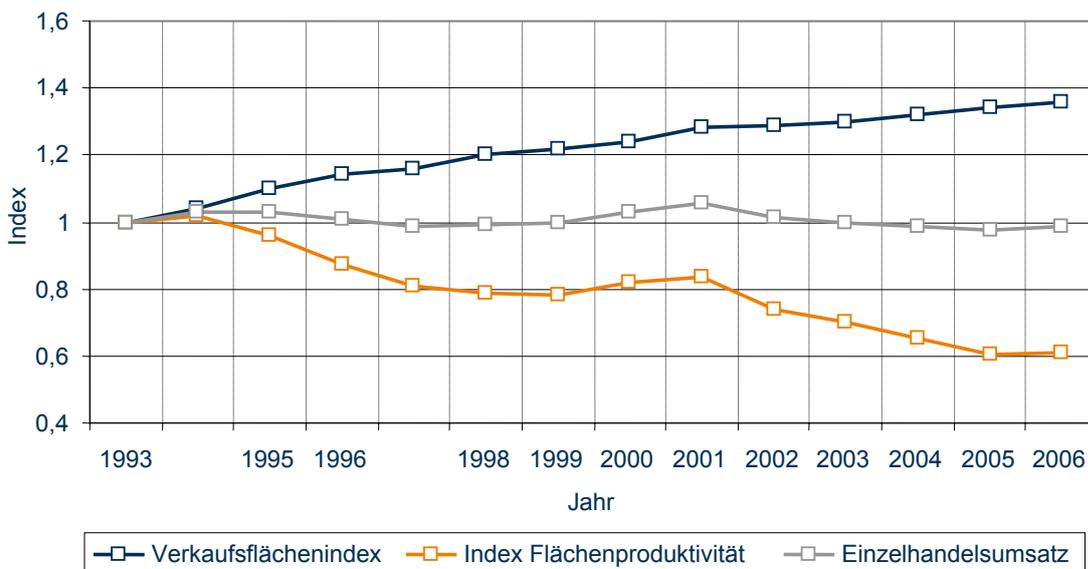


Lebensmittelanbieter sind Frequenzbringer auch für mittelgroße Zentren und Zentrenrandlagen großer Städte  
Quelle: eigene Abbildungen

### Strukturwandel im Einzelhandel...

Auch wenn der Einzelhandel nach wie vor die Leitfunktion der Zentrenbildung darstellt, verändert sich dessen Ausprägung angesichts der ungebrochenen Dynamik des Strukturwandels.

#### Entwicklung ausgewählter Einzelhandelskennwerte (1993 – 2006)



Quelle: eigene Darstellung

Die Expansion der discountorientierten Lebensmittelanbieter erfolgt vielfach durch eine Verlegung ihrer Standorte in Bereiche außerhalb von gewachsenen Zentren mit ausgezeichneter Kfz-Verkehrsanbindung, einer großzügigen Stellplatzzahl, optimierter Logistik-

andienung und optimaler optischer Präsenz. Das Angebots beinhaltet bei Lebensmitteldiscountern gezielte, teils mehrmals wöchentlich wechselnde Angebotsergänzungen mit Non-Food-Artikeln, die in ihrer Sortimentsgruppe nicht selten erhebliche Marktanteile für den Angebotszeitraum erreichen und somit in Konkurrenz zu den anderen lokalen und regionalen Anbietern, insbesondere in den städtebaulich gewachsenen Zentren, treten. Die Sortimentsgestaltung, bei der im Jahresverlauf oft mehrere tausend Artikel aus nahezu allen Warengruppen angeboten werden, führt zu weiterer Steigerung der Sortimentsattraktivität und entzieht sich in der Praxis bisher weitgehend den bauplanungsrechtlichen Steuerungsinstrumenten. Auch Vollsortimentsanbieter vollziehen diese Entwicklung hinsichtlich Standortwahl und Angebotsausweitung mittlerweile – wenn auch in geringerem Umfang – nach.

Während bestehende Nahversorgungsanbieter je nach Wettbewerbssituation noch mit rd. 500 bis 600 m<sup>2</sup> bei Discountern und rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bei Vollsortimentern betrieben werden, liegen die Markteintrittsgrößen je nach bauplanungsrechtlicher Zulässigkeit für neue Standorte mittlerweile bei (teilweise deutlich) über 800 bis 1.000 m<sup>2</sup> bei Discountern und bei ca. 1.500 m<sup>2</sup> bei Vollsortimentern. Damit bewegen sie sich in der Größenordnung kleiner Verbrauchermärkte, die in den gewachsenen städtebaulich-funktionalen Zentren nicht immer ohne Weiteres untergebracht werden können.

### ...und die Auswirkungen auf Zentren und sonstige Standorte

Die Nahversorgungsanbieter setzen neben den weiter wachsenden Verkaufsflächen vor allem auf gute verkehrliche Erreichbarkeit für Kunden und störungsfreie Anlieferung. Dabei sind zunehmend Ansammlungen von Betrieben unterschiedlicher Branchen in Fachmarktzentren oder entlang von Ausfallstraßen zu beobachten. Auch die unmittelbare Nachbarschaft mehrerer Lebensmittelanbieter zueinander wird gezielt realisiert und bietet für die Kunden erhöhte Kopplungsattraktivität.



Standortstrukturwandel: Betriebsagglomeration, verkehrsgünstige Lagen, Konversionsflächen

Quelle: eigene Bilder

Die städtebaulich gewachsenen Lagen haben in diesem Prozess erhebliche Probleme, sowohl ihre Attraktivität als auch ihre ökonomische Bedeutung zu behaupten oder gar auszubauen. Die kleinteilige und wohnortnahe Angebotsstruktur wird angesichts der Standortpräferenzen des Einzelhandels zunehmend ausgedünnt, wodurch insbesondere weniger mobile Bevölkerungsgruppen Nachteile erleiden. Sofern Standorte in Wohnquartieren noch realisiert werden, so meist nur bei gleichzeitig gut frequentierter Kfz-Verkehrslage.

Die Ausdünnung des Angebotsnetzes trifft neben Standorten in Wohnquartieren vor allem Standorte in den städtebaulich-funktional geprägten Zentren. Auf die Nahversorgung in Großstädten bezogen, sprechen Junker/Kühn von der Entwicklung hin zu einer „hierarchie-armen Versorgungsstruktur, die die Versorgung relativ gut sichert, aber die Zentren schwächt“ (Difu 2006,10).



Ungewisse Zukunft für städtebaulich integrierte Standorte der Quartiersversorgung

Quelle: eigene Bilder

Gerade kleinere Zentren verfügen häufig nicht über genügend Kopplungsattraktivität, um sich gegenüber den neuen bzw. attraktiveren Standorten zu behaupten. Mit dem Verlust der Nahversorger gehen zugleich wichtige Frequenzbringer für die Ortsteil- und Stadtzentren verloren: Ein Nahversorgungsbetrieb mit rund 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in zentraler städtischer Lage spricht im Durchschnitt täglich bereits rund 800 bis 1.200 Kunden an (EHI 2005, 279).

Rückläufige Frequenzen berühren schließlich auch weitere innenstadtrelevante Nutzungen. Dieser Bedeutungsverlust gilt angesichts der anhaltenden Betriebs- und Standortkonzentration für das ehemals dichte Netz der wohnungsnahen Grundversorgung durch kleine Nahversorgungs- und Stadtteilzentren bis hin zu Ortsmitten und Innenstadtzentren kleinerer Städte in vielen Regionen Deutschlands.

Wie kann auf Basis dieser Ausgangslage eine Stärkung gerade der kleinen Ortszentren und der Versorgungsstandorte der Quartiere erreicht werden?

Einerseits ist die Rückkehr kleinerer Nahversorgungsflächen prognostiziert, andererseits bleibt fraglich, wie „Tante Emma“ und „Onkel Ali“ im modernen Gewand dauerhaft wirtschaftlich betrieben werden können. Einzelhandels- und Zentrenkonzepte entwickeln zunehmend ihre angestrebte Steuerungswirkung durch zusätzliche Instrumente der letzten BauGB-Novellen, allerdings ist der politische Wille zur bauplanungsrechtlich konsequenten Umsetzung als einschränkender Faktor zu sehen.

Was müssen Nahversorgungs- bzw. Einzelhandelskonzepte leisten, um ihrer Zielstellung gerecht zu werden bzw. um eine solide Grundlage zur Steuerung der Bauleitplanung darzustellen?

**Bandbreite recherchierter Beispiele zur Nahversorgung**

Quelle: eigene Darstellung

Die aufgezeigten Entwicklungen des Standortstrukturwandels sind nicht unausweichlich. Die vorstehende Abbildung zeigt einen Teil der Bandbreite bereits existierender Nahversorgungsmodelle auf.

Die Beispiele dieses Beitrags zeigen die Möglichkeiten der Zentren- und Quartiersstärkung durch Nahversorgungssicherung auf, die sich durch positive Akteurskonstellationen, politischen Willen und Konsequenz sowie ökonomisches Geschick auszeichnen.

Es gibt erfolgreiche Modelle zur Sicherung der Nahversorgung auch für Standorte, die für Discounter und Supermärkte nicht oder nicht mehr attraktiv sind. Die Nahversorgungsläden sind dabei mehr als reine Lückenfüller. Sie haben den alten Kittel der Tante Emma abgelegt und erscheinen in einem modernen Gewand.

Es gibt nicht *die eine übertragbare Lösung*. Die verschiedenen Konzepte sind nicht einfach kopierbar. Die Nahversorgungsläden müssen auf die lokale Situation und vor allem auf die Kunden vor Ort ausgerichtet sein. Wichtige Bestandteile dafür sind eine starke Qualitäts- und Serviceorientierung, die Integration von unterschiedlichen (Dienst-) Leistungen, das Angebot von Frischwaren und regionalen Produkten sowie das Engagement des Betreibers am Standort.

Für weitergehende Informationen, auch hinsichtlich der Aktivitäten der Wohnungswirtschaft, sei hier, über die in Kürze erscheinende Veröffentlichung des DSSW hinaus, auf das Hamburger Forum Nahversorgung am 23.10.2007 verwiesen ([www.nahversorgungstag.de](http://www.nahversorgungstag.de)).

**Nahversorgungsläden: „Tante Emma“ im neuen Gewand**

Nahversorgungsläden stellen die Weiterentwicklung der klassischen „Tante Emma“ durch innovative Konzepte dar. Sie haben sich darauf spezialisiert, Güter und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs auf kleiner Verkaufsfläche anzubieten, in der Regel auf zwischen 150 und 700 m<sup>2</sup>. Damit bleiben sie vielfach deutlich unter den Betriebsgrößen von Supermärkten, Discountern und Verbrauchermärkten.

Die expandierende Betriebsform der Nahversorgungsläden kann zu den Convenience Stores gezählt werden. Der so genannte Vergesslichkeits- und Bequemlichkeitseinkauf (Convenience) nimmt einen hohen Stellenwert ein.

Auch die Innenausstattung weist Merkmale der Convenience Stores auf. Die Ladeneinrichtung lässt Tante Emmas Holzdekor weit hinter sich und setzt auf freundliche Beleuchtungskonzepte, einheitliches und modulares Möbeldesign, sowie multifunktionale Bedientheken anstelle von Fließbandkassen. Dennoch unterscheiden sich die Nahversorgungsläden von den „typischen“ Vertretern der Convenience Stores: Während das Sortiment in Tankstellenshops, Bahnhofsmärkten und Kiosks schmal und flach ist, haben Nahversorgungsläden ein breiteres und tieferes Angebot und liegen eher in zentraleren Lagen.

### **Kleinflächenkonzepte: „Tante Emma“ als Serie**

Einen Schwerpunkt der neuen Nahversorgungsläden stellen sogenannte Kleinflächenkonzepte dar. Diese standardisierten Nahversorgungsläden zeichnen sich als Ladenketten durch ein einheitliches Erscheinungsbild aus, werden aber in der Regel eigenständig von selbständigen Kaufleuten, von Genossenschaften und Bürgergesellschaften oder ehrenamtlich von einem Verein geführt.

Die Kleinflächenkonzepte haben gemeinsam, dass eine vertragliche Bindung an einen Großhandelspartner besteht, der auch verantwortlicher Konzeptgeber ist. Kleinflächenkonzepte sind also als eine Form des Franchisings zu definieren. Der Handelspartner liefert einen Großteil der angebotenen Waren und bedient damit den Baustein Grundversorgung. Weitere Bausteine, wie Dienstleistungen und Treffpunkt, werden von den Ladenbetreibern selber organisiert, wobei der Konzeptgeber oft beratend zur Seite steht. In der Mehrzahl sind Kleinflächenkonzepte auf Verkaufsflächen zwischen 150 und 600 m<sup>2</sup> und auf Einzugsbereiche ab etwa 1.000 Einwohnern ausgerichtet. Seit einigen Jahren existieren inzwischen die von der Großhandelsseite strategisch entwickelten Betriebsformen, wie etwa "Um's Eck" oder "IK – Ihr Kaufmann" mit einer dreistelligen Zahl von Verkaufsstellen, einige Anbieter sind bundesweit tätig, andere auf eine regionale Verbreitung beschränkt.

Die Bindung an das Franchisekonzept beinhaltet gegenüber einem vollständig unabhängig geführten Nahversorgungsladen einige Vorteile. Durch den Konzeptgeber findet meist eine Gründungsberatung mit einer Standortanalyse, einer Beratung zur Objektauswahl und zur geeigneten Betriebsform statt. Beraten wird auch zu Einrichtungsmodulen und zur Sortimentszusammensetzung. Die Gründung oder die Neukonzeption eines bestehenden Nah-



Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters: Stabilisierung der Quartiersversorgung durch Aktivität der Wohnungsgesellschaft in Dortmund-Löttringhausen

Quelle: eigene Bilder

versorgungsladens erfolgt durch diese professionelle Unterstützung auf einer wirtschaftlich fundierten Basis. Die Risiken der Gründungsphase werden durch den Handelspartner reflektiert und schon hierdurch abgedeckt. Nähere Informationen hierzu finden sich in den weiteren Beiträgen der Tagungsveranstaltung.

Nahversorgungsläden gewährleisten zunehmend nachfragegerecht und wirtschaftlich tragfähig die Nahversorgung für Orts- und Stadtteile und bilden dabei häufig einen städtebaulichen Nukleus für die Zentrenstärkung. Auch für Wohnungsunternehmen bieten sich Handlungsoptionen zur Ansiedlung von Nahversorgungsanbietern, was meist eine Verbesserung der Wohnstandortqualität darstellt. Neben Ansiedlungen von Nahversorgungsanbietern leisten auch sonstige Maßnahmen zur Qualitätssicherung von Nahversorgungsangeboten an den Wohnstandorten Beiträge zu deren Stabilität und somit auch zur Wirtschaftlichkeit der nahversorgten Bestandsquartiere für die Wohnungsunternehmen. So sind beispielsweise in Dortmund-Löttringhausen durch die aufwändige Ansiedlung eines Lebensmittel-discounters weitere Anbieter im Zentrum der Großwohnsiedlung gehalten worden; ein kleiner Markt konnte sich etablieren.

