

Abschlussbericht

Strategien zum Demographischen Wandel: Instrumente zur
Sicherung der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum

Projektbaustein: „Mobile Versorgung – ein Konzept zur Stabilisierung der Nahversorgung“

erstellt im Auftrag des

**Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung
Mecklenburg-Vorpommern**

Abteilung 4 Raumordnung und Landesplanung

Frau Kunkel

Schloßstraße 6-8

19053 Schwerin

Projektbearbeitung:

Oliver Ohm
BBE Handelsberatung GmbH
Wendenstraße 8-12
20097 Hamburg

Tel. 040 / 180 4106 24
Fax. 040 / 180 4106 10
Mail ohm@bbe.de

Tobias Bohnhoff
BBE Handelsberatung GmbH
Wendenstraße 8-12
20097 Hamburg

Tel. 040 / 180 4106 33
Fax. 040 / 180 4106 10
Mail bohnhoff@bbe.de

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebung	4
2 Rahmenbedingungen im Altkreis Demmin	5
2.1 Räumliche Lagebeziehungen, Siedlungsstruktur und Bevölkerungsdichte	5
2.2 Demographische Entwicklung	7
2.3 Mobilitätssituation	10
3 Begriffsdefinitionen.....	12
3.1 Abgrenzung der Begriffe Nahversorgung und Daseinsvorsorge	12
3.2 Formen des mobilen Handels	13
4 Ist-Analyse der Angebotssituation	14
4.1 Stationäres Nahversorgungsangebot.....	14
4.2 Mobiles Nahversorgungsangebot.....	20
5 Ist-Analyse der Nachfragesituation	23
5.1 Nachfragepotenzial.....	23
5.2 Kundenzufriedenheit und Einkaufsverhalten.....	24
6 Mobiler Handel als Konzept zur Stabilisierung der Nahversorgung.....	35
6.1 Bewertung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen.....	35
6.2 Bedeutung des mobilen Handels für die Nahversorgung.....	35
6.3 Probleme und Optimierungsmöglichkeiten der mobilen Händler	36
7 Zusammenfassung	41
8 Fazit und Handlungsempfehlungen	43

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Raum- und Siedlungsstruktur im Altkreis Demmin.....	5
Abbildung 2:	Bevölkerungsdichte im Altkreis Demmin	6
Abbildung 3:	Bevölkerungsentwicklung im Altkreis Demmin zwischen 1990 und 2011	7
Abbildung 4:	Bevölkerungsprognose für Mecklenburg-Vorpommern auf Kreisebene von 2010 bis 2030	8
Abbildung 5:	Bevölkerungsstruktur nach Alter und Geschlecht im Kreis Demmin für die Jahre 1990, 2010 und 2030.....	9
Abbildung 6:	Pkw-Dichte im Altkreis Demmin	11
Abbildung 7:	Stationäre Einzelhandelsausstattung im Altkreis Demmin	15
Abbildung 8:	Nahversorgungsausstattung je Einwohner im Altkreis Demmin.....	18
Abbildung 9:	Versorgungsabdeckung durch den stationären Einzelhandel im Altkreis Demmin.....	19
Abbildung 10:	Nahversorgungssituation und Aktionsraum des mobilen Handels im Altkreis Demmin.....	22
Abbildung 11:	Nahversorgungsrelevanter Kaufkraft-Index im Altkreis Demmin.....	24
Abbildung 12:	Gründe für die Nutzung des Angebots mobiler Verkaufsfahrzeuge	26
Abbildung 13:	Gründe für den Verzicht auf die Nutzung des Angebots mobiler Verkaufsfahrzeuge	26
Abbildung 14:	Pkw-Verfügbarkeit der Befragten in Abhängigkeit der Faktoren Alter, Haushaltsgröße und Haushaltsnettoeinkommen	28
Abbildung 15:	Abgefragte Pkw-Mobilität im Altkreis Demmin.....	29
Abbildung 16:	Nutzungshäufigkeit mobiler Verkaufsangebote	30
Abbildung 17:	Kundenzufriedenheitsanalyse bei mobilen Vollsortimentern.....	30
Abbildung 18:	Begründung der Zufriedenheit mit den allgemeinen Einkaufsbedingungen für den Bereich Nahversorgung.....	31
Abbildung 19:	Anteil der Bedarfsdeckung über mobile Verkaufsfahrzeuge	32
Abbildung 20:	Ausgabeverhalten im mobilen Handel nach Mobilitätsverfügbarkeit.....	33

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1:	Übersicht der Anzahl und Verkaufsflächen nahversorgungsrelevanter Betriebe nach Typen	16
Tabelle 2:	Übersicht der Anzahl und Verkaufsflächen nahversorgungsrelevanter Betriebe nach zentralen Orten	16
Tabelle 3:	Berechnungsergebnisse und Zonierungsvarianten des Versorgungsgrades im Altkreis Demmin.....	20
Tabelle 4:	Anbieterstruktur des mobilen Handels im Altkreis Demmin	21

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Im Zuge demographischer Veränderungen und allgemeiner Zentralisierungsprozesse im Lebensmitteleinzelhandel ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern und Leistungen des täglichen Bedarfs insbesondere im ländlichen Raum zunehmend gefährdet. In weiten Teilen Mecklenburg-Vorpommerns ist die Versorgungslage zusätzlich durch disperse Siedlungsstrukturen und erhebliche demographische Veränderungen beeinträchtigt.

Im Hinblick auf diese Problematik wurde Anfang 2011 das Modellprojekt „Neue Dorfmitte M-V“ ins Leben gerufen, das zur Sicherung kleinflächiger Lebensmittelanbieter im ländlichen Raum beitragen soll. Weiterführend soll nun über den Projektbaustein „Mobile Versorgung“ auch der mobile Einzelhandel als Bestandteil der Nahversorgung analysiert werden. Beispielhaft wurde hierfür der Altkreis Demmin als Untersuchungsregion ausgewählt, um eine Bestandsaufnahme der Angebots- und Nachfragesituation im Bereich des mobilen Handels durchzuführen. Die Zielsetzung des Projektvorhabens ist die Evaluierung der aktuellen Bedeutung des mobilen Handels als Bestandteil der Nahversorgung und die Erfassung der Potenziale und Risiken dieser Versorgungsform angesichts anhaltender demographischer Alterungs- Schrumpfungsprozesse der Gesellschaft und der Zentralisierungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel.

