

Perspektiven für den ländlichen Raum

*Abschlussbericht der Workshop-Reihe
„Perspektiven für den ländlichen Raum“
der Dialogplattform Einzelhandel*



Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Redaktion:

IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Stand

Mai 2017

Bildnachweis

ipopba/istockphoto (Titel); Susie Knoll (S. 3); hidesy/
istockphoto (S. 6); Daniel Jędzura/Fotolia (S. 10); Syda
Productions/Fotolia (S. 15); kantver/Fotolia (S. 19);
Rawpixel.com/Fotolia (S. 20); ollo/istockphoto (S. 21);
Tyler Olson/Fotolia (S. 23); Lightcome/istockphoto (S. 25)

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.
Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum
Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung
auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen
der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder
Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.



Das Bundesministerium für Wirtschaft und
Energie ist mit dem audit berufundfamilie®
für seine familienfreundliche Personalpolitik
ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von
der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative
der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmwi.de

Zentraler Bestellservice:
Telefon: 030 182722721
Bestellfax: 030 18102722721

Inhalt

Über die Dialogplattform Einzelhandel	2
Grußwort	3
Zusammenfassung	4
AUSGANGSLAGE	6
Digitalisierung – Chancen für ländliche Räume	7
HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	10
1. Digitalisierung ermöglichen und nutzen	11
2. Nahversorgung durch Kooperation sichern.....	14
3. Regionale Vermarktungsinitiativen professionalisieren	17
4. Synergien durch Vernetzung der Akteure erzeugen – Plattformlösungen implementieren.....	18
5. Entwicklung durch kommunale „Kümmerer“ vorantreiben	19
6. Abstimmung zwischen den beteiligten Bundes- und Landesressorts verbessern	20
7. Länderübergreifenden Konsens über die Entwicklung ländlicher Räume herbeiführen.....	21
8. Diskussionsprozess über Flexibilisierung von Standards in ländlichen Räumen anstoßen.....	22
9. Bevölkerung aktivieren und regionale Identität durch Bürgerbeteiligung stärken	24
10. Nachhaltige Förderprogramme aufsetzen und über Fördermöglichkeiten informieren.....	26
Statement: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)	27
Weiterführende Literatur	28
Verweise	32

Über die Dialogplattform Einzelhandel

Zielsetzung, Struktur und Organisation

Demografischer Wandel, geändertes Konsumentenverhalten, technologische Neuerungen und Digitalisierung – die Strukturen des Einzelhandels verändern sich nachhaltig. Die Folgen spüren nicht nur die Händler, sondern die gesamte Gesellschaft. Unsere Innenstädte drohen zu veröden, auf dem Land ist die Nahversorgung zunehmend gefährdet.

Vor diesem Hintergrund hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) Anfang 2015 die Dialogplattform Einzelhandel ins Leben gerufen. In insgesamt 16 Workshops zu fünf Themenfeldern haben Experten aus den vom Strukturwandel betroffenen Akteursgruppen Lösungsansätze in Form von Schlüsselstrategien und Handlungsempfehlungen erarbeitet, und zwar für alle betroffenen Gruppen. Zu diesen Akteursgruppen gehören Unternehmen, Gewerkschaften, Verbände, Kammern, Städte und Gemeinden, Bund und Länder sowie Wissenschaftler. Im gemeinsamen Dialog konnten umfassende Erkenntnisse erarbeitet werden, die anschließend – im Sinne einer aktiven Wissensplattform – auf der Webseite der Dialogplattform veröffentlicht wurden. Neue Erkenntnisse und Einsichten und vorhandenes Wissen wurden auf diese Weise gebündelt.

Die Workshop-Reihe zum Themenfeld „Perspektiven für den ländlichen Raum“ widmete sich zunächst der Fragestellung, inwieweit sich die Nahversorgung in ländlichen Räumen verändert und welcher Handlungsbedarf sich daraus ergibt. In der Diskussion über Konzepte der Nahversorgung

und der regionalen Kooperation ging es darum, inwieweit die verschiedenen Ansätze zur Stärkung ländlicher Regionen als Wirtschafts- und Handelsstandort beitragen können und welche Rolle dabei der Digitalisierung zukommt. Ziel war es, Zukunftsstrategien für den Handel in ländlichen Räumen im Kontext der Sicherung der Nahversorgung zu entwickeln.

Die erarbeiteten Ergebnisse und Handlungsempfehlungen stellen dabei Expertenmeinungen der Teilnehmer dar, die nicht notwendigerweise die Position der Organisation darstellen, der sie angehören. Sie müssen auch nicht der Meinung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie entsprechen.

Mit der Umsetzung der Dialogplattform Einzelhandel hat das BMWi das IFH Institut für Handelsforschung in Köln beauftragt. Das IFH hat das Projekt analytisch begleitet und auf prozessualer und inhaltlicher Ebene koordiniert.

Grußwort

Seit April 2015 haben sich ausgewählte Expertinnen und Experten im Rahmen der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ins Leben gerufenen Dialogplattform Einzelhandel mit den Zukunftsfragen der Branche befasst: Wie mache ich mein Unternehmen fit für die Digitalisierung? Wie könnten die ersten Schritte ins Internet aussehen? Wie gewinne ich neue Mitarbeiter, und welcher Weiterbildungs- und Qualifizierungsbedarf besteht in der zunehmend digitalisierten Welt des Einzelhandels? Wie spreche ich digital vernetzte und vorinformierte Kunden in meinem Geschäft an?

Die befragten Expertinnen und Experten stammen aus Unternehmen, Verbänden, Kammern, Gewerkschaften, Bund, Ländern und Kommunen. Sie haben in sechzehn Workshops eine Vielzahl von Handlungsempfehlungen und Lösungsansätzen erarbeitet, wie der Einzelhandel und die Politik dem Strukturwandel begegnen können.

Die Ergebnisse liegen jetzt vor. Sie sind thematisch geordnet und in einer Broschüre sowie in fünf Online-Berichten zusammengefasst. Letztere gibt es zu den Schwerpunktthemen „Digitalisierung und technologische Herausforderungen“, „Perspektiven für eine lebendige Stadt“, „Perspektiven für den ländlichen Raum“, „Perspektiven für Arbeit und Berufe“ und zur „Wettbewerbspolitik“. Die Broschüre „Perspektiven für den Einzelhandel – Ergebnisse der Dialogplattform Einzelhandel“ gibt einen Gesamtüberblick über die Herausforderungen im Einzelhandel und die erarbeiteten Lösungsansätze.

Mein Dank gilt all den Expertinnen und Experten, die aktiv in den Workshops der Dialogplattform Einzelhandel mitgearbeitet haben, sowie den Mitgliedern des Projektbeirats. Dank Ihres Engagements haben wir viele praxisnahe Ergebnisse zusammengetragen. Mein Wunsch ist, dass diese Anregungen von den einzelnen Adressaten in einem nächsten Schritt geprüft und als Anregung für eigenes Handeln verstanden werden. Wenn das geschieht, eröffnet die aktuelle Dynamik im Einzelhandel tatsächlich viele Chancen und neue Perspektiven.



A handwritten signature in blue ink that reads "Brigitte Zypries".

Brigitte Zypries
Bundesministerin für Wirtschaft und Energie

Zusammenfassung

Erkenntnisse, Anforderungen und Lösungsansätze

Digitalisierung ermöglichen und nutzen

Die Digitalisierung wird als große Möglichkeit gesehen, die Versorgung in ländlichen Räumen zu verbessern. Denn die Digitalisierung bietet verschiedene Ansatzpunkte, Netzwerke zu bilden und den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit von Leistungserbringern jeder Art zu vereinfachen. Die Digitalisierung ermöglicht zudem die Vernetzung von Verbrauchern im Sinne einer „Nachbarschaftshilfe“ und von Verbrauchern und Handel.

Ohne Breitband ist Digitalisierung kaum möglich – ein leistungsfähiger Zugang zum Internet gilt als Basisvoraussetzung. Bürger vor Ort müssen erkennen können, dass digitale Lösungen Vorteile für ihr tägliches Leben bedeuten. Dies erfordert Aufklärung der Bevölkerung. Auf Handelsebene sind verlässliche, ausgereifte, einfach handhabbare technische Lösungen Grundvoraussetzung für die Entwicklung zeitgemäßer Handelsformate, insbesondere für kleinere Einzelhändler in ländlichen Räumen.

Nahversorgung durch Kooperation sichern

Die Sicherung der Nahversorgung stößt insbesondere in ländlichen Räumen an betriebswirtschaftliche Grenzen. Hier liegen Gemeinden, in denen wegen ihrer geringen Größe keine wirtschaftlich tragfähige Nahversorgung aufrechterhalten werden kann, häufig in unmittelbarer Nachbarschaft. Ein Lösungsvorschlag liegt darin, durch Kooperation mehrerer Gemeinden

ländliche Versorgungsknotenpunkte zu bilden. Diese sollen, soweit möglich, über die Lebensmittelversorgung hinausgehen (Kleinkaufhaus, Einbeziehung von Dienstleistungen) und die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen.

Regionale Vermarktungsinitiativen professionalisieren

Ländliche Regionen können von der wachsenden Nachfrage der Verbraucher nach landwirtschaftlichen Produkten aus der Region profitieren. Diese Nachfrage können regionale Erzeuger und Händler bedienen, was die regionale Wertschöpfung erhöht. Das bedingt die Professionalisierung und Vernetzung regionaler Vermarktungsinitiativen, unter anderem mithilfe des Einsatzes digitaler Bausteine (zum Beispiel Informations- und Vermarktungsplattformen).

