

Nahversorgung im ländlichen Raum: Zukunft durch neue Konzepte

Whitepaper BBE Handelsberatung

Juni 2024

Vorwort der Autoren

Die qualifizierte Nahversorgung hat sich in den vergangenen Jahren vornehmlich auf die zentralen Orte orientiert. Supermärkte und Lebensmittel-Discounter stellen weitgehend die Versorgung, dabei stehen die kleinen Dörfer mit weniger als 2.500 Einwohnern häufig ohne eigene Nahversorgung da.

Großflächige Konzepte, also Läden mit Verkaufsflächen über 800 m², sind ebenso die Regel wie Pkw-orientierte (Verbund-)Standorte. Ländlich geprägte Regionen mit vergleichsweise geringem Bevölkerungs- und damit auch Nachfragepotenzial haben oft das Nachsehen.

Nahversorgung muss jedoch als Teil der Daseinsvorsorge gesehen werden, welche die Grundversorgung der Bevölkerung mit lebenswichtigen Dienstleistungen und Infrastrukturen umfasst, und das möglichst flächendeckend, also auch in den ländlichen Räumen.

Die Demografie spielt dabei eine wichtige Rolle, denn Menschen werden älter und immobiler, eine Versorgung mit dem Pkw ist nicht immer möglich. Junge Familien wollen aufs Land ziehen, aber die notwendige Infrastruktur fehlt oftmals, und das betrifft auch eine Versorgungsmöglichkeit mit Gütern des täglichen Bedarfs.

So stehen die vielen ländlich geprägten Regionen vor der Herausforderung, eine attraktive und nachhaltige Basis für eine lebenswerte Zukunft zu schaffen. Hybride Konzepte, vordigitalisierte Läden, bürgerschaftliche Konzepte und Genossenschaften – eine Vielzahl neuer Ansätze bringt eine ganz neue Dynamik in das Thema der ländlichen Versorgung.

Wir wünschen eine gewinnbringende Lektüre!

Oliver Ohm
Regionalleitung Nord

Ann-Kathrin Lötze
Senior Consultant

Andreas Weidmann
Senior Consultant



Inhalt

- 1 Entwicklungen und Trends
- 2 Ansätze in der Praxis
- 3 Der Weg zur Umsetzung

1

Entwicklungen und Trends

Entwicklung der Dorf- und Lebensmittelläden

Von Tante Emma bis zum autonomen 24/7-store



Demografische Strukturen ändern sich

Das erfordert Anpassungen auch im Angebot

In vielen ländlichen Regionen Deutschlands altert die Bevölkerung schneller als in städtischen Gebieten, begründet in einer Abwanderung jüngerer Menschen in die Städte und einer geringeren Geburtenrate.

Viele ländliche Gebiete erleben einen deutlichen Bevölkerungsrückgang. Dies führt zu einer Verringerung der wirtschaftlichen Dynamik und kann zu einer Reduzierung der öffentlichen und privaten Dienstleistungen führen.

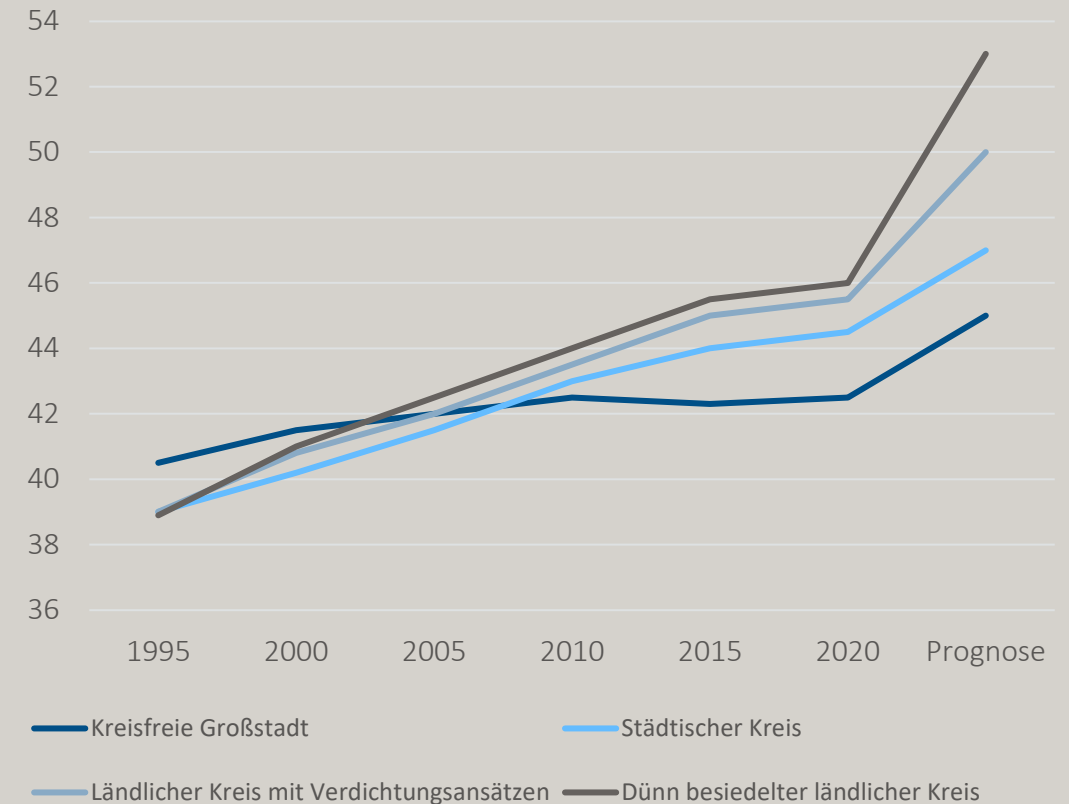
In einigen ländlichen Regionen kann Zuwanderung aus dem Ausland oder aus städtischen Regionen teilweise die demografischen Veränderungen ausgleichen. Diese Zuwanderung kann neue kulturelle Impulse und wirtschaftliche Aktivitäten bringen.

Prognosen deuten darauf hin, dass die Bevölkerung in den meisten ländlichen Gebieten weiter altern und abnehmen wird, während einige wenige, touristisch attraktive oder gut angebundene Gebiete Wachstum erleben.

Die Zunahme von Single- und Seniorenhaushalten verändert die Nachfrage, z.B. nach kleineren Verpackungsgrößen oder speziellen Gesundheitsangeboten.

Um dem Bevölkerungsrückgang begegnen zu können, müssen innovative Konzepte wie mobile Supermärkte, Dorfläden in Bürgerhand oder multifunktionale Zentren, die verschiedene Services bündeln, entstehen!

Durchschnittsalter der Bevölkerung (1995 - 2020)



Quelle: INKAR (www.inkar.de)

