

# Versorgungsstrategien für den täglichen Bedarf im Ländlichen Raum

## Möglichkeiten der planerischen Steuerung

Professorin Dipl.-Ing. Kerstin Gothe SRL\_DASL  
Universität Karlsruhe - Architekturfakultät - ORL  
Regionalplanung und Bauen im Ländlichen Raum

## O. Eingrenzung:

Nahversorgung, Waren des täglichen Bedarfs,  
Läden unterhalb der Großflächigkeit (unter 1200qm BGF)

### 1. Trends und Tendenzen

### 2. Strategien, wenn der letzte Laden schließt

- Alternative Angebote schaffen
- Nachfrage aktivieren
- organisatorisch unterstützen

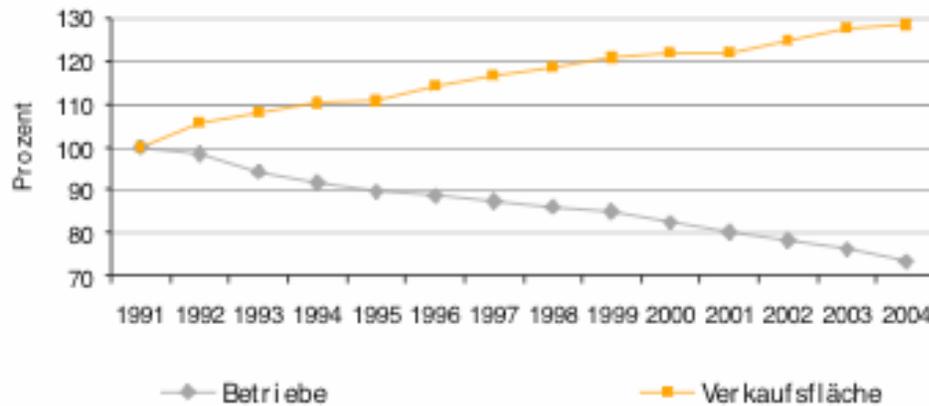
### 3. Strategien der planerischen Vorsorge

- bestehendes Angebot unterstützen / ausbauen
- Monitoring - Entwicklungen vorhersehen
- interkommunal zusammen arbeiten

Konzentration im Einzelhandel:

Immer weniger Betriebe auf immer größerer Fläche

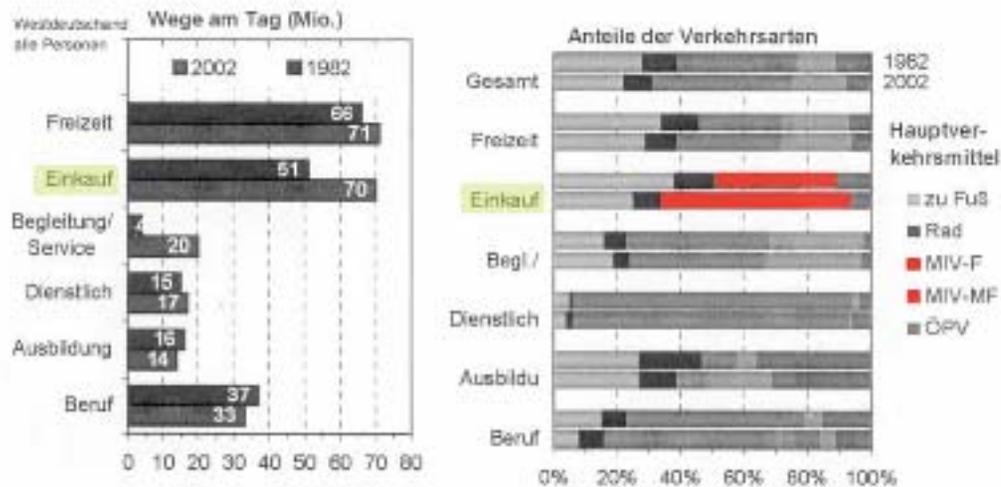
Abb. 5: Entwicklung der Anzahl und Verkaufsflächen der Lebensmittelbetriebe in Deutschland (indiziert; 1991 = 100%)



Quelle: EHI: Handel aktuell 2004, S. 117ff, Köln 2004.