Synergien durch Vernetzung der Akteure erzeugen – Plattformlösungen implementieren

Auch in ländlichen Regionen stehen sowohl Händler als auch Kommunen vor der Herausforderung, ihre Angebote und Arbeitsabläufe zu digitalisieren. Die Bandbreite des erforderlichen Know-hows reicht von rechtlichen Rahmenbedingungen bis hin zu förderpolitischen Fragestellungen. Zudem ist der Aufwand mit eigenen Lösungen am Online-Handel teilzunehmen, insbesondere für kleine Händler hoch. Gemeinsam genutzte Plattformen erzeugen Synergien zum Nutzen aller Beteiligten.

Entwicklung durch kommunale „Kümmerer“ vorantreiben

Die Folgen des demografischen Wandels bedingen es, dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Nahversorgungsangeboten in Schrumpfungsräumen und/oder an peripheren Standorten oftmals nur dann erreicht wird, wenn sie nach dem Prinzip der Leistungsbündelung erfolgt. Regionale Kooperationen sollten über Gemeindegrenzen hinausgehen und nicht nur eine kommunalinterne Vernetzung umfassen. Dieser interdisziplinäre, -sektorale und -kommunale Ansatz bedarf einer Führung bzw. Leitperson, die die Stärken einer Region kennt und mit den ortsansässigen Akteuren ein Konzept für ihre optimale Nutzung entwickelt.

Abstimmung zwischen den beteiligten Bundes- und Landesressorts verbessern

Auf Bundes- und Landesebene fördern verschiedene Ressorts durch unterschiedliche Programme die Entwicklung ländlicher Räume. Kooperation und Abstimmung zwischen diesen Ressorts sind häufig unzureichend. Vor diesem Hintergrund wird eine effektivere und transparentere gegenseitige Information und Zusammenarbeit empfohlen. Gleichzeitig müssen klare Verantwortlichkeiten geschaffen werden.ⁱ

Länderübergreifenden Konsens über die Entwicklung ländlicher Räume herbeiführen

Großen Einfluss auf die Entwicklungsspielräume der Gemeinden haben die landesplanerischen Zielvorgaben, die für die kommunale Bauleitplanung verbindlich sind. Diese unterliegen der Landesplanung. Es erscheint sinnvoll einen länderübergreifenden Konsens über die Entwicklung der ländlichen Räume herbeizuführen, der auf Länderebene umgesetzt wird.

Diskussionsprozess über Flexibilisierung von Standards in ländlichen Räumen anstoßen

Eine Hürde für Nahversorgungskonzepte in kleinen Orten sind vorgegebene (rechtliche und planerische) Standards. Es sollte insbesondere dort ein Diskussionsprozess angestoßen werden, wo die Marktmechanismen nicht mehr ausreichend funktionieren. Standards sollten flexibilisiert und Bürokratie abgebaut werden.

Bevölkerung aktivieren und regionale Identität durch Bürgerbeteiligung stärken

Eine starke regionale/lokale Identität ist einer der Grundpfeiler für die Etablierung von Nahversorgungskonzepten jeder Art, diese kann jedoch nicht verordnet werden. Deshalb ist es wichtig, die Bürgerinnen und Bürger frühzeitig über Ansiedlungsvorhaben zu informieren und in die Entscheidungsprozesse einzubeziehen.

Nachhaltige Förderprogramme aufsetzen und über Fördermöglichkeiten informieren

Ländliche Infrastruktur benötigt Investitionen. Kritisiert werden Projekte, die nach der Förderphase aufgrund mangelnder Wirtschaftlichkeit nicht mehr weitergeführt werden. Förderprogramme sollten insgesamt auf wirtschaftliche Nachhaltigkeit ausgerichtet sein. Insofern bedarf es einer Abstimmung, Weiterentwicklung und Zusammenführung der verschiedenen Förderprogramme.

AUSGANGSLAGE



Digitalisierung – Chancen für ländliche Räume

Herausforderung Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen

Verschiedenste Faktoren führen dazu, dass sich Versorgungsstrukturen in ländlichen Räumen ändern: Das sind unter anderem Bevölkerungsrückgang und veränderte Ansprüche der Verbraucher an Sortimentsbreite und -tiefe sowie die zunehmende Mobilität. So ist zu beobachten, dass sich Nahversorgungseinrichtungen – insbesondere der Handel mit Produkten des täglichen Bedarfs – zunehmend aus kleineren Orten in ländlichen Räumen zurückziehen, was insbesondere für Ältere problematisch ist. Daher stellt sich grundsätzlich in allen ländlichen Regionen die Frage, wie die verbrauchernahe Grundversorgung heute und auch in Zukunft sichergestellt werden kann.

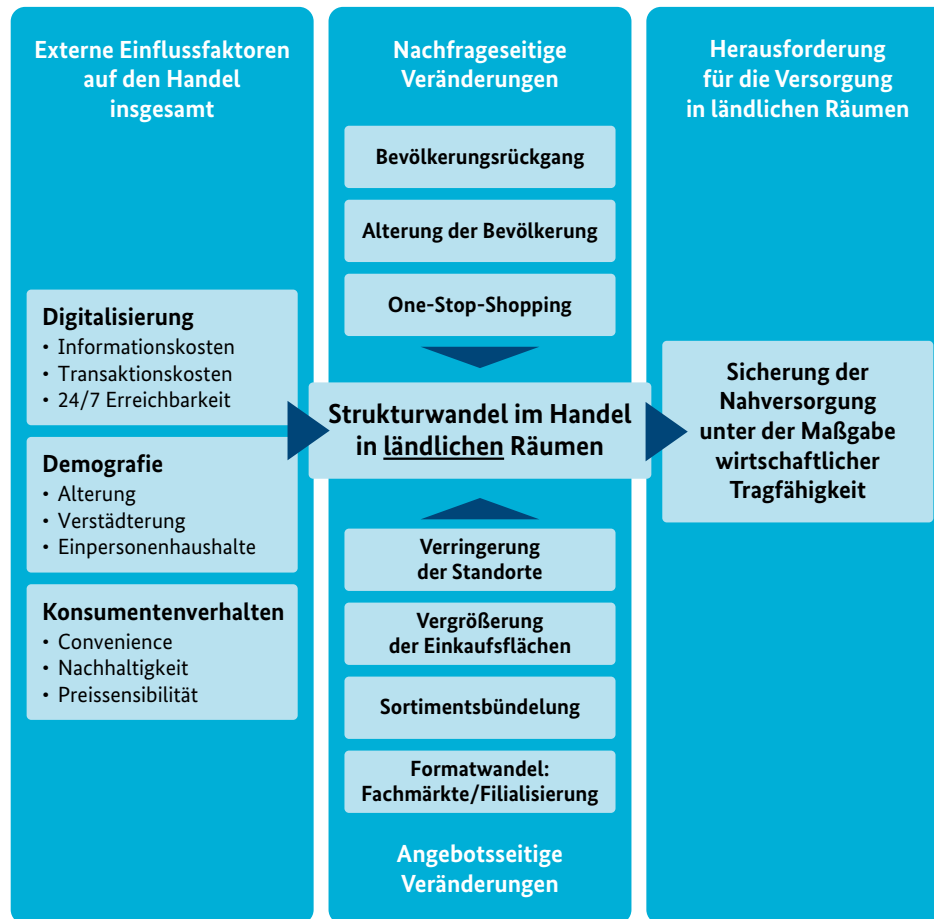
Es ist insbesondere wichtig, dass tragfähige Handels- bzw. Versorgungskonzepte erhalten und weiterentwickelt werden. Der Handel ist dabei einer der zentralen Bausteine. Die Nahversorgung geht jedoch über den Handel hinaus und impliziert insbesondere auch private und öffentliche Dienstleistungen.

Aus Verbrauchersicht sind die Hauptkriterien bei der Wahl einer Einkaufsstätte: die räumliche und zeitliche Erreichbarkeit (Wegezeiten, Öffnungszeiten), eine große Auswahl, ein preisgünstiges Angebot sowie die Qualität und Frische der Waren. Daher stehen auch Handelsformate in ländlichen

Räumen vor (wachsenden) Mindestanforderungen an Sortimentsbreite und -tiefe, Verkaufsflächen, Ladengestaltung und Öffnungszeiten. Die veränderten Anforderungen der Verbraucher ziehen größer werdende Mindesteinzugsgebiete bzw. eine Ausdünnung in der Fläche nach sich. So sind bereits heute einige periphere Regionen in Deutschland mit bisherigen Handels- bzw. Versorgungskonzepten nur sehr schwer kostendeckend zu versorgen. Es ist davon auszugehen, dass insbesondere der demografische Wandel diese Entwicklung weiter verschärfen wird.

„Aufgabe der Kommunen ist es, einen Ordnungsrahmen zu schaffen, der es privatem und öffentlichem Engagement ermöglicht, auch in peripheren Regionen eine wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung zu sichern. Insbesondere in einer alternden Gesellschaft ist der Erhalt flächendeckender Nahversorgungsstrukturen von großer Bedeutung.“

Malte Obal – Initiative Nahversorgt



Hauptinflussfaktoren auf den Handel sind die Veränderungen durch die Demografie, die Digitalisierung und Veränderungen im Konsumentenverhalten, die in ländlichen Räumen anders greifen als in Städten. So ist die Bevölkerung in ländlichen Räumen rückläufig, während beispielsweise in Städten wie Berlin oder Köln Bevölkerungszuwächse insbesondere von Jüngeren zu verzeichnen sind. Einkaufsfrequenzen für Produkte des täglichen Bedarfs sinken, was u. a. mit dem Bedürfnis nach Einkaufsbequemlichkeit und One-Stop-Shopping zusammenhängt. Das gilt tendenziell verstärkt in ländlichen Räumen, da Einkäufe aufgrund geringerer Angebotsdichte stärker geplant werden und häufiger auf dem Weg zum oder vom Arbeitsort erledigt werden.