Über die Identifikation konkreter Probleme und Handlungsansätze ist dementsprechend die Frage zu behandeln, ob mobiler Handel ein tragfähiges Konzept zur Sicherung der Nahversorgung darstellt und inwieweit staatliche Daseinsvorsorge den Erhalt eines flächendeckenden Nahversorgungsangebotes unterstützen kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebung

Die Basis der Analyse stellt eine umfassende Erhebung durch die BBE Handelsberatung im Zeitraum von August bis Oktober 2012 dar:

- Telefonische Haushaltsbefragung mit einer Fallzahl von n = 302
- Persönliche Kundeninterviews mit einer Fallzahl von n = 168
- Leitfadengestützte Expertengespräche aus den Bereichen Verwaltung, mobiler und stationärer Handel, Interessensverbänden und Kooperationspartnern des mobilen Handels
- Aktualisierung und Georeferenzierung des mobilen und stationären Einzelhandelsbesatzes im Altkreis Demmin
- Umfangreiche GIS-gestützte Auswertung der Erhebungsdaten und soziodemographischen Rahmenbedingungen

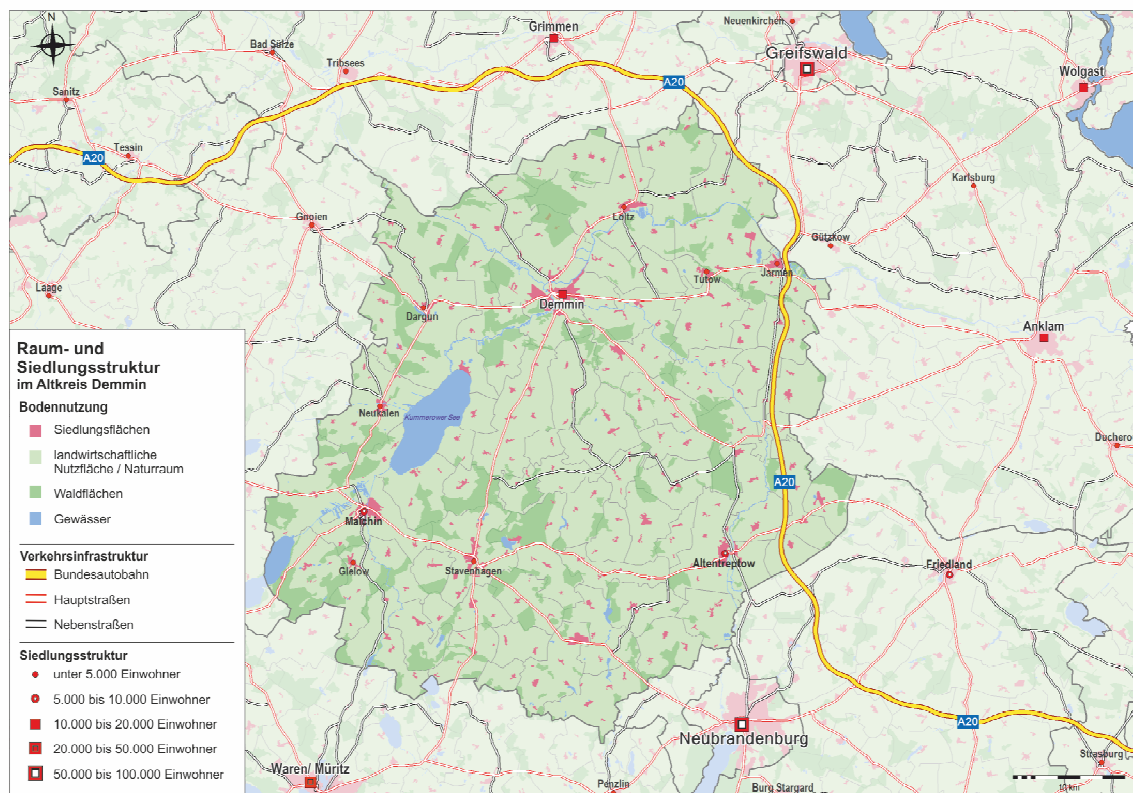
2 Rahmenbedingungen im Altkreis Demmin

2.1 Räumliche Lagebeziehungen, Siedlungsstruktur und Bevölkerungsdichte

Der Altkreis Demmin war bis zur Kreisgebietsreform im Jahr 2011 eigenständiger Landkreis mit 69 Mitgliedsgemeinden. Insgesamt leben aktuell rund 78.400 Menschen im ländlich geprägten Raum zwischen der Mecklenburgischen Seenplatte im Süden und der Küstenregion um das Oberzentrum Greifswald im Nordosten. Über die Bundesautobahn 20, die gleichzeitig als Nord-Süd-Achse zwischen den nächstgelegenen Oberzentren Greifswald und Neubrandenburg fungiert, ist der Altkreis Demmin verkehrlich gut in das Fernstraßennetz integriert.

Knapp über die Hälfte der Bevölkerung verteilt sich auf die sieben zentralen Orte im Altkreis. Das einzige Mittelzentrum ist die namensgebende Stadt Demmin, die sich zentral nördlich im Altkreis befindet. Umgeben von sechs Grundzentren Dargun, Loitz, Jarmen, Altentreptow, Stavenhagen und Malchin stellt diese Raumstruktur den wesentlichen Teil der Versorgung des Altkreises sicher.