## Einkaufen zunehmend mit dem Auto

Wege am Tag nach Zwecken und Verkehrsarten in Westdeutschland 1982 und 2002

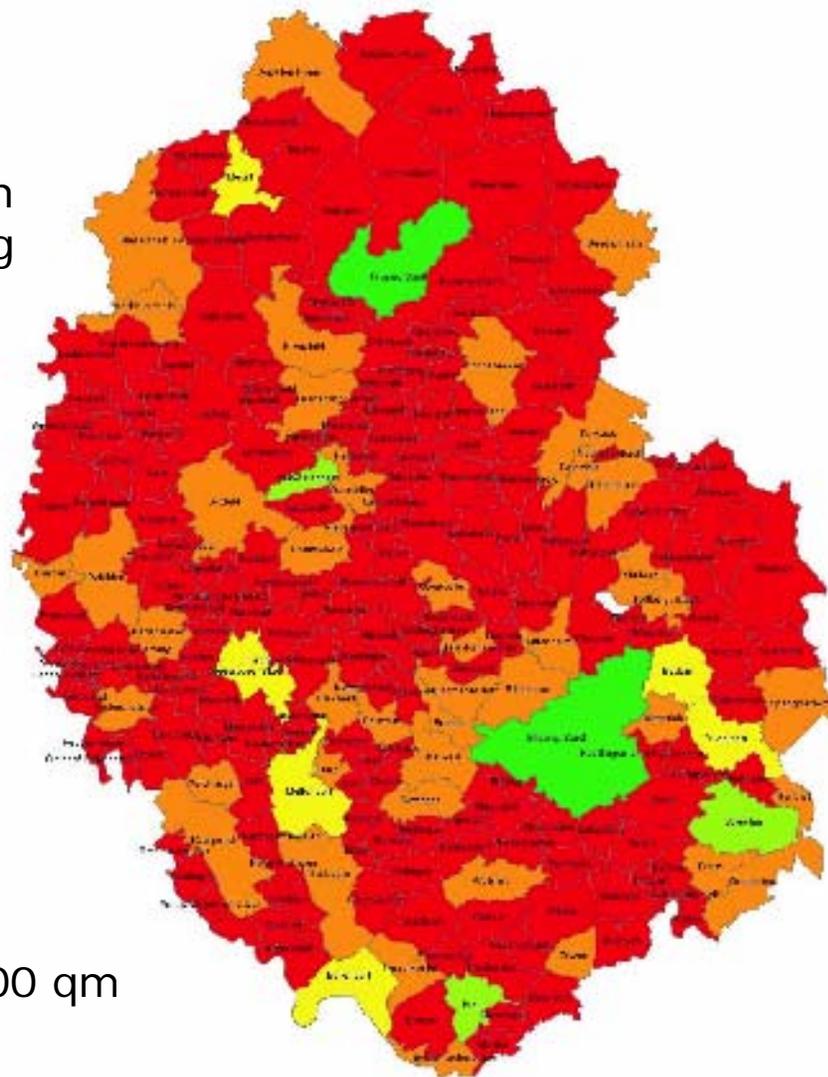


Quelle: infas/DIW 2002.

Verdoppelung der Personenkilometer für Einkaufsfahrten von 1982 bis 2002

IÖW: Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im Ländlichen Raum. Berlin 2005

Immer mehr  
ländliche Gemeinden  
ohne Nahversorgung  
(rot)



2/3 der Bevölkerung  
ohne Zugang zu  
einem Laden über 100 qm

Lebensmitteleinzelhandel im Landkreis Bitburg-Prüm

Anzahl der Lebensmittelhändler

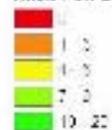


Abb aus: IÖW: Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs  
im Ländlichen Raum. Berlin 2005