Internet im ganzen Land ist Grundvoraussetzung

Die Internetabdeckung weist noch Lücken auf, Nachholbedarf in vielen Regionen

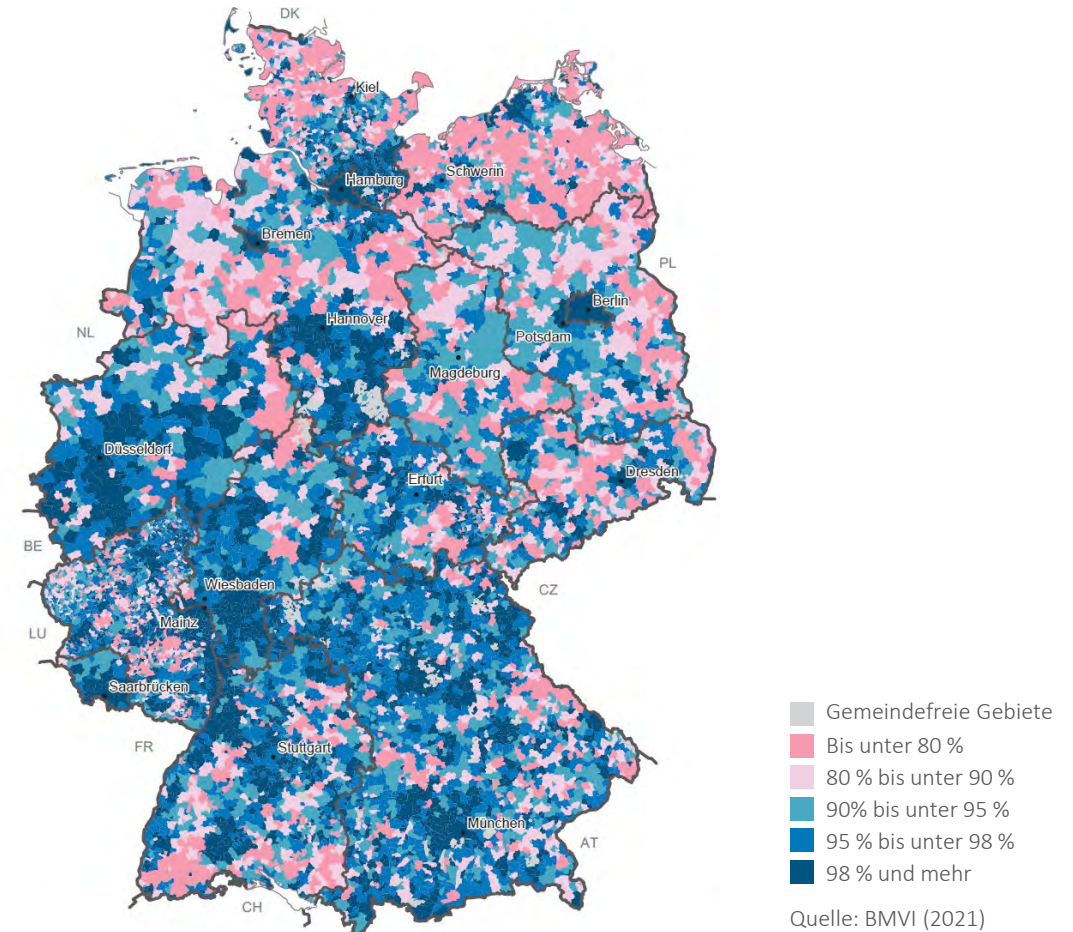
In Deutschland ist die Internetabdeckung in städtischen Gebieten weitgehend gut bis sehr gut. Ländliche Räume hinken jedoch hinterher. Die deutsche Bundesregierung hat Initiativen wie den "Digitalpakt" gestartet, der darauf abzielt, schnelles Internet in ganz Deutschland, einschließlich ländlicher Gebiete, bis 2025 verfügbar zu machen. Zusätzliche Förderprogramme zielen darauf ab, den Ausbau von Glasfasernetzen zu beschleunigen, um eine flächendeckende Versorgung sicherzustellen.

Die Verfügbarkeit von schnellem Internet ist entscheidend für die wirtschaftliche Entwicklung, Bildungschancen, medizinische Versorgung und mehr. Digitale Technologien ermöglichen innovative Lösungen in allen

Bereichen – so auch in der Nahversorgung. Eine moderne Warenwirtschaft erfordert ebenso eine stabile Internetanbindung wie der bargeldlose Zahlungsverkehr.

Leistungsfähige Breitbandnetze zum schnellen Informations- und Wissensaustausch sind eine infrastrukturelle Voraussetzung für regionale Smart-Countryside-Strategien. Sie gehören heute zur infrastrukturellen Grundversorgung für Wirtschaft und Gesellschaft – mithin zur Daseinsvorsorge – und stellen einen wichtigen Standortfaktor für Unternehmen dar, tragen zur Arbeitsplatzsicherung bei und erhöhen nicht zuletzt auch die Attraktivität von Wohnstandorten – die Basis für entsprechende Nahversorgungskonzepte.

Anteil der Haushalte, die mit einer Internetgeschwindigkeit von mind. 50 Mbit/s versorgt werden können



Entwicklung der Versorgungsstrukturen im LEH

Wachstum bei den Discountern und Supermärkten, Rückgang bei den kleinen Läden schafft neue Nischen

Seit 2011 haben mindestens 900 Kleinbetriebe des LEH geschlossen. Flächenmäßig sind das rd. 400.000 m², parallel dazu sind die Flächen bei den „Großen“ gewachsen, gleichwohl sind auch hier die Filialnetze insgesamt ausgedünnt worden. Auch das Sterben der großen SB-Warenhäuser ist deutlich erkennbar.

Ergebnis ist eine Konzentration auf die häufig verkehrsorientierten Standorte in den Ober-, Mittel- und Grundzentren.

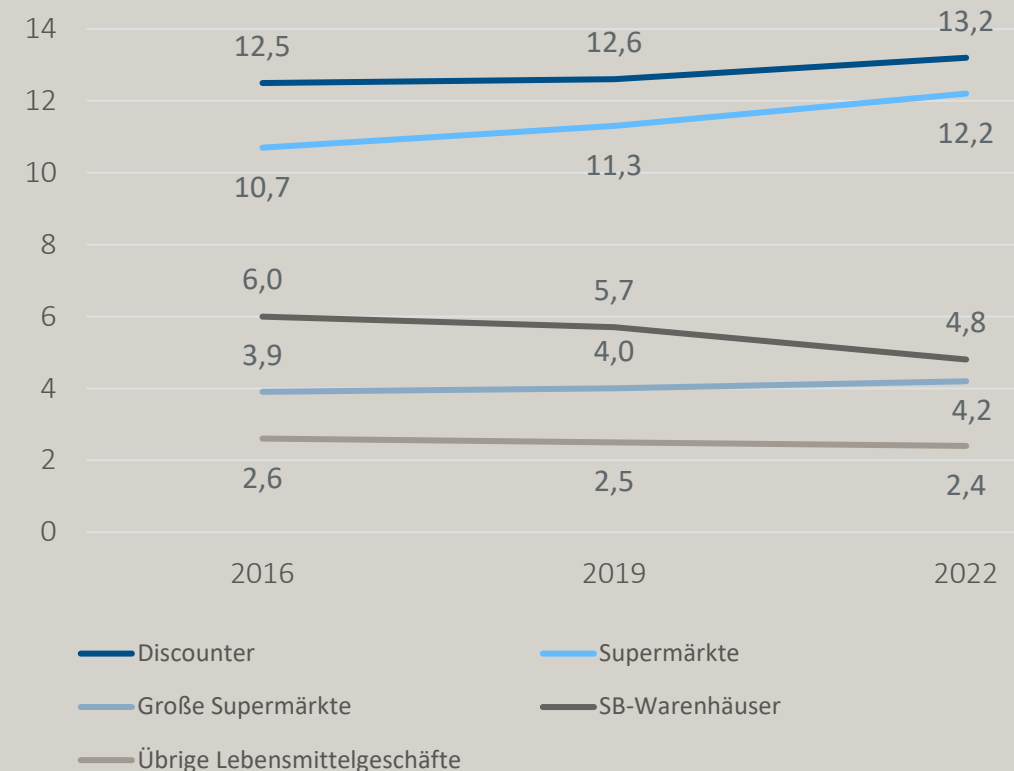
Aber was bedeutet das für die ländlichen Räume?

Viele Standorte sind in den letzten Jahren aufgegeben worden und werden nicht nachgenutzt, obwohl Potenzial für einen nachhaltigen Betrieb vorhanden wäre. Bereits oder noch vorhandene Versorgungsstandorte agieren derzeit zwar oft am Rande der Rentabilität, können aber häufig in die Gewinnzone zurückgebracht werden.

Das Gebot der Stunde: Die passenden Konzepte an den passenden Standort bringen!