Solche Chancen vor Ort zu nutzen, leistet nicht nur einen Beitrag zu lebendigen Stadt- und Ortsteilen, sondern auch zur Attraktivitätssteigerung des eigenen Wohnungsbestandes in Zeiten des demografischen Wandels.

Die Renaissance der Nahversorgungsläden ist nur ein Ausschnitt der Entwicklung für die größer gewordenen Lücken im größer werdenden Netz der wachsenden Betriebsgrößen. Aus ihrer Bedeutung für die zunehmende Zahl von räumlich unterversorgten Gebieten lässt sich die ihnen entgegen gebrachte Aufmerksamkeit erklären. Die „klassischen“ Nahversorgungsanbieter, die sogenannten Vollsortimenter in Form von Supermärkten und kleinen Verbrauchermärkten sowie die Lebensmitteldiscounter sind gleichwohl weiterhin und auch zukünftig die am Markt dominanten Betriebsformen, welche auch quantitativ die Versorgungsstrukturen prägen.

### **Hintergründe der Standortentwicklung**

Zentrale Standorte für die überwiegend großflächigen Betriebsformen ausfindig zu machen, sowie den Bestand der vorhandenen Nahversorgungseinrichtungen in den Zentren zu sichern, sind allerdings keine leichten Aufgaben. Schwierige Grundstückszuschnitte, unklare Eigentums- und Erbfolgefragen, sowie die vielfältigen Anforderungen der Fachbehörden hinsichtlich der verkehrlichen Erschließung, des Lärmschutzes oder des Denkmalschutzes seien nur beispielhaft genannt, um zu verdeutlichen, dass sich die Bestandsmaßnahmen um ein Vielfaches aufwändiger darstellen als Neubaumaßnahmen auf der grünen bzw. grauen Wiese.

Vielfach wird argumentiert, dass aufgrund der kompakten baulichen Struktur keine Entwicklungsflächen in einem Zentrum vorhanden seien. Hiermit sind in der Regel unbebaute Grundstücksflächen entsprechender Größe gemeint. Diese Argumentation verkürzt Projektentwicklung auf ihre kostengünstigste und unkomplizierteste Variante. Sie rührt aus zwei Sachverhalten: Bebaubare Freiflächen in den Zentren sind zunächst in der Regel teurer als am Siedlungsrand oder in anderen städtebaulich weniger verdichteten Gebieten. Zudem ist die Entwicklung oder Umgestaltung von Flächen im – bebauten wie unbebau-

ten – Bestand teilweise erheblich aufwendiger. Für die Betreiber stellen sich die Verkehrsanbindung und die Stellplatzsituation nicht optimal dar.

### **Entwicklungsflächen in den Zentren vorhanden**

Daher sind Entwicklungsflächen in den meisten Zentren oder in deren unmittelbarem Umfeld vorhanden, wenn man Entwicklungsflächen nicht allein als derzeit brachliegende Fläche versteht, sondern Unternutzungen und perspektivische Entwicklungen einbezieht. Allein die aufgegebenen Nutzungen der Bahn und der Post, der Kirchen, des Militärs oder der Kommunalverwaltung, sowie industrieller Fertigungsbetriebe oder aufgegebenen sonstiger Handelsnutzungen zeigen die Fülle von, immer wieder auch in zentralen Lagen entstehenden, Flächenoptionen. Zudem kann vielfach die Überplanung bestehender Nutzungen in Betracht gezogen werden. Eine Vielzahl von erfolgreichen und belebenden Kaufhäusern und großflächigen Fachgeschäften, von Galerien und integrierten Einkaufszentren in den heutigen Zentren konnten nur durch Umbau und Umnutzung des vorherigen Baubestands entstehen.

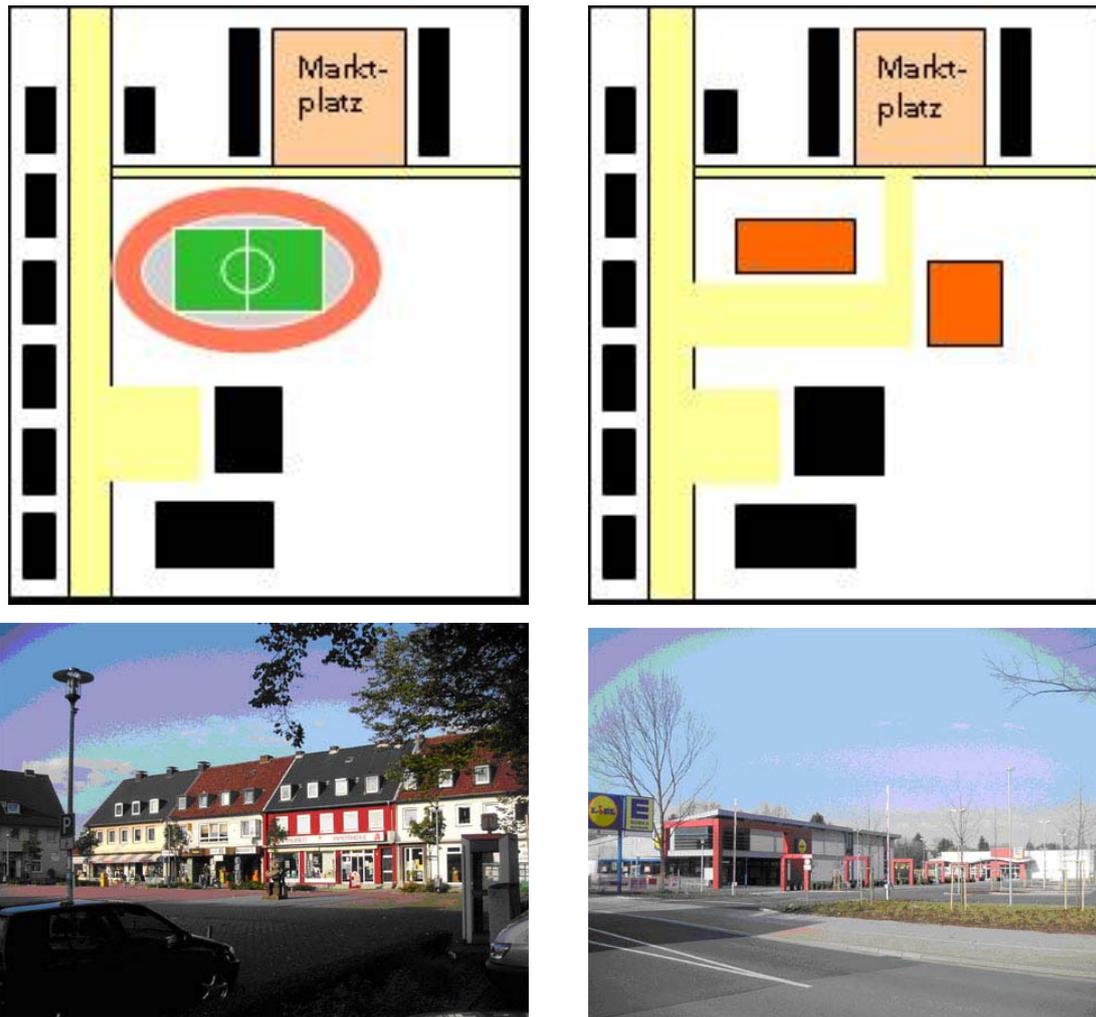
### **Städte und Gemeinden – Akteure mit vielfältigen Handlungsmöglichkeiten**

Die Städte und Gemeinden nehmen bei der Steuerung ihrer Einzelhandelsentwicklung eine entscheidende Rolle ein. Die Standortentwicklung der vergangenen Jahre folgt einerseits zwar vielfach den Wünschen der Projektentwickler und Handelsunternehmen. Sie wird jedoch andererseits durch entsprechende bauleitplanerische Zulässigkeit der Vorhaben durch die Standortkommunen begleitet. Das Bewusstsein der zuständigen Fachämter für die Bedeutung der Standortwahl von Lebensmittelanbietern nimmt angesichts der beschriebenen Entwicklungen in den kleinen Zentren zu. Die Notwendigkeit, durch bauleitplanerische Steuerung die Nahversorgung in den Wohngebieten und Zentren zu gewährleisten, erfordert den Ausschluss an nicht gewünschten Standorten.

Zu den Erfolgsfaktoren zählen, das zeigt die DSSW-Studie, insbesondere die frühzeitige Einbindung von Maßnahmen in ein gesamtstädtisches Entwicklungskonzept, sowie eine aktivierende Unterstützung der innerstädtischen Standortentwicklung. Der Umsetzungserfolg kann durch die Einbindung in ein Standortmanagement zusätzlich erhöht werden.

### **Einzelhandelskonzepte**

Einzelhandelskonzepte sollten die Nahversorgungsstruktur in besonderem Maß behandeln. Kommunale Entwicklungsstrategien sollten durch eine fachliche Abstimmung in der Region, etwa mit einem regionalen Einzelhandelskonzept, begleitet werden, um die Steuerungsfunktion für die Zentren zu verstärken und zugleich Ansiedlungsprozesse zu beschleunigen. In Sortimentslisten sollten daher – als Steuerungsgrundlage für die Bauleitplanung – neben zentrenrelevanten auch nahversorgungsrelevante Sortimente benannt und für das räumlich-funktionale Steuerungskonzept berücksichtigt werden. Eine bauplanungsrechtlich relevante Kennziffer bildet die Schwelle zur Großflächigkeit bei 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Im Rahmen von Einzelhandels- und Nahversorgungs Konzepten können für nahversorgungsrelevante Vorhaben in Zentren gezielt größere Verkaufsflächen als zulässig vorgesehen werden, um dort Standortvorteile gegenüber den sonstigen Standorten wie z. B. Gewerbelagen zu erreichen.



Beispiel Unna-Königsborn Struktur vor und nach der Maßnahme, Marktplatz mit kleinteiliger Struktur und neuen Märkten mit Parkplatzangebot und Verbindungsfunktion

Quelle: eigene Abbildungen.

Sofern Kommunen ihre räumlich-funktionale Entwicklung mit der Aufstellung von Einzelhandelskonzepten und deren planungsrechtlicher Absicherung durch die Bauleitplanung konsequent auf ihre Zentren ausrichten, dort zugleich attraktive Standortbedingungen schaffen und dortige Ansiedlungen positiv begleiten, wird die Lenkungswirkung auch den Lebensmitteleinzelhandel, und somit einen wesentlichen Frequenzerzeuger, einschließen.

### Flächenmobilisierung und Zentrenumbau

Die Ausgangslage vieler Stadtzentren mit dichter Baustruktur, veralteten Ladenzuschnitten, begrenzt erscheinenden Erweiterungspotenzialen und häufig unkomfortabler Pkw-Erreichbarkeit spricht dabei nicht zwangsläufig gegen die Bestandspflege und die Neuansiedlung von modernen Nahversorgungsbetrieben. Die Anforderungen der Unternehmen an das Gebäude, an Stellplätze und Belieferungswege scheinen zunächst selbst in bereits von Leerständen geprägten Zentren nicht vollständig erfüllbar zu sein. Die Verlagerung der in den Stadtteil- und Ortszentren ansässigen Betriebe an wesentlich einfacher zu entwickelnde periphere Standorte kann sowohl durch restriktive Maßnahmen an unerwünschten Standorten, als auch durch Erleichterungen und Attraktivierung der Zentrenentwicklung

gestoppt, wenn nicht gar umgekehrt werden. Auch Neuansiedlungen marktüblicher und meist großflächiger Nahversorgungsbetriebe in zentralen Lagen sind möglich, wenn die Kommunen Flächenmobilisierung aktiv begleiten, wie an zahlreichen Beispielen deutlich wird.

So weist der Marktplatz in Unna-Königsborn als ursprüngliches Stadtteilzentrum abseits der Hauptverkehrslage nur geringe Geschäftsgrößen auf. Durch Umnutzung des benachbarten Sportplatzes durch zwei Lebensmittelmärkte in der bisher für Besucher des Stadtteilzentrums nicht nutzbaren räumlichen Mitte von Unna-Königsborn entstand eine räumlich-funktionale Verbindung zu den bereits bestehenden zusätzlichen Versorgungsangeboten entlang der stark frequentierten Durchgangsstraße.



Beispiel Hennef-Uckerath: Stark frequentierte Ortsdurchfahrt mit beengten baulichen Strukturen und die durch weitere Siedlungsentwicklung integrierte, neu geschaffene Marktplatzsituation mit Parkplatzangebot und Außengastronomie

Quelle: eigene Bilder

In Hennef- Uckerath wurde das Ortsteilzentrum entlang der Durchgangsstraße durch hohe Verkehrsbelastung und geringe Entwicklungsmöglichkeiten geprägt. Eine neu geschaffene Platzsituation am unmittelbaren Rand des vorherigen Zentrums schafft Platz für großflächige Betriebe und neue Aufenthaltsqualität.

Private Investoren tragen den höheren Aufwand im Vergleich zu anderen Standorten in den Zentren umso eher, je verlässlicher die Einzelhandelsentwicklung sonstiger Standorte ausgeschlossen wird.

### Fazit

Das Bewusstsein für die Standortentwicklung der Nahversorger wächst, die Zentren rücken wieder stärker in den Blick der Planung. Falls Kommunen ihre räumlich-funktionale Entwicklung auf die Zentren ausrichten, ist der konsequente Einsatz der planungsrechtlichen Instrumente unverzichtbar.

Der Lebensmitteleinzelhandel sollte als wesentlicher Frequenzerzeuger für die kleineren Zentren dabei im Mittelpunkt stehen. Die frühzeitige Einbindung potenzieller Partner aus den Reihen der Wohnungsunternehmen und Banken, Bürgergruppen und mutigen Gründer, Berater des Großhandels, der Industrie- und Handelskammern, Einzelhandelsverbän-

de und Händlervereinigungen in kommunale Planungen zielt auf langfristigen Erfolg. Die Sicherung der Nahversorgungsfunktion und eine nachhaltige Stärkung städtebaulich-funktionaler Zentren können auf viele Partner vertrauen. Die Umsetzung braucht allerdings Konsequenz und einen langen Atem.

### **Literatur und Weblinks**

BBE (2006): Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

Deutsches Institut für Urbanistik (Difu) (Hrsg. /2006):

Nahversorgung in Großstädten. Difu-Beiträge zur Stadtforschung 47. Berlin.

DSSW (Hrsg. / 2007): Nahversorgungsmodelle zur Stärkung instabiler Zentren. Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin. Veröffentlichung in Vorbereitung.

EHI (2005): Handel aktuell 2005/2006. Köln.

Infos zur DSSW-Nahversorgungsstudie: [www.dssw.de/hd\\_nahve.php](http://www.dssw.de/hd_nahve.php)

Infos zum Hamburger Forum Nahversorgung: [www.nahversorgungstag.de](http://www.nahversorgungstag.de)

## Verbindung von Einzelhandel und öffentlichen / privaten Dienstleistungen – Ein Modell für ländliche und urbane Räume?

*Michael Gutjahr, Komm-In GmbH in Sternenfels*

Die KOMM-IN GmbH Sternenfels wurde 1999 von Willi Asperger und Michael Gutjahr gegründet. Mit einem erfahrenen Beraterteam steht die KOMM-IN GmbH heute Kommunen, Banken, Genossenschaften, Bürgerbewegungen und Institutionen bundesweit für die Themenbereiche Nahversorgung und bezahlbarer Erhalt von Flächenpräsenz zur Verfügung. Dabei werden neben konkreten, praktischen Hilfestellungen durch Beratung und Begleitung auch ein System zur Sicherung und Erweiterung der Nahversorgungsstruktur angeboten.