„Eine wichtige Herausforderung liegt darin, dass der Handel auch in ländlichen Räumen zeitgemäße Handelsstrukturen und Vertriebsformate anbieten kann.“

Dr. Silke Dierks, Referatsleiterin Handel – Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Die Nahversorgung in den ländlichen Räumen erhält neue digitale Impulse

Die Digitalisierung wird auf verschiedenen Ebenen als relevanter Hebel angesehen, um die Nahversorgung in ländlichen Räumen nicht nur sicherzustellen, sondern sogar zu verbessern. So können neue Technologien dazu beitragen, infrastrukturelle Nachteile gegenüber Städten zu reduzieren und damit die Lebensqualität und die Attraktivität als Wohnstandort zu erhalten und zu erhöhen. Das betrifft verschiedenste öffentliche und private Dienstleistungsbereiche, aber auch den Handel und Mobilitätsleistungen.

Dabei geht der Einsatz der Digitalisierung über die Nahversorgung hinaus. Denn Digitalisierung ermöglicht flexible Arbeitsmodelle und bietet so die Chance, ländliche Regionen als Wohn- und Arbeitsstandorte wieder stärker in den Fokus zu rücken. Ländliche Räume verfügen zudem über Vorteile, die Städte und Verflechtungsgebiete nicht bieten können. Dazu zählen u. a. geringere Verdichtung, bezahlbare Mieten und Grundstückspreise, gute Naturgegebenheiten oder weniger Lärmbelastung.

„Digitalisierung bietet die Chance, eine neue Vision für ländliche Räume zu entwickeln, in dem der Wohn- und Arbeitsstandort ländlicher Räume wieder aktiviert werden kann.“

Michael Reink, Bereichsleiter Standort und Verkehrspolitik –
Handelsverband Deutschland (HDE)

„Die Sicherung der Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse erfordert moderne Handels- und Versorgungskonzepte für ländliche Regionen, für die die Digitalisierung einen wichtigen Beitrag leisten kann.“

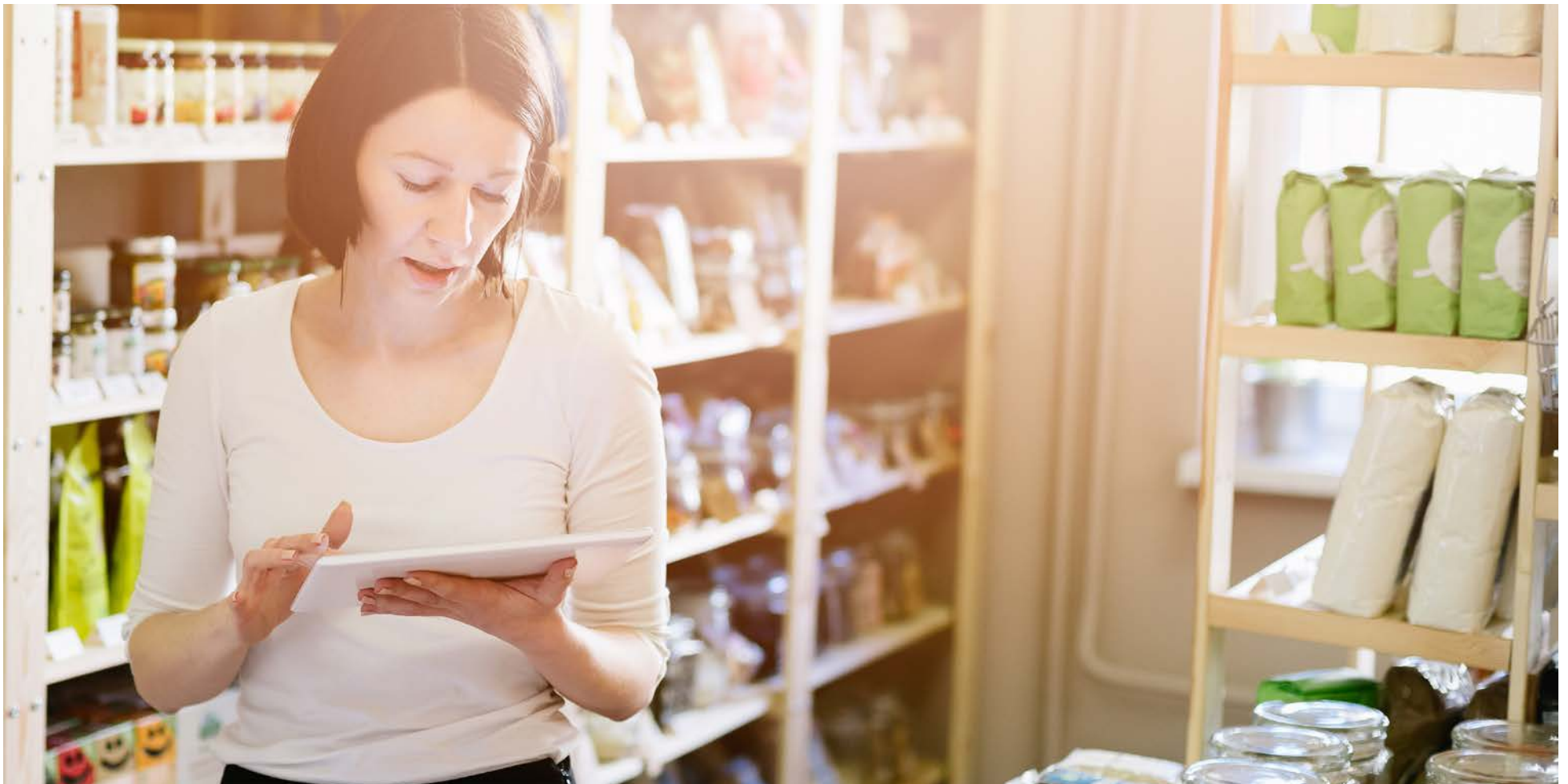
Dr. Ulrich Neubauer, Referatsleiter im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

Allerdings wird sich die Attraktivität in ländlichen Räumen auch im Kontext der Digitalisierung nur verbessern, wenn verschiedene Akteure zusammenarbeiten und Prozesse miteinander verknüpft werden. Einzelne, in sich abgeschottete Projekte können kaum nachhaltig sein. Durch die Bildung von Kooperationen verschiedener Dienstleister können beispielsweise Synergieeffekte realisiert werden, die den Betrieben rentables Wirtschaften bei moderatem Preisniveau erlauben.

Um die Zukunftsfähigkeit ländlicher Räume auch mithilfe der Digitalisierung zu verbessern, sind verschiedenste Akteure gefordert. Von besonderer Bedeutung ist ein lokales und interkommunales Netzwerk bestehend aus Politik, Verwaltung, Handel, Gastronomie sowie Bürgerinnen und Bürgern, das abgestimmte Lösungen mit den Komponenten Gesundheit, Bildung und Nahversorgung entwickelt. Denn ohne eine regionale Koordination der Bemühungen aller Akteure und deren aktiver Kooperation wird sich die Situation nicht nachhaltig verbessern. Das setzt ein Engagement der Händler, innovative Handelsformate zu entwickeln, voraus. Verbände und Kammern sollten als Ansprechpartner fungieren und Informationen sowie konkrete Unterstützungsmaßnahmen bereitstellen.

Im Folgenden werden Lösungsansätze für die wichtigsten Handlungsfelder und aktuellen Herausforderungen, die im Rahmen der Workshop-Reihen „Perspektiven für den ländlichen Raum“ der Dialogplattform Einzelhandel diskutiert wurden, aufgezeigt.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



1. Digitalisierung ermöglichen und nutzen

Die Digitalisierung wird als gute Möglichkeit gesehen, die Versorgung in ländlichen Räumen zu verbessern. Denn die Digitalisierung bietet verschiedene Ansatzpunkte, Netzwerke zu bilden und den Erfahrungsaustausch sowie die Zusammenarbeit von Leistungserbringern jeder Art zu vereinfachen.

Klassische Konzepte der Nahversorgung können durch den Einsatz digitaler Lösungen und Services wirtschaftlicher und verbraucherfreundlicher gestaltet werden. Die Digitalisierung ermöglicht zudem die Vernetzung von Verbrauchern im Sinne einer „Nachbarschaftshilfe“. Ansatzpunkte der Angebotserweiterung finden sich z. B. in den Bereichen ärztliche Versorgung, öffentliche und private Dienstleistungen. Zudem kann die Digitalisierung mobilitätseingeschränkter Bevölkerungsgruppen in derzeit nicht versorgten ländlichen Regionen den Zugang zu Versorgungsangeboten ermöglichen.

Ohne Breitband keine Digitalisierung

Eine gute Abdeckung mit schnellem Internet ist ein wichtiger – und für Handel und Verbraucher unverzichtbarer – Standortfaktor. Ohne Breitband ist Digitalisierung kaum möglich, denn ein leistungsstarker Zugang zum Internet gilt als Mindestvoraussetzung.

„Der Online-Handel ist möglicherweise für einige Teilregionen die einzige Chance. Hierzu bedarf es jedoch eines raschen Breitbandausbaus in allen Landesteilen, um am Online-Handel adäquat teilnehmen zu können.“

Michael Reink, Bereichsleiter Standort und Verkehrspolitik –
Handelsverband Deutschland (HDE)

Aufklärung schafft digitales Bewusstsein in der ländlichen Bevölkerung

Die Bürgerinnen und Bürger vor Ort müssen erkennen, dass neue, digitale Technologien Vorteile für ihr tägliches Leben bringen. Eine aktive Aufklärung in diesem Sinne schafft ein „digitales Bewusstsein“ in der Bevölkerung und forciert die notwendige Digitalisierung in ländlichen Räumen. Besonders Personengruppen, die bislang digitale Angebote kaum oder gar nicht nutzen, sollten angesprochen werden. Konkret sollten Qualifizierungsangebote für wenig technikaffine Bevölkerungsgruppen und Kompe-

tenzvermittlung für Dienstleistungs- und Wirtschaftsbranchen (besonders KMU) geschaffen werden. Eine Möglichkeit ist zudem, digitale Terminals inklusive Betreuung und Beratung öffentlich zugänglich zu machen, zum Beispiel in Dorfgemeinschaftszentren und Mehrfunktionshäusern. Als Initiator solcher Maßnahmen sind Bund, Länder und Kommunen gefragt.