Nach Jahren des Rückgangs der kleinen Versorgungseinrichtungen müssen Nischen jetzt wieder erkannt und besetzt werden, der Wettlauf um die besten Standorte im ländlichen Raum hat begonnen, viele Akteure drängen wieder in die ländlichen Räume!

Verkaufsfläche in Millionen m²



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2023

2 Ansätze in der Praxis

Neue Konzepte, bewährte Inhalte

Was bedeutet eigentlich Nahversorgung im ländlichen Raum?

Nahversorgung ist Daseinsvorsorge und nicht wegzudenken. Gerade in den ländlich strukturierten Räumen beinhaltet die Nahversorgung mehr als nur den Verkauf von Lebensmitteln. Die Kombination mehrerer Angebote ist gleichzeitig auch die Basis für einen nachhaltig rentablen Betrieb.

1 Wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes schafft gleichwertige Lebensverhältnisse (Grundgesetz Artikel 72).

2 Lebensqualität erhalten und stärken: Auch durch gelebte Teilhabe am öffentlichen Leben, Inklusion auf allen Ebenen, vom täglichen Gespräch an der Ladentheke oder im Cafébereich bis zum Gestalten der dörflichen Gemeinschaft – dies alles ist ein wichtiger Beitrag zur Demokratiestärkung.

3 Soziale Treffpunkte schaffen: Der Nahversorger als Ort des Miteinanderredens und des Zuhörens, Ankerpunkt für weitere Zukunftsgestaltung, auch in kleinen und aus Sicht vieler Menschen als „abgehängt“ empfundenen Gemeinden.

4 Funktionsbündelung: Der Versorgungsstandort muss als Knotenpunkt der Gemeinde für gemeindliche Einrichtungen und Dienstleistungen, z. B. auch aus dem Gesundheitssektor, gedacht werden. Diese Bündelfunktion führt zur Win-Win-Situation für alle Beteiligten!

5 Schaffung zentraler Infrastruktur: Attraktivitätsgewinn für Zuzügler, kurze Wege für ältere Menschen wie für junge Familien – das bedeutet nicht zuletzt auch einen positiven Beitrag zum Immobilienpreis-Erhalt vor Ort und ist gleichzeitig Impuls für landesweit angelegte (Förder-) Programme für ländliche Infrastruktur.

Nahversorgung beinhaltet viele Facetten und hat eine zentrale Bedeutung für die Menschen vor Ort, sie ist unverzichtbar für eine prosperierende Wirtschaft auch in den ländlichen Räumen!



Vielfältige Lösungsansätze

Vorreiter sind landesweit geförderte Initiativen

Ländliche Nahversorgung wird als Markt der Zukunft erkannt. Ursprünglich aus der Not geboren, unter den Vorzeichen eines anhaltenden Rückzuges der kleinen Lebensmittelläden in den ländlich geprägten Regionen haben geförderte Versorgungskonzepte einen steten Zulauf und wiesen selbst in den vergangenen Krisenjahren (Corona, Inflation, Energiepreise, etc.) eine sehr hohe Resilienz auf.

Landesweite Initiativen im Norden sind Vorreiter, hier sind die Förderkulissen MarktTreff in Schleswig-Holstein und die Neue Dorfmitte in Mecklenburg-Vorpommern beispielhaft. Über EU- und Landesmittel werden Einrichtungen der lokalen Versorgung finanziell gefördert und bieten damit Anreize v. a. wenn es

um Erstinvestitionen geht. Davon profitieren private Akteure ebenso wie Lieferanten.

In Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern werden diese Initiativen zur Aufrechterhaltung der Daseinsvorsorge zentral über die jeweiligen Ministerien gesteuert, was das Prozedere stark vereinfacht und einen Vorteil für alle Beteiligten darstellt. Ähnliche Fördertöpfe stehen bundesweit zur Verfügung, sind jedoch nicht zentral in den Ministerien angelegt.

Wir beobachten eine erkennbare Nachfrage. Chancen werden wieder verstärkt gesehen und vorhandene Nischen besetzt, nicht zuletzt auch dank digitaler Innovationen, welche neue Möglichkeiten eröffnen.

Förderkulissen ermöglichen über eine finanzielle Unterstützung bei Machbarkeitsstudien und Standortanalysen sowie in Infrastruktur wie Immobilie, Verkaufsregale oder Kassensysteme an vielen Standorten eine Neubelebung der Versorgungsstrukturen.



Die Wirtschaftlichkeit steht auf mehreren Säulen

Mehrere Komponenten ergeben die DNA moderner Nahversorger

Erfolgreiche ländliche Nahversorgungskonzepte beinhalten mehrere Komponenten bzw. bilden diese in einem Verbund ab. MarktTreff in Schleswig-Holstein macht es vor, mit dem sogenannten Drei-Säulen-Prinzip, welches Grundvoraussetzung für eine Förderung ist und zugleich die DNA erfolgreicher Nahversorger im ländlichen Raum.

Kerngeschäft: LEH, oft ergänzt durch Gastronomieanteil (Café, Mittagstisch)

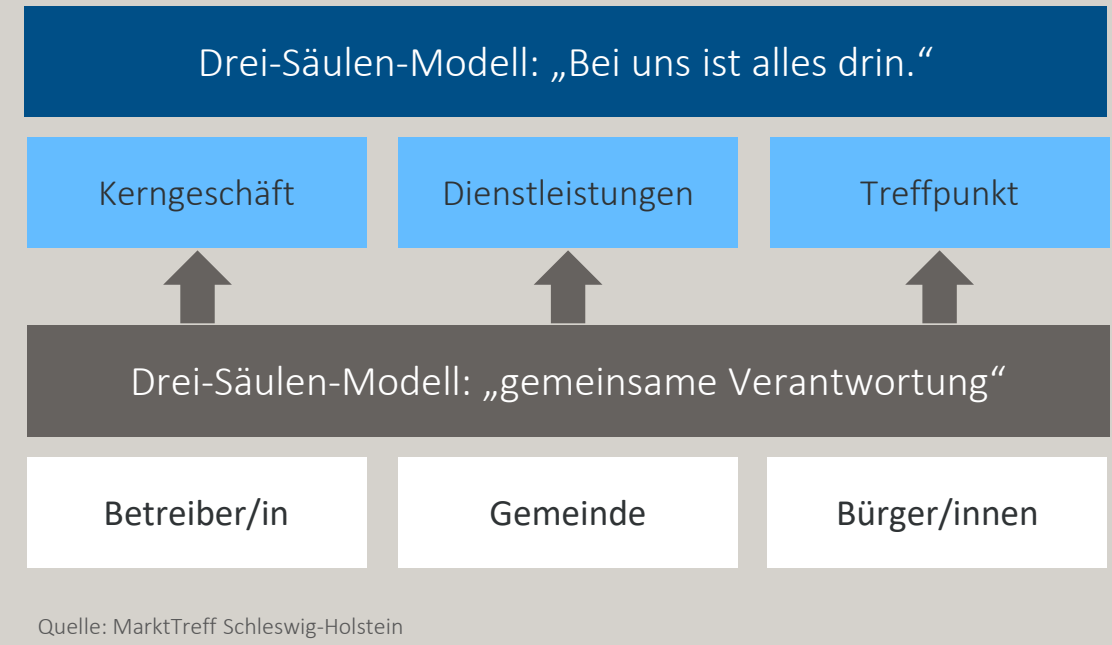
Ergänzende Services: Üblicherweise Post, Toto-Lotto, aber auch ärztliche Versorgung, Physiotherapie, Frisör sowie öffentliche Einrichtungen wie z.B. das Bürgermeisterbüro

Treffpunktfunktion: Die soziale Komponente ist (fast) das

Wichtigste. Möglichst niedrigschwellig sollte sie sein, von der Cafécke bis zum privat und öffentlich nutzbaren Gruppenraum.

