Begrüßung

**Dr. Martin Aigner**

Hauptgeschäftsführer

**7. Nahversorgungstag**

**Bayern**

19. Oktober 2015

LANDSHUT

- Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrter Herr Staatssekretär,

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, Sie im Namen des Handelsverbands Bayern zum Bayerischen Nahversorgungstag begrüßen zu können. Ich heiße Sie hier in den Stadtsälen Bernlochner herzlich willkommen.

Es ist ja mittlerweile der 7. Nahversorgungstag. Ich freue mich, dass wieder so viele Vertreter von Kommunen, Wirtschaft, Politik und Verwaltung unserer Einladung gefolgt sind. Die Veranstaltung hat sich als wichtige Fachtagung fest etabliert.

Mein besonderer Dank geht an das gesamte Organisationsteam. An die CIMA Beratung + Management GmbH, an die Stadt Landshut, an die IHK Niederbayern und nicht zuletzt natürlich auch an das Bayerische Wirtschaftsministerium.

Meine Damen und Herren,

eine quantitativ als auch qualitativ gute Nahversorgung ist ein wichtiges Stück Lebensqualität.

Für den Einzelhandel ist die Sicherung der Nahversorgung ein zentrales Ziel. Allerdings erfordert dies die intensive Zusammenarbeit aller Beteiligten. Das gilt auch und gerade vor dem Hintergrund der demografischen Veränderungen und der anhaltenden Ausdehnung großflächiger Einzelhandelsbetriebe auf der grünen Wiese.

Dabei kommt ohne Zweifel den Städten und Gemeinden eine ebenso wichtige Bedeutung zu, wie der unternehmerischen Initiative und der Kreativität des Handels. Die wohnortnahe, fußläufige Versorgung mit Lebensmitteln und grundlegenden Dienstleistungen weist zunehmend Lücken auf.

Dies gilt nicht nur für den ländlichen Raum, sondern auch für die wohnortnahen Versorgungsbereiche in unseren Städten. Auch Bewohner von Stadtteilen der zentralen Orte klagen zunehmend darüber, dass sie Güter des täglichen Bedarfs nur an Standorten kaufen können, die zu Fuß nicht oder schwer erreichbar sind.

Verschärft wird diese alarmierende Entwicklung durch die fortschreitende Digitalisierung des Handels. Diese wird massive Auswirkungen auf unsere Branche, aber auch auf die Kommunen, haben.

Den Kunden, so wie wir ihn noch heute kennen, wird es in der Zukunft wohl nicht mehr geben. Er wird sich weiter verändern und mit ihm die Anforderungen an das Einkaufserlebnis, die Erreichbarkeit und an individualisierte Angebote.

Die Verkaufskanäle im Einzelhandel verschmelzen in Zukunft weiter. Smartphones und Tablets werden von den Kunden ganz selbstverständlich zum Einkaufen im Internet genutzt.

Die Digitalisierung des Handels bedeutet insbesondere für den mittelständischen Einzelhandel, dass die jetzigen Geschäftsmodelle auf den Prüfstand gestellt und bei Bedarf grundlegend geändert werden müssen. Innovative Ideen und flexible Konzepte sind hier gefragt, um sich auch in Zukunft am Markt behaupten zu können.

Die Deutschen kaufen Lebensmittel nach wie vor in der überwältigenden Mehrheit offline, das heißt im Lebensmittelgeschäft in ihrer Nähe. Der Umsatzanteil des Online-Handels im Lebensmittelhandel liegt lediglich bei knapp einem Prozent.

Doch lassen wir uns davon nicht täuschen!

Das steigende Angebot an Online-Shops großer Lebensmitteleinzelhandelsketten und die wachsende Anzahl an Startups im Lebensmittelbereich zeigt, dass die Unternehmen das Potenzial erkannt haben.

Die immer ausgereiftere Frischelogistik ist ein Indiz dafür, dass der Markt reif ist für ein breiteres Online-Angebot von Lebensmitteln.

Allerdings darf dabei auch nicht vergessen werden, dass die gute Nahversorgung in Deutschland mit der sehr hohen Dichte an stationären Lebensmittelgeschäften es den Verbrauchern auch möglich macht, stationär schnell und einfach frische Produkte einzukaufen.

In anderen europäischen Ländern ist dies nicht der Fall. Dort hat der Online-Handel mit Lebensmitteln einen weit höheren Umsatzanteil als in Deutschland. Doch dies wird sich schon bald ändern.

Und damit wird auch die stationäre Nahversorgung weiter unter Druck geraten. Die Herausforderungen werden wachsen. Auch Tante Emma muss im Netz zu finden sein, das

Internet nicht nur als Bedrohung, sondern vielmehr auch als Chance begriffen werden.

In Bayern verfügen derzeit rund 80 Prozent der Handelsunternehmen über eine eigene Website. Auch Nahversorger in ländlichen Gebieten müssen da mitziehen. Denn die Argumente für eine eigene Homepage gelten gerade auch für sie: Kundenbindung und Kundenakquisition, Imagepflege, Verbesserung des Service und die Erschließung neuer Zielgruppen.

Jedes Unternehmen muss selbst entscheiden, ob und in welcher Form es neben dem stationären Kanal noch weitere Vertriebswege sucht. Für viele Firmen ist der Online-Handel mittlerweile eine Notwendigkeit und für die Kunden eine Selbstverständlichkeit geworden

Meine Damen und Herren,

die heutige Veranstaltung soll anhand von Praxisbeispielen Anstöße geben, um Nahversorgungsprojekte zu initiieren. Unser Nahversorgungstag soll Kommunen, Existenzgründern, Handelsunternehmen und betroffenen Bürgern zeigen, dass und wie Nahversorgung machbar ist. Und es werden heute allen beteiligten Akteuren praktische Hinweise und Hilfestellungen für die eigene Situation vor Ort gegeben.

Ich freue mich mit Ihnen auf interessante Vorträge, lebhafte Diskussionen und anregende Gespräche.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.