Benutzerfreundliche technische Lösungen – Grundvoraussetzungen für kleine Einzelhandelslösungen in ländlichen Räumen

Durch eigene Onlinepräsenz wird den Einzelhändlern in ländlichen Räumen die Chance geboten, einen Teil des Online-Umsatzes auf sich umzulenken. Dafür bedarf es verlässlicher, ausgereifter, einfach handhabbarer technischer Lösungen als Grundvoraussetzung für kleine Einzelhandels-einheiten in ländlichen Räumen. Gerade kleine Einzelhändler haben in der Regel weder die technischen Fähigkeiten noch die finanziellen Mittel um eigene Lösungen zu entwickeln. Empfohlen wird der Start mit einfachen, niedrighschwelligigen Digitallösungen, die konkreten Mehrwert generieren und möglichst zur zeitlichen Entlastung führen. Um solche Lösungen zu entwickeln, müssen technische Entwickler, Lieferanten, Kaufleute und auch Kunden bei geförderten Pilotprojekten eng zusammenarbeiten.

aus der Praxis

DORV – Pilotprojekt ONLEIN versorgt

DORV steht für „Dienstleistung und Ortsnahe Rundum Versorgung“. Dahinter verbirgt sich das Konzept der multifunktionalen Nahversorgung an Standorten in ländlichen Räumen mit dem Ziel, eine lebenslange, selbstbestimmte Versorgung der Konsumenten in gewohnter Umgebung aufrechtzuerhalten. Lebensmittel, Dienstleistungen, sozial wie medizinische Versorgung, Kulturangebote und Kommunikation sind als fünf tragende Säulen in einem Dorfladen vereint. Derzeit wird dieses Konzept mithilfe von Landesfördermitteln um digitale Services erweitert. Dabei bündeln DORV-Läden zukünftig Bestell-, Liefer-, und Abholvorgänge: Konsumenten können über eine an den DORV-Laden angeschlossene Online-Plattform Lebensmittel und andere Produkte des täglichen Bedarfs bestellen. Die Produkte werden von angeschlossenen regionalen Lebensmittelhändlern mit Vollsortiment bereitgestellt. Die Auslieferung an den DORV-Laden wird von Presse-Grossisten, die diesen ohnehin beliefern, übernommen. Die online basierte Abholstation in einem oben beschriebenen multifunktionalen Nahversorgungszentrum (DORV) verschafft den lokalen Konsumenten Zugang zu einer Vielfalt an Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs über das örtliche Angebot von Produkten mit regionaler Herkunft hinaus und schafft zudem Frequenz.

Digitalisierung vernetzt ländliche Räume

Ein „digitaler Marktplatz des Gemeindelebens“ soll ländliche Räume unterschiedlicher Größenordnung und die Bürger vernetzen.

Digitale Dörfer (www.digitale-doefer.de/)

Die „Digitalen Dörfer“ sind ein Leuchtturmprojekt einer weiter gefassten Forschungsinitiative mit dem Namen „Smart Rural Areas“ (Intelligenter ländlicher Raum) von Fraunhofer IESE aus Kaiserslautern. Drei Testphasen sollten den Nachweis erbringen, dass die intelligente Vernetzung aller zur Verfügung stehenden Digitalmodule ein funktionierendes Liefersystem auch auf dem Land möglich macht – wenn die entsprechenden Kommunikationssysteme und Mobilfunknetze zur Verfügung stehen. Die Attraktivität in ländlichen Räumen wird durch das jeweilige Angebot geprägt. Um das Angebot flächendeckend sichtbar zu machen und zu verbessern, werden mittels Softwarelösungen Mobilitäts- und Logistiksysteme sowie Dienste aus unterschiedlichen Bereichen miteinander verknüpft, um die größeren Distanzen in ländlichen Räumen überbrücken zu können. Auf der geschaffenen Plattform vernetzen sich Unternehmen und Bevölkerung einer Region zu einer eigenen Community. Das Prinzip basiert auf einer sogenannten „Mitmach-Logistik“ und „Nachbarschaftshilfe“, die aus einer Gemeinschaft heraus durch digitale Hilfsmittel Mehrwerte generiert. Beispielbare Ebenen sind Mobilität (Mitfahrgelegenheiten, Carsharing, Rufbusse) medizinische,

pharmazeutische und pflegerische Versorgung, Tauschbörsen (Gerätschaften, Dienste, Gesuche), Verwaltungsleistungen und oder auch Handel (Marktplatz, Dorfladen). Bei Letzterem können beispielsweise Produkte lokal teilnehmender Unternehmen abgerufen und nachgefragt werden. Die Lieferlogistik übernimmt die Community. Belohnungssysteme incentivieren das Modell. Jeder Teilnehmer der Community leistet auf diese Weise individuelle Beiträge zur Funktionalität. Hürden sind bei der Implementierung (große Individualität der geforderten Lösungen) und den damit einhergehenden Kosten zu sehen. Die Finanzlage deutscher Kommunen lässt die Entwicklung, den kontinuierlichen Betrieb und die Weiterentwicklung solcher Systeme kaum zu. Die durch Förderer finanzierte Modellentwicklung, Testphase und stetige Weiterentwicklung macht es möglich, eine solche funktionierende Plattform auch über die Modellregionen hinaus wirtschaftlich tragbar umsetzen zu können und eine hohe User-Experience (Anwendererlebnis) zu garantieren. Ein integraler Bestandteil einer erfolgreichen Lösung ist in diesem Fall, dass ein solches funktionierendes Plattform-Produkt auch für andere Regionen wirtschaftlich tragbar zu adaptieren ist.

Einsatz von digitalen Kümmerern

Die Umsetzung digitaler Prozesse erfordert hohe Expertise. Die Übertragung von Projekten wie die „Digitalen Dörfer“ von Fraunhofer IESE setzt digitale Souveränität der kommunalen Anwender voraus. Gefragt ist technologisches Knowhow, was es ermöglicht Konzepte an regionale Gegebenheiten anzupassen. Für fachliche Hilfestellungen, rechtliche Belange, Fra-

gen potenzieller Nutzer (Handels- und Dienstleistungsunternehmen, Bevölkerung) und Schulungsmöglichkeiten sollte zudem vor Ort ein verantwortlicher Ansprechpartner zur Verfügung stehen. „Digitale Kümmerer“ sollten mit Priorität möglichst in Wirtschaftsförderungen und die Förderung der Integrierten ländlichen Entwicklung eingebunden werden. (Fach-) Hochschulen oder Institutionen wie das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) sollten entsprechende Ausbildungsformate entwickeln.

2. Nahversorgung durch Kooperation sichern

Die Sicherung der Nahversorgung stößt insbesondere in ländlichen Räumen an betriebswirtschaftliche Grenzen, sodass ein rentabler Betrieb häufig nicht möglich ist. Es wird grundsätzlich davon ausgegangen, dass der Erfolg bei der Versorgung ländlicher Räume vor allem durch integrierte und verzahnte Konzepte möglich ist. Der Handel ist dabei ein wichtiger Baustein von mehreren.

„Eine wichtige Basis zur Förderung der Nahversorgung in ländlichen Räumen ist ein regionaler Konsens darüber, an welchen Standorten Entwicklungen des Lebensmitteleinzelhandels stattfinden sollen. Dies schafft Planungssicherheit für ergänzende, kleinteilige Ergänzungsangebote in Bereichen außerhalb der Naheinzugsgebiete größerer Lebensmittelmärkte.“

Rainer Schmidt-Illguth, Niederlassungsleiter Köln –
BBE Handelsberatung

Politisch verantwortliche Akteure einer Region sollten ihre Region über Gemeindegrenzen hinaus als gemeinschaftlich zu entwickelnde Einheit betrachten. Um dies umsetzen zu können, ist die Bereitschaft zu mehr Kooperation und Kommunikation notwendig.

Versorgungsknotenkonzepte als regionale Kooperationslösung forcieren

In ländlichen Räumen sind häufig mehrere – in unmittelbarer Nachbarschaft liegende – Gemeinden gleichermaßen mit dem Problem konfrontiert, dass sie aufgrund ihrer geringen Größe allein keine wirtschaftlich tragfähige Nahversorgung anbieten können. Durch die Kooperation mehrerer Gemeinden können ländliche Versorgungsknotenpunkte gebildet werden, die ein umfassendes Nahversorgungsangebot bereitstellen, indem dort verschiedene Händler und Dienstleister zusammenkommen. Ist das Einzugsgebiet eines Versorgungsknotenkonzeptes ausreichend groß, können dort Nahversorgungsleistungen wirtschaftlich tragfähig angeboten werden. Die Standortsuche nach einem optimalen Versorgungsknoten setzt voraus, dass bestehende Leitlinien für Handelskonzepte mit räumlichen und soziodemographischen Kennziffern verknüpft werden, um so die passenden Konzepte für die jeweilige Region zu identifizieren. Ein solcher Standort kann, muss aber nicht zwangsläufig im Mittelpunkt der involvierten Gemeinden liegen.



Kern eines solchen ländlichen Versorgungsknotens sollte ein hochwertiger Lebensmittelvollversorger sein. Ergänzende Angebotsmodule können bspw. in Mehrfunktionshäusern Post, Apotheke, Banken/Sparkassen, Gesundheitsdienstleistungen, Kosmetik, Drogerie und öffentliche Dienstleistungen wie Schulen, Kinderbetreuung, Angebote für Senioren sein sowie die Nahversorgung ergänzender, nicht großflächiger Einzelhandel. Der bzw. die Einzelhändler sind dabei frühzeitig in die Planungen einzubeziehen. Denkbar ist auch die Integration von Büroräumen, die von verschiedenen Dienstleistern, etwa Ärzten, Krankengymnasten tageweise gebucht werden können.