Abbildung 1: Raum- und Siedlungsstruktur im Altkreis Demmin

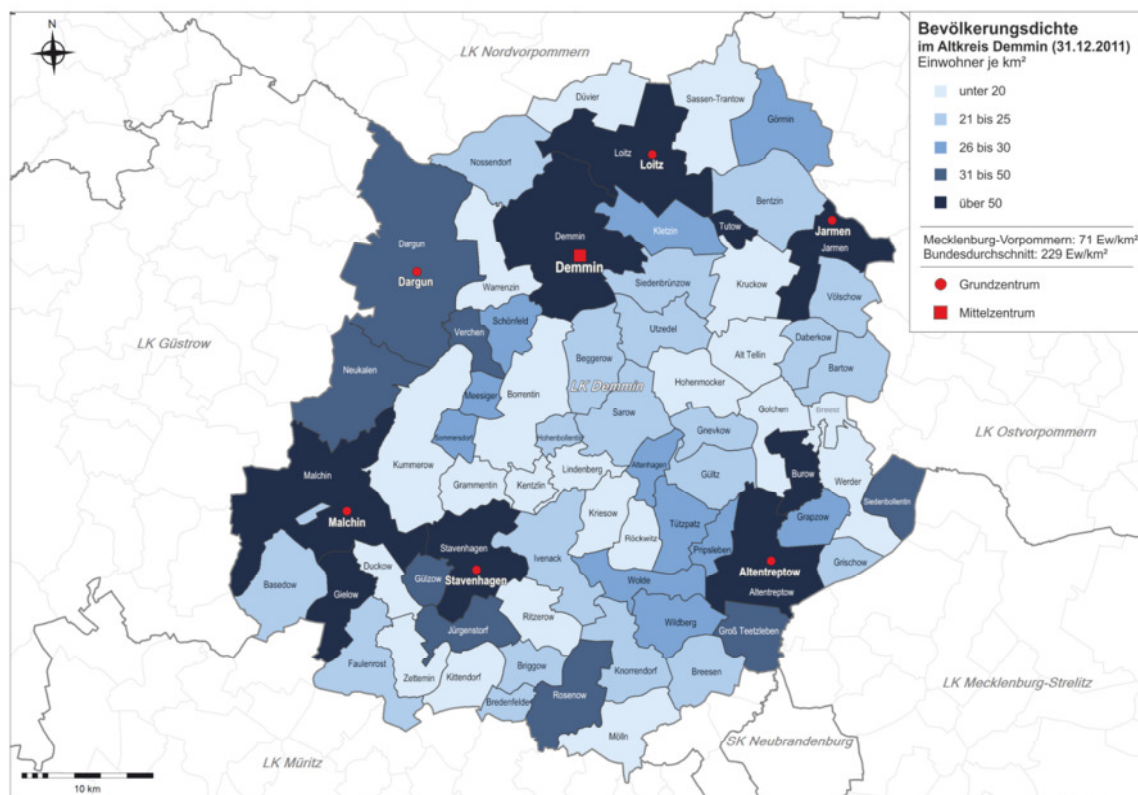


Die Siedlungsstruktur ist für die Versorgung ländlicher Räume von zentraler Bedeutung. Die Entfernung und Größe einzelner Siedlungsgebiete sowie deren verkehrliche Erreichbarkeit bestimmen die Mindestnachfrage oder Auslastung netzgebundener und transportabhängiger Versorgungsleistungen und bestimmen maßgeblich deren Effizienz.

Wie in Abbildung 1 zu erkennen ist, verteilen sich die einzelnen Siedlungsgebiete gleichmäßig in der Fläche. Die Gemeinden des Altkreises verfügen in der Regel über mindestens drei bis sechs Ortsteile und haben in den wenigsten Fällen einen markanten Siedlungsschwerpunkt. Die Erreichbarkeit der Ortsteile einer Gemeinde untereinander ist fußläufig im Allgemeinen nicht gewährleistet. Die Hauptverkehrsachsen des Altkreises vernetzen die zentralen Orte untereinander. Eine flächenhafte Anbindung peripherer Siedlungsgebiete ist durch stellenweise modernisierungsbedürftige Verkehrsinfrastruktur eingeschränkt.

56 Gemeinden des ehemaligen Landkreises haben weniger als 1.000 Einwohner, die Hälfte davon sogar weniger als 500 Einwohner. Verteilt auf eine entsprechende Anzahl von Ortsteilen ergeben sich äußerst geringe Siedlungsgrößen und eine entsprechend niedrige Bevölkerungsdichte für die Untersuchungsregion (Abbildung 2). Außerhalb der Gemeinden mit zentralörtlicher Funktion liegt die Bevölkerungsdichte in den meisten Fällen weit unterhalb des ohnehin geringen Landesdurchschnitts Mecklenburg-Vorpommerns von 71 Einwohnern je Quadratkilometer. Gemeinhin gilt ein Wert von rund 40 Einwohnern je Quadratkilometer als kritische Untergrenze für die Aufrechterhaltung von Versorgungsleistungen im ländlichen Raum¹, der überwiegende Teil der Gemeinden unterschreitet diesen Wert deutlich. Für die Nahversorgung ergeben sich hieraus erhebliche Schwierigkeiten im Bereich des Nachfragevolumens für den stationären Lebensmitteleinzelhandel.

Abbildung 2: Bevölkerungsdichte im Altkreis Demmin

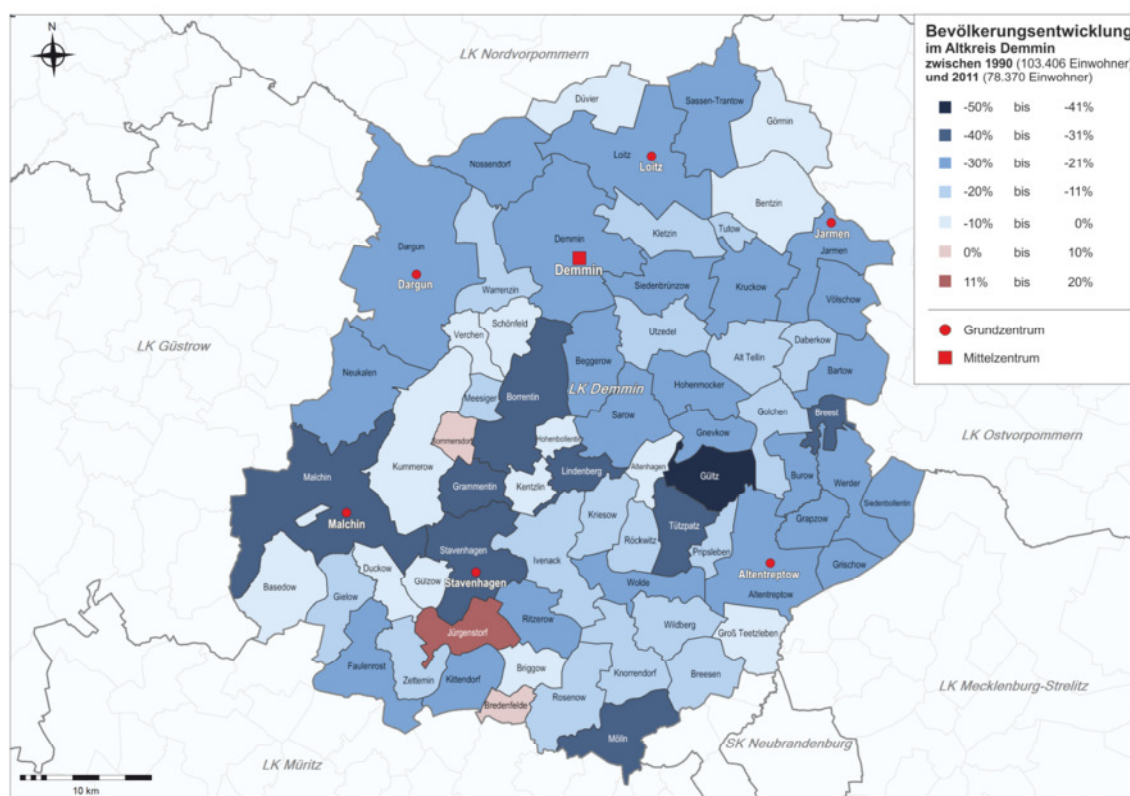


¹ Klingholz, R. (2009): Raumwirksame Folgen des demographischen Wandels in Ostdeutschland. Berlin-Institut.

