

Wir werden weniger,
wir werden älter,
wir werden bunter.

Wir wollen „Nah am Nächsten“ sein.

Kommt Ihnen das bekannt vor?

NahVORSorge

Wertsteigerung
und Wertschöpfung
in Gemeinde, Kommune
und Quartier



Quelle: Der ländliche Raum, 4. Auflage, Gerhard Henkel, Seite 345

Der langsame Tod der klassischen Dörfer

Dorfladen als traditioneller Mittelpunkt des Dorfes – mit „Nachrichtenbörse“

- Seit den 1970er Jahren: Rückgang von Dorfläden mit dem Schwinden anderer dörflicher Funktionen
- Kaum noch Arbeitsplätze im Dorf, hohe Auspendlerquote, hoher Motorisierungsgrad
- Preiskampf, Belieferung, Nachfolgeprobleme
- Seit den 1980er Jahren beschleunigtes Sterben von Dorfläden



Nahversorgung...

- ist mehr als materielle Versorgung.
- schafft soziale Treffpunkte und lebendige Ortszentren.
- ist Voraussetzung für selbstbestimmtes Leben im Alter.
- sichert Immobilienwerte.
- Die Sicherung der Nahversorgung ist ein Gemeinschaftswerk von Bürger(in)en, Einzelhandel und öffentlicher Hand.

unverzicht-barer
Beitrag zur
Lebens-qualität

Trends in der Gesellschaft und im Einzelhandel

- Ausdifferenzierung der Lebensstile führt zu veränderter Nachfrage
- Flächenexpansion durch hohe Erwartungen an Angebotstiefe- und breite
- Schnäppchenjagd („ich bin doch nicht blöd“), Discount bei Lebensmitteln und Drogeriewaren, FOC / DOC
- Starke Autoorientierung der Kunden
- Innerstädtische Shoppingcenter auch in starken Mittelzentren und Stadtteilzentren
- Internethandel als Bedrohung (und Chance) ?

Nahversorgung heute?



Umdenken bei den Handelsketten

Erkenntnis: Professionalität auch bei Selbsthilfeeinrichtungen

- Mehrere Handelsketten entwickeln neue Formate für die Nahversorgung, spezielle Sortimente
- Differenzierte Konzepte (Dörfer, Bürostandorte, innerstädtische Lagen)
- Standortpräferenz:
Ortslage oder Ortsrand?
- Mantelbevölkerung, Mindestgröße, Parkplätze?



Umdenken bei den Gemeinden

- Fehlentwicklung am Ortsrand und in Gewerbegebieten
- Marktmacht, insbesondere von Discounter (Aldi, Lidl)
- Wert des Lebensmittelmarktes in der Ortsmitte wird erkannt
- Örtliche Einzelhandelskonzepte
- Planerische Steuerung
- Engagement von Rat und Verwaltung



A large, light green circle is centered on the page. Above and below it are several smaller circles in various colors: purple, yellow, blue, and orange. The text is centered within the large green circle.

Das Lädchen für alles.

rundum gut versorgt

tegut... das Unternehmen

in der Mitte Deutschlands

- 1947 gegründet von Theo Gutberlet
- ca. 290 Märkte und 5.200 Mitarbeiter, darunter 716 Lernende
- 977 Mio. Euro Netto-Umsatz in 2013
- tegut... Handelsgeschäft seit 2013 zugehörig zur Genossenschaft Migros Zürich



Bürgernahees Bündnis mit Profil

Ausgangssituation / These:

- Unterversorgung im ländlichen Raum führt zur Landflucht
- Lebensmittel, Ärzteangebot, Infrastruktur nicht ausreichend vorhanden
- demographischer Wandel

Verantwortungsvoll handeln

Nahversorgung ist und bleibt ein unverzichtbares Stück Lebensqualität

Es gilt den ländlichen Raum als attraktiven Wohn- und Wirtschaftsstandort zu erhalten und weiter zu entwickeln.

Im Sinne der Nachhaltigkeit sollen Wocheneinkäufe im Dorf und nicht in der Stadt getätigt werden.

Rundum gut versorgt

Daseinsvorsorge, verankert im Grundgesetz & BauGB-Novelle 2013

Ist ein Instrument für jene ländliche Regionen, in denen Grund-versorgung mit unverzichtbaren örtlichen Leistungsangebote, wie Schulen, Kindergärten, Gesundheitseinrichtungen, ÖPNV, Straßen und technische Ver- und Entsorgung gefährdet ist.