Voraussetzung für solche Konzepte ist die Bereitschaft der Gemeinden zusammenzuarbeiten. Der gemeinsame Nutzen liegt in der Verfügbarkeit von Infrastruktur. Gegebenenfalls bietet es sich an, solche interkommunalen Konzepte aus Landesmitteln zu fördern, beispielsweise um einen moderierten Gründungsprozess anzustoßen. Um einen Versorgungsknoten sinnvoll und effizient zu organisieren, bietet es sich an, einen Zweckverband zu gründen.

„Eine nachhaltige Versorgung der ländlichen Räume kann nur gewährleistet werden, wenn eine qualifizierte Nahversorgung wohnortnah mit ausreichender Größe an Verkaufsfläche (mindestens 1.500 m²) ein ausreichend attraktives Sortiment mit vollumfänglichem Angebot (inklusive Frischwaren, Bio-, veganem, allergenfreiem Sortiment) anbieten kann, das wiederum ein ausreichend großes Einzugsgebiet versorgt. Ohne attraktives Angebot wandert die Kaufkraft in zunehmendem Maße in entfernte, größere Städte und lässt den stationären Einzelhandel weiter ausdünnen. Zur Versorgung weitläufiger ländlicher Räume wären zukünftig interkommunale Zentrenkonzepte eine Lösung.“

Ralf Lübbing, Leiter Geschäftsbereich EBK – Einzelhandel – EDEKA Zentrale AG & Co. KG

Kleinkaufhaus – Kooperationslösung etablierter Handelsfilialisten mit Sortimentserweiterung durch Nonfood-Artikel

Attraktive Handelsangebote in ländlichen Räumen gehen über das Angebot von Produkten des täglichen Bedarfs hinaus. Sie integrieren auch Nonfood-Angebote an leistungsfähigen Lebensmittelstandorten. Umsetzbar wird ein solcher Ansatz, wenn verschiedene etablierte Handelsunternehmen aus dem Food- und Nonfood-Bereich zusammenarbeiten – in einem sogenannten Kleinkaufhaus. Dieses Format ist hinsichtlich wichtiger konzeptioneller Bausteine, insbesondere der Angebotsbündelung und der Sortimentszusammensetzung, mit dem Konzept der ländlichen Versorgungsknoten vergleichbar. Der konzeptionelle Unterschied ist, dass Kleinkaufhäuser ihr Sortiment durch Nonfood-Filialisten erweitern, die ein eigenes Geschäft aufgrund des zu geringen Einzugsgebietes nicht wirtschaftlich tragfähig führen könnten. Das Kooperationsmodell setzt zudem nicht bei den Gemeinden, sondern bei den Handelspartnern an. Nonfood-Angebote können in Form von Shop-in-Shop-Lösungen in die Food-Verkaufsfläche integriert werden. Das würde die Kosten reduzieren und zu Frequenzverstärkung führen. So arbeitet Ernstings bereits heute mit standortindividuellen Lösungen, wenn Mindestanforderungen an einen Standort nicht erfüllt werden. Als Beispiel wird die Kooperation von REWE und Ernsting's Family in Heppenheim genannt.

Alternative multifunktionale Versorgungslösungen weiterentwickeln

In ländlichen Räumen greifen alternative multifunktionale Versorgungskonzepte dort, wo konventionelle Handelsformate nicht wirtschaftlich sinnvoll umzusetzen sind. Kern solcher Konzepte ist die Kombination verschiedener Angebote. Neben etablierten Konzepten wie DORV oder Marktreff, verfolgt das Konzept „Multiples Haus“ einen neuen Ansatz über die multiple Nutzung einer Immobilie über verschiedene Anbieter.

Im Rahmen des Projektes „Multiples Haus“ (<http://www.multiples-haus.de/>) wurde eine architektonische Lösung entwickelt, eine Immobilie durch flexible Gestaltung für verschiedene Nutzergruppen zugänglich zu machen. Durch mobile Trennwände und mithilfe anderer gestalterischer Elemente kann der Raum an die verschiedenen Anforderungen angepasst werden. So wechseln die Nutzungen tageweise im gleichbleibenden Wochenrhythmus und umfassen so unterschiedliche Angebote wie ärztliche Versorgung, Physiotherapie, Friseur, Sparkasse, Lebensmittel. Zudem dient ein solches Projekt auch als räumlicher Treffpunkt in der Gemeinde. Geeignet sind für dieses Konzept zum Beispiel leerstehende Immobilien, wie Gemeindehäuser, Schulen oder Bahnhöfe.

3. Regionale Vermarktungsinitiativen professionalisieren

Der zunehmende Wunsch der Konsumenten nach regionalen Produkten eröffnet ländlichen Regionen zusätzliche Chancen durch die Professionalisierung regionaler Vermarktungsinitiativen nach dem Motto „aus der Region für die Region“. Dabei wird von Experten Potenzial für weitere Initiativen gesehen sowie Bedarf für die Professionalisierung der Strukturen.

Regionale Produkte bieten dem ortsansässigen Handel (wie zum Beispiel Dorfläden) eine Möglichkeit, sich durch ein individuelles Sortiment zu differenzieren. Gleichzeitig wird die regionale Identität, Wirtschaft und Zusammenarbeit auf verschiedenen Ebenen gefördert. Das setzt voraus, dass sich die Erzeuger untereinander vernetzen, um sich dem Handel als einheitlicher Ansprechpartner anzubieten und gleichzeitig das Produktportfolio zu erweitern. Dann kann der Handel gebündelt einkaufen, auf logistisch etablierte Systeme und auf ein Abrechnungssystem zurückgreifen. Die einzelnen Erzeuger müssen keine eigene Vermarktung betreiben und nicht selbst mit dem Handel verhandeln.

Denkbar ist die Vernetzung von verschiedenen Vermarktungsinitiativen durch eine digitale Plattform, bei der Initiativen voneinander lernen können. Damit wird Transparenz im Hinblick auf schon bekannte Projekte geschaffen und darüber aufgeklärt, ob erfolgreiche Bausteine auf andere Regionen oder Initiativen übertragbar sind. Die Vernetzung beinhaltet auch die Möglichkeit, eine geförderte fachliche und rechtliche Beratung für andere, neue Organisationen in ihrer Gründungsphase anzubieten.

aus der Praxis

Nordbauern Schleswig-Holstein e.V.
(www.nordbauern.de/)

Der Verein Nordbauern e.V. ist eine 2013 gegründete gemeinsame Vermarktungsplattform mit dem Ziel, Qualität und Absatz von Produkten heimischer Direktvermarkter zu verbessern. Im Fokus stehen der gebündelte Außenauftritt und die Verbesserung der Kommunikation gegenüber Verbrauchern und Handel.

aus der Praxis

Bundesverband der Regionalbewegung e.V.
(www.regionalbewegung.de)

Der Bundesverband Regionalbewegung e.V. bündelt und vertritt die Interessen der Regionalvermarktungsinitiativen in Deutschland. Zur Verbesserung der Kommunikation gegenüber Verbrauchern wurde unter anderem die RegioApp entwickelt (<http://www.regioapp.org/>). Mit Hilfe der RegioApp können Konsumenten eine Umkreissuche nach regionalen Lebensmittelprodukten starten. Im Suchergebnis werden beispielsweise Direktvermarkter, Verkaufsstellen wie Dorfläden, Lebensmitteleinzelhändler mit regionalen Produkten oder Wochenmärkte gelistet.

4. Synergien durch Vernetzung der Akteure erzeugen – Plattformlösungen implementieren

Auch in ländlichen Regionen stehen sowohl Händler als auch Kommunen vor der Herausforderung, ihre Angebote und Arbeitsabläufe zu digitalisieren.

Etablierte Plattformökonomien als Chance für kleine Händler begreifen

Durch eigene Onlinepräsenzen und -shops können Händler auch in ländlichen Räumen Umsatzverluste durch online erzielte Zusatzeinnahmen ausgleichen. Die notwendigen technischen Voraussetzungen und schnelllebigen Entwicklungen machen es für viele kleine Händler jedoch nur mit hohem zeitlichem, personellem und infolgedessen auch monetärem Aufwand möglich, am Online-Handel teilzunehmen. Etablierte Marktplätze, die das technische Werkzeug bereitstellen und technische Lösungen weiterentwickeln, sind daher eine Alternative zu einem eigenen Online-Shop. Die hohe Bekanntheit von etablierten Plattformen sorgt für die notwendigen Besucherfrequenzen. Je kleiner lokale Onlinemarktplätze – die sich auf das Angebot in einer bestimmten Region oder einem einzelnen Ort konzentrieren – sind, desto wichtiger ist eine Schnittstelle zu übergeordneten Ebenen (national, international). Denn Verbraucher bevorzugen Lösungen, bei denen ein hoher Informationsgrad und eine hohe Sortimentsbreite abgedeckt werden.

Beispiele von national wie international operierenden Online-Plattformen zeigen, dass die teilnehmenden Händler zwar keinen deutlich erhöhten

Umsatz vor Ort realisieren, aber Umsätze aus anderen, zuvor noch nicht erschlossenen Märkten generieren.

Zentrale Informations- und Weiterbildungsplattform bereitstellen

Händler benötigen im Zeitalter der Digitalisierung vielfältige Informationen, die sich häufig nicht unmittelbar auf ihr Kerngeschäft (Handeln mit Waren) beziehen. Die Bandbreite des erforderlichen Know-hows ist groß und reicht von Fragen zur Technik über rechtlichen Rahmenbedingungen und Datenschutz bis hin zu förderpolitischen Fragestellungen. Insbesondere kleine Händler benötigen an dieser Stelle belastbare Informationen und Handlungsleitlinien. Hier kann eine zentrale Informations- und Weiterbildungsplattform, die den Wissenstransfer unterstützt, ansetzen.