2.2 Demographische Entwicklung

Der Altkreis Demmin zeichnet sich durch intensive demographische Veränderungen aus. Seit der Wiedervereinigung sank die Einwohnerzahl ausgehend von knapp über 100.000 bis zum Jahr 2011 im Mittel um rund 24%. Auf Gemeindeebene (Abbildung 3) zeigt sich ein bis auf wenige Ausnahmen flächendeckender Bevölkerungsverlust im zweistelligen Prozentbereich und betrifft die Kommunen unabhängig von der Gesamteinwohnerzahl oder zentralörtlichen Funktion.

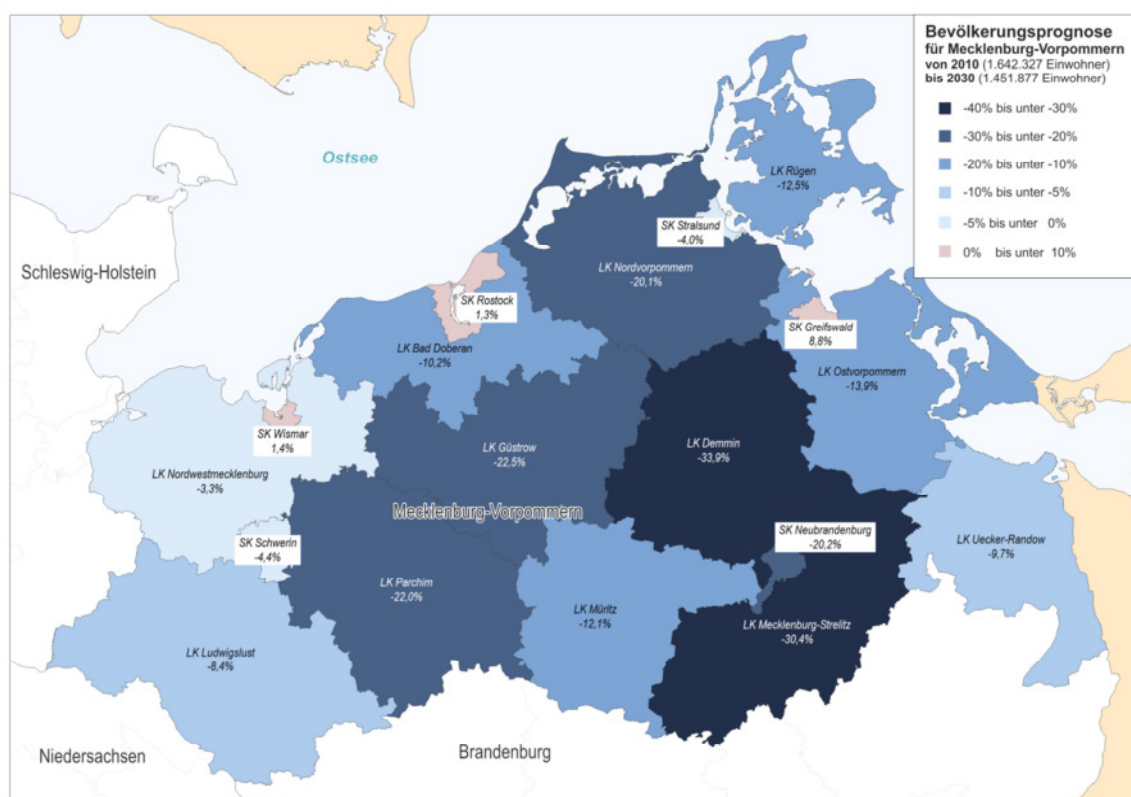
Abbildung 3: Bevölkerungsentwicklung im Altkreis Demmin zwischen 1990 und 2011



Zwischen 1994 und 2011 wurde über Eingemeindungen und Gemeindeneubildungen daher die Zahl der Verwaltungsstellen bereits von 92 auf 69 reduziert. Ursächlich für diesen drastischen Bevölkerungsverlust ist in erster Linie eine selektive Abwanderung jüngerer, berufstätiger Bevölkerungsgruppen auf Grund der schlechten Arbeitsplatz- und Ausbildungschancen des stark ländlich geprägten Raumes nach der Wiedervereinigung. Der einsetzende Schrumpfungsprozess hat dabei den Attraktivitätsverlust der Region zusätzlich verstärkt und den Abwanderungstrend weiter forciert.

Für die nachhaltige Sicherung der Nahversorgung ist insbesondere die zukünftige Bevölkerungsentwicklung ein entscheidendes Kriterium zur Bewertung einzelner Vertriebskonzepte. Für den Landkreis Demmin liegen entsprechende Vorausberechnungen im Rahmen der 4. Landesprognose der Bevölkerungsentwicklung für Mecklenburg-Vorpommern vor.

Abbildung 4: Bevölkerungsprognose für Mecklenburg-Vorpommern auf Kreisebene von 2010 bis 2030



Die Entwicklung zeigt für die mittlere Prognosevariante im Zeitraum bis 2030 einen nochmals stärkeren Bevölkerungsverlust von knapp 34% für den Altkreis Demmin (Abbildung 4). Damit schrumpft die Region etwa dreimal so stark wie das gesamte Bundesland. Einen ähnlich hohen Rückgang der Bevölkerung verzeichnet nur der Altkreis Mecklenburg-Strelitz. Im Gegensatz zur bisherigen Bevölkerungsentwicklung wird die zukünftige Veränderung nicht mehr maßgeblich durch Migrationsprozesse bedingt sein, sondern spätestens ab 2014 schwerpunktmäßig auf natürliche Bevölkerungsverluste, infolge auseinanderdriftender Geburten- und Sterberaten zurückzuführen sein. Dabei verstärken demographische Echoeffekte aus der Zeit massiver Abwanderung diese Entwicklung erheblich.

Die absoluten Bevölkerungsverluste machen bereits deutlich, dass die Untersuchungsregion, wie auch weite Teile des übrigen Bundeslands, sich mit einschneidenden Veränderungen in der Versorgungsstruktur auseinandersetzen müssen. Insgesamt wird der Altkreis Demmin zwischen 1990 und 2030 rund die Hälfte der Bevölkerung verloren haben. Den zweiten und mindestens ebenso wichtigen Faktor im Zuge dieser demographischen Veränderungen stellt der Wandel in der Bevölkerungsstruktur dar.

Durch selektive Abwanderung und konstant niedrigen Geburtenraten vollzieht sich eine erhebliche Verschiebung der Altersstruktur, was für die Versorgungssituation entsprechend tiefgreifende Auswirkungen mit sich bringt.