6900 EW  
Einzelhandelsschwerpunkt im Ländlichen Raum  
Das Zentrum -  
Brunnen - Marktplatz - Kirche.





Einkaufen zwischen Autohaus und Tankstelle -  
Verlust der Ortsmitte,  
Verlust von Baukultur,  
Orientierung auf Kundschaft mit dem Auto



Folge: Leerstände innerorts





Neufra -2000 EW - ein Laden



## **Wünsche des Einzelhandels:**

### **Grosse Einheiten**

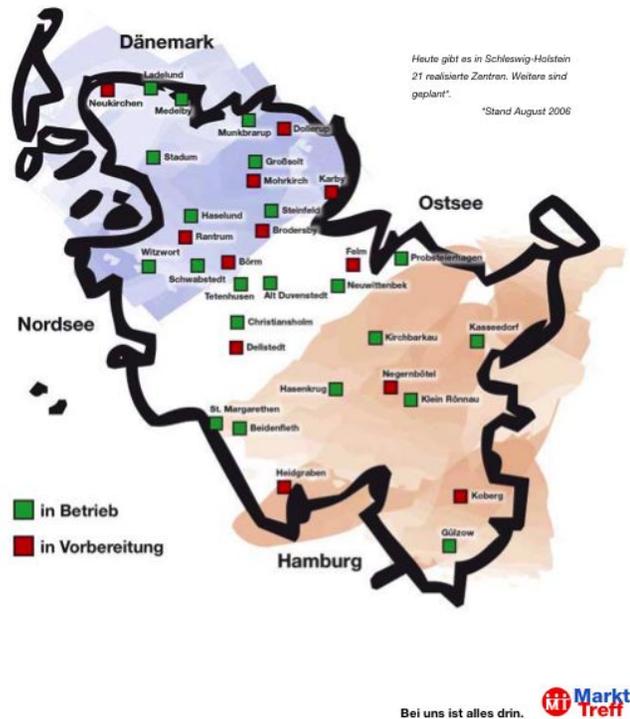
- 1200 qm Bruttogeschossfläche (d.h. Verkaufsfläche von etwa 700 bis 800 qm)
- Mindestgrundstücksgrößen: 4000 bis 5000 qm
- Einzugsgebiet von 5000 bis 6000 EW (z.T. bis über 10 000 EW)
- 80 - 100 gut einsehbare ebenerdige Stellplätze

## 2. Strategien, wenn der letzte Laden schließt

Alternative Angebote schaffen

- Betreiber suchen (Um's Eck), ggf. fördern (z.B. durch Mietzuschüsse)
- Effizienzsteigerung durch Kooperation: Komm-In, Markt-Treff,...
- Integrationsmärkte, Hofläden
- Rollende Läden, Zustelldienste
- Einkauf übers Internet

## 1.2 Eine wachsende Familie



Um die Grundversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen und zu verbessern, baut jeder MarktTreff auf drei Säulen:



### Kerngeschäft

Dabei kann es sich um einen Lebensmittelladen oder einen Direktvermarkter handeln, der gegebenenfalls um ein gastronomisches Angebot ergänzt wird. Das Kerngeschäft sorgt (meist) für die wirtschaftliche Grundlage des MarktTreffs.



### Dienstleistung

Das Dienstleistungsangebot ist sehr vielfältig und in jedem MarktTreff unterschiedlich. Von Lotto/Toto über Paketservice bis zu kommunalen Dienstleistungen ist alles möglich. Es muss nur auf die Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner abgestimmt sein.



### Treffpunkt

Räume und Möglichkeiten zum Klönen, für Kursangebote oder für Veranstaltungen sind ein wichtiger Bestandteil jedes MarktTreffs. Der MarktTreff ist dann erfolgreich, wenn er die Versorgung sichert und gleichzeitig als Zentrum der dörflichen Gemeinschaft dient.