Während das Kerngeschäft i.d.R. privat oder als Regiebetrieb betrieben wird, besteht ein wesentlicher Erfolgsfaktor darin, dass ein tragfähiges Nahversorgungskonzept mit Unterstützung - beim MarktTreff sogar unter Federführung – der jeweiligen Gemeinde betrieben wird. Gleichzeitig sind die Menschen vor Ort die wichtigste Grundlage eines erfolgreichen Betriebes. Sie von Anfang an mitzunehmen und an der Ausgestaltung „ihres“ Nahversorgers zu beteiligen ist die beste Grundlage für einen erfolgreichen Betrieb.

Drei-Säulen-Modell: „Bei uns ist alles drin.“



Ländliche Versorgungskonzepte berücksichtigen die echten Bedarfe vor Ort – alle Akteure werden einbezogen, das ist die Basis für einen nachhaltigen Betrieb und schafft Perspektiven für Kaufleute wie Großhändler.

Smart Stores – die Läden der Zukunft?

Hybride Konzepte bieten Chancen für strukturschwache Regionen

Smart Stores kommen als (teil-)automatisierte Läden teilweise ohne Kassenpersonal aus, denn sie verwenden Self Checkout-Systeme. Damit ist rein technisch auch eine Öffnung rund um die Uhr möglich. Bundesweit eröffnen derzeit viele Smart-Stores mit unterschiedlichen konzeptionellen Ansätzen.

Smart Stores liegen im Trend und entstehen gleichsam in Ballungsräumen wie im ländlichen Raum. Dabei stehen die ländlichen Räume aber voll im Fokus, denn dort sind die Rahmenbedingungen häufig schlechter als in den Städten. Automatisierte Systeme, die mitunter mit Einsparungen bei den laufenden Kosten einhergehen, sind da klar im Vorteil.

Über 300 Standorte bundesweit, und viele sind bereits in Vorbereitung, allen voran die Konzepte Tante-M, Teo (tegut) und Tante Enso aus Bremen. Dabei werden unterschiedliche Konzeptansätze verfolgt, von der smart-box ohne Personal bis hin zum voll ausgestatteten Laden mit teilweiser Personalbesetzung auf 300-400 m² Verkaufsfläche.

Eins haben die Konzepte gemein, sie sind nicht großflächig, bieten aber häufig ein vollumfängliches Sortiment an, mit starkem Fokus auf Regionalität!

Smart Stores liegen im Trend und sind bundesweit auf dem Vormarsch, und das vor allem in den ländlichen Räumen.

Verteilung von Smart Stores in Deutschland



Quelle: DHBW Heilbronn, eigene Recherchen, bearbeitet durch BBE

Standort und Konzept müssen zueinander passen

Smart box oder autonomer Laden?

Smart Store – Walk In und Automat kombinieren fortschrittliche Technologien wie Sensoren und KI, um ein automatisiertes Einkaufserlebnis zu bieten. Kunden können die Läden betreten, Waren nehmen und das Geschäft verlassen, ohne traditionelle Kassenprozesse zu durchlaufen.

Untergruppen:

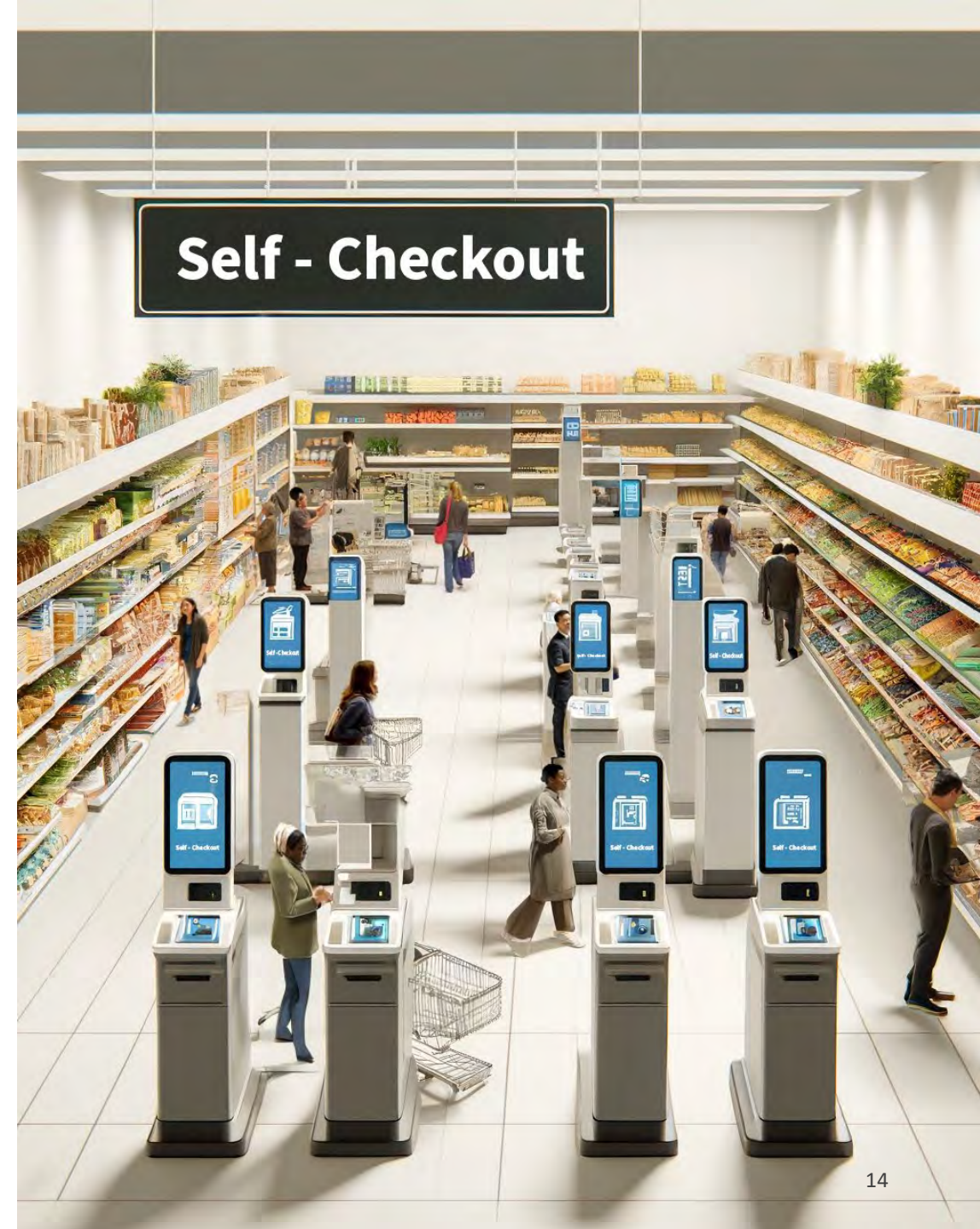
Grab & Go-Konzepte ermöglichen es Kunden, Produkte schnell und ohne Wartezeiten an der Kasse zu entnehmen, wobei die Abrechnung automatisch über eine App oder ein Kundenkonto erfolgt.

Self Checkout-Systeme reduzieren Personalkosten und Wartezeiten, indem Kunden ihre Einkäufe selbst scannen und bezahlen.

Hybride Betriebe kombinieren traditionelle Verkaufsmethoden mit modernen Technologien, wie z.B. eine Kombination aus bedienten Kassen und Self-Checkout oder digitale Bestellsysteme in einem klassischen Ladengeschäft.

Verkaufsautomaten, Automatenshops und Verkaufsboxen sind vollautomatisiert und bieten Produkte rund um die Uhr an leicht zugänglichen Orten an. Sie sind ideal für hochfrequentierte Standorte oder Regionen mit begrenzter Einzelhandelsinfrastruktur.

Smart Stores revolutionieren das Einkaufserlebnis durch den Einsatz von Technologien, die automatisierte und digitale Lösungen integrieren.