Michael Gutjahr, Mitbegründer und Geschäftsführer der KOMM-IN GmbH war selbst 13 Jahre Hauptamtsleiter in der kleinen, innovativen Gemeinde Sternenfels, die sich sehr intensiv mit der Dorfentwicklung auseinandersetzt und dabei bundes- und europaweit für Aufmerksamkeit gesorgt hat und heute noch sorgt. Alles was nachfolgend vorgestellt wird, konnte in der Praxis erprobt werden; es sind keine theoretischen, rein wissenschaftlichen Modelle, sondern pragmatische und greifbare Lösungen.

### Das KOMM-IN in Sternenfels



Von links nach rechts: das KOMM-IN in Sternenfels – moderner Anbau an einem früheren Fabrikgebäude; Beratungszone für die unterschiedlichen Partner des KOMM-IN; auch Tchibo ist Partner in Sternenfels

Quelle: KOMM-IN GmbH

### Rückzug der Nahversorgung aus der Fläche

Mit den nachfolgenden Ausführungen wird auf ein seit Jahren bekanntes Problem aufmerksam gemacht – auf den Rückzug vieler Dienstleister aus der Fläche und auf das Aussterben von Nahversorgungseinrichtungen in den Kommunen. Gleichzeitig wird ein Lösungsweg aufgezeigt und das KOMM-IN System als ein Schrittmacher für die Nahversorgung vorgestellt.

Deutschland wird ja oft als Dienstleistungswüste dargestellt – wir meinen, dass mit KOMM-IN eine Serviceoase geschaffen wurde!

Zur thematischen Einordnung wird zunächst die Ausgangssituation der Nahversorgungsproblematik in den Kommunen erläutert. Im Anschluss beschreibt das KOMM-IN Geschäftsmodell einen Lösungsweg für die aufgezeigte Problematik und abschließend wird der Frage nachgegangen, wie die einzelnen Schritte zu einem KOMM-IN Dienstleistungszentrum oder einem KOMM-IN Markt aufgebaut sind.

Die Tageszeitungen berichten täglich von dem gravierenden Ladensterben in ländlichen Kommunen, aber auch in vielen Stadtteilen und städtischen Wohnquartieren. Für Baden-Württemberg sagen Verbände voraus, dass in absehbarer Zeit in mehr als der Hälfte aller Kommunen zukünftig keine hinreichende Nahversorgung mehr vorhanden sein wird. Die Definition von Nahversorgung ist dabei weit gefasst: Neben der Lebensmittelversorgung gehört auch der gesamte Dienstleistungsbereich dazu: Frisör, Arzt, Apotheke, Gastronomie – wir würden selbst den Arbeitsplatz am Wohnort zur Nahversorgung zählen. Die über Jahrhunderte gewachsenen wirtschaftlichen Strukturen des Handels, der Dienstleistung, des Lebensmittelhandwerks, der Versorgung der Bevölkerung in unseren Kommunen sind in wenigen Jahren nicht nur ins Wanken gekommen, ja sie drohen komplett wegzubrechen. Eine Kommune als ein Lebensraum ohne Wirtschaftsleben wird zu einer reinen Schlafstatt.

Viele Menschen haben noch nicht verstanden, dass Nahversorgung Lebensqualität bedeutet. Dies wird erst deutlich, wenn die Nahversorgung Lücken aufweist.

Schauen wir auf die demografische Bevölkerungsentwicklung in Deutschland, so sehen wir sehr deutlich, dass wir in den nächsten Jahren in vielen Kommunen Einwohner verlieren und Ortschaften überaltern werden. Nur die Standorte werden in Zukunft bestehen und für junge Familien attraktiv sein, die eine ausreichende Nahversorgungsstruktur, eine optimale Standortqualität, ein ideales Wohn- und Versorgungsumfeld haben. Auch nur an diesen Standorten wird es möglich sein, geschaffene Werte zu erhalten und nicht in einen inflationären Verfall von Grundstücks- und Gebäudepreisen zu geraten. Der Erhalt einer Grundinfrastruktur ist gerade auch für die Wohnungswirtschaft ein elementares, ja sogar existenzielles Thema.

Die Post hat bereits vor Jahren durch ihre Privatisierung eine Zentralisierung ihrer Filialstrukturen begonnen. Unrentable Filialen in kleinen Orten wurden geschlossen, in größeren Orten zu Agenturen umgewandelt. Die Postuniversaldienstleistungsverordnung (PUDLV) hat die Rahmenbedingungen für die Zuteilung der Postversorgung geregelt. Der bevorstehende Wegfall der Monopolstellung der Post wird zu einer weiteren Einschränkung der postalischen Versorgung respektive zum Herauspicken attraktiver Regionen und einer Mangelversorgung ländlicher Standorte führen. Schon jetzt kürzt die Post die Vergütungen der privaten Postagenturen – mit der Folge einer weiteren Reduzierung der Angebote.

Einen weiteren Einschnitt wird es in der Bankenwelt geben. Fusionen und damit verbundene Filialschließungen wirken sich auf die Nahversorgungsangebote in den Kommunen aus. Die enorme Bankendichte in Deutschland im Vergleich zu Amerika ist die eine Seite, die andere Seite ist es, dass wir oftmals nicht die Fantasie und den Mut haben, neue Lösungen zu suchen und zu wagen. Allein in Baden-Württemberg wurden in den letzten 15 Jahren über 1.000 Sparkassenfilialen geschlossen.

Auch das Verhalten der Verbraucher hat sich verändert. Neben der Preisorientierung sind uns heute Erlebnis- und Freizeitshopping wichtig. Man möchte etwas geboten bekommen. In der Lebensmittelbranche hat es auch große Veränderungen gegeben. Wir sprechen von der „Aldiisierung der Nahversorgung“. War noch vor wenigen Jahren ein Lebensmittelmarkt mit 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aktuell, so sind wir heute bei mindestens 1.000 m<sup>2</sup>. Viele Anbieter benötigen Grundstücksgrößen ab 5.000 m<sup>2</sup>, gehen von täglich 1.200 Kunden und einem Marktanteil von 20-30 % aus und erwarten Einzugsgrößen ab 9.000 Einwohnern. Dies

zeigt, wohin die Reise gehen wird. Der traditionelle Lebensmittel-Einzelhandel stirbt, wegen die großen Anbieter wie Aldi Zuwachsraten verzeichnen – eine oligopolistische Struktur entwickelt sich zusehends.

Daher ist schon darüber zu diskutieren, ob Nahversorgung bzw. ihre Regulierung vor Ort in der Zukunft noch stärker zur Aufgabe für die Kommunen, zur Daseinsvorsorge wird. Hierzu einige Thesen:

Nahversorgung als strukturpolitisches Thema des ländlichen Raumes ?

- Wirtschaft baut nur noch in den Ballungsräumen
- Bevölkerung im ländlichen Raum muss auf Nahversorgung verzichten
- Bevölkerung im ländlichen Raum muss höhere Kosten akzeptieren

Nahversorgung als kommunale Aufgabe ?

- Kommunen als Betreiber von Nahversorgungseinrichtungen
- Kommunen als Förderer von Nahversorgungseinrichtungen
- Kommunen als Initiatoren von Nahversorgungseinrichtungen

Nahversorgung als gesellschaftliche Herausforderung für alle Bürger

- Nahversorgung ist Lebensqualität
- Bürger investieren selbst in „ihre“ Nahversorgung – Genossenschaftsmodell

Es gibt heute schon Kommunen, die Nahversorgungsinitiativen unterstützen und Projekte mit der Bürgerschaft gemeinsam begleiten. Jede Kommune muss sich die gestellten Fragen und Aufgaben selbst beantworten und lösen. Wir meinen, dass die Kommune eine Steuerungs- und Regulierungsaufgabe hat.

Es ist entscheidend auf anstehende Veränderungen rechtzeitig zu reagieren und möglichst früh schon die Weichen zu stellen. Oft ist es so, dass Einrichtungen wie die Post, dann nicht mehr zu retten sind, wenn die Agenturverträge erst einmal gekündigt sind. Dasselbe lässt sich im Bereich der Banken beobachten: Wenn auf den Vorstandsetagen erst einmal die Entscheidung zur Schließung einer Filiale getroffen ist, lässt sich daran nichts mehr verändern.

Es gibt in Baden-Württemberg eine Reihe von Konzepten für das Thema Lebensmittelversorgung, die mehr oder weniger geeignet und wirtschaftlich tragfähig sind. Diese Konzepte sind aber Insellösungen und sollten immer mit einer ganzheitlichen Nahversorgungsstrategie einhergehen.

### **Die Genossenschaft – Wiederentdeckte Bürger(Solidar)gemeinschaft**

In Zeiten, in denen sich der Staat, insbesondere angesichts der Verknappung zur Verfügung stehender Ressourcen, aus der sozialen Verantwortung zurückzieht, gewinnt der traditionelle Gedanke genossenschaftlicher Solidarität wieder besonders an Bedeutung. Dies trifft im Grunde genommen alle Bereiche des täglichen Lebens und der Daseinsvorsorge.

Die Genossenschaft ist ein Zweckbündnis ohne abgeschlossenen Mitgliederkreis. Sie schöpft ihre wirtschaftliche Stärke aus der Solidarität ihrer Mitglieder und wird nicht zum Eigennutze, sondern von Gesetzes wegen, zum Wohle ihrer Mitglieder tätig. Dies macht sie theoretisch zu einem vielseitig interessanten Modell.

Trotz der bald 150jährigen Unternehmenskultur kann das Genossenschaftswesen keineswegs als "verstaubt" gelten, sondern ist heute noch hoch aktuell und ein bedeutender Sektor in unserer Volkswirtschaft, wie sich aus der nachfolgenden Darstellung entnehmen lässt:

Zurzeit gibt es fast 10.500 Genossenschaften in der Bundesrepublik Deutschland mit über 20 Mio. Mitgliedern in allen Bereichen der Wirtschaft. Am bekanntesten sind die Kreditgenossenschaften, wie z. B. die Volks- und Raiffeisenbanken, zu deren Gruppe 68 % aller in Deutschland tätigen Kreditinstitute zählen und die 38 % aller inländischen Bankstellen betreiben, aber auch z. B. die DATEV eG mit über 35.000 Steuerberatern als Mitgliedern. Weiter gibt es Wohnungsbaugenossenschaften, Landwirtschaftliche Bezugs-, Absatz- und Verwertungsgenossenschaften, Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels (EDEKA, REWE), Konsumgenossenschaften, Taxigenossenschaften und auch "exotische Typen" wie Brennerei-, Bewässerungs- oder Elektrizitätsgenossenschaften. Neugründungen von Genossenschaften erfolgen in jüngster Zeit auch im alternativen, sozialen und Umweltschutz-Bereich (Windkraftgenossenschaft, Schulgenossenschaft etc.). Diese wenigen Beispiele zeigen, wie universell und lebendig anwendbar der Genossenschaftsgedanke auch heute noch ist: Immer dann, wenn durch Verfolgung gemeinsamer Interessen ein wirtschaftlicher Vorteil realisiert werden kann, ist die Genossenschaft die richtige Rechtsform, die sich flexibel an die Bedürfnisse der Mitglieder anpassen lässt – sie ist eine Unternehmensform für die Zukunft.

Die Idee einer Bürgergenossenschaft ist es, den ursprünglichen Genossenschaftsgedanken aufzugreifen und für ihre Mitglieder einen optimalen gesellschaftlichen Nutzen zu erzeugen. Die nach dem KOMM-IN System als Genossenschaften organisierten Unternehmen betreiben dabei nicht nur den Lebensmittelladen sondern erfüllen eine ganze Reihe weiterer Dienstleistungen für Post, Bank, Verwaltung u. a.. Außerdem kann diese Genossenschaft auch bürgerschaftliche und soziale Aufgaben übernehmen. Mit diesem Modell wird die Nahversorgung in allen ihren unterschiedlichen Bereichen nachhaltig erhalten und ergänzt. Entscheidend ist es das Bewusstsein der Mitglieder, der Bevölkerung anzusprechen für den lokalen Markt, um eine stärkere Akzeptanz zu erhalten. Dies geschieht durch direkte Beteiligung der Mitglieder am täglichen Marktgeschehen, das aktive Mitwirken und das Einbringen von Kompetenzen der Mitglieder für den Markt.

*Nur wenn die Bürger verstehen und leben, dass sie als Verbraucher durch ihr Verhalten die Zukunft ihrer Nahversorgung selbst beeinflussen und gestalten, können die Strukturen erhalten werden.*

#### **Thesen zur genossenschaftlich organisierten Nahversorgung:**

- Die Genossenschaft ist eine alt bewährte, heute wieder aktuelle Gesellschaftsform eines Unternehmens.

- Die Kunden werden zu Mitunternehmern und Mitgestaltern.
- Wir brauchen die Initiative, die Identifikation der Verbraucher selbst, die sich in einer Genossenschaft organisieren, um Nahversorgung zu erhalten und zu gestalten.
- Wir müssen das Bewusstsein der Kunden für die Bedeutung der lokalen Nahversorgung stärken.
- Wir brauchen eine Plattform für die Verbindung örtlicher Initiativen, für die Bündelung und den Austausch von Know How.
- Unter Berücksichtigung der demografischen Entwicklung unserer Bevölkerung, dem Altersaufbau, wäre es fahrlässig, den Entwicklungen des Rückzugs von Nahversorgungseinrichtungen tatenlos zuzusehen.
- Jeder Standort benötigt einen Grundstock an Nahversorgungsangeboten.
- Über viele Jahre wurden Ortskerne saniert und aufpoliert – heute droht das wirtschaftliche Leben in ihnen auszusterben.

Die im Juli 2004 gegründete KOMM-IN Markt Zentralgenossenschaft eG steht den neu gegründeten, örtlichen Genossenschaften als Begleiter und Partner zur Verfügung und unterstützt sie bei allen Fragen der Organisation, Finanzierung und Beschaffung. Ziel ist es, eine Art Interessenvertretung der neu gegründeten Genossenschaften zu organisieren und zu einem späteren Zeitpunkt auch Einkaufsfunktionen zu übernehmen. Im Juni 2005 wurde die erste örtliche KOMM-IN Markt Genossenschaft in Unterensingen gegründet, die im April 2006 den Marktbetrieb übernommen hat.

Die Erfahrungen bei der Gründung und Finanzierung einer solchen Genossenschaft sind sehr vielfältig und zeigen, dass im Bereich der Nahversorgung ein schmaler Pfad und Neuland beschritten wird. Die Banken sehen sich einem neuen Finanzierungspartner, einer unbestimmten Anzahl von Genossenschaftsmitgliedern gegenüber, die klassische Unternehmerperson fehlt und muss durch andere Bürger ersetzt werden. Eine Genossenschaft benötigt eine stringente Unternehmensführung, insoweit Vorstände, die aktiv anpacken und dies als Ehrenamt verstehen. Dies alles sind Erfahrungen, die es gilt zu bündeln, um sie anderen Initiativen weiterzugeben.