Im schnelllebigen Zeitalter der Digitalisierung wird von einer Vielzahl von Akteuren eine Vielzahl von Lösungsansätzen ausprobiert. Es bedarf einer verantwortlichen Stelle, die sich explizit um Digitalisierungsprozesse in ländlichen Räumen kümmert und relevante Akteure unter anderem über erfolgreiche Konzepte informiert. Eine solche Plattform sollte aktuelle Entwicklungen aufgreifen und in einem moderierten Prozess über Erfolgsfaktoren und Chancen sowie Hürden und Risiken berichten. Dazu gehört auch die Beurteilung von Übertragungs- und Skalierbarkeitspotenzialen.

5. Entwicklung durch kommunale „Kümmerer“ vorantreiben

Die Folgen des demografischen Wandels bedingen es, dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Nahversorgungsangeboten in Schrumpfungsregionen und/oder an peripheren Standorten oftmals nur dann erreicht werden kann, wenn sie nach dem Prinzip der Leistungsbündelung über Gemeindegrenzen hinaus errichtet werden. Dieser interdisziplinäre, -sektorale und -kommunale Ansatz bedarf einer Führung bzw. Leitperson, die die Stärken einer Region kennt und mit den ortsansässigen Akteuren ein Konzept für ihre optimale Nutzung entwickelt.

Problematisch ist bei der Grundthematik „Kommunaler Kümmerer“ die finanzielle Unterstützung. Ein Großteil der Kommunen verfügt nicht über entsprechende Mittel. Zur Steuerung und Durchführung eines solchen partizipativen gemeinschaftlichen Ansatzes stellt das EU-Förderprogramm LEADER (Liaison entre actions de développement de l'économie rurale) Mittel bereit. Schon heute nutzen Gemeinden diese Möglichkeit und etablieren lokale Aktionsgruppen (LAG). Dieses Förderprogramm greift beispielsweise insbesondere dann, wenn die Koordination der (bürgerschaftlich initiierten) Projekte von einem Regionalmanagement (bzw. „Kümmerer“) gestützt werden soll. Darüber hinaus wird in nahezu allen Bundesländern die Investitionsförderung in den ländlichen Räumen vom Vorliegen eines sog. Integrierten Entwicklungskonzeptes (ILEK/IKEK) abhängig gemacht, welches unter Bürgerbeteiligung erstellt wird. In diesem Fall sind „Kümmerer“ konzepterstellende Planungsbüros.



Derzeit werden solche „Kümmerer“, die bereits durch öffentliche Mittel gefördert werden, nicht immer effizient eingesetzt. Ein „Kümmerer“ sollte neben kommunikativen und planerischen auch betriebs- und volkswirtschaftliche Kompetenzen aufweisen. Der Einsatz eines „Kümmerers“ sollte grundsätzlich von einer fachlich kompetenten unabhängigen Stelle bewertet werden.

6. Abstimmung zwischen den beteiligten Bundes- und Landesressorts verbessern

Auf Bundes- und Landesebene fördern verschiedene Ressorts durch unterschiedliche Programme die Entwicklung ländlicher Räume. Kooperation und Abstimmung zwischen diesen Ressorts sind häufig unzureichend.

Vor diesem Hintergrund wird eine effektive und transparente gegenseitige Information und Zusammenarbeit empfohlen. Ziel sollten gemeinsame und übergreifende Konzepte für ländliche Räume bzw. ein handelspezifisches „Einzelhandelskonzept für ländliche Räume“ sein.



„Auf Bundes- und Landesebene fördern verschiedene Ressorts durch unterschiedliche Programme die Entwicklung ländlicher Räume. So sind verschiedene Ministerien u.a. für die ländlichen Räume zuständig. Durch unzureichende Abstimmung werden parallele Projekte ähnlicher Zielsetzung angestoßen. Einzelne Maßnahmen können sich konterkarieren. Insofern bedarf es einer übergeordneten Position, angesiedelt im Bundeskanzleramt, welche die verschiedenen Ressorts zusammenführt.“

Michael Reink, Bereichsleiter Standort und Verkehrspolitik –
Handelsverband Deutschland (HDE)

7. Länderübergreifenden Konsens über die Entwicklung ländlicher Räume herbeiführen

Einen großen Einfluss auf die Entwicklungsspielräume der Gemeinden haben die landesplanerischen Zielvorgaben, die für die kommunale Bauleitplanung verbindlich sind. Diese unterliegen der Landesplanung. Es erscheint sinnvoll, einen länderübergreifenden Konsens über die Entwicklung der ländlichen Räume herbeizuführen. Dies sollte im Rahmen der Bauministerkonferenz oder einer eingesetzten Fachkommission erfolgen. Die Umsetzung der vereinbarten Ziele eines solchen „Entwicklungskonsens ländlicher Räume“ ist Landesaufgabe, die der föderalen Struktur entsprechend, differenziert umgesetzt werden kann.

In einer solchen zentralen Abstimmungsrunde gilt aus Sicht der Nahversorgung unter anderem die Ausstattungsmerkmale von Unter- und Grundzentren neu zu diskutieren und über interkommunal vereinbarte Nahversorgungsstandorte nachzudenken. So wird auch angeregt die landesplanerischen Ziele zur Steuerung des Lebensmitteleinzelhandels in ländlichen Räumen zu flexibilisieren, um den Kommunen einen größeren Handlungsspielraum bei handelsspezifischen Entscheidungen zu gewährleisten.



8. Diskussionsprozess über Flexibilisierung von Standards in ländlichen Räumen anstoßen

Eine Hürde für Nahversorgungskonzepte in kleinen Orten können vorgegebene rechtliche und planerische Standards sein. Ländliche Räume weisen Potenziale auf, die effektiver genutzt werden könnten, wenn rechtliche Rahmenbedingungen an die Strukturen in ländlichen Räumen angepasst werden.

Nahversorgungskonzepte durch die Lockerung von rechtlichen Rahmenbedingungen fördern

Dort wo die Marktmechanismen nicht mehr ausreichend funktionieren, sollte ein Diskussionsprozess angestoßen werden. Beispiele für überzogene Standards und Bürokratie sind:

- Neue Modelle zur Auslieferung von Waren zum Beispiel durch Privatpersonen oder ehrenamtliche Fahrten zum stationären Handel sind nur möglich, wenn die rechtlichen Rahmenbedingen dies möglichst unkompliziert zulassen. Es wird eine Lockerung gesetzlicher Regelungen bei Themen der Personenbeförderung und Umgang mit Lebensmitteln gefordert. Versicherungs- und Haftungsfragen sollten zugunsten der Versorgung der Bürger flexibler ausgelegt werden dürfen. Zudem muss ein rechtlicher Rahmen geschaffen werden, der es multifunktionalen, stationären Versorgungseinheiten bei minimalen Auflagen erlaubt, einen Mittagstisch anzubieten.
- Durch Satzungsbeschluss der Gemeinden festgelegte Vorschriften wie Stellplatzablösegebühren belasten den stationären Handel. Eine maßvolle Reduzierung solcher Vorschriften erleichtert die Ansiedlung stationärer Händler.
- Um ein kostengünstiges, breites Angebot an Dienstleistungen anbieten zu können, ist es hilfreich, Gemeinschaftsräume zeitlich aufgeteilt zu nutzen, um individuelle Kosten gering halten zu können. Um Regelungen zur Nutzung von Gemeinschaftsräumen zu vereinfachen, sollten Auflagen bezüglich der Nutzung von Räumen gelockert werden bzw. mit Ausnahmen versehen werden.
- Engagierte Bürger müssen eine Vielzahl von rechtlichen Vorschriften (zum Beispiel Dokumentationspflichten) befolgen, die die ehrenamtliche Tätigkeit oftmals bürokratisch werden lassen. Gefordert wird daher der Bürokratieabbau, um ehrenamtlich tätige Bürger zu entlasten und somit langfristig hohes Engagement zu begünstigen.



Experimentierklauseln zur Verringerung von Markteintrittsbarrieren für Unternehmungen in der Startphase

Händler sind in Ihrem Alltag mit einer hohen Anzahl von Auflagen konfrontiert. Diese können für neue Handelsformate und innovative Lösungsmodelle in ländlichen Räumen hohe Markteintrittsbarrieren darstellen. Akteure sind zum Teil mit vorgegebenen rechtlichen Rahmenbedingungen überfordert und stehen entsprechenden Risiken bei Nichtbeachtung gegenüber.

Es wird daher angeregt, während eines bestimmten Zeitraums (Pilotphase, Startphase) für definierte Ausnahmen, rechtskonformes Handeln vorausgesetzt, Freiräume zu schaffen. Aufsichtsbehörden sollten jungen Unternehmen auch Beratungsleistungen anbieten. Behörden sollten konstruktiv beraten, wie mit (vermeintlichen) rechtlichen Hürden umgegangen werden kann.

Im Rahmen von Gründerzentren werden junge Unternehmen aus Industrie/Gewerbebranchen für einen bestimmten Zeitraum unter anderem durch subventionierte Gemeinschaftseinrichtungen, Beratungs-, Informations- und Vermittlungsdienstleistungen in ihrem Gründungsprozess unterstützt. Angeregt wurde die Übertragung dieses Prinzips auf den Handel, wo neuen Handelskonzepten die Möglichkeit gegeben werden soll, mithilfe subventionierter Verkaufsräume und Coachingleistungen in den Markt hineinzuwachsen.