Automaten für Standorte mit geringer Nachfrageplattform

Verkaufsautomaten zur Vermarktung regionaler Erzeugnisse

In ländlichen und strukturschwachen Gebieten, wo Supermärkte und Geschäfte oft weit entfernt sind, können Verkaufsautomaten eine ständig verfügbare Versorgungsalternative bieten.

Automaten können gezielt für den Verkauf regionaler Produkte genutzt werden, was die lokale Wirtschaft stärkt und kurze Lieferketten fördert.

Verkaufsautomaten sind flexibel aufstellbar und benötigen wenig Platz, was die Wahl von Standorten mit hoher Passantenfrequenz erleichtert.

Moderne Automaten können auf spezifische Kundenbedürfnisse angepasst werden, indem sie beispielsweise rund um die Uhr Zugang zu Frischwaren, Medikamenten oder anderen wichtigen Gütern bieten.

Durch den lokalen Verkauf und die Vermeidung langer Transportwege tragen Automaten zur Reduzierung von CO₂-Emissionen bei.

Die Integration von digitalen Zahlungssystemen und intelligenten Technologien in Automaten kann die Akzeptanz und Verbreitung von digitalen Lösungen in der Region fördern

Verkaufsautomaten sind eine praktische und zukunftsfähige Lösung für die Herausforderungen in ländlichen Gebieten und tragen zur regionalen Wertschöpfung bei.



Öffnungszeiten – das ewige Thema

Flickenteppich in Deutschland – erste Schritte in die richtige Richtung

Auch autonome 24/7-Stores ohne Personal unterliegen den gesetzlichen Regelungen der Ladenöffnungsgesetze auf Länderebene und somit auch dem Sonn- und Feiertagsgesetz. Dies hat der Verwaltungsgerichtshof (VGH) in Kassel Anfang 2024 mit der Begründung bestätigt, "da das Ladenöffnungsgesetz nicht alleine dem Arbeitnehmerschutz dient, sondern auch dem Ziel, die Sonn- und Feiertage als Tage der Arbeitsruhe und seelischen Erhebung zu schützen."

Das Problem dabei ist: Autonome 24/7-Stores erwirtschaften das Gros ihrer Umsatzleistung an den Sonn- und Feiertagen und sehen durch das Urteil ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit gefährdet. Es gibt zwar Ausnahmeregelungen (u.a. Bäder-

verordnung, Markttage, Flughäfen, Bahnhöfe), die von den Länderkommunen erteilt werden können, dennoch müssen sich Betreiber bewusst sein, dass sie sich rechtlich "auf dünnem Eis" bewegen.

Aktuell wird bei den autonomen 24/7-Stores, je nach Bundesland, nach dem Motto gehandelt: Wo kein Kläger – da kein Richter.

Die Betreiber autonomer 24/7-Stores bewegen sich hinsichtlich der Öffnungszeiten an Sonn- und Feiertagen daher meist noch in einer rechtlichen Grauzone. Mecklenburg-Vorpommern hat als erstes Bundesland sein Ladenöffnungsgesetz novelliert und ermöglicht somit auch autonomen 24/7-Stores eine Sonntagsöffnungszeit.

Wie halten es die Bundesländer mit den Smart-Stores?

Bundesland	Sonntagsöffnung	Reformabsichten
Baden-Württemberg	„auf eigenes Risiko“	In Prüfung
Bayern	Kommunale Genehmigung	Laut Koalitionsvertrag
Berlin	Nein	Nein
Brandenburg	Nein	Nein
Bremen	Nein	Nein
Hamburg	Nein	Nein
Hessen	Nein	Laut Koalitionsvertrag
Mecklenburg-Vorpommern	Ja	2024 umgesetzt
Niedersachsen	Bäderregelung + 3h	Nein
Nordrhein-Westfalen	Nein	Nein
Rheinland-Pfalz	Unklar	k.A.
Saarland	Nein	In Prüfung
Sachsen	< 100 qm VK-Fläche	In Prüfung
Sachsen-Anhalt	Nein, aber Erholungsorte	In Prüfung
Schleswig-Holstein	Bäderregelung	In Prüfung
Thüringen	Nein	In Prüfung

Quelle: Lebensmittelzeitung, bearbeitet durch die BBE

Angepasste Konzepte - individuell für jeden Standort

Lebensmitteleinzelhandel

- Dorfladen
- Lebensmittelhandwerk
- Ergänzender EH

Treffpunkt

- Dorfgemeinschaftsraum
- Veranstaltungsräume

Freizeit

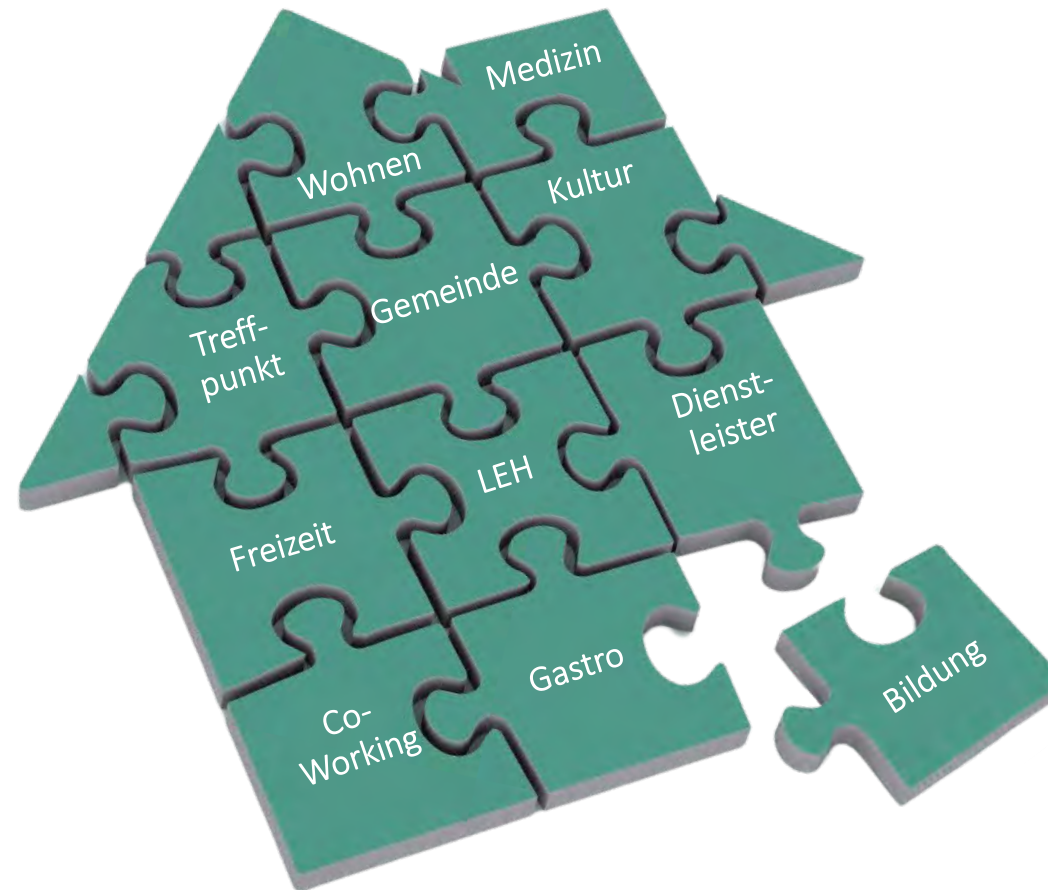
- Jugendzentrum
- Veranstaltungen und Aktionen

Dienstleister

- Toto-Lotto
- Touristeninformation
- Frisör
- Servicestellen (Bank, ÖPNV)