Bevor wir das KOMM-IN System erläutern, möchten wir einfach nochmals einige grundsätzliche Bedürfnisse der Menschen in den Kommunen sowie der Bedeutung der Kommunen als Lebens- und Wirtschaftsraum für die Menschen aufzeigen:

Die Kommune sollte ein *Ort der Orientierung*, der *Identifikation* für die dort lebenden Menschen sein, sie *bietet Sicherheit und die räumliche Nähe*, ist *Heimat* und bietet eine *soziale Bindung*. Kurze Wege, unbürokratische Hilfe und die Überwindung von Räumen sind in unserer heutigen, informationstechnologischen Zeit wichtig. Daraus entsteht eine Standortqualität, die über eine Ansiedlung der Menschen in einer Kommune entscheidet.

Diese Ziele möchte auch KOMM-IN unterstützen– eine höhere Standortqualität wird geschaffen und dadurch entsteht eine höhere Zufriedenheit der Bürger. Diese ermöglicht eine höhere Wertschöpfung in der Kommune.

## Das KOMM-IN System

Kommen wir zu KOMM-IN – KOMM-IN ist ein zukunftsorientiertes Dienstleistungs-Zentrum in einer Gemeinde, in einer Stadt, in dem sich verschiedene öffentliche und private Dienstleistungen und Produkte, unter Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien räumlich, organisatorisch und personell vereinigen. Damit können die Leistungen in der Zukunft bezahlbar in der Kommune erhalten werden. Der Mensch steht im Mittelpunkt des Interesses, die Technik ist ein Werkzeug, ein Instrument, um die Kunden zu den Angeboten der Partner zu begleiten.

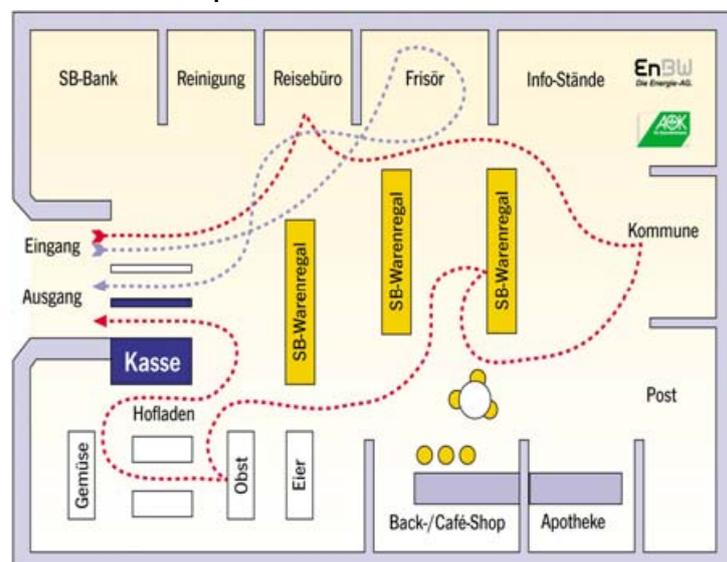
Unsere Philosophie heißt:

- Dienstleistungen bündeln,
- Synergien nutzen,
- Kosten teilen,
- Mehrwert schaffen,
- Präsenz sichern,
- Leistungsangebot vor Ort steigern.

Damit stellt ein KOMM-IN Dienstleistungs-Zentrum einen Schrittmacher für die Nahversorgung in einer Kommune dar, der eine bestimmte Publikumsfrequenz am Ort garantiert und somit zum Überleben noch am Ort befindlicher Dienstleister beiträgt. Durch die Bündelung der Dienstleistungen an einem Punkt und die Ausführung der Leistungen durch das Personal des Betreibers ergeben sich die entscheidenden finanziellen Aspekte und die Chance für bürgerfreundliche, attraktive Öffnungszeiten. Gleichzeitig erfordert dies ein funktionsfähiges ausgeklügeltes System von aufeinander abgestimmten Geschäftsprozessen und eine optimale Qualitätssicherung.

KOMM-IN ist ein modular aufgebautes System, das von verschiedensten Partnern ausgeht. So sind in der Regel immer als Partner die Kommune, sowie Partner aus den Bereichen Gesundheit, Finanzdienstleistungen und Energieversorgung in jedem KOMM-IN als minimale Ausstattung vorhanden. Ergänzt durch Postdienste, Toto-Lotto, Tageszeitungen, Entsorgung, Arbeitsamt, Landratsamt und viele weitere Partner, wird dann jeweils aufgrund der örtlichen Bedürfnisse eine Partnerauswahl getroffen. Für das KOMM-IN Markt Modell

### Unsere Vorstellung von kleinen Nahversorgungszentren für städtische Wohnquartiere und ländliche Gemeinden



Quelle: KOMM-IN GmbH

kommt das wesentliche Modul der Waren und Produkte des täglichen Bedarfs (Lebensmittel) dazu.

Im Bereich der Kommune sind es die klassischen Leistungen eines Bürgerbüros, die im KOMM-IN abgebildet werden. Meldewesen, Passwesen, Gewerbe-Meldeverfahren, Auskünfte, Anträge und all die Dinge innerhalb der Verwaltung, die dem Kunden relativ schnell zur Verfügung gestellt werden können. Wir haben den Bürgerbüro-Gedanken konsequent weiterentwickelt und mit KOMM-IN eine Art Dienstleistungs-Lotsen entwickelt. Dabei werden die Internetplattformen der Partner als Werkzeuge verwendet, die dem Kunden Wege ersparen. So kann beispielsweise ein Auslandskrankenschein beantragt, die Versichertenkarte der Krankenkasse geändert und ein Beratungsgespräch mit einem Mitarbeiter vermittelt werden. Außerdem können die Stromrechnung vor Ort überprüft, der richtige Tarif ausgewählt und Informationen über spezielle Stromprodukte abgerufen werden. Im Bereich der Finanzdienste können Daueraufträge, Freistellungen, Überweisungen und Anfragen an das Bankkompetenzzentrum übergeleitet werden. Gleichzeitig betreuen die Mitarbeiter den 24-h Bereich der Bank mit und stehen den Kunden begleitend zur Seite. Das Arbeitsamt bietet den Stelleninformationsservice und das Ausbildungsplatz-Informationssystem. Außerdem können Anfragen bzgl. des Kindergeldes beantwortet werden.

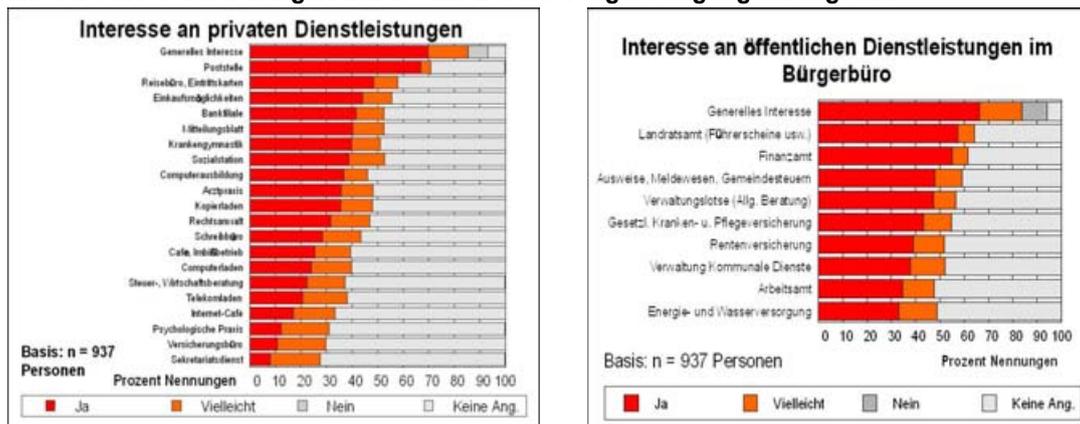
KOMM-IN ist ein zertifiziertes System. Das Qualitätsmanagement-System regelt die Geschäftsprozesse und bindet Mitarbeiter und Kunden in die kontinuierliche Verbesserung der Leistungen ein. Dies bedeutet, dass bei speziellen Kundenbefragungen die Ideen, Anregungen und die Kritik der Kunden abgefragt und für die Weiterentwicklung des Systems verwendet werden. In der Vernetzung der vielen einzelnen KOMM-IN Standorte entsteht dadurch ein sich ständig weiterentwickelndes, lernendes System und Netzwerk, das voneinander profitiert.

Die Bündelung bringt viele Vorteile, sowohl für die Kommune, die Bürgerinnen und Bürger und auch den örtlichen Einzelhandel. Optimale Öffnungszeiten von nahezu 50 Stunden in der Woche bieten dem Kunden eine gute Erreichbarkeit und erhalten den in der Kommune angesiedelten Unternehmen eine kontinuierliche Publikumsfrequenz.

Der Finanzierung des KOMM-IN Systems kommt eine wichtige Bedeutung zu. So beteiligen sich alle Partner über Präsenzpauschalen, Leistungsentgelte und Provisionen an den Personal-, Betriebs-, Raum- und Werbekosten. Die KOMM-IN GmbH hat hierfür, je nach Partner, unterschiedliche Systeme entwickelt, die im Zuge der Partnerverhandlungen diskutiert werden. Es gibt unterschiedliche Betreibermodelle, die jeweils auf die örtlichen Bedürfnisse zugeschnitten werden. Oft werden die KOMM-IN Dienstleistungs-Zentren als kommunale Regiebetriebe innerhalb des Gemeindehaushaltes geführt. Daneben ist der Betrieb auch durch die Bank sowie private Unternehmen möglich. Die genossenschaftlich organisierte Betreiberschaft ist ebenfalls möglich.

Die Idee für KOMM-IN entstand 1996 in Sternenfels, Enzkreis, Baden-Württemberg. In dieser 2.800-Einwohner-Gemeinde sollte die Post geschlossen werden. Gleichzeitig beobachtete die Verwaltung den Rückzug zahlreicher Dienstleister aus der Fläche und überlegte, wie die Unternehmen am Standort gehalten werden könnten. Nach zahlreichen Gesprächen mit Unternehmen, Verbänden, Hochschulen und Behörden konnte das KOMM-IN System zunächst als Prototyp im Sommer 1999 in Sternenfels gestartet werden. Die KOMM-IN GmbH entwickelte aus der anfänglichen Idee ein übertragbares System. Es folg-

**Mit der Universität Tübingen wurde eine Bevölkerungsbefragung durchgeführt**



Quelle: KOMM-IN GmbH

ten weitere Eröffnungen in Schwarzbach (Neckar-Odenwald-Kreis), Neulingen (Enzkreis), Reichartshausen (Rhein-Neckar-Kreis), Hermaringen (Kreis Heidenheim), Unterensingen (Kreis Esslingen), Barmen (Kreis Düren), Reute (Kreis Emmendingen) und Wurmberg (Enzkreis). Projekte in Baden-Württemberg, Sachsen, Bayern, Nordrhein-Westfalen und weiteren Regionen sind derzeit in Bearbeitung.

In der Zwischenzeit wurden neben einem einheitlichen Marketing- und Ausstattungskonzept, sämtliche Fragen und Anforderungen bei der Umsetzung eines KOMM-IN Dienstleistungs-Zentrums gelöst. Dies bedeutet, dass die KOMM-IN GmbH als Systemanbieter von der ersten Entscheidung bis zur Eröffnung eines KOMM-IN's und darüber hinaus zur Verfügung steht und ihr Know-how einbringt. Zunächst wird im Rahmen einer Standortanalyse die individuelle Realisierbarkeit eines KOMM-IN untersucht und zusammen mit Verwaltung und Gemeinderat die möglichen Partner vor Ort ermittelt. Im nächsten Schritt nimmt die KOMM-IN GmbH mit den Partnern Kontakt auf und verhandelt über die Mitwirkung vor Ort. Der anschließend entwickelte Geschäftsplan wird den Entscheidungsgremien vorgestellt.

Es gibt unterschiedliche Lösungen für ein Standortobjekt eines KOMM-IN Dienstleistungs-Zentrums. So wurde bereits die Umsetzung in einem Einkaufszentrum, einem Rathausneubau, einer ehemaligen Feuerwehrrremise und in vorhandenen Bankfilialen realisiert.

Für interessierte Kommunen bietet die KOMM-IN GmbH die Standortanalyse zur Voruntersuchung der Machbarkeit eines KOMM-IN Dienstleistungs-Zentrums an. Dabei wird im Rahmen eines mit dem Gemeinderat durchgeführten Tagesworkshops die örtliche Situation gemeinsam beleuchtet, Zieldefinitionen vorgenommen und Rahmenpartner identifiziert. Die Rahmenpartner werden in weiteren Projektschritten von der KOMM-IN GmbH auf eine Mitwirkung in einem KOMM-IN Dienstleistungs-Zentrum in der Gemeinde angesprochen und

über eine Absichtserklärung verpflichtet. Aus den einzelnen Absichtserklärungen lässt sich ein Geschäftsplan errechnen, der dann als Entscheidungsgrundlage des Gemeinderates für die Realisierung eines Zentrums dient.

Weiter Informationen unter [www.komm-in.de](http://www.komm-in.de)

KOMM-IN GmbH

Maulbronner Str.26

75447 Sternenfels

Tel. 07045/970-1250

Mobil: 0160/4702884

Michael Gutjahr, Geschäftsführer

## Das DORV-Zentrum Jülich-Barmen: Drei-Säulen Modell zur Sicherung der Nahversorgung



Heinz Frey, Vorsitzender des Trägervereins

Die erfolgreiche Wiederherstellung einer längst verlorenen Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, gepaart mit Dienstleistungen, sozialer und medizinischer Versorgung im Jülicher Stadtteil Barmen ist das Ergebnis fast dreijähriger Bemühungen. Als Pilotprojekt des Landes NRW (Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (MUNLV)) konnten die Bürgerinnen und Bürger Barmens in Eigenverantwortung und Eigenleistung am 9.09.2004 ihr DORV-Zentrum mitten im Dorfczentrum eröffnen.

### Neuer Dorfmittelpunkt und Kommunikationsort



Gesamtansicht von außen.

Quelle: Pressefotografie Reportagen/Industrie Georg Lukas, Hinsbecker Hang 4, 45257 Essen

### DORV steht für – Dienstleistung und Ortsnahe Rundum Versorgung

DORV basiert auf drei Säulen:

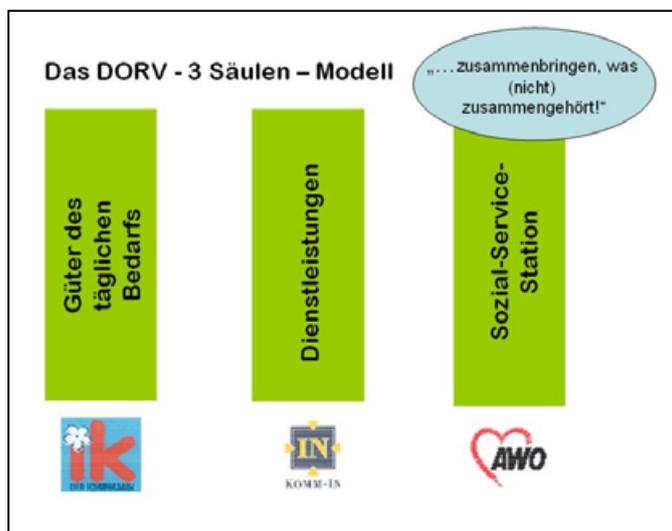
- Nahversorgung: Lebensmittel auch Frische (Fleisch, Wurst, Käse, Brot, Backwaren, Obst, Gemüse, Molkereiprodukte, Tiefkühlkost, Drogerieartikel, etc.).