Rollender Laden

## 2. Strategien, wenn der letzte Laden schließt

### Alternative Angebote schaffen

- Betreiber suchen (z.B. Um's Eck), ggf. fördern (z.B. durch Mietzuschüsse)
- Effizienzsteigerung durch Kooperation: Komm-In, Markt-Treff, Integrationsmärkte, Hofläden
- Rollende Läden, Zustelldienste
- Einkauf übers Internet

### Nachfrage aktivieren

- Sensibilisierung der Bevölkerung und
- Stärkung des lokalen Bewußtseins
- Marketing

### organisatorisch unterstützen

- Unterstützung von Nachbarschaftshilfe,
- Fahrgemeinschaften, etc.

### **3. Strategien der planerischen Vorsorge**

#### **3.1. Monitoring - Entwicklungen der Einkaufsstandorte vorhersehen**

Vorhandene Läden sorgfältig beobachten:

- Einzugsbereiche und Mantelbevölkerung,
- Erschließung (IV- Zufahrt und Parken, ÖPNV, Liefer-, Rad- und Fussverkehr)
- Informationen über Verkaufsflächen, Sortimente usw. kartieren  
Tragfähigkeit der vorhandenen Standorte abschätzen

#### **3.2. Handlungsschwerpunkte festlegen**

Welche Standorte sind zukunftsfähig?

Welche sollen ggf. ausgebaut werden? Innerörtliche? Randlagen?

Wo soll ggf. die Erschließung verbessert werden?

Flankierende Marketing- oder alternative Organisationskonzepte erforderlich?

Gute Gestaltung?

#### **3.3. Interkommunal kooperieren**



Balingen  
34.400 EW  
Innerstädtische Standorte stärken,  
restriktiv gegenüber Einzelhandel  
am Rand der Stadt agieren



Burladingen

Erweiterungen möglich?  
Erschließung verbessern (IV- Zufahrt und Parken,  
ÖPNV, Lieferverkehr)





Neubau von Einzelhandel möglichst  
auf innerörtlichen,  
gut erschlossenen Brachen



Bestehende Standorte  
in die Wegenetze einbinden,  
z.B. ins örtliche Rad/ Fußwegenetz

## Beispiel Burladingen



Standorte am Ortsrand in den Ort einbinden



Apotheke mit Kräutergarten  
auf dem Dach+Schulungsräumen



Einkaufen örtlicher Produkte - mit  
Blick in die Landschaft - MPreis

### 3. Strategien der planerischen Vorsorge

#### 3.3. Interkommunal kooperieren

##### ...warum?

Auch im Ländlichen Raum zunehmend Nahversorgung mit Läden an der Schwelle der Großflächigkeit nach § 11 (4) BauNVO:

- 1200 qm Bruttogeschossfläche (d.h. Verkaufsfläche von etwa 700 bis 800 qm)
- Mindestgrundstücksgrößen: 4000 bis 5000 qm
- Einzugsgebiet von 5000 bis 6000 EW (z.T. bis 10 000 EW)
- 80 - 100 gut einsehbare ebenerdige Stellplätze

...das bedeutet, es sind praktisch immer Nachbargemeinden betroffen.

### 3. Strategien der planerischen Vorsorge

#### 3.3. Interkommunal kooperieren: im Gemeindeverbund

Gemeinsame Ziele vereinbaren und interkommunalen AK gründen

Informationen über Einzelhandel in den Ortsteilen sammeln und aufbereiten  
(Gemeinsames Monitoring)

Vorgehensweise klären (Ziel: einfach- zügig- transparent)

- Aufgreifschwelle - Wann wird der interkommunale AK befasst?
- Prüfregeln, z.B. Auswirkungen auf Nachbargemeinden aufgrund von Größe, Erreichbarkeit, Lage und/oder Sortiment

...und bei Anträgen auf Neubau / Erweiterung anwenden

Außerdem ggf. ausgewählte bestehende Einzelhandelscluster aktiv entwickeln

Modell des interkommunalen Diskurses -  
Von der Defensive zur aktiven Gestaltung.  
Vorgehen ist übertragbar auf Kooperation  
bei der Entscheidung über die Ertüchtigung / Erneuerung bzw. die Schließung  
/Aufgabe von Schwimmbädern, Sportplätzen, Mehrzweckhallen usw.