Gastro

- Café
- Saalbetrieb/Restaurant



Medizin

- Allgemein- und Fachärzte aller Art
- Therapeutische Einrichtungen

Kultur

- Theater, Ausstellungen, Galerien

Bildung

- Kitas, Schulen, Universitäten
- Außerschul. Bildung
- VHS, Bibliotheken

Co-Working

- Flexible Arbeitsplätze
- opt. feste Büros

Wohnen

- Mietwohnungen
- Senioren-Wohnen
- Mehr-Generationen-Haus

Gemeinde

- Bürgermeister-Sprechzimmer
- Servicestelle

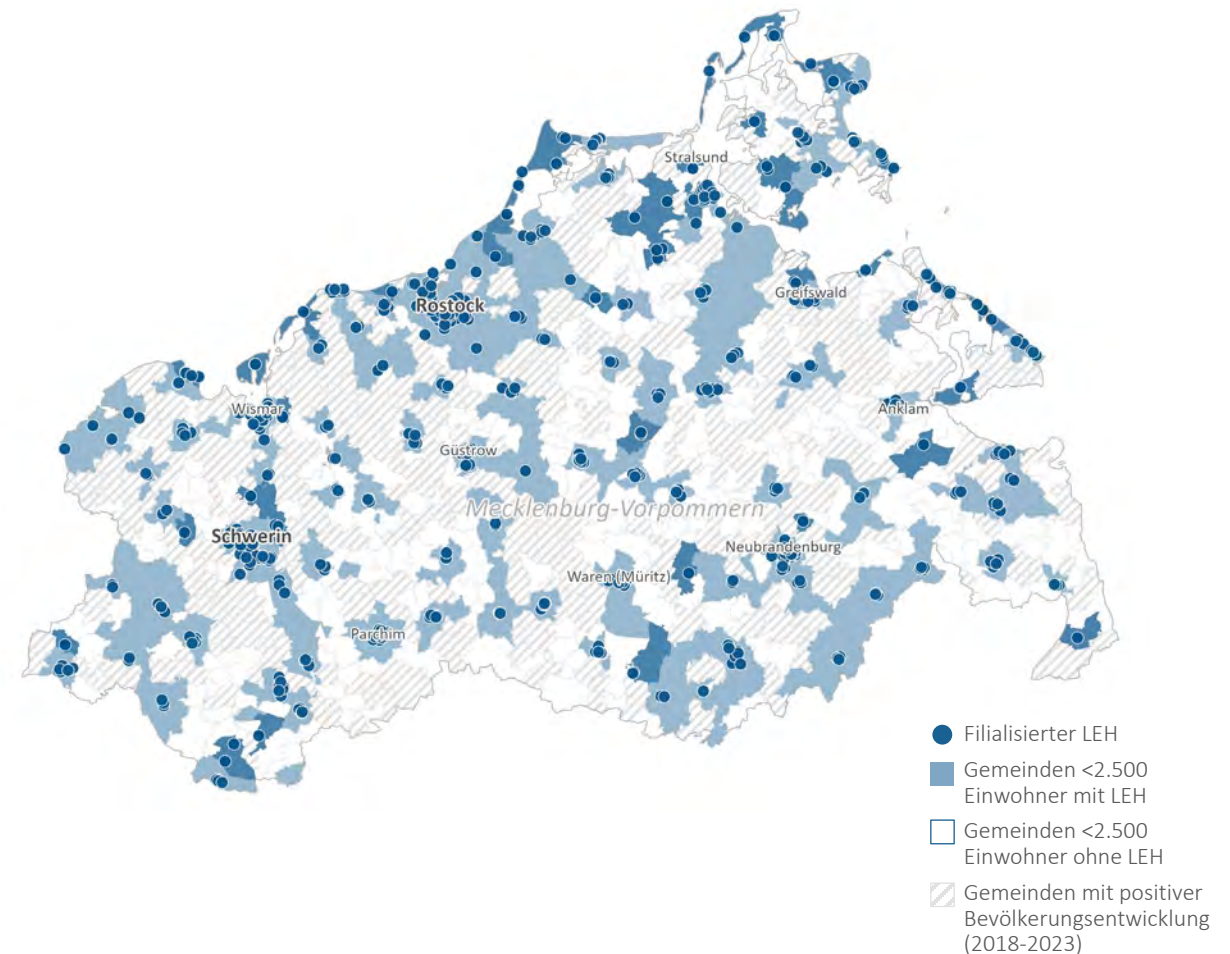
3 Der Weg zur Umsetzung

1 Potenziale in der Fläche identifizieren

White-Spot-Analyse mit regionalem Fokus

- Die vorhandenen Angebote konzentrieren sich auf die Ballungsräume, der Wettbewerb im ländlichen Raum hingegen dünnt sich aus. Wo liegen auf regionaler Ebene die unterversorgten Gebiete?
- Welche Gebiete eignen sich grundsätzlich für die Ansiedlung neuer Formate im Bereich der kleinteiligen Nahversorgung?
- Standortfaktoren wie die demografische Entwicklung, Nachfrageplattform oder auch die Netzabdeckung spielen eine wichtige Rolle - welche sind für den jeweiligen Standort relevant?
- Wie stellen sich die Erreichbarkeitsbeziehungen dar, welche Fahrtzeiten müssen in Kauf genommen werden?

Die White-Spot-Analyse ermöglicht auf übergeordneter Ebene mittels GIS-gestützter Analysen die systematische Identifizierung von geeigneten Standortbereichen für Betreiber und Regionen.



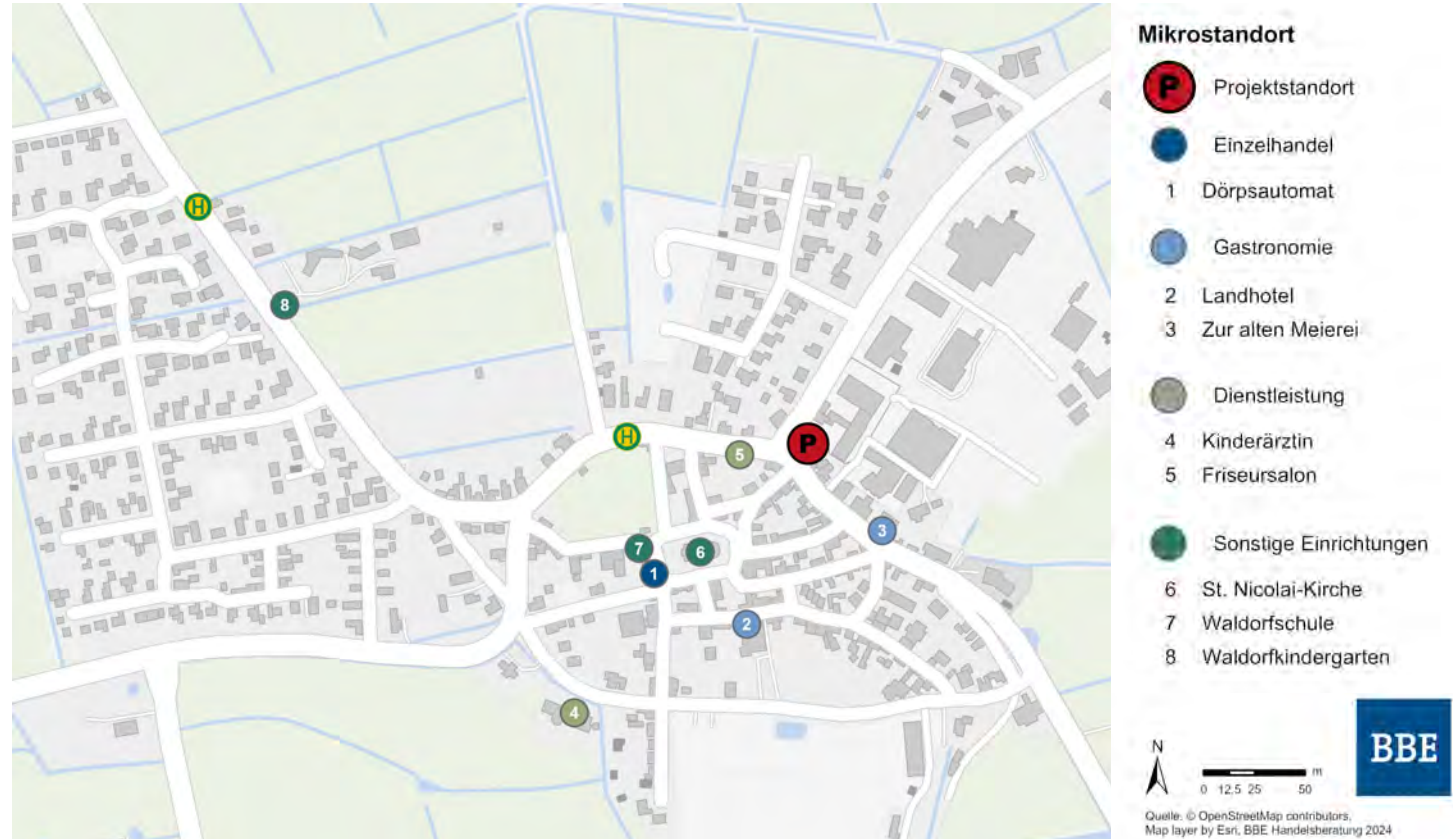
Quelle: MBR Marktdaten 2023, eigene Recherchen, bearbeitet durch BBE