Abbildung 5: Bevölkerungsstruktur nach Alter und Geschlecht im Kreis Demmin für die Jahre 1990, 2010 und 2030

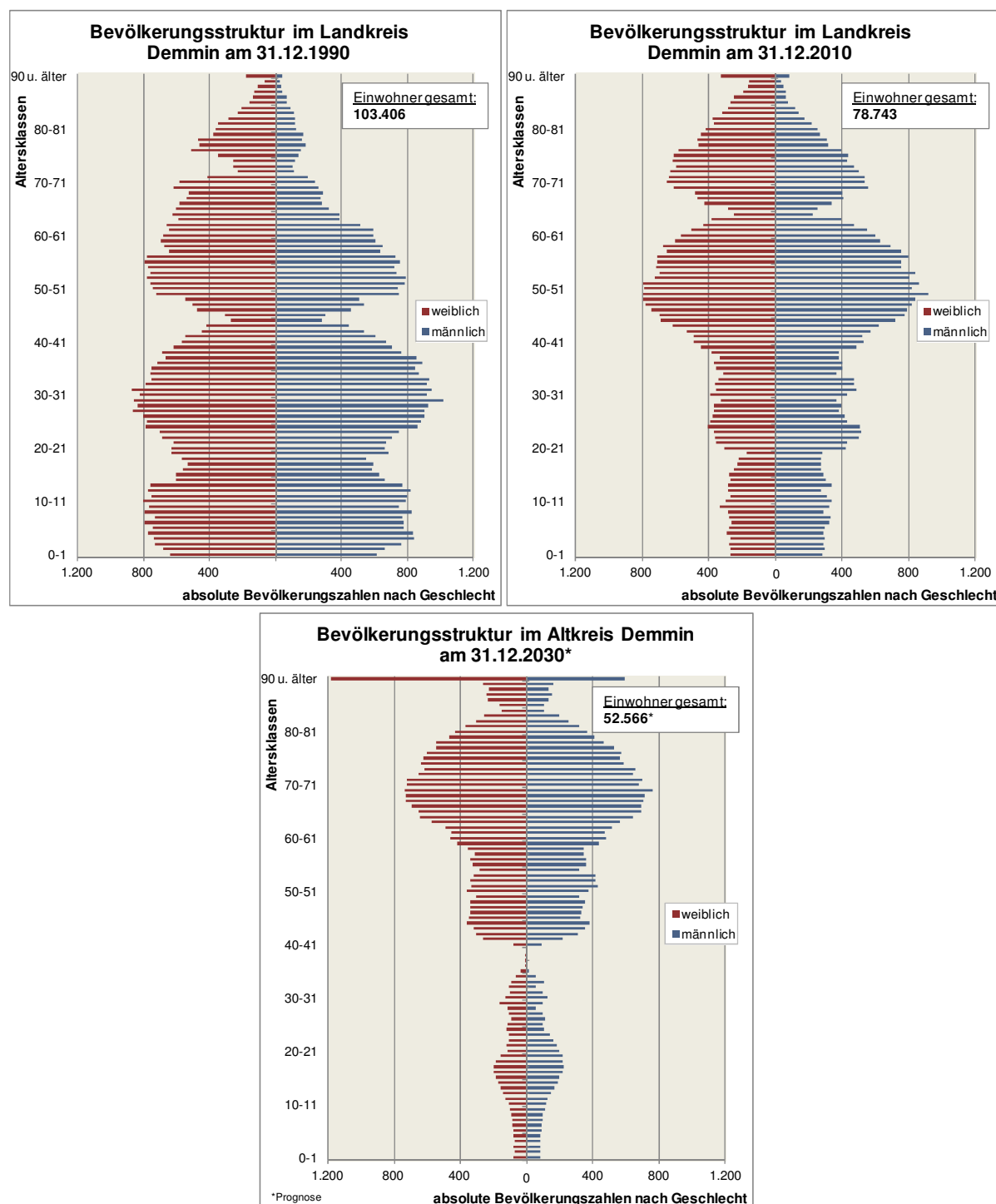


Abbildung 5 verdeutlicht die angesprochene Entwicklung in der Bevölkerungsstruktur. Sind 1990 markante Einschnitte in den Altersgruppen der 70 bis 80-Jährigen und 40 bis 50-Jährigen infolge der Geburtenausfälle der Weltkriegsjahre zu erklären und die weiteren charakteristischen Ausprägungen durch demographische Echoeffekte sowie eine deutlich sinkende Geburtenrate mit Einführung der Antibabypille Anfang der 1960er Jahre bedingt, machen sich im Jahr 2010 die massiven Wanderungs-

verluste bei den unter 40-Jährigen deutlich bemerkbar. Diese Bevölkerungsgruppe hat sich im Zeitraum von 20 Jahren nahezu halbiert. Im Jahr 2030 werden die geburtenstarken Jahrgänge der 1950er und 1960er Jahre, die nur durch geringe Wanderungsverluste gekennzeichnet sind, zum größten Teil nicht mehr im erwerbstätigen Alter sein und gleichzeitig die mit Abstand größte Altersgruppe repräsentieren. Die heute 20- bis 40-Jährigen bleiben als Altersgruppe unter minimalen Verlusten stabil, die Generation der aktuell unter 20-Jährigen wird bis 2030 der Prognose nach jedoch nur noch einen Bruchteil der Gesamtbevölkerung ausmachen. Am radikalsten tritt diese Entwicklung im Bereich der im Jahr 2030 35- bis 40-Jährigen zutage. Hier sagt das Prognosemodell den vollständigen Verlust dieser Altersjahrgänge voraus.

Für die Situation der Nahversorgung ist dabei vor allem die tendenzielle Entwicklung relevant. Massive Bevölkerungsverluste im Bereich der jüngeren Altersgruppen und eine gesamtgesellschaftlich steigende Nachfrage nach altersgerechten Gütern und Leistungen, ein Wandel in der persönlichen Mobilität und im Bereich des verfügbaren Einkommens haben enorme Auswirkungen auf das Sozial- und Versorgungssystem der Region und erfordern grundlegende strukturelle Anpassungsmaßnahmen.

2.3 Mobilitätssituation

Ein ganz zentraler Einflussfaktor auf die Versorgungssituation mit Gütern und Leistungen des täglichen Bedarfs ist die verfügbare persönliche Mobilität, die sich grundlegend aus dem Angebot des öffentlichen Personennahverkehrs und der Verfügbarkeit eines Pkws ergibt.