Basis ist das Kleinflächenkonzept der Fa. Markant (Offenburg): IK – Ihr Kaufmann (neu in NRW).

- Dienstleistungen: Mit komplett eigenem Personal „verkauft“ das DORV öffentliche (Stadt, Kreis – hier z. B. Führerschein), halböffentliche (Sparkasse, EWV, Stadtwerke) und private Dienstleistungen (Reisebüro, Zeitungsverlag, Reinigung, etc.) unterschiedlichster Art.

Partner: KOMM-IN GmbH aus Sternenfels (BW), wo solche Dienstleistungszentren bereits erfolgreich betrieben werden.

### Das 3-Säulen-Modell



Quelle: DORV-Zentrum, Heinz Frey

- **Sozial-Service-Station:** Ein Rundum-Paket zur sozialen und medizinischen Versorgung leistet bzw. vermittelt z. B. Altenpflege, Hol- u. Bringdienste, Transportservice, Sozial- und Rentenberatungen, Schwerbehindertenbetreuung, Essen auf Rädern etc.. Zusätzlich werden ein Freiwilligenzentrum und eine Kommunikationsecke für Vereine betrieben.

Partner: AWO, die ihr Wissen hier einbringt. Hausarzt, Zahnarzt und Apothekendienst sind direkt an das DORV-Zentrum angebunden.

### Drei Säulen im Angebot



Lebensmittel, Dienstleistungen, Sozial-Service-Station als Rundumversorgung nach dem Motto: „möglichst lebenslang im Ort leben können“

Quelle: DORV-Zentrum, Heinz Frey

### Konzept

Der moderne Tante Emma Laden mit High Tech Charakter (alles unter einem Dach mit eigenem Personal).

### Historie: Wie die Idee entstand (Ortschaft und Problemstellung)

Wie in vielen Stadtteilen und Dörfern ist die Grundversorgung auch in Barmen – mit 1.400 Einwohnern mehr und mehr zum reinen „Schlafdorf“ verkümmert – beständig zurückgegangen. Zuletzt schlossen Post und Sparkasse ihre Filialen. Da entstand im Winter 2001 die Idee, durch Bündelung von Lebensmittelangeboten (Bäcker, Metzger, Lebensmittel, Landwirt) und Dienstleistungen unter einem Dach (während der Umsetzung noch ergänzt durch die sozialen Dienste) eine Lösung zu suchen.

### Grundsätze: Wettbewerbsvorteile erkennen u. Standortvorteile wahrnehmen

Fünf Grundsätze konkretisierten die Idee, so dass sie Realität werden konnte:

- Bündelung (Tante Emma Laden mit High-Tech Charakter, verschiedenste, bis dahin unvereinbare Angebote, zusammen unter einem Dach),
- Konzentration (Wirtschaftliche Grundlage – ein passgenaues Angebot als Grundversorgung, klar ausgerichtet an den Bedürfnissen der Bürger),
- Regionale Ausrichtung (Erhaltung u. Stärkung bestehender Strukturen durch Einbindung von Lebensmittelhandwerkern und Landwirten aus der Region),

### Regionale Ausrichtung und Qualität



Frische, Qualität, direkt vom „echten“ Metzgermeister als einer der Standortvorteile. Prinzip der „Regionalität“ stärkt den Handwerker in seinem Betrieb und sichert gleichzeitig die Versorgung im DORV-Nahversorgungszentrum.

Quelle: Lukas

- Qualität (Besonderer Schwerpunkt ist neben der handwerklichen Qualitätsarbeit auch die Frische der Produkte und die räumliche Nähe),
- Moderne Medien (Entfernungen entfallen, da z. B. manche Wege zur Kernstadt oder gar zur Kreisstadt einfach überflüssig werden.).

### **Nutzer: Einbindung aller Bevölkerungskreise**

Die gesamte Bürgerschaft wurde einbezogen, und zwar nicht nur als Kunden auch als „Betreiber“. Mit vielen Veranstaltungen, Workshops, Umfragen, Rundbriefen, der Vereinsgründung und zuletzt durch Kapitalsammlung mit eigenen Anteilscheinen am DORV-Zentrum konnte dies quer durch alle gesellschaftlichen und politischen Gruppen gelingen. Der Nutzen der verschiedenen Gruppen ist vielfältig:

- Ältere Mitbürger (können z. B. lebenslang im Dorf bleiben, können weiterhin dort wohnen, da sie hier rundum versorgt werden und können gleichzeitig auch noch nützlich im eigenen Zuhause sein),
- Junge Familien (können z. B. langfristig auf ein zweites Auto verzichten, Kinder lernen wieder einzukaufen),
- Berufstätige (können z. B. Terminstress durch Einkauf im Ort mindern, Lebensqualität steigern durch Nähe),
- Neubürger (haben z. B. schnelleren Zugang ins gesellschaftliche Leben am Ort, der Kommunikations- und Informationsort erleichtert die Anbindung),
- Einzelhaushalte/Singles (können z. B. individuell abgestimmte Dienstleistungen in Anspruch nehmen).

#### **Eröffnung**



Kommunikation steht im Mittelpunkt des neuen DORV-Zentrums mitten im Dorfzentrum von Jülich-Barmen

Quelle: DORV-Zentrum, Heinz Frey

### **Übergeordnete Grundsätze: Festigung des Konzeptes mit Erkenntnissen aus Wissenschaft/Forschung**

- Regionalen Lebensraum im Stadtteil / Dorf stärken – Lebensqualität verbessern,
- eigenständige wirtschaftliche und kulturelle Identität der Stadtteile / Dörfer erhalten,
- Nachhaltigkeit fördern (u. a. auch die vorhandene Bausubstanz eines Ortes für zukünftige Nutzung erhalten),
- Gedanken der Lokalen Agenda optimal erfüllen: Ökonomie – Ökologie – Soziales,
- Demografische Entwicklung beachten: „Wir werden alle immer älter“,
- Energiekostenentwicklung einbeziehen – Fahrten in die nähere „Einkaufsstadt“ werden teurer,

- Probleme unseres Sozialstaates abfedern (Altersarmut, Behinderung, Migration...).

### Umsetzung

Nach einer vom Land NRW geförderten Machbarkeitsstudie konnte das Projekt im Sommer 2004 umgesetzt werden. Nach umfangreichen Umbaumaßnahmen im ehemaligen Sparkassengebäude konnte am 9.09.2004 mitten im Ort das DORV-Zentrum in Barmen eröffnet werden.

### Betriebsform

Ideell ist die *Bürgergemeinschaft* Träger des Ganzen, organisiert im DORV-Trägerverein e.V. Geschäftlich wurden zwei Firmen gegründet:

- DORV-Partner GbR (Kapitalsammlung der einzelnen Partner/Bürger, zugleich einziger Gesellschafter der nachfolgenden GmbH)
- DORV-Zentrum GmbH (Betreibergesellschaft, zugleich Beschränkung der Haftung, zwei ehrenamtliche Geschäftsführer: Heinz Frey, Norbert Schommer)

### Personalkonzept

Das DORV-Zentrum besteht aus:

- zwei ehrenamtlich tätigen Geschäftsführern,
- einer fest angestellten Betriebsleiterin des DORV-Zentrums,
- 4 – 7 Teilzeitkräften (bis zu 400 €), die flexible Einsatzzeiten haben und je nach Bedarf zur Verfügung stehen.

Dieses Personal des DORV-Zentrums erbringt die Leistungen für alle anderen Partner. D. h. es gibt Führerscheine aus, verkauft Lebensmittel und sitzt ebenso an der Kasse. Auf diese Weise entsteht eine kostensparende Bündelung von Betriebskosten.

#### Kassenbereich



Der Kassenbereich ist zentral und PC-unterstützt angelegt, so dass der Personaleinsatz minimiert werden kann, bzw. frei bleibt für die Kundenbindung. „Plauschen“ an der Ladentheke gehört zum Geschäftsprinzip.

Quelle: Lukas

### Öffnungszeiten

Mo – Sa: 6.30 – 13.00h // So: 8.00 – 11.00h // Di, Do u. Fr: 15.00 – 18.00h

### Finanzierungsplan (Bereitstellung des notwendigen Kapitals zur Gründung des Unternehmens)

Keine Bank wollte der Idee der Wiedergeburt eines längst vergangenen Tante-Emma-Ladens Kredit gewähren. Also waren auch hier die Eigeninitiative und die Phantasie der Barmener gefragt.

Gleichzeitig war die Bereitschaft Geld zu investieren ein willkommener und geeigneter Test für die tatsächliche Unterstützung des Projektes seitens der Barmener Bevölkerung.

Eigenleistung (Arbeitsleistungen)	Eigenleistung	19.000,00 €
Einlagen der Barmener Bürger	Eigenkapital	25.000,00 €
Privatkredite der Barmener Bürger	Geberkredite	25.000,00 €
Existenzgründungsdarlehen KfW	Fremd-/Bankkredite	33.000,00 €
	Gesamtsumme	<u>102.000,00€</u>

### Abschlussbemerkung

Der Strukturwandel des ländlichen Raumes mit dem zu beobachtenden rapiden Rückgang jeglicher Versorgungseinrichtungen auf den Dörfern ist Ausgangspunkt der Idee. Die Barmener stellen sich aktiv solchen gesellschaftlichen Herausforderungen, dem Generationenproblem, der Alterung und dem Rückgang der Bevölkerung, aber auch den Folgen steigender Energiekosten und schließlich der Tendenz im Einzelhandel, dass immer mehr Geschäfte geschlossen werden, gerade in den Stadtteilen. Die Bürger sind nun *Kunde und Betreiber zugleich* und schaffen damit zugleich neue Arbeitsplätze. Selbst die Finanzierung der Investitionskosten ist über Anteilscheine in Eigenleistung erfolgt.

Es entsteht wieder eine Gemeinschaft, ein Kommunikationspunkt, ein Mittelpunkt man trifft sich und spricht wieder miteinander, *Klönen gehört sozusagen zum Geschäftsprinzip*. Dies alles wird möglich, weil die Konzeption „Alles unter einem Dach“ eine wirtschaftliche Basis stellt, die zukunftsfähig ist.

Mit diesem Rundum-Paket für alle Gesellschafts- und Bevölkerungsgruppen, etwa mit dem Wegfall von Entfernungen z. B. in die Innen-, Kern- oder gar Kreisstadt wird ein weiteres Leitmotiv Wirklichkeit: „*Möglichst lebenslang in der gewohnten sozialen Umgebung leben können*“. Aus der „Schlafstatt“ wird wieder ein lebendiges Zuhause.

### Klönen gehört zum Geschäftsprinzip



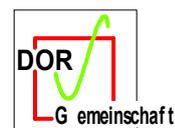
Quelle: DORV-Zentrum, Heinz Frey

### **Auszeichnungen / Preise**

Das DORV-Projekt wurde 2005 mit dem *Robert-Jungk-Zukunftspreis* und 2006 im Wettbewerb „*Deutschland – Land der Ideen*“ als preisgekrönter Ort ausgezeichnet. Zuletzt wurde es im Januar 2007 in London europaweit als Beispiel zur Wiederherstellung der Nahversorgung vorgestellt. Zurzeit entstehen an drei weiteren Standorten neue DORV-Zentren. Dabei wird die Grundkonzeption weiter entwickelt zu einer Nahversorgungslösung auch für städtische Strukturen, aktuell auch in Verbindung mit dem dritten Arbeitsmarkt. Ziel ist es landesweit, ja bundesweit diese Idee einer Erneuerung bzw. Wiedergeburt der Nahversorgung umzusetzen.

### **Beratungsangebote / Netzwerk**

Aufgrund der vielen Nachfragen und dem hohen Interesse nach Übertragung des Konzeptes auf andere Orte bietet das DORV-Zentrum in Zusammenarbeit mit seinen Partnern Beratung und Hilfe an. Von der ersten Voruntersuchung bis hin zur abschließenden Machbarkeitsstudie wird ein komplettes Ladenkonzept genauso angeboten wie Einzelbausteine zur Umsetzung in bestehenden Einrichtungen.



### **Ansprechpartner und Adressen**

DORV-ZENTRUM  
Kirchstraße 29  
52428 Jülich-Barmen

Heinz Frey,  
Prämienstraße 49  
52428 Jülich  
Tel. 02461/1373  
Fax: 02461/3439596  
mob.: 0171/4483397  
frey@dn-connect.de

## Einzelhandel und Quartiersentwicklung

*Michel Korb, Bergischer Regionalladen*

Präsentation vom 31.05.2007

Michel Korb  
Sport- und Kulturzentrum Ittertal gGmbH



**Einzelhandel und  
Quartiersentwicklung**

am Beispiel des „Bergischen Regionalladens – beroma“ in Solingen

0

**Themenliste**

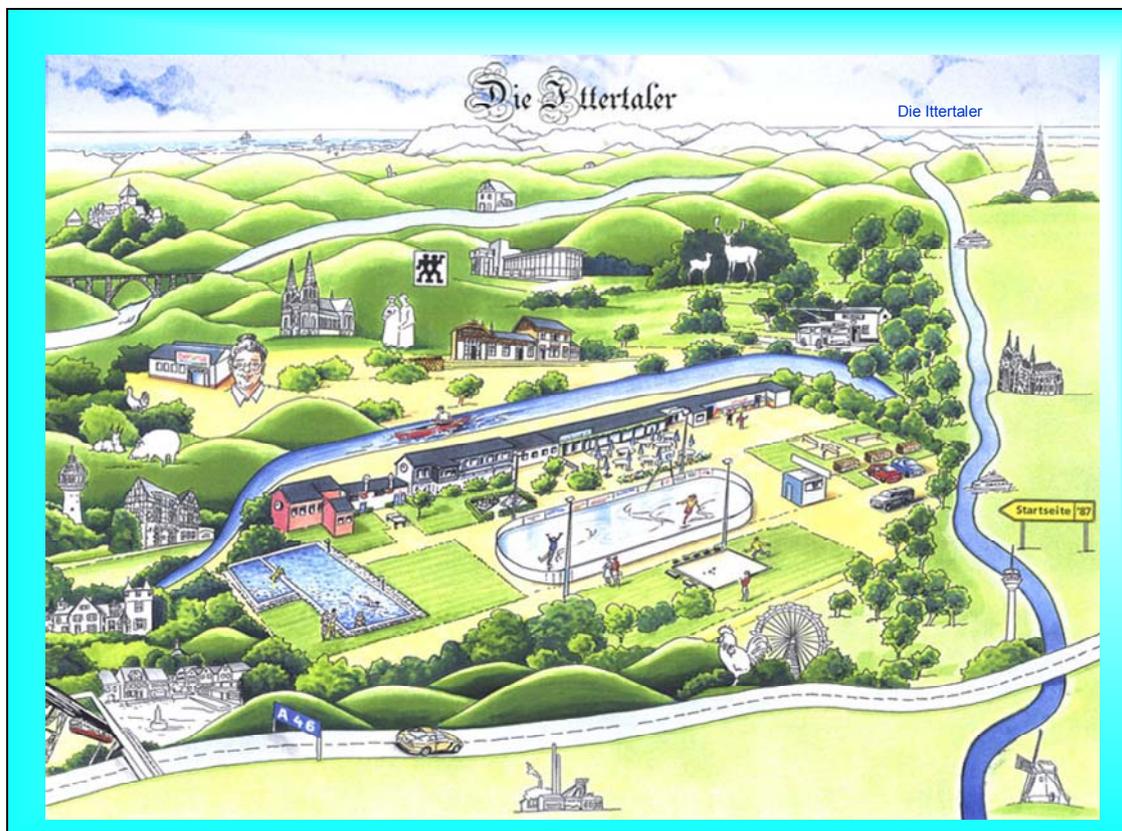
1. Kurzportrait Sport- und Kulturzentrum Ittertal gGmbH
2. Wie kam es zum Betrieb des Ladens?
3. Quartiersbeschreibung
4. Stand der Dinge heute
5. Planung