2 Den konkreten Standort detailliert analysieren

Makro-/Mikrofaktoren, Nachfragepotenziale, Wettbewerbssituation

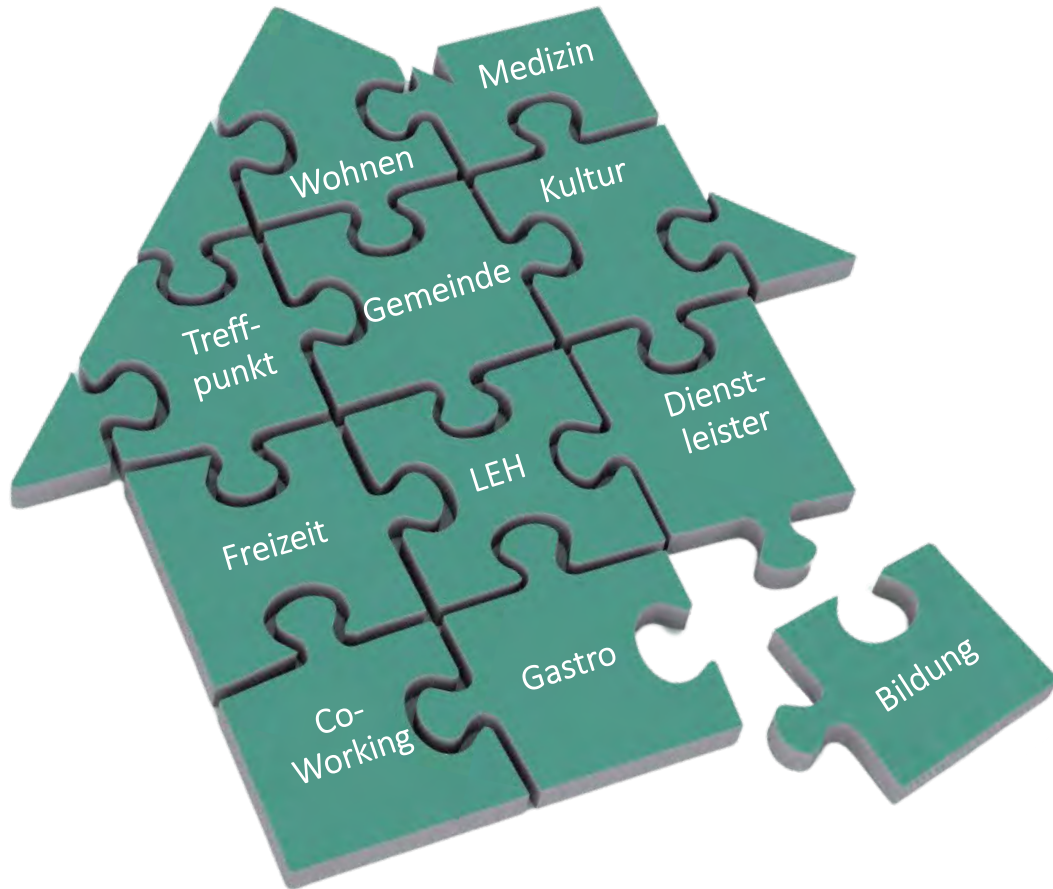
- Basis für jede funktionierende Nahversorgung: die umfassende Recherche und Analyse aller relevanten Faktoren zu Standort und Wettbewerb.
- Was zeichnet die konkrete Gemeinde aus, welche Entwicklungen und Eigenschaften sind prägend, für welche Nutzungen ist der Bedarf gegeben?
- Eignet sich der Mikrostandort für die geplante(n) Nutzung(en) hinsichtlich der Lage- und Objektqualitäten?
- Einzugsgebiet, Nachfragpotenziale, Abschöpfungsquoten: ist die grundlegende Basis für den wirtschaftlichen Erfolg des Standortes vorhanden?

Der erste Standortcheck vor Ort gibt Aufschluss und Klarheit darüber, welche Umsatzpotenziale gehoben werden können und wie nachhaltig der Betrieb ist.



3 Standortadäquates Konzept entwickeln

Zielgruppe, Bürgerbeteiligung, Positionierung und Nutzungskonzept, Betreiberwahl



- Richtige Bewertung aller Faktoren zur Abschätzung der Chancen und Risiken am konkreten Standort – mit welchem Sortiment auf welcher Flächengröße, smart oder analog?
- Wie gestalten sich die Bedürfnisse der Bevölkerung – heute und morgen?
- Regiebetrieb oder Bürgerschaftliches Modell, wer ist der geeignete Großhändler?
- Welchen Zusatznutzen bietet das Konzept den Menschen vor Ort, was zeichnet es aus und hebt es vom Wettbewerb ab?
- Welche Nutzungen neben dem Kerngeschäft Einzelhandel sind an dem speziellen Standort nachhaltig sinnvoll?
- Wie sieht das final ausgestaltete Konzept aus und wer ist der Betreiber?

Konkrete konzeptionelle Ansätze werden erarbeitet, bis hin zu einer dezidierten Rentabilitätsprognose des Kerngeschäfts.

4 Fortlaufende Optimierung im Betrieb

Umsetzungsbegleitung, Coaching und Beratung im Tagesgeschäft, Netzwerkarbeit

- Fachliche Begleitung in der der Umsetzungsphase des geplanten Konzeptes
- Kontinuierliches Coaching und Beratung im Tagesgeschäft
- Externer Input hinsichtlich der Bewertung der betriebswirtschaftlichen Situation, gesteckter Ziele und Zukunftsplanungen
- Netzwerkarbeit im Rahmen von Erfahrungsaustauschgruppen (Erf-Gruppen) zwischen aktiven Betreibern

Die Begleitung in der Umsetzung und im Tagesgeschäft geben Sicherheit und entlasten bei allen Fragestellungen rund um den Betrieb.



Wir sind Ihre Ansprechpartner

Wir beraten Sie gerne zum Thema Nahversorgung im ländlichen Raum



Oliver Ohm

Ist als Regionalleiter Nord v.a. auf den norddeutschen Raum fokussiert. Er ist Experte für alle strategischen Themen der ländlichen Nahversorgung und berät Akteure vor Ort, wie Initiativen und Einzelkaufleute, genauso wie große Handelsunternehmen. Ein weiterer Fokus liegt auf der strategischen Beratung der Kommunen und auf Landesebene im Rahmen von Förderkulissen.