9. Bevölkerung aktivieren und regionale Identität durch Bürgerbeteiligung stärken

Eine starke regionale/lokale Identität ist einer der Grundpfeiler für die Etablierung lokaler Nahversorgungsangebote und regionaler Kooperationen. Diese kann jedoch nicht „von oben“ verordnet werden. „Lokale Nachfrage“ ist aus Sicht der Verbraucher positiv besetzt, aber der Großteil der Verbraucher hat sich noch keine Gedanken darüber gemacht, wie sich das eigene Einkaufsverhalten auf die Region auswirkt. Bei Umfragen geben jedoch knapp 70 Prozent der Verbraucher an, dass sie, um Arbeitsplätze und Steuereinnahmen in der Region zu sichern, dies bei ihren Einkaufsentscheidungen hinsichtlich Einkaufsstättenwahl stärker berücksichtigen würden.ⁱⁱ

Lokale Bewusstseinsbildung

Aktionen, die das lokale Einkaufsverhalten fördern sollen, sind grundsätzlich nur erfolgversprechend, wenn dadurch für den Kunden Mehrwerte geschaffen werden. Daher ist es wichtig, Bürgerinnen und Bürger frühzeitig in Entscheidungsprozesse einzubeziehen und sie beispielsweise bei der Ansiedlung neuer Einzelhandelsverkaufsflächen in ihrem Wohnumfeld zu involvieren. Die Aufklärung über lokale Aktivitäten kann zum Beispiel über gemeinsame Plattformen stattfinden. Dienlich sind auch identitätsstiftende Anlässe und Maßnahmen (wie etwa eine gemeinsame App oder Website). Dabei kann die Digitalisierung hilfreich eingesetzt werden.

aus der Praxis

BUY LOCAL e.V. (www.buylocal.de/)

BUY LOCAL ist ein bundesweiter und branchenübergreifender Zusammenschluss von Händlern, Dienstleistern und Handwerkern unter einer Dachmarken-Imagekampagne für inhabergeführte Unternehmen mit hohem Persönlichkeitsfaktor in einer Region, Stadt oder eines Stadtviertels. Die strategische Ausrichtung des Bündnisses dient insbesondere der Identitätsbildung in den jeweiligen Regionen. Ziel ist es, in Kunden und Verbrauchern ein verantwortungsvolles Bewusstsein zu wecken und zu verdeutlichen, welche existentielle Bedeutung der lokale Handel für die Attraktivität des Standortes mit sich bringt. Die angeschlossenen Unternehmen sind über eine gemeinsame Website und ein gemeinsames Logo – das orange Eichhörnchen – zu identifizieren.



Bürgermeister/-innen als Multiplikatoren einsetzen

Große Chancen werden Bürgermeistern als Multiplikatoren beigemessen, sozusagen „aus der Bevölkerung für die Bevölkerung“. So sind Bürgermeister zu identifizieren, die engagiert neue Ideen aufgreifen. Diese sollten zu Nahversorgungskonzepten geschult werden, um als Multiplikator in der Bevölkerung und gegenüber anderen Bürgermeistern zu wirken.

Gefragt ist ein Netzwerk mit unterschiedlichen Akteursgruppen (zum Beispiel regional anbietender Handel, Kommune mit Bürgermeister und weitere Akteure wie Post oder Banken), aus dem Modellprojekte entstehen. Zur Stärkung der Innenstädte hat das Innenstadtforum Brandenburg (<http://www.staedteforum-brandenburg.de/>) beispielsweise ressort- und gemeindeübergreifend verschiedene Akteure, unter anderem Bürgermeister, an einen Tisch gebracht.

aus der Praxis

Public Citizen Partnership [PCP]ⁱⁱⁱ

Das Kooperationsmodell unterliegt einer engen Zusammenarbeit zwischen Bürgern und Gemeinden in der Rechtsform einer Genossenschaft. Basis ist die freiwillige Mitarbeit von Bürgerinnen und Bürgern in kommunalen Aufgabenbereichen, um Projekte zu realisieren, die ohne Mithilfe der Bevölkerung nicht umzusetzen wären. Das Besondere an dem Konzept ist die Vernetzung lokaler Akteure. Auch hier gelten Bürgermeister als Multiplikatoren und „Zugpferde“.

10. Nachhaltige Förderprogramme aufsetzen und über Fördermöglichkeiten informieren

Um die Potenziale der ländlichen Räume zu bewahren, sind Investitionen in die Infrastruktur notwendig. Förderung sollte gezielt eingesetzt werden, Konzepte sind im Hinblick auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit zu überprüfen, Akteure zu verzahnen und Innovationsprozesse zu initiieren. Zentrale Leitidee ist ein sektorenübergreifender und interdisziplinärer Ansatz, der über Gemeindegrenzen hinaus Stärken und Potenziale einer ganzen Region aufgreift.

Hilfe zur Selbsthilfe durch Anschubförderungen forcieren

Von dauerhaften Subventionierungen ist abzusehen. Kritisiert werden zahlreiche Pilotprojekte, die nach der Förderphase nicht mehr weitergeführt werden, weil sie nicht wirtschaftlich sind. Im Fokus sollten kurzfristige, gezielte und niederschwellige Anschubfinanzierungen stehen.

Erforderlich ist aus Sicht der Experten daher:

Digitalisierung für Handel in ländlichen Räumen erleichtern: Investitionen in Digitalisierungsprojekte sollen durch staatliche Fördermittel

bezuschusst werden. Förderprogramme sollen sinnvolle Ansätze der Digitalisierung aufgreifen. Dazu gehört insbesondere die Implementierung von Plattformen für ländliche Räume. Insofern gilt es die Konzeption und Umsetzung lokaler wie regionaler Plattformen zu stützen.

Beratungsleistungen bereitstellen: Einzelhandelslösungen in ländlichen Räumen sind nur nachhaltig, wenn sie wirtschaftlich tragbar sind. In der Konzeptions- und Planungsphase bedarf es der Förderung von Beratungsleistungen, die einer möglichen Fehlplanung entgegenwirken können.

Absicherung für Gründer: Gegenwärtig ist es zwar einfach, eine Finanzierung für Immobilien zu erhalten, grundsätzlich sind jedoch erweiterte Möglichkeiten für Fördermittel für die Erstellung und Sanierung von Räumlichkeiten für Nahversorgung wünschenswert. Für Gründer im Handelsumfeld ist es wichtig, auch Ansätze zu finden, um die Ladenausstattung zu finanzieren. Hier sind Kommunen gefordert, Anreize zu schaffen.

Statement: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Die Wertschöpfung Deutschlands entsteht durchaus auch in prosperierenden ländlichen Regionen, wie in Ostwestfalen, dem Sauerland oder auf der schwäbischen Alp – nicht nur in den großen Städten. Beispielsweise ist das BIP je Einwohner im Main-Tauber-Kreis 33.335 Euro bei 99,9 Einwohnern pro qkm deutlich höher als in der Stadt Berlin mit 31.500 Euro bei 3891,3 Einwohnern pro qkm. Abseits der boomenden Regionen erleben allerdings viele kleinere und mittlere Städte eine Verschlechterung ihrer wirtschaftlichen und infrastrukturellen Bedingungen. Nahversorgungslücken entstehen. Leerstände führen zur städtebaulichen Abwertung von Ortszentren, Stadtumbau und Anpassung sind notwendig.

In der Diskussionsreihe über „Perspektiven für den Ländlichen Raum“ haben sich die Akteure intensiv darüber ausgetauscht, was notwendig ist, um weiterhin möglichst flächendeckend für attraktive Wirtschaftsräume zu sorgen. Nicht nur aus Sicht des Handels, auch aus Sicht von Dienstleistungen, Gastronomie und Industrie ist es dazu wichtig, die Ortszentren zu stärken. Es gilt nicht nur die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen sicher zu stellen, sondern auch abseits der Metropolen für attraktive Wohn- und Arbeitsorte zu sorgen. Als zentrale Voraussetzung wurde dabei der Ausbau der digitalen Infrastruktur auf der Basis eines flächendeckenden Glasfasernetzes gesehen. So können auch neue Nahversorgungsangebote entstehen. Denn nicht nur das Einkaufen ändert sich durch die Online-Angebote, auch das Informations- und Mobilitätsverhalten von Menschen folgt der fortschreitenden Digitalisierung. Aus Sicht der Wirtschaft können

Mobilität, Logistik und stationärer Einzelhandel, aber auch Post- und Gesundheitsdienstleistungen stärker miteinander verzahnt werden, neue Wege- und Warenströme ergeben sich und wirken sich unmittelbar positiv auf die Nahversorgung aus. Es gibt beispielgebende gelungene Projekte wie „Grosse Emma“ im sächsischen Zabeltitz, die „Smart Rural Areas“ in Rheinland-Pfalz oder auch das IHK-Projekt: „Heimatshoppen“. Der DIHK setzt sich deshalb dafür ein, durch ein attraktives Flächen- und Infrastrukturangebot die Ortszentren gerade von kleinen und mittleren Städten im ländlichen Raum zu stärken.



Dr. Achim Dercks
Hauptgeschäftsführer Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Weiterführende Literatur

Abgrenzung ländlicher Räume

Crosta, Nicola; Maguire, Karen; Freshwater, David; Mantino, Franco (2007): OECD-Prüfbericht zur Politik für ländliche Räume. Deutschland. Paris: OECD. (<http://www.oecd.org/dataoecd/14/43/38241272.pdf>).

Entwicklungen im Handel

Fetsch S./Sievers M. (2013): Die Zukunft des Einkaufens. Hamburg: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. (https://www.kpmg.de/docs/Studie_Die_Zukunft_des_Einkaufens_sec.pdf)

Funder J./Manke K./Sehi, R. (2015): Strukturwandel im deutschen Einzelhandel. (<http://www.bdu.de/media/32083/manke-studie-8.pdf>)

Dienstleistungen

Heins, B./Klemisch H. (o.J.): Gute Dienstleistungen und gute Dienstleistungsarbeit im ländlichen Raum. Uetze: INEP. (<http://www.inep-international.de/downloads/Abschlussbericht-dienstleistungen-laendlicher-raum.pdf>)

Fachkräftesicherung in ländlichen Räumen

Franke, S. (Hg.) (2015): Fachkräftesicherung im ländlichen Raum. Hanns Seidel Stiftung; Akademie für Politik und Zeitgeschehen. München: Hanns-Seidel-Stiftung (Argumente und Materialien zum Zeitgeschehen, 101).