1

## Sport- und Kulturzentrum Ittertal gGmbH

- Gründung 1987
- Mitglied im Diakonischen Werk Rheinland e.V.
- Die Konzeption sieht die "Verknüpfung zwischen sozialen und wirtschaftlichen Aspekten im Rahmen eines Modellprojektes mit arbeitsmarktpolitischer Zielsetzung" vor
- Die Zweckbetriebe mit ausschließlich sozialen Aufgaben sollen der Qualifizierung, Stabilisierung und Beschäftigung der Zielgruppen dienen
- Die Gesellschaft ist anerkannter Träger der freien Jugendhilfe nach § 75 KJHG
- Derzeit 27 Stammkräfte / 80 Maßnahmeteilnehmer

2



**Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006****Regionale 2006****Soziale Stadt****Impulse und Innovationen für  
Stadtteile im Bergischen  
Städtedreieck**

4

**Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006**

-> **Verbundprojekt im Rahmen der Regionale 2006, welches insg. 10 Stadtteile in der Region im Visier hat**

-> **diese sind durch vergleichbare Problemlagen gekennzeichnet wie:**

- hohe Arbeitslosigkeit
- hoher Anteil von Sozialhilfeempfängern/-innen
- hoher Anteil Migranten/-innen
- hoher Anteil Jugendliche ohne ausreichende Perspektiven
- Defizite in der Infrastruktur
- mindere Qualität des Wohnungsbestandes
- mindere Qualität des Wohnumfeldes
- Städtebauliche Mängel
- Leerstandsprobleme

-> Stadtteile in Solingen: Fuhr, Hasseldelle, Zietenstraße, Nordstadt

-> d. h. 3 Siedlungen der 60er / 70er Jahre und 1 Gründerzeitliches Quartier

5

## Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006

### Zielsetzungen

- Verbesserung der Wohn- und Lebenssituation in den Stadtteilen
- Aufwertung der bestehenden städtebaulichen Situation
- Verbesserung der wohnungsnahen Grund- und Nahversorgung sowie Sicherung bestehender Einzelhandelsstrukturen
- Stärkung der Nachbarschaften
- Verbesserung der ökonomischen Strukturen in den Stadtteilen
- Reduzierung des Leerstandes um eine stadtquartiersbezogene Wohnwertverbesserung zu erreichen
- Verbesserung des Images sowohl in der Innen- und Außenwahrnehmung
- Integration der arbeitslosen Bewohner/- innen in den regulären Arbeitsmarkt, insbesondere Integration von Jugendlichen in Qualifizierung, Ausbildung und Arbeitsmarkt

6

## Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006

### Handlungsschwerpunkte in Solingen

- 1) Nahversorgung / Der **Bergische Regionalladen** in der Hasseldelle
- 2) Umnutzung von leer stehenden Wohnungen in den 60er- und 70er Jahre Siedlungen
- 3) Aufwertung des Standortes Solingen Nordstadt
- 4) Lernen, Qualifizieren und neue Arbeit im Stadtteil - Assessment - Center
- 5) Wohnumfeldverbesserungen zur verbesserten räumlichen Integration
- 6) „Von einander lernen - Miteinander gestalten“ - Mitmachaktionen in allen Stadtteilen

7

## Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006

### „Nahversorgung sichern“

- Wegbrechen der **Nahversorgung** in benachteiligten Stadtquartieren
- Ergebnis der Befragung im Stadtteil: Wunsch nach einer **Verbesserung** der Nahversorgungssituation
- Konzept des **Bergischen Regionalladens** in der Hasseldelle
- Der klassische Dorf- und **Nachbarschaftsladen** aus dem ländlichen Raum wird in städtischer Umgebung getestet
- **Langfristiges Ziel** ist der Aufbau einer **Regionalen Ladenkette** nach Möglichkeit in allen Stadtteilen der **drei Bergischen Städte** unter gleicher Trägerschaft und einem einheitlichem Sortiment mit einem „**corporate design**“ (Name, Logo, Ladengestaltung, Internetauftritt)

8

## Soziale Stadt im Rahmen der Regionale 2006

### Bausteine des Bergischen Regionalladens

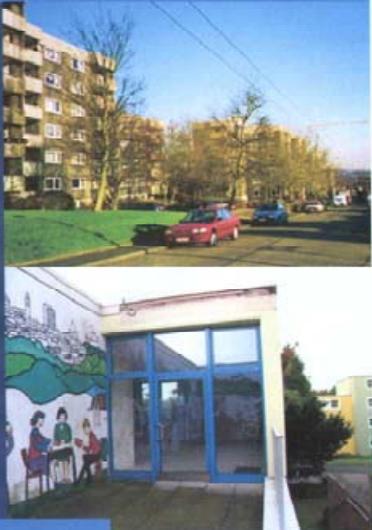
#### Angebot und ergänzende Maßnahmen:

- Versorgungsangebot aus einem aufeinander abgestimmten Mix aus **konventionellen** und **preisgünstigen** sowie **bergisch** und **biologisch angebauten** Produkten
- Ergänzung der **Grundversorgung** durch wohnungsnaher **Serviceangebote** zur Unterstützung der **Tragfähigkeit** des Ladens
- Enge Verknüpfung mit der **Gestaltung** des **Vorplatzes** zur Schaffung eines **Kommunikations-** und **Identifikationsortes** für die Bewohner
- **Bürgerbeteiligung** im Rahmen des Planungsverfahrens
- **Marketingkonzept** für die Hasseldelle zur **Imageaufwertung** und **Identifikation** der Bewohner mit dem Stadtteil u. dem Regionalladen
- Verbesserung des Außenbildes in der Gesamtstadt

9

### Unsere Ausgangslage im Stadtteil

1. Benachteiligter Stadtteil
2. Multikulturelles Wohngebiet mit über 30 Nationalitäten
3. Geschosswohnungsbau aus den 60er und 70er Jahren plus Einfamilienhausbebauung im Randbereich
4. Nächster Supermarkt ist 1,6 km entfernt, eine Gaststätte und mobile Kaufwagen sind als einzige Nahversorgung geblieben
5. Im Umkreis des Ladenlokals (1.000 m) wohnen 6.876 Einwohner, im Kernbereich 2.400 Einwohner
6. Das zur Verfügung stehende Ladenlokal bietet rund 90 qm Verkaufsfläche, war zuvor ein Friseurgeschäft, die Miete ist jedoch günstig



Stadt- und Regionalplanung  
Prof. Paul G. Jansen/Center

10

Fakten Hasseldelle 1

### Die Hasseldelle erster Standort für das Modellprojekt

- Belieferungsmöglichkeiten, Lagerung, Parken und gute Zugänglichkeit des Ladens sind sichergestellt
- Ladenlokal befindet sich mitten im Stadtteil, im unmittelbaren Umfeld befinden sich Räumlichkeiten des Bürgervereins, das Stadtteilbüro und eine Gaststätte
- Vorplatz des Ladens wird umgestaltet
- Stadtteil ist durch das Engagement vieler Akteure geprägt



11

Fakten Hasseldelle 2

Module des ersten Bergischen Regionalladens

- **Nahversorgung:** Frischesortiment, Trockensortiment, Getränke, Süßwaren, eine Mischung aus bergischen Regionalprodukten und „konventioneller“ Ware von Rewe, nur wenig Alkohol, dabei gilt „weniger ist mehr“, Bedürfnisse ausländischer Bewohner werden berücksichtigt
- **Dienstleistungen und Service:** Hol- und Bringservice, Kopier- und Faxservice, EC-Automat, Annahmestelle für besondere Leistungen
- **Kommunikation:** Steh- und Frühstückscafé, Schwarzes Brett, Tauschbörse, Kundenbeirat, Internetanschluss und E-Commerce mit Hilfestellung



Fakten Hasseldelle 3

12

## Grobfinanzierung laut Bewilligungsbescheid

**180.160,00 Euro Landesmittel insgesamt**

**teilen sich wie folgt auf:**

**75.000,00 Euro Ausstattung des Ladens**

**90.000,00 Euro Projektmanager für 1,5 Jahre**

**15.160,00 Euro Marketingkonzept**

## Personal

- 1 Marktleiterin
- 1 Vertretung / Betreuung der Teilnehmer (ABM 55+)
- 10 Ehemals Arbeitslose Personen über 55 (ABM 55+)
- im 2-Schichtsystem
- bei Öffnungszeiten Mo.– Fr. 6:30 bis 19:00 Uhr  
Sa. 6:30 bis 16:00 Uhr

14

**8,99**  
Amaro Ramazzotti  
0,7L Flasche  
11,12,84

**0,49**  
Gut & Günstig  
Salz Stangen  
250g 100g=0,20

**1,39**  
Chipsfrisch  
verschiedene Sorten, od.  
Erdnuss Flippies  
je 175/150g Beutel  
100g=0,79/0,93

Ihr kleiner aber feiner  
Supermarkt  
in der Hasseldelle!

Rolandstraße 7 • 42651 Solingen  
Tel. 02 12 - 221 66 55  
Fax 02 12 - 224 32 29

Öffnungszeiten:  
Mo.-Fr. 6.30 - 19.00 Uhr  
Sa. 6.30 - 16.00 Uhr

**beroma**  
Wir sind da - wir sind nah!

**Unser Angebot:**

**Kuschelweich**  
Konzentrat  
verschied. Sorten  
je 750ml Flasche  
100g=0,13  
**0,99**

**Duschdas**  
verschiedene Sorten  
je 250ml Flasche  
100g=0,44  
**1,11**

**Persil**  
verschiedene Sorten  
je 1,25l Nf. Behälter  
100g=3,99  
**4,99**

Sie können nicht weg von zu Hause? Sie können nicht selbst zu uns kommen?  
Kein Problem! Schreiben Sie sich nicht, uns unter **02 12 - 22 19 655** anrufen.  
Gemeinsam finden wir dann eine einfache und schnelle Möglichkeit, wie Sie auch in dieser Situation nicht auf die großen und kleinen Dinge des täglichen Lebens verzichten müssen.  
Probieren Sie es doch einfach mal aus! Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

**Das Team von beroma freut sich auf Sie!**

Preise in Euro verstehen sich inkl. gesetzlicher MwSt. / Produktabbildungen ähnlich / Solange der Vorrat reicht

Gültig vom 02.03.-16.03.2007

Meica Saft-Bockwurst 360 g Glas 100g=0,55 **1.99**

Eduscho Kaffee Gala Mild & Elegant 500 g Pack = 3,29 Vollmundig & Edel 500 g Pack 100g=0,6608 **2.99**

Kühne Salatfix versch. Sorten 500ml Flasche 100ml=0,24 **1.29**

Maggi Fix-Produkte verschiedene Sorten je Beutel **0.49**

Erasco Suppentopf verschiedene Sorten 800ml Dose 100ml=1,91 **1.59**

Schauma Shampoo/Spülung 400/300 ml Flasche 100ml=0,32043 **1.29**

Bahlsen Rekord Waffel- oder Gebäckmischung 300/400 g Beutel 100g=0,48039 **1.39**

Hak Apfelmus 720 ml Glas 100ml=0,124 **0.99**

Preise in Euro verstehen sich inkl. gesetzlicher MwSt. / Produktabbildungen ähnlich / Sortlage der Sorten nicht

Handzettel 2

Unser langfristiges Ziel: Eine regionale Ladenkette in Stadt und Region

Jeder Laden hat zwar das gleiche übergreifende CI und Erkennungsmerkmale, er ist jedoch den jeweiligen Standortkriterien angepasst.

- **Mikroladen:** Eher für benachteiligte Stadtteile mit einem hohen Anteil an Kommunikationsmöglichkeiten
- **Miniladen:** In dezentralem Wohngebiet mit Grundversorgung, großem Frischeangebot und Tiefkühlkost
- **Midiladen:** Im Stadtteilzentrum mit Grundversorgung, Bio- und regionale Produkte
- **Maxiladen:** In der City mit Grundversorgung und einem Convenience-Sortiment für Frühstücks- und Mittagspause

Jeder Laden bietet ein auf den Standort bezogenes Serviceangebot vom Internetanschluss bis zum Paketdienst

Stadt- und Regionalplanung  
Dr. Paul G. Jansen-Greif

Langfristiges Ziel

Ein langer Weg ...

**Innovativ ist der Bergische Regionalladen ...**

- Kombination von Nahversorgung, wohnungsnahem Service und Kommunikation
- Kooperation zwischen Handel und Beschäftigung
- Sicherung der Nahversorgung trotz heute unüblicher Ladengrößen
- Regionale Ausrichtung
- Einbeziehung der Wohnungsbaugesellschaften und der Akteure und Bewohner im Stadtteil
- Schaffung von Arbeitsplätzen für ältere Langzeitarbeitslose

**Start**

**... und Bergisch ist**

- Sicherung der Kleinteiligkeit
- Stärkung der Nachbarschaftshilfe
- Einbeziehung von Wohnungsbaugenossenschaften zur Sicherung der Wohnqualität und der Bevölkerung
- Regionale Wertschöpfung

**Ziel**

18

Langer Weg

Bergischer Regionalladen – Nahversorgung sichern in der Stadt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

19

Ende

Anhang: Zeitungsinterview mit Herrn Korb vom August 2006

Die Straße Gesellschaft / Soziales Nr. 142 - August 2006

## Regionalladen Hasseldelle

Nacino Dusche und Thorsten Heizer

**Was heißt eigentlich „beroma“?**  
**Herr Korb:** Der Name setzt sich zusammen aus: „bergischer regional Markt“.

**Kann man sagen, dass „beroma“ wie ein „Eine Welt“ Laden ist?**  
**Frau Durst:** Nein, wir haben hier ein Modellprojekt, das einmalig ist. Ein Regionalladen mit bergischen Produkten für die Nahversorgung, der Stellen im Rahmen von Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen für ältere Arbeitnehmer anbietet. Das Alles ist „beroma“.