Die Bevölkerung nimmt stark ab oder altert. So werden wichtige Auslastungsstellen unterschritten.

Die Zukunftswerkstatt

Beteiligte



Die Zukunftswerkstatt

Drei Faktoren für den Erfolg

tegut... Lädchen für alles

Kerngeschäft

**gute Lebensmittel,
lokale Produkte**

Dienstleistung

**Lotto, Paketservice,
Reinigungsannahme,
Kopierer...**

Treffpunkt

**Gespräche,
Informationen,
sozialer Kontakt**

Die Zukunftswerkstatt

Wir führen nicht alles – aber immer das Richtige!

- Ich kann schnell, einfach und unkompliziert einkaufen.
- Ich bekomme meine Produkte zum attraktiven Preis-Leistungsverhältnis und kann dessen sicher sein.
- Ich bekomme Hilfe oder kann Beratung in Anspruch nehmen.

Frisch, freundlich, fair

Mein Markt – so mag ich dich:

- **Erlebbar:**
aktuell, preiswert, ideenreich, initiativ
- **Sichtbar:**
sauber, modern, ordentlich, schnell,
einfach, bequem



Nicht was man will, dass ich es will –
sondern: was ich brauche.

Mein Markt – so mag ich dich:

- **Spürbar:**
freundlich, kompetent, hilfsbereit, zuvorkommend,
verständnisvoll
- **Fühlbar:**
ehrlich und fair, wahrhaftig, offen,
nachhaltig



Wenn das Sortiment und der Betreiber stimmen, dann kommt es noch auf den richtigen Standort an.

Standort



Betreibermodell

So kann es aussehen:



Inhaber



Sozialer Partner

Betreibermodell: Inhaber

Rechtlich selbständiger Handelsvertreter, der im Auftrag von tegut... Ware verkauft

Die Ware verbleibt im Besitz von tegut... .

Marktinhaber erhält eine Provision, diese ist basierend auf zwei Stufen an zwei Kennzahlen orientiert.

- Der erste Provisionsteil wird abhängig vom erzielten Umsatz errechnet.
- Der zweite Teil der Provision (Zusatzprovision) ist an die Warenverluste gekoppelt.

Das Marketingkonzept wird von tegut... zur Verfügung gestellt.

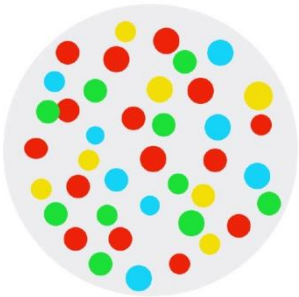
Auch der Warenbezug erfolgt über tegut... bzw. von tegut... beauftragte Lieferanten. Die Markteinrichtung geht in das Eigentum des Marktinhabers über.

Betreibermodell: sozialer Partner

Rechtlich selbständiger Handelsvertreter, der im Auftrag von tegut... Ware verkauft

- Ergänzend wird bei diesem Prinzip der Markt in Kooperation mit einem regional tätigen sozialen Träger betrieben.

Inklusion



- Ziel der Zusammenarbeit ist die Integration von Menschen mit Behinderung in die Arbeitswelt (Inklusion).

Aus Erfahrung gut...

**„Das Lädchen-Konzept trifft ein
aktuelles Problem unserer
Gesellschaft, zeugt von
gesellschaftlicher Verantwortung
von tegut... und ist insofern im
Hinblick auf die wertorientierte
Unternehmenspolitik von tegut...
stimmig.“**

Dr. Bernd Conrads, ehemals Vorstand Lebenshilfe e.V.



tegut... ist Finalist beim Hessenchampion 2014 in der Kategorie Innovation

Das tegut... Lädchen für alles überzeugte bei Innovations-und Wachstumspreis des Landes Hessen



- „Es reicht nicht aus, zu diskutieren. Man muss Wirtschaft & Gesellschaft zusammenbringen und Taten sprechen lassen.“ (Knut John bei der Preisverleihung)
- Nahversorgung im ländlichen Raum und Inklusion. Diese muss im ländlichen Raum über den Bereich Lebensmittel hinausgehen. Dienstleistungen und Kommunikation spielen eine ebenso wichtige Rolle, um das Dorfleben wieder zu beleben

Demographie geht alle an

- Tegut... Lädchen überzeugte auch die Jury des Landes Hessen bei Vergabe des Demographie Preises 2016
- 2. Platz dotiert mit 7000,-€