Tel +49 40 1804106 24

Mobil +49 173 74254 71

E-Mail ohm@bbe.de



Ann-Kathrin Lötze

ist Senior Consultant in der Niederlassung Hamburg. Sie hat umfangreiche Erfahrung bei der strategischen Weiterentwicklung der ländlichen Versorgung und ist spezialisiert auf Markt- und Standortanalysen sowie GIS-Analysen. Sie betreut verschiedene Projekte, die sich mit der Entwicklung von Nahversorgungskonzepten sowie der Beratung von Dorfladen-Netzwerken befassen.

Tel +49 40 1804106 29

Mobil +49 174 33903 41

E-Mail loetz@bbe.de



Andreas Weidmann

ist als Senior Consultant ebenfalls im Team der Hamburger Niederlassung. Er verfügt über umfangreiche Expertise in den Bereichen Markt- und Standortanalysen sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepte. Er ist spezialisiert auf die Beratung von Handelsunternehmen und Kommunen bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien zur Optimierung von Einzelhandelsstandorten.

Tel +49 40 1804106 23

Mobil +49 173 26623 85

E-Mail weidmann@bbe.de

Referenzen: Landesweite Förderkulissen

MarktTreff Schleswig-Holstein und Neue Dorfmitte MV



- Das MLLEV in Schleswig-Holstein fördert seit 1999 MarktTreffe, um die Grundversorgung und die Lebensqualität in ländlichen Regionen zu verbessern
- Betriebswirtschaftliche Beratung der MarktTreff-Standorte
- Durchführung von Jahresgesprächen
- Standortbesuche: Einzelcoachings der BetreiberInnen
- Krisenintervention
- Begleitung neuer MarktTreffe vom ersten Standortcheck bis zum fortlaufenden Betrieb



- Neue Dorfmitte MV fördert seit 2010 kleine Läden mit einem Lebensmittel-Vollsortiment in nicht zentralen Orten. Das Programm wurde bereits rund 50-mal abgerufen
- Standortgespräche und Beratung vor Ort
- Beratung neu interessierter Kaufleute und Quereinsteiger
- Erfahrungsaustausch-Gruppen für den Ideen-Transfer
- Markenaufbau für hohen Bekanntheitsgrad
- Netzwerkaufbau mit Institutionen
- Evaluation der Fördermaßnahmen
- Weiterentwicklung der Landesinitiative

Mehr als 170 Experten für den Einzelhandel

Interdisziplinäre Teams für individuelle Fragestellungen

BBE

Handel

Managementberatung

- Unternehmensstrategie
- Organisation, Führung
- Marketing, Vertrieb, Positionierung
- Controlling
- Erfahrungsaustausch, Coaching
- Vorträge, Studien und Seminare



Standortberatung

- Expansionsstrategien
- Auswirkungsanalysen
- Filialnetzoptimierung

Immobilienberatung

- Ankaufsprüfungen, Due Diligence
- Portfolioanalyse

Kommunalberatung

- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Innenstadt- und Quartiersentwicklung



elaboratum

Cross-Channel

- E-Commerce Strategieberatung
- Cross-Channel-Prozesse
- Konzeption und Umsetzungsbegleitung
- Performance Optimierung
- Technologie-Audit und -Beratung



Immobilie

IPH

Beratung

- Ankaufs- und Strategieberatung
- Positionierung
- Projektentwicklung und -umsetzung
- Portfoliostrategie

Vermietung

- Revitalisierung und Nutzungskonzepte
- Vermietung aller Retail-Assetklassen

Transaktion

- Verkaufsberatung
- Transaktionsmanagement

Center Management – Joint Venture mit

IC IMMOBILIEN GRUPPE

- Center Management
- Center Marketing
- Techn./kaufm. Objektmanagement
- Buchhaltung und Reporting

Bundesweit aufgestellt

BBE Handelsberatung - In ganz Deutschland für Sie da

Region Nord Oliver Ohm

Steinhöft 5-7
20459 Hamburg
Deutschland

+49 40 180410 -624

ohm@bbe.de

Region Ost Dr. Ulrich Kollatz

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

+49 341 98386 – 73

kollatz@bbe.de

Region West Jörg Lehnerdt

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

+49 221 78941 – 160

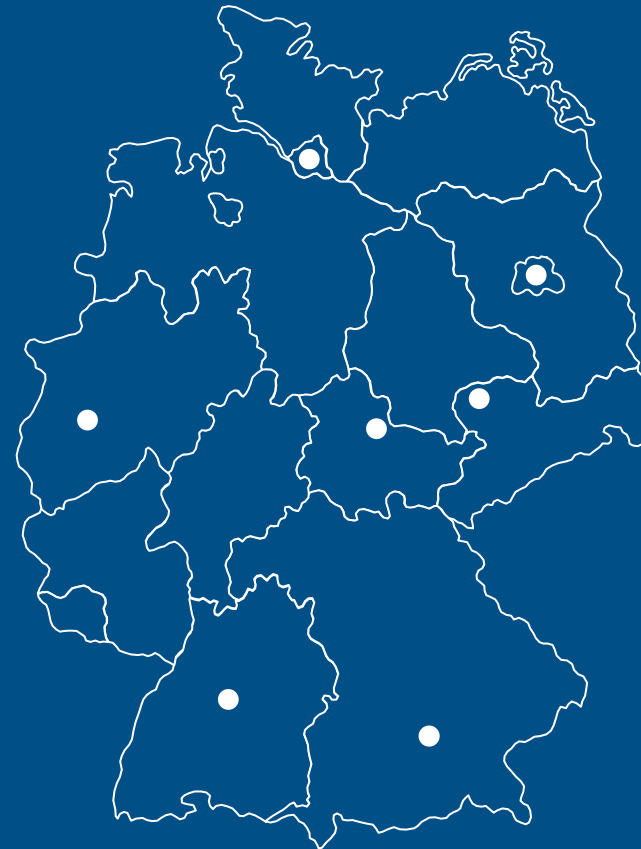
lehnerdt@bbe.de

Region Süd Markus Wotruba

Brienner Straße 45
80333 München
Deutschland

+49 89 55118 – 144

wotruba@bbe.de



MÜNCHEN

HAMBURG

BERLIN

STUTTGART

KÖLN

LEIPZIG

ERFURT

Beste Berater

Zum 11. Mal in Folge ausgezeichnete Beratung

Im großen Branchenvergleich von brand eins und Statista hat sich die BBE Handelsberatung im Bereich Konsumgüter & Handel nun seit 2014 und seit Beginn des Siegels einen Platz unter den besten Unternehmensberatungen Deutschlands gesichert.

Auch unser Verbundpartner elaboratum GmbH verteidigte seinen Platz unter den Top-Beratern im Bereich Internet & E-Commerce.



Rechtliches/Haftungsausschluss

Nahversorgung im ländlichen Raum

Herausgegeben von der BBE Handelsberatung GmbH

Von Oliver Ohm, Ann-Kathrin Lötze und Andreas Weidmann

Juni 2024, 30 Seiten

Der Herausgeber behält sich alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung, Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien vor. Die Inhalte dieser Publikation sind zu Informationszwecken bestimmt. Sie entsprechen dem Kenntnisstand der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Die dieser Studie zugrunde liegenden Daten wurden von den beteiligten Partnern mit größter Sorgfalt, sowohl bei der Datenrecherche als auch bei der Zusammenstellung der Daten, erstellt. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr, da trotz sorgfältiger Prüfung und Bearbeitung zwischenzeitliche Änderungen nicht auszuschließen sind. In den Grafiken kann es zu Rundungsdifferenzen kommen,

Der Herausgeber, BBE Handelsberatung GmbH übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts. Ebenso wird keinerlei Haftung für Investitions- und sonstige Entscheidungen Dritter aufgrund oder anlässlich dieses Berichts übernommen. Für eventuelle Schäden oder Nachteile wird nicht gehaftet.

Bildnachweise:

BBE Handelsberatung GmbH, Shutterstock, MidJourney, Dall-E