**gut angenommen wurden.**  
**Ist „beroma“ von den Preisen her zu vergleichen mit einem Discounter?**  
**Herr Korb:** Unsere Intension unterscheidet von einem klassischen Discounter. Wir haben lange Öffnungszeiten von morgens 6:30 Uhr bis abends 19:00 Uhr. Samstags haben wir auch geöffnet. Mit einem Discounter natürlich nicht vergleichbar, aber wir versuchen die Preise niedrig zu halten. Hier sind 11 ABM (Arbeitsbeschaffungsmaßnahme) Kräfte beschäftigt, die eine andere Personalstärke ermöglichen und so Luxus von Dienstleistungen geben.  
**Müssen die ABM Kräfte grundsätzlich über 55 Jahre sein?**  
**Frau Durst:** Ja, die Leute müssen alle über 55 Jahre sein und die ABM dauert drei Jahre.  
**Herr Korb:** Hier haben wir uns auf ältere Menschen konzentriert, weil es sich von der Tätigkeit anbietet. Man muss sagen das wir ganz tolle Menschen Mitarbeiter haben.  
**Frau Durst:** Wir werden von allen gut angenommen. Schön ist, dass hier alle Schichten hin kommen, Jung wie Alt - egal welche Nationalitäten. Auch alle die hier arbeiten, kommen wirklich gerne, das merkt man.  
**Ist die Hasseldelle ein Sozialer Brennpunkt?**  
**Herr Korb:** Nein! Hier gibt es genau so viele Bungalows wie Hochhäuser. Hier ist jede Bevölkerungsschicht und Einkommensgruppe vertreten. Es gibt Villen mit dem Mercedes vor der Tür und den abgetakelten Kadett vor dem Hochhaus. Die Hasseldelle ist stigmatisiert, weil hier schon mal das Eine oder Andere vorgefallen ist. Aber als sozialen Brennpunkt würde ich sie auf keinen Fall bezeichnen. Sie ist schon ein benachteiligter Stadtteil!  
**„beroma“ ist also ein zentraler Punkt und macht das Umfeld attraktiver?**  
**Herr Korb:** Ja. Hier in der Nachbarschaft gibt es den Verein „wir in Hasseldelle“, der schon sehr viel für



beroma - Ladenhese

den Stadtteil macht: Angebote für Alt und Jung und die Veranstaltung von Straßenfesten. Zwei Häuser weiter von hier ist eine Restauration. Gemeinsam bilden wir eine neue Mitte der Hasseldelle. Wir wollen eben auch die Wohnqualität verbessern.  
**Wie hoch ist die Chance sich als Geschäft hier fest zu etablieren?**  
**Herr Korb:** Die ist sehr groß. Ich kann heute noch nicht sagen, ob es definitiv funktioniert, aber in einem dreiviertel Jahr kann man mehr sagen. Wir müssen noch ein paar Maßnahmen ergreifen und einbinden. Wir müssen versuchen mehr Bürger für die bergischen Produkte zu begeistern. Einen kleinen Schwung brauchen wir noch, dann sind wir über dem Berg. Wir wollen schon sehen, dass wir das Modellprojekt so etablieren können, dass man am Ende gut sagen kann: „Jenes funktioniert gut - Jenes funktioniert nicht“. Wir wollen diese Erfahrungen machen und das Baukastensystem aus Beschäftigung und Nahversorgung auch in anderen Stadtteilen anbieten.



Mitarbeiter beim Einräumen der neuen Ware

**Führen Sie ausschließlich Bergische Produkte?**  
**Frau Durst:** Wir haben sehr viele bergische Produkte, wie „bergisch pur“ und vom „Thomashof“. Wir haben aber auch andere Produkte.  
**Ist beroma vergleichbar mit einem Sozialladen, wo man Artikel vergünstigt einkaufen kann?**  
**Herr Korb:** Wir sind schon günstig. Die Hauptintention der Ittetal GmbH ist die Beschäftigung, überwiegend von Langzeitarbeitslosen älteren Menschen und Jugendlichen. Die Bewohner der Hasseldelle mussten über 2 Kilometer weit fahren, um sich zu versorgen. Das war für ältere Menschen und kleinere Familien fast unmöglich. Wir haben hier einen kleinen Bürgertreff installiert. Eine kleine Kaffee- und Frühstücksecke, die auch gut genutzt wird für die kleine Mahlzeit zwischendurch. Nebenbei wollen wir die Wirtschaft im Bergischen Land unterstützen, indem wir regionale Produkte anbieten, die erfreulicher Weise sehr



Weitläufiges Angebot

**Die Straße 17**

Quelle: Die Straße. August 2006

## Ohne Nahversorgung keine Vermietung – Warum sich die Wohnungswirtschaft mit dem Thema Nahversorgung auseinandersetzen muss

Norbert Müller, Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft

Die BGW bewirtschaftet in Bielefeld 12.000 Wohnungen, wurde 1950 gegründet, hat rund 150 Mitarbeiter und ist in vielen Teilbereichen der Stadtentwicklung Bielefelds aktiv. Wir haben eine große Anerkennung in der Stadt, so dass über einen Verkauf unserer Gesellschaft nicht nachgedacht und geredet wird. Bielefeld ist eine Großstadt mit 330.000 Einwohnern und wir sind auf einer Fläche von 258 km<sup>2</sup>, so groß wie Frankfurt inkl. Flughafen- gelände, vertreten. Bielefeld hat ein sehr starkes Zentrum, aber auch ländlich strukturierte Bereiche. Wenn wir über Nahversorgung reden, dann müssen wir in Bielefeld folglich von ländlichen und städtischen Strukturen und den jeweiligen Auswirkungen reden.

Die BGW versteht sich auch als Motor der Stadtentwicklung. Im Rahmen dieser Stadtteilentwicklung sind wir auch daran interessiert, dass sich unsere Quartiere vernünftig entwickeln. Für die Aufrechterhaltung des sozialen Friedens gibt es drei Elemente, einerseits die Mietenpolitik, andererseits die Erhaltung und Schaffung von stabilen Bewohnerstrukturen, was wichtig ist für die Zukunft und die gesamte Stadtteilentwicklung und drittens das Quartiersmanagement. Das sind die drei Säulen, auf denen wir im Rahmen der Stadtentwicklung stehen. Hier ist auch das Thema Nahversorgung verortet.



Kaufatmosphäre: Die Kunden bewerten den Bielefelder Einzelhandel durchweg positiv. Mit dazu bei trägt die vergleichsweise große Verkaufsfläche pro Einwohner. Bis zu ein Drittel der Umsätze fließen in die Innenstadt.

### Gute Noten für Einzelhandel

Studie bescheinigt Bielefeld attraktive Versorgung und hohe Kundenzufriedenheit

VIER BACHMUTTERN: Der pro Kopf gut 5.000 Euro in den Geschäften aus. Der „Wandel im Handel“ sind neue Gesetze sind für die Stadt die Hauptgründe für ein neues Einzelhandelskonzept, besitzes sind: Tante aus vom Bauern. Der Rat soll es 2008 beschließen, damit die Stadtplanung optimiert werden kann. Der Bestand bietet dafür gute 493.000 Quadratmetern entfallen 60 Prozent des Umsatzes. Bielefeld liegt damit leicht über dem Schnitt. Schwerepunkte sind Bau-, Gartenmärkte, Möbel, Bekleidung und Nahrungsmittel. Kundenzufriedenheit: 95 Prozent der Bielefelder sind beim Einkauf auf ihre Stadt orientiert, stellte die ergänzende Umfrage der Handelsberatung. Michael Götzel: „Ein sehr hohes Niveau.“ Die Kunden bewerten den Standort Bielefeld mit Note 2,3 im Schnitt sehr positiv“. Am besten schneidet die Nahversorgung ab, am schlechtesten die Parkstation. Unternehmensbefragung: Hier fällt die Beurteilung mit 2,8 erkennbar schlechter aus. Kritisch werden Attraktivität und

Quelle: NWBielefeld vom 31.05.2007

Bielefeld hat eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Einzelhandelsfläche von 2,19 m<sup>2</sup> pro Einwohner, es gibt aber auch Stadtteile mit nur 0,5 m<sup>2</sup>, und damit wird auch das Problem deutlich. Man muss sehr genau den Fokus in Stadtteile und Quartiere richten und sehen, was da los ist und daraus Handlungsansätze ableiten. Das war für uns der Ansatz, uns um die Nahversorgung zu kümmern.

In der Vergangenheit wurden Läden aufgegeben, Kneipen geschlossen und damit eine schöne Stadtteilkultur zerstört. In unseren regelmäßigen Kundenbefragungen haben wir gemerkt, wie wichtig ihnen eine Nahversorgung – insbesondere mit Dingen des täglichen Bedarfs – ist. Wir haben dann die Kunden befragt, was sie brauchen und die entsprechenden Auskünfte erhalten. Für uns gehört die Nahversorgung jetzt zu einem Gesamtkonzept.

Die BGW versteht sich als Verantwortlicher in der Quartiersentwicklung. Zur Quartiersentwicklung gehört für uns auf der einen Seite die Investition in die Bestände. Es gehören aber auch die wohnbegleitenden Dienstleistungen dazu, worüber früher gar nicht gesprochen

wurde. Wir haben uns dafür zuständig erklärt und haben auch Ärger z. B. mit dem Sozialamt gekriegt, als wir 1980 den ersten Sozialarbeiter eingestellt haben. Heute würde die Stadtteilarbeit nicht mehr funktionieren, wenn sich die Immobilienwirtschaft nicht an bestimmten Stellen engagieren würde.

Die wohnbegleitenden Dienstleistungen sind ein entscheidendes Element und hier haben wir vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ein Konzept mit Dienstleistern als unseren Kooperationspartnern entwickelt, das sog. „Bielefelder Modell – Wohnen mit Versorgungssicherheit“. Ich habe diesen Begriff mal in einem Kreis mit mehreren Leuten genannt, bei dem u. a. die Geschäftsführer der Stadtwerke und der Städtischen Kliniken anwesend waren, da haben alle etwas ganz was anderes darunter verstanden. Bei den Stadtwerken will man Strom und Gas verkaufen, beim Krankenhaus medizinische Vorsorge, beim Einzelhandel die Nahversorgung. Wichtig ist, dass man die verschiedenen Fäden aufnimmt und zusammenführt. Wir sind gestartet mit dem Modell „Seniorenservice-Wohnen“. Für uns ist das ein Modell der Zukunft und wir wollen in den Quartieren diese Versorgungssicherheit schaffen. Diese Versorgungssicherheit ist bei den Mietern sehr positiv angekommen. Wir haben mittlerweile zehn Projekte, zwei weitere sind noch in Planung und sind im Prinzip mit dem Aufstellen des Bauschildes ausgebucht.

Die Mieten bei den Projekten liegen im öffentlich geförderten Bereich bei 4,30 Euro, im frei finanzierten Bereich bei 8,50 Euro (im Verhältnis 50/50). Damit liegen sie deutlich über dem Durchschnitt des Bielefelder Mietspiegels; aber die Nachfrage ist da und diese Serviceanlagen entwickeln sich langsam in den Stadtteilen zu kleinen Bürgerzentren und Sozialstationen. Es gibt keinen richtigen Begriff dafür, aber da findet plötzlich Stadtleben statt.

Jedes dieser Konzepte ist ausgestattet mit einem Bewohnertreff. Dieser wird von den Bewohnern in Anspruch genommen und auch von den Menschen, die im Umfeld dieser Anlagen wohnen. So eine Anlage soll nicht nur eine Wirkung für die Bewohner entfalten, sondern auch die Bewohner des Quartiers mit einfangen, um einen neuen Kristallisationspunkt zu schaffen. Wir haben im innerstädtischen Bereich gemessen, dass diese Wirkung einen Radius von 500 m hat.

Wir bekommen auch Nachfragen, ob wir im Rahmen dieser Zentren nicht auch andere Dinge machen können. Die häufig gestellte Frage ist aber die Nahversorgung. Wir haben mit den verschiedensten Institutionen gesprochen und versucht, Konzepte auf die Beine zu stellen, aber es ist uns nicht gelungen, weil wir Konzepte haben wollten, die wirtschaftlich tragbar sind. Bürgerschaftliches Engagement wird eine der Säulen sein, die für die Zukunft sehr wichtig sind. Aber damit allein werden sie das nicht geregelt kriegen. Wir wissen – auch gerade beim bürgerschaftlichen Engagement, das steht und fällt mit handelnden Personen. Aus dem Grund haben wir die LEG AS damit beauftragt, uns solch ein Konzept zu entwickeln.

Ein weiteres Element dieser Quartiersentwicklung sind neue Medien und Techniken, die auch in Zukunft in diesem Umfeld, möglicherweise auch in der Frage der Nahversorgung, eine wichtige Rolle spielen. Wir sind im Moment dabei unser gesamtes Kabelnetz der 12.000 Wohnungen so rückkanalfähig auszubauen (soll ab 01.10.07 stehen), dass jede Wohnung internetfähig sein wird. Die Flatrate für den Hausgebrauch kostet 0,92 Euro/Monat. Darin liegt evtl. auch eine Chance für die Nahversorgung (Bring- und Bestell-

dienst). Wir dürfen nicht vergessen: Es wird eine Generation alt, die mit dieser Technik umgehen kann.

Wir, als Wohnungsunternehmen, sind die Menschen, die die Kernkompetenz für die Immobilie haben; für die anderen Dinge brauchen wir verlässliche Kooperationspartner. Wir sind möglicherweise ein Teil derer, denen es gelingt die verschiedenen Fäden zu Netzwerken zusammenzuführen. Netzwerke sind auch die Instrumente der Zukunft. Wir haben früher viel zu sehr in den eigenen Ideologien gedacht und hatten Berührungängste mit Anderen, wie z. B. Sozialdienstleistern, da waren wir die „Kapitalisten“. Wenn man sich auf dieser Ebene bewegt, kann man auch nichts bewegen. Da muss ganz einfach mehr passieren. Wir stellen die gewerblichen Immobilien zu vernünftigen Konditionen zur Verfügung, die anderen Dinge können wir nur begleiten. Wenn wir ein vernünftiges Nahversorgungssystem haben wollen, werden wir dort nicht die ortsübliche Vergleichsmiete nehmen können.

Entscheidend ist, dass durch diese Unterstützung das Betreibermodell nachhaltig funktioniert. Das lohnt sich für uns, denn wir haben den Vorteil dadurch, dass Kunden sich durch solche Maßnahmen gebunden fühlen und nicht so schnell wegziehen. Jeder Umzug kostet um die 10.000 Euro, d.h. durch jeden Umzug den wir vermeiden, können wir subventionieren.

Viele Kollegen haben diesen wirtschaftlichen Effekt, dass es da Querverbindungen gibt, noch nicht erkannt, und wir da ab und zu etwas quer Denken müssen. Wir stehen für Wettbewerb, d. h. wir müssen um Kunden werben. Gerade die aktuellen Diskussionen in Bezug auf die Nahversorgung und Kennzeichnung der Lebensmittel stehen in diesem Kontext. Wir können hierdurch Beiträge zur Steigerung der Lebensqualität in unseren Quartieren leisten. Die Steigerung der Lebensqualität kann für die Quartiere möglicherweise auch für ganze Städte, ein Standortvorteil sein. Es geht letztendlich um die Lebensqualität der Menschen für die wir zuständig sind. Wir führen z. Z. wieder eine Kundenbefragung durch und haben in Zusammenarbeit mit der LEG gezielt Fragen zur Nahversorgung platziert. Im August werden wir die ersten Ergebnisse haben.