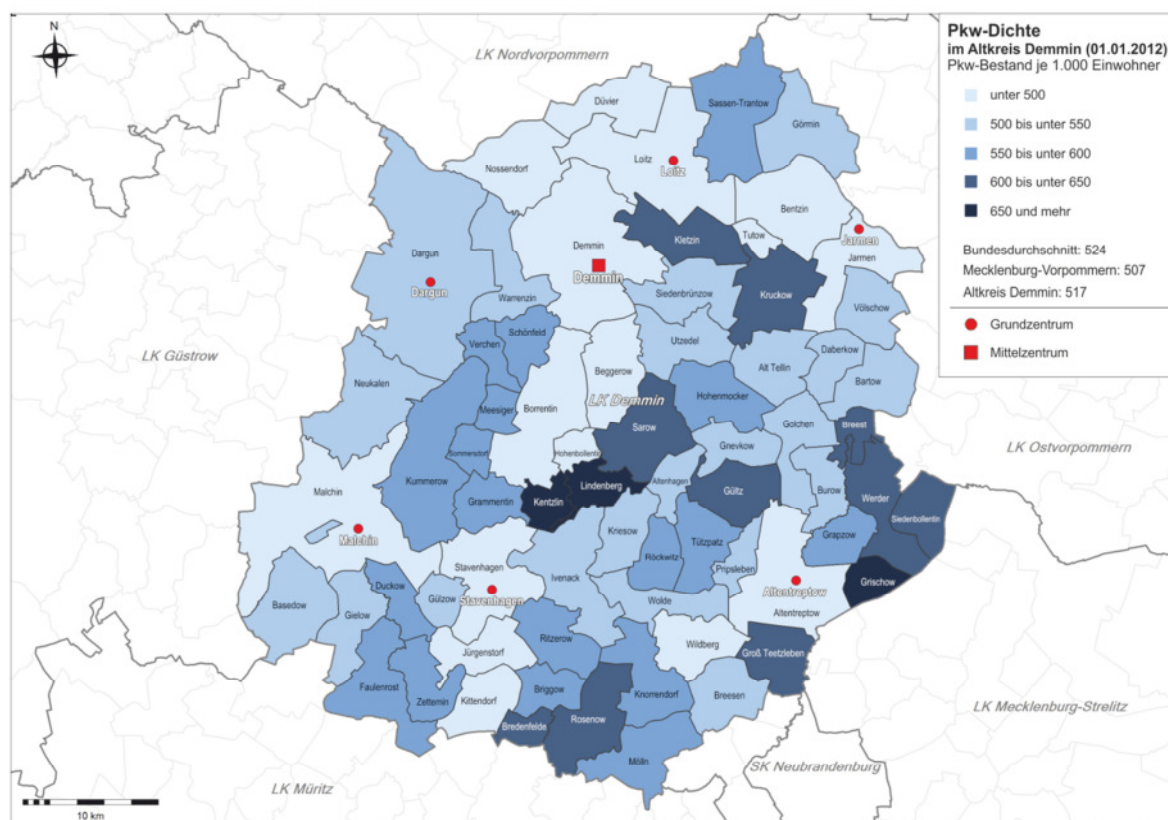
Der öffentliche Nahverkehr im Altkreis Demmin bedarf vor dem Hintergrund der sinkenden Auslastung durch schrumpfende Bevölkerungszahlen einer grundlegenden Umstrukturierung. Ein im Rahmen des Modellvorhabens der Raumordnung (MORO) erarbeitetes Gutachten zum Thema Öffentlicher Personennahverkehr für die Region Mecklenburgische Seenplatte stellt als zentrale Probleme des straßengebundenen ÖPNV u.a. die schlechte Wirtschaftlichkeit, die mit rd. 85% aller Fahrten sehr starke Ausrichtung des Angebots auf den Schülerverkehr und die damit verbundenen Einschränkungen in Ferienzeiten sowie eine zu geringe Flexibilität und eine ineffiziente Flächenerschließung heraus.

Eine regelmäßige ÖPNV-Anbindung mit klassischen Linienbussen wird flächendeckend angesichts des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs nicht mehr umsetzbar sein. Als Ziel der Entwicklung des öffentlichen Verkehrs wurde daher eine stärkere Ausrichtung des Linienverkehrs am Netz der zentralen Orte formuliert, während in ländlichen Zwischenräumen über alternative Formen wie sogenannte Rufbusse und Sammeltaxen eine der Nachfrage entsprechende Anbindung geschaffen werden soll.

Ein geeigneter Indikator für den Bereich des motorisierten Individualverkehrs ist die Pkw-Dichte (Abbildung 6). Ländliche Räume weisen dabei auf Grund der im Regelfall leistungsschwächeren ÖPNV-Netze im Vergleich zu städtischen Räumen eine höhere individuelle Mobilität über den Pkw auf. Für den Altkreis Demmin bestätigt sich diese Tendenz der geringeren Pkw-Dichte in den einwohnerstärkeren Gemeinden. Im Mittel liegt der Wert für den Kreis Demmin bei 517 Pkw-Zulassungen je 1.000 Einwohner. Im Vergleich zum Bundesland Mecklenburg-Vorpommern mit 507 Zulassungen je 1.000

Einwohner ist dies zwar überdurchschnittlich, der Bundesdurchschnitt von 524 wird dennoch unterschritten. Insbesondere in der Gegenüberstellung zu westdeutschen ländlichen Räumen fällt die Pkw-Dichte für einige Gemeinden des Altkreises mit Werten unterhalb von 500 Pkw-Zulassungen je 1.000 Einwohner vergleichsweise gering aus.

Abbildung 6: Pkw-Dichte im Altkreis Demmin



Pkw-Mobilität korreliert im Wesentlichen mit vier zentralen Einflussfaktoren: Dem Wohnstandort, dem Alter, den Einkommensverhältnissen sowie der Haushaltgröße. Tendenziell steigt die Pkw-Verfügbarkeit dementsprechend mit der Haushaltgröße und dem verfügbaren Einkommen und ist bei jüngeren Menschen und in ländlichen Regionen höher.

Aus den Ergebnissen der telefonischen Haushaltsbefragung geht eine Pkw-Verfügbarkeit von rund 80% als Selbstfahrer und weiteren 7% als regelmäßige Mitfahrer hervor. Ergebnisse der bundesweiten Studie „Mobilität in Deutschland“ geben eine Pkw-Verfügbarkeit für 82% aller Haushalte an. Dies bestätigt eine minimal unterdurchschnittliche Gesamtmobilität in der Region. Gründe für den Verzicht auf die Pkw-Mobilität sind zu rund 50% die Finanzierbarkeit und zu knapp 20% gesundheitliche bzw. Altersgründe.