Förderung

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg.): Neue Instrumente zur Finanzierung nachhaltiger Regional- und Stadtentwicklung. CLLD und ITI in der Praxis als Beitrag zur Umsetzung der Territorialen Agenda 2020. BBSR-Online-Publikation 14/2015, Bonn, November 2015.

(http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BBSROnline/2015/DL-ON142015-neu.pdf?__blob=publicationFile&v=6)

Neumann, S./Bühler, J. (Hg.) (2010): DVS-Förderhandbuch für den ländlichen Raum. Was gibt es noch außer ELER? EU- und Bundesprogramme für den ländlichen Raum. Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume. 1. Aufl., Stand April 2010. Bonn: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung.

(https://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/fileadmin/sites/ELER/Dateien/05_Service/Publikationen/Foerderhandbuch_Inhaltsverzeichnis.pdf)

Kooperation

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2014): Kleinere Städte und Gemeinden – Statusbericht zum Städtebauförderprogramm „Kleinere Städte und Gemeinden – überörtliche Zusammenarbeit und Netzwerke“. Berlin.

Nahversorgungskonzepte in ländlichen Räumen

Dehne, P./Kaether, J./Neubauer, A. (2015): Aktionsprogramm regionale Daseinsvorsorge. Projektassistenz Umsetzungsphase. Stand: Mai 2015. Berlin: Bundesministerium für Verkehr und Digitale Infrastruktur (BMVI). (<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-2015061215244>)

Dehne, P./Kaether, J./Neubauer, A. (2016): Regionalstrategie Daseinsvorsorge. Leitfaden für die Praxis : Aktionsprogramm regionale Daseinsvorsorge MORO. Stand: April 2016. Berlin, Bonn: Bundesministerium für Verkehr und Digitale Infrastruktur (BMVI); Bundesinstitut für Bau- Stadt und Raumforschung (BBSR).

Dippold, R. (2016): Möglichkeiten und Grenzen der Nahversorgung im ländlichen Raum. In: Recht der Landwirtschaft : RdL ; Zeitschrift für Landwirtschafts- und Agrarumweltrecht 68 (8), S. 205 – 206.

Eberhardt, W./Pollermann, K./Küpper, P. (2014): Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Impulse für die Praxis. Stand Juni 2014. Bonn: BBSR. (http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/nahversorgung_laendl_raeume_broschuere_bf.pdf).

EDEKA Zentrale AG & Co. KG (2016): Sicherstellung der Versorgungsstrukturen in der Stadt und auf dem Land. Hamburg. (https://www.edeka-ver-bund.de/Unternehmen/media/edeka_gruppe/gruppe/gruppenprofil/positionen/161018_versorgung_laendlicher_raum/PP_LaendlicherRaum_Internet.pdf)

Hercksen, H. (2013): Förderung kleiner Unternehmen in ländlichen Räumen. Bonn: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL).

Konze, Heinz; Wolf, Michael (Hg.) (2012): Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen planvoll steuern! Hannover: ARL (Arbeitsberichte der ARL, 2).

Kötter, T./Op't Eynde, B./Langer, J. (2012): Herausforderungen und Entwicklungschancen für Dorfkerne und Ortsmitten in Nordrhein-Westfalen. Eine Hilfestellung für die Akteure vor Ort. Stand März 2012. Düsseldorf: Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW, Referat Öffentlichkeitsarbeit.

Kuhlicke, Christian; Petschow, Ulrich; Zorn, Henning (2006): Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum. Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW). In: Hat der ländliche Raum eine Zukunft?, S. 93–331. (https://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/versorgung_waren_l%C3%A4ndlicher_raum_lang.pdf)

Krüger, Thomas (2013): Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Endbericht. Hamburg. (https://www.hcu-hamburg.de/fileadmin/documents/Professoren_und_Mitarbeiter/Projektentwicklung_-_management/Forschung/Qualifizierte_Nahversorgung_HCU-IREBS_Endbericht_Langfassung_Maerz_2013.pdf)

Küpper, P./Scheibe, C. (2015): Steuern oder fördern? Die Sicherung der Nahversorgung in den ländlichen Räumen Deutschlands und Südtirols im Vergleich. In: Raumforschung und Raumordnung 73 (1), S. 45–58.

Paasche C./Schrader J. (2011): Modellprojekt: Die Zukunft der Nachbarschaftsläden. BBE Handelsberatung Münster. (http://www.bbe-standort.de/uploads/media/Nahversorgungsstudie_Kurzversion.pdf).

Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg (2015): Nahversorgung aktuell. Ein Leitfaden mit bewährten Konzepten aus Baden-Württemberg. Stuttgart: Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg. (<https://wm.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-wm/intern/Publikationen/Wirtschaftsstandort/EHV-Nahversorger-Broschuere.pdf>)

Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz (2008): Grundversorgung im Dorf – Innovative Modelle und Aktivitäten zur Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Mainz: Landkreistag Rheinland-Pfalz. (https://mdi.rlp.de/fileadmin/isim/Unsere_Themen/Staedte_und_Gemeinden/Dokumente/Dorferneuerung/27_IV_Grundversorgung_im_Dorf_Teil_1.pdf)

Obal M./Reich J./Rüdiger C. (2015): Perspektiven der wohnungsnahen Versorgung. Hamburg: Initiative Nahversorgt. (https://www.gruene-bundestag.de/fileadmin/media/gruenebundestag_de/themen_az/laendliche_raeume/2015-03-18_NAHVERSORGT_Diskussionspapier_NV_GrueneBund_LANG_001-1.pdf)

Ortwein, S./Hercksen, H./Kirchesch, M. (Hg.) (2013): Daseinsvorsorge in ländlichen Räumen unter Druck. Wie reagieren auf den demografischen Wandel? Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales. (https://www.netzwerk-laendlicher-raum.de/fileadmin/sites/ELER/Dateien/04_Partner/Daseinsvorsorge/Daseinsvorsorge_unter_Druck_BLE-SG-Infra_01_2013_Web.pdf).

Tröger-Weiß, Gabi; Einig, Klaus (Hg.) (2015): Regionale Daseinsvorsorge in Europa. Beispiele aus ländlichen Regionen. Deutschland. Stand: Mai 2015. Bonn: Bundesamt für Bauwesen und Raumforschung (MORO Praxis, 3).
(http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BMVI/MOROPraxis/2015/DL_MORO_Praxis_3_15.pdf?__blob=publicationFile&v=3)

Planung

Beck, R./Meyer, R. (2014): Regionale Wirtschaftsförderung und Raumordnung. Impulse für zukünftige Kooperationen und Synergien. In: Raumentwicklung 3.0 – Gemeinsam die Zukunft der räumlichen Planung gestalten : 15. Junges Forum der ARL 6. bis 8. Juni 2012 in Hannover. Hannover: ARL, S. 44 – 49.
(<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0156-3854044>)

Growe, A/Heider, K./Lamker, C./Paßlick, S./Terfrüchte, T. (Hg.) (2012): Polyzentrale Stadtregionen – Die Region als planerischer Handlungsraum. 14. Junges Forum der ARL, 22. bis 24. Juni 2011 in Dortmund. Junges Forum der ARL. Hannover: ARL Akad. für Raumforschung und Landesplanung (Arbeitsberichte der ARL, 3).

Küpper, P./Levin-Keitel, M./Maus, F./Müller, P./Reimann, S./Sondermann, M. et al. (Hg.) (2014): Raumentwicklung 3.0 – Gemeinsam die Zukunft der räumlichen Planung gestalten. 15. Junges Forum der ARL 6. bis 8. Juni 2012 in Hannover. Junges Forum; Akademie für Raumforschung und Landesplanung; Junges Forum der ARL. Hannover: ARL (Arbeitsberichte der ARL, 8).

Standort

Kauffmann, A./Rosenfeld, M.(Hg.) (2012): Städte und Regionen im Standortwettbewerb. Neue Tendenzen, Auswirkungen und Folgerungen für die Politik. Hannover: ARL (Forschungs- und Sitzungsberichte der ARL, Bd. 238). (https://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/fus/fus_238.pdf)

Mensing, K./Hauschild, A./Lammers, E./Neugebauer, A/Ulich, E./Anders, U. (2014): Stärkung der Innenstädte und Ortskerne. Initiativen und Instrumente aus der Praxis für die Praxis. Arbeitshilfe für Kommunen. Hamburg: CONVENT Mensing.
(https://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/arbeitshilfe_fuer_kommunen_lag_nord.pdf)

Wieland, Thomas (2014): Räumliches Einkaufsverhalten und Standortpolitik im Einzelhandel unter Berücksichtigung von Agglomerationseffekten. Theoretische Erklärungsansätze, modellanalytische Zugänge und eine empirisch-ökonomische Marktgebietsanalyse anhand eines Fallbeispiels aus dem ländlichen Raum Ostwestfalens/Südnieidersachsens. Zugl.: Göttingen, Univ., Diss., 2014. Mannheim: Verl. MetaGIS-Infosysteme (Geographische Handelsforschung, 23). (https://ediss.uni-goettingen.de/bitstream/handle/11858/00-1735-0000-0023-9910-7/Dissertation_Wieland_Web-optimiert.pdf?sequence=1)

Verweise

- i Unter dem Begriff Nahversorgung wird allgemein die orts- und zeitnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs verstanden. Bei der orts- und zeitnahen Versorgung werden zehn Autominuten als Zielwert in kommunalen Nahversorgungskonzepten ländlicher Räume angenommen.
- ii IFH Köln und Mittelstandsverbund: Verbrauchererwartungen an lokale Marktplätze 2015
- iii Genossenschaftliche Public-Citizen-Partnerships für kommunale Aufgaben.
<http://www.raiffeisenverband.at/wp-content/uploads/2015/07/PCP-%C3%9Cberblick.pdf>