Wir wollen agieren und nicht reagieren. In Bielefeld ist der Masterplan Wohnen im politischen Raum gerade in der Verabschiedung und in diesem Masterplan findet sich auch etwas zum Thema Nahversorgung. Personen die in ihrer Bewegungsfreiheit eingeschränkt sind, müssen Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe haben. In einigen Gebieten ist das Einzelhandelsangebot so einschränkt, dass sehr lange Wege zum Einkaufen zurückzulegen sind, die einen PKW erforderlich machen. Es sollten alle Maßnahmen ergriffen werden, um Einzelhandelsgeschäfte und Wochenmärkte wieder in den Quartieren anzusiedeln.

Dieses Thema ist jetzt auch in der Politik angekommen und es gibt jetzt politische Beschlüsse zu den einzelnen Handlungsfeldern. Ich hoffe, dass wir und dadurch für Bielefeld hier etwas bewegen können. Dies ist auch ein Teil von Stadttrendite und dafür sind wir als kommunales Unternehmen auch zuständig. Unsere Shareholder sind die Bürgerinnen und Bürger unserer Stadt und die haben verdient, dass wir in unseren Entscheidungen berücksichtigen, was ihnen gut tut.

## Zusammenfassung der abschließenden Diskussion

*Moderation: Ralf Zimmer-Hegmann, ILS NRW*

*Bericht: Annika Ballach, Christoph Krafczyk, ILS NRW und Jan Fasselt, StadtRaumKonzept*

Podium:

- Ralf Beckmann, Stadt + Handel, Dortmund
- Ulrich Burmeister, LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung GmbH
- Heinz Frey, Vorsitzender des Trägervereins des DORV-Zentrums
- Michael Gutjahr, Komm-In GmbH in Sternenfels
- Michael Korb, Bergischer Regionalladen
- Norbert Müller, Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft



Quelle: StadtRaumKonzept

### Übertragbarkeit bestehender Konzepte auf den städtischen Raum

Neue Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung existieren bislang vor allem in ländlichen Räumen. Die Diskussion mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Fachgesprächs kreist daher vorwiegend um die Frage, *ob* und *wie* sich die vorgestellten, für den ländlichen Raum konzipierten, Konzepte auf die Stadt übertragen lassen. Dieser Aspekt wird unter verschiedenen Fragestellungen aufgegriffen. Die Inhalte der Diskussion werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

### Identifizierung der Bewohnerschaft mit „ihrem“ Laden

Die vorgestellten Beispiele im ländlichen Raum sind abhängig vom Engagement aus der Bevölkerung. Ob sich ein solches Engagement auch für Konzepte im städtischen Raum initiieren lässt, wird vom Plenum in Frage gestellt. Zum Beispiel wurden zur Realisierung des DORV-Zentrums in Jülich-Barmen Anteilsscheine an die Bevölkerung ausgegeben. So ist es gelungen, die Bevölkerung zu Teilhaberinnen und Teilhabern am Projekt zu machen. Neben einer monetären Verzinsung für das eingelegte Kapital besteht der Zins auch in der Sicherstellung wohnortnaher Dienstleistungen und Lebensmittelversorgung.

Die Einschätzung, dass diese Konzepte nur schwer zu übertragen sind, bestätigt auch Herr Korb aus Solingen. Der dortige Bergische Regionalladen (Beroma) wird seit seiner Eröffnung zwar gut frequentiert, in der Vorbereitung war es aber schwierig die Bewohnerschaft intensiv an der Planung und der Konzeptausgestaltung zu beteiligen. Inzwischen wird der persönliche Lebensmittelladen in der Nachbarschaft durch die Anwohnerinnen und Anwohner genutzt; auch um gezielte Wünsche an das Sortiment zu stellen.

Die bislang mit dem Beroma gemachten Erfahrungen zeigen, dass Nahversorgungskonzepte in einem städtischen Umfeld funktionieren können. Die Anwohnerinnen und Anwoh-

ner identifizieren sich mit „ihrem“ Laden. Diese Identifikation wiederum ist wichtig, um eine Kaufkraftbindung zu erreichen. Um Beides, Identifikation und Kaufkraftbindung zu erreichen, werden in der Diskussion mehrere Punkte genannt, die berücksichtigt werden müssen. Wichtig ist, dass der Laden oder das Nahversorgungszentrum passgenau auf die vorhandenen Zielgruppen und die lokale Situation abgestimmt ist. Das bedeutet, dass jedes Konzept individuell an die Situation vor Ort angepasst werden muss. Solche individuellen Lösungen zur Grundversorgung sind mit den Anforderungen der Marktanbieter an Standardisierung von Produkten, Marketing usw. nur schwer zu vereinen.



Quelle: StadtRaumKonzept

Alle vorgestellten Projektbeispiele zeigen, dass es darauf ankommt unterschiedliche Angebote geschickt miteinander zu kombinieren und bestehende Bedarfe aufzugreifen. Auch „einfache“ Angebote, wie die Möglichkeit im oder vor dem Laden zu sitzen und sich zu unterhalten, können wesentlich für den Erfolg eines Konzeptes sein.

### Wirtschaftlichkeit und Finanzierung

Die vorgestellten Beispiele aus Sternenfels und Jülich-Barmen tragen sich selbst. Dies begründet sich in der innovativen Konzeption: Durch die räumliche Integration verschiedener Servicebereiche wie Bank, Lottoannahmestelle, Führerscheinausgabe, Fleischtheke usw. werden Personalkosten eingespart und einzelne Angebote, die sich alleine nicht mehr finanziell tragen würden, miteinander kombiniert. Die Kombination unterschiedlicher Angebote wirft aber auch Probleme auf. In der Diskussion wird kritisch hinterfragt ob bzw. mit welchem Aufwand sich entstehende Probleme, z. B. in Form der Einhaltung von Hygienevorschriften oder der gleichzeitigen Übernahme von Bankgeschäften und hoheitlichen Aufgaben, lösen lassen. Heinz Frey betont in diesem Zusammenhang, dass sich bei der Realisierung des DORV Ladens immer wieder Schwierigkeiten ergeben haben, die aber mit dem Mut neue Wege zu gehen und dem guten Willen aller Beteiligten lösbar sind.



Quelle: StadtRaumKonzept

Ob eine Kombination von Angeboten, wie an den Beispielen aus Sternenfels und Jülich-Barmen gezeigt, im städtischen Umfeld möglich ist, wird aus dem Publikum hinterfragt. Dort muss häufig nur die Nahversorgung mit Lebensmitteln gesichert werden. Ein reiner Lebensmittelladen an einem unrentablen Standort ist, zumindest in der Startphase, aber nur mit Hilfe von Subventionen oder ehrenamtlichem Engagement finanzierbar, wie sich auch am Beispiel des Beroma in Solingen gezeigt hat. Dieser wird aus Mitteln des Landesprogramms REGIONALEN und in Form von ABM-Stellen unterstützt. Ob das Konzept da-

Ob eine Kombination von Angeboten, wie an den Beispielen aus Sternenfels und Jülich-Barmen gezeigt, im städtischen Umfeld möglich ist, wird aus dem Publikum hinterfragt. Dort muss häufig nur die Nahversorgung mit Lebensmitteln gesichert werden. Ein reiner Lebensmittelladen an einem unrentablen Standort ist, zumindest in der Startphase, aber nur mit Hilfe von Subventionen oder ehrenamtlichem Engagement finanzierbar, wie sich auch am Beispiel des Beroma in Solingen gezeigt hat. Dieser wird aus Mitteln des Landesprogramms REGIONALEN und in Form von ABM-Stellen unterstützt. Ob das Konzept da-

nach wirtschaftlich tragfähig ist, wird auch davon abhängen, ob es gelingt, das Angebot auf weitere Solinger Stadtteile auszudehnen.

Von entscheidender Bedeutung ist es aber in jedem Fall, bestehende Konzepte nicht „blind“ zu übernehmen, sondern diese an die örtlichen Gegebenheiten und Bedarfe anzupassen. Ralf Beckmann weist zum Thema Wirtschaftlichkeit des Weiteren darauf hin, dass die Standorte für große Ketten im Rahmen der Bauleitplanung festgelegt werden und die kommunalen Steuerungsmöglichkeiten häufig unterschätzt werden. In entstehenden Versorgungslücken, also Stadtquartieren, in denen die klassischen Anbieter nicht mehr vertreten sind, können kleinere Märkte durchaus profitabel sein. Dennoch sind alle Größen unter 800 m<sup>2</sup> schwierig rentabel zu bewirtschaften.

### Management und Konzept

Es besteht Einigkeit, dass bei allen zuvor vorgestellten Konzepten deutlich wird, dass es ein Zugpferd / einen „Kümmerer“ braucht. Dieser Kümmerer hat zum Einen den Überblick über den Stand des Projektes, weiß, was noch zu tun ist, „hält die Fäden in der Hand“ und hat vor allem die Aufgabe, potentiell am Projekt zu Beteiligende von eben diesem zu überzeugen. Das, so wird angemerkt, ist eine zeitaufwendige Aufgabe, die sowohl Ausdauer, psychologisches Geschick als auch genaue Kenntnisse der Sachlage und der jeweiligen Vorschriften verlangt. Egal ob es um die Verlagerung eines Briefkastens, um die Einrichtung eines Geldautomaten oder um Verhandlungen mit Lieferanten geht.



Quelle: StadtRaumKonzept

Am Ende der Diskussion werden die Teilnehmenden auf dem Podium gebeten, noch einmal zusammenfassend darzustellen, was es braucht, wenn ein Nahversorgungskonzept aufgestellt und umgesetzt werden soll. Hierbei werden folgende Punkte genannt:

- Es braucht **Mut**. Es muss sich gekümmert werden, Bedenken müssen aus dem Weg geräumt und Hindernisse überwunden werden. Am Beispiel Beroma zeigt sich, dass es einfacher geht, wenn ein Unternehmen dahinter steht.
- Das „**Mehr**“ muss beachtet werden. Es braucht **individuelle Konzepte** (z. B. unter Anwendung des 3-Säulen-Modells (siehe Beitrag Heinz Frey). Das Konzept muss vor allem offen für neue Nutzer sein und sich dementsprechend ausrichten, damit sich spätere Kunden mit „ihrem“ Laden identifizieren können und so die Wirtschaftlichkeit gewährleistet wird.
- **Neue Ideen** sind nötig. Bei der Entwicklung von Konzepten muss unvoreingenommen auf **neue Partner** zugegangen werden, **Bürger** sollten in die Entwicklung von Ideen eingebunden werden, die Wirtschaftlichkeit muss in jedem Fall beachtet werden und dazu betriebswirtschaftliche Konzeptionen zur Grundlage der eigenen Konzepte gemacht werden.
- „Tante Emma“ und „Onkel Ali“ bleiben **Nischen**. Diese Nischen werden allerdings größer.

- Es braucht einen **Kümmerer**. Denn: „Wo kein Kümmerer ist, herrscht Kummer“. Der Kümmerer muss keine Privatperson sein. Er kann auch von Land, Kommune oder einer Institution „gestellt“ werden.
- Kümern und Kommunikation schaffen **sozialen Zusatznutzen**, der wichtig für das Quartier ist.

### **Ausblick**

In der abschließenden Diskussion kristallisieren sich im Wesentlichen zwei Punkte heraus, die zeigen, warum eine nähere Auseinandersetzung mit dem Thema Nahversorgung in Zukunft dringend erforderlich ist.

Als maßgebliche Rahmenbedingungen wurden auch in diesem Fachgespräch die Auswirkungen des demografischen Wandels thematisiert. Immer wieder wird dabei deutlich, dass insbesondere ältere Menschen von mangelnder Nahversorgung betroffen sind, da sie immobiler als andere Bevölkerungsgruppen sind. Während die mobile Bevölkerung mit dem Auto zum nächsten großen Einkaufszentrum fährt, sind viele ältere Leute bei mangelnder Nahversorgung auf fremde Hilfe angewiesen.

Der andere Diskussions-Punkt wird ebenfalls bei Betrachtung der großen Einkaufszentren deutlich. Besonders Ralf Beckmann macht deutlich, dass Flächen unter 800 m<sup>2</sup> wirtschaftlich nicht rentabel sind. Warum, wie und wann sich trotzdem kleinere Läden etablieren und sich die Konzepte auf den städtischen Raum übertragen lassen, darüber besteht weiterhin noch Diskussions- und Forschungsbedarf.

## Impressum

### Verfasser:

Ulrich Burmeister, Ralf Beckmann, Michael Gutjahr, Heinz Frey, Michel Korb, Norbert Müller  
Für den Inhalt der Beiträge sind die jeweiligen Autoren verantwortlich.

### Redaktionelle Bearbeitung der Dokumentation

Annika Ballach, Jan Fasselt und Heiko Krause

### Herausgeber

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und  
Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW)  
Fachbereich Stadtentwicklung und Wohnungswesen  
Postfach 10 17 64  
44017 Dortmund  
Telefon: +49 231 / 90 51-0  
Telefax: +49 231 / 90 51-155  
E-Mail: [ils@ils.nrw.de](mailto:ils@ils.nrw.de)  
URL: [www.ils.nrw.de](http://www.ils.nrw.de)

LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung mbH  
Paul-Klinger-Straße 7  
45127 Essen  
Telefon: +49 201 / 8 27 18-50  
Telefax: +49 201 / 8 27 18-55  
E-Mail: [ulrich.burmeister@leg-nrw.de](mailto:ulrich.burmeister@leg-nrw.de)  
URL: [www.leg-nrw.de](http://www.leg-nrw.de)

### Kontakt

Ralf Zimmer-Hegmann  
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und  
Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW)  
Fachbereich Stadtentwicklung und Wohnungswesen  
Postfach 10 17 64  
44017 Dortmund  
Telefon: +49 231 / 90 51-240  
Telefax: +49 231 / 90 51-195  
E-Mail: [ralf.zimmer-hegmann@ils.nrw.de](mailto:ralf.zimmer-hegmann@ils.nrw.de)  
URL: [www.ils.nrw.de](http://www.ils.nrw.de)

Ulrich Burmeister  
Geschäftsführer  
LEG Arbeitsmarkt- und Strukturentwicklung mbH  
Telefon: +49 201 / 8 27 18-51  
Telefax: +49 201 / 8 27 18-55  
E-Mail: ulrich.burmeister@leg-nrw.de

**ISBN 3-86934-024-1**

**Dortmund / Essen, August 2007**

**© ILS NRW, 2007. Alle Rechte vorbehalten.**

Diese Veröffentlichung darf – auch auszugsweise und in welcher Form auch immer – nur mit schriftlicher Genehmigung des ILS NRW vervielfältigt werden.

Es ist ausdrücklich untersagt, ohne schriftliche Zustimmung des ILS NRW, Kopien dieser Veröffentlichung oder von Teilen daraus an anderer Stelle öffentlich zu präsentieren (z. B. durch „Spiegeln“ dieser Datei auf anderen WWW-Servern) oder diese inhaltlich zu verändern.

Die Anfertigung einer bestimmten Anzahl gedruckter Kopien für den persönlichen Gebrauch ist unter der Bedingung der korrekten Nennung der Urheberschaft ohne ausdrückliche Genehmigung des ILS NRW gestattet. Dies gilt auch für die Anfertigung einer beschränkten Anzahl gedruckter Kopien, um diese in den Bestand einer öffentlich zugänglichen Bibliothek zu integrieren.