3 Begriffsdefinitionen

3.1 Abgrenzung der Begriffe Nahversorgung und Daseinsvorsorge

Der Begriff Nahversorgung ist nicht einheitlich definiert. Insbesondere die Abgrenzung der Warengruppen, die zum Bereich des täglichen Bedarfs zählen und die Präzisierung einer „wohnortnahen“ Versorgung in räumlicher oder zeitlicher Hinsicht sorgen für Interpretationsspielräume und eine eingeschränkte Vergleichbarkeit von Nahversorgungsstudien. Aus diesem Grund wird für die folgende Analyse eine auf Basis aktueller Erkenntnisse der Mobilitätsforschung eine konkrete Abgrenzung des Begriffs getroffen:

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs zu verstehen. Versorgungseinrichtungen sollten dabei möglichst zentral gelegen und im Idealfall fußläufig erreichbar sein. Als Grenzwert wird eine Erreichbarkeit innerhalb von 10 Minuten festgelegt, was einer fußläufigen Distanz von maximal 800 Metern entspricht. Güter des täglichen Bedarfs umfassen im engeren Sinne folgende Kernsortimente:

- *Nahrungs- und Genussmittel²*
- *Drogerie- und Gesundheitsbedarf³*

Im Weiteren Sinne können zusätzlich folgende Warengruppen zum täglichen Bedarfsbereich hinzugezählt werden:

- *Schnittblumen*
- *Zeitungen/Zeitschriften, Papier und Schreibwaren*

Zu den nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen zählen u.a. Post und Geldinstitute.

Die Definition orientiert sich am Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalens aus dem Jahr 2008, ergänzt jedoch den Faktor Erreichbarkeit auch um motorisierte Verkehrsmittel. Nach Angaben des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung nutzen etwa zwischen 60 und 70 % aller Haushalte den Pkw für den regelmäßigen Wocheneinkauf. Diese Tatsache lassen die meisten Begriffsabgrenzungen außer Acht und gehen in der Folge von einer real nicht existierenden Unterversorgung einer Region aus.

Im Bezug auf die Daseinsvorsorge, die ähnlich wie der Begriff der Nahversorgung über keine eindeutige definitorische Abgrenzung verfügt, stellt sich die Frage, inwieweit die Gewährleistung von Nahversorgungsstrukturen in den Aufgabenbereich der öffentlichen Verwaltung fällt. Im weiteren Sinne sind sämtliche Funktionen der sozialen und technischen Infrastruktur unter dem Begriff Daseinsvorsorge zu fassen. Anders ausgedrückt umfasst die Daseinsvorsorge eine flächendeckende Versorgung mit

² Inklusive Getränke

³ Ohne verschreibungspflichtige Arzneimittel und Medizinprodukte

allen lebensnotwendigen Gütern und Dienstleistungen zu vergleichbaren und sozial verträglichen Standards, was die Qualität und den Preis betrifft. Die Nahversorgung kann somit als Bestandteil der Daseinsvorsorge angesehen werden, wenngleich die Bereitstellung über einen marktregulierten Wettbewerb erfolgt. Ein Eingreifen in die bestehenden Strukturen gestaltet sich daher äußerst schwierig und sollte nur im Falle eines drohenden vollständigen Marktversagens in Betracht gezogen werden. Als Bewertungsmaßstab der Nahversorgungssituation im Altkreis Demmin dient die folgende Ist-Analyse der Angebots- und Nachfragesituation.

3.2 Formen des mobilen Handels

Im mobilen Handel lassen sich für die nahversorgungsrelevanten Sortimente drei wesentliche Geschäftskonzepte mit unterschiedlicher Versorgungsfunktion und Kernzielgruppe differenzieren:

Ambulante Händler

- Ausgerichtet auf spezialisierte Sortimente aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel
- Agieren primär auf Wochenmärkten oder in hochfrequentierten Lagen
- In der Regel nicht an eine bestimmte Region gebunden, hohe räumliche Flexibilität
- Warenverkauf erfolgt stunden-/tageweise an ausgewählten Standorten
- Zielgruppe: Qualitätsorientierte Kunden von Frischeprodukten aller Altersklassen

Frischewagen im Satellitenbetrieb

- Erweiterung des Einzugsgebiets eines stationären Ladengeschäfts i.d.R. im Bereich des Nahrungsmittelhandwerks durch mobile Verkaufsfahrzeuge
- Spezialisierte Sortimente, in erster Linie Backwaren, Fisch, Fleisch- und Wurstwaren
- Regelmäßige Versorgung an ausgewählten Standorten in den umliegenden Dörfern
- Ergänzende Nahversorgungsfunktion
- Zielgruppe: ländliche Bevölkerung

Rollende Supermärkte

- Ausgerichtet auf das Angebot eines mobilen Vollsortiments (1.500-2.000 Artikel, Erweiterung auf Bestellung)
- Aktionsradius im Regelfall bis 50 km um den Unternehmensstandort
- Regelmäßige, verlässliche Versorgung zumeist von Einzelkunden
- Nahversorgung einer Region kann nahezu vollständig übernommen werden
- Zielgruppe: Personen mit eingeschränkter Mobilität und Bequemlichkeitskäufer, überwiegend ältere Menschen

4 Ist-Analyse der Angebotssituation

4.1 Stationäres Nahversorgungsangebot

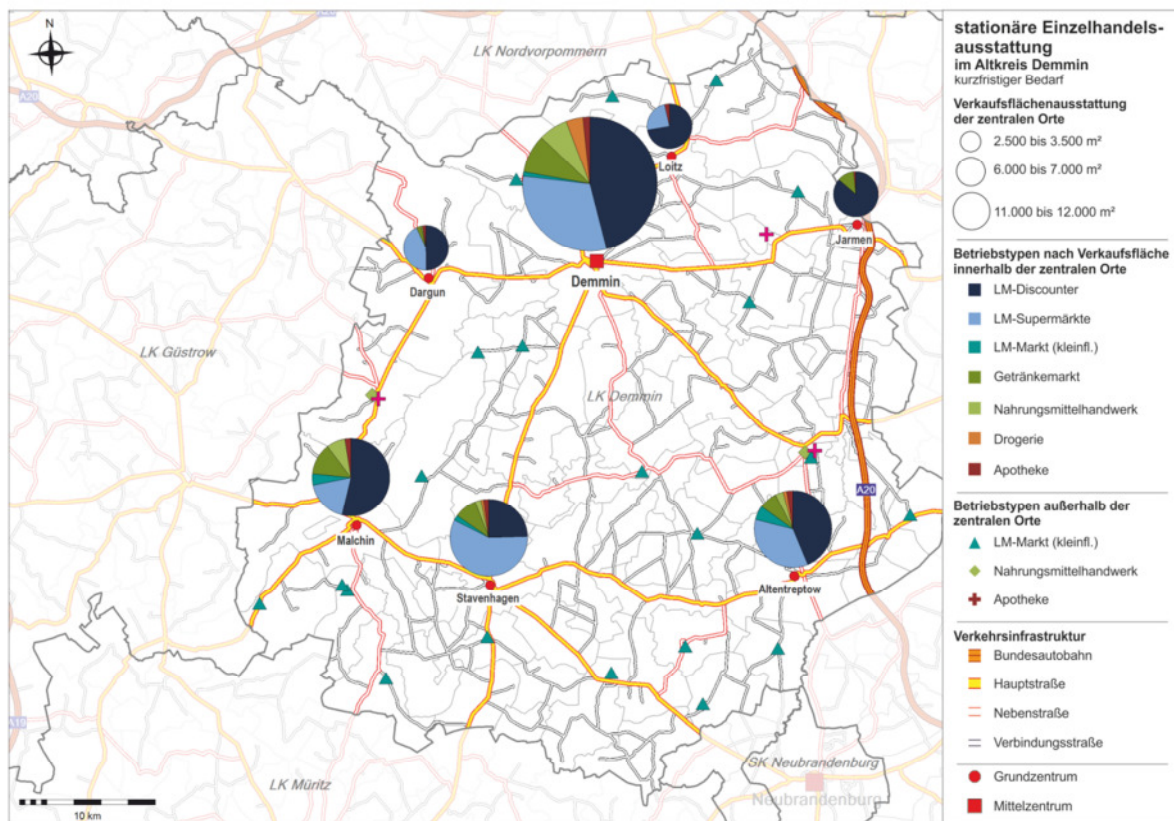
Zentrale Entwicklungen im stationären Einzelhandel:

- Reduzierung der Verkaufsstellenanzahl auf etwa ein Drittel des Bestands im Vergleich zu Beginn der 1960er Jahre
- Massive Verdrängungsprozesse kleinflächiger, inhabergeführter Lebensmittelgeschäfte durch den filialisierten Lebensmitteleinzelhandel
- Gleichzeitig ist im Bereich der Verkaufsflächen des Lebensmitteleinzelhandels ein stetiges Wachstum zu verzeichnen
- Moderner Vertriebsformen des filialisierten Lebensmittelhandels stellen durch die gestiegene Betriebsgröße deutlich höhere Anforderungen an die Standorte im Bezug auf Einwohnerpotenziale im Nahbereich und Verkehrsorientierung
- Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel unterliegt unternehmensseitig einem starken Oligopolisierungsprozess, derzeit liegt der am Umsatz gemessene Marktanteil der Top 5 Unternehmensgruppen bei knapp 73 %
- Markteintrittsbarrieren sind auf Grund des intensiven Preiswettbewerbs sehr hoch für neue Vertriebskonzepte
- Für die ostdeutschen Bundesländer ist im Zuge der Wiedervereinigung und der damit verbundenen Veränderungsprozesse im Lebensmitteleinzelhandel eine zum Teil überdimensionierte Verkaufsflächenausstattung entstanden

Die skizzierten zentralen Merkmale des Strukturwandels im Lebensmitteleinzelhandel zeigen deutliche Konzentrationsprozesse auf und bedingen maßgeblich einen Rückzug des Handels aus der Fläche. Für die Nahversorgung hat dies weitreichende Konsequenzen. Einerseits passt sich der Handel an die gestiegene Individualmobilität der Bevölkerung an, andererseits impliziert diese Entwicklung den zunehmenden Ausschluss immobiler Personengruppen aus einem zentralen Versorgungsnetz für Güter und Leistungen des täglichen Bedarfs. Um dem entgegenzuwirken, sind flexible Vertriebskonzepte gefragt, die ergänzend zum stationären Lebensmitteleinzelhandel die Versorgung für alle Bevölkerungsteile zumindest grundlegend sicherstellen können.

Für den Altkreis Demmin beschränkt sich das stationäre Nahversorgungsangebot im filialisierten Einzelhandel auf die zentralen Orte. Die Verkaufsflächenausstattung orientiert sich dabei im Wesentlichen am Einwohnerpotenzial des Einzugsgebiets und der Nähe zum Mittelzentrum Demmin als Schwerpunkt der Nahversorgung und lässt sich wie in Abbildung 7 dargestellt in drei unterschiedliche Klassen zwischen rund 2.500 und 12.000 m² Verkaufsfläche unterteilen. Die Ausdifferenzierung des Angebots nach Betriebstypen⁴ steigt erkennbar mit dem Ausmaß der Verkaufsfläche. Mit Ausnahme von Stavenhagen zeigt sich für zentrale Orte im Altkreis eine starke Discounter-Orientierung. Für die gesamte Untersuchungsregion liegt der Anteil der Verkaufsfläche in diesem Bereich mit rund 45% etwa 10% über dem Bundesdurchschnitt.

Abbildung 7: Stationäre Einzelhandelsausstattung im Altkreis Demmin



Außerhalb der zentralen Orte existieren vereinzelt kleinflächige Lebensmittelmärkte und Apotheken sowie Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks in verkehrsorientierten Lagen. Diese bestehenden Dorfladenstrukturen sichern aus Sicht des stationären Handels die Versorgung in den ländlichen Zwischenräumen des Zentrale-Orte-Netzes. Zum Teil eingeschränkte Öffnungszeiten und preislich in der Regel nicht konkurrenzfähige Angebote tragen zunehmend zur Verdrängung dieser Betriebsform bei, da nur im Notfall auf das Angebot zurückgegriffen wird und dies bei der extrem geringen Bevölkerungsbasis im Einzugsgebiet der bestehenden Dorfläden keine wirtschaftliche Basis darstellt. Zukünftig ist daher eine deutliche Reduzierung der noch bestehenden Dorfladenstrukturen zu erwarten.

⁴ Nicht berücksichtigt sind Kioske, Tankstellen und saisonale Hofverkäufe

Tabelle 1: Übersicht der Anzahl und Verkaufsflächen nahversorgungsrelevanter Betriebe nach Typen

Betriebstypen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels	Anzahl der Betriebe	Anteil der Betriebe an der Gesamtzahl	Einzelhandelsverkaufsfläche	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche
LM-Discounter	29	16,5%	20.764	45,3%
LM-Supermarkt	14	8,0%	13.732	29,9%
LM-Laden (kleinfl.)	29	16,5%	3.776	8,2%
Getränkemarkt	17	9,7%	3.668	8,0%
Nahrungsmittelhandwerk	52	29,5%	1.750	3,8%
Apotheke	21	11,9%	1.024	2,2%
Drogerie	3	1,7%	636	1,4%
Fachgeschäft	11	6,3%	524	1,1%
Untersuchungsregion gesamt	176	100,0%	45.874	100,0%

Tabelle 2: Übersicht der Anzahl und Verkaufsflächen nahversorgungsrelevanter Betriebe nach zentralen Orten

Nahversorgungsausstattung nach zentralen Orten	Anzahl der Betriebe	Anteil der Betriebe an der Gesamtzahl	Einzelhandelsverkaufsfläche	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche
Demmin	46	26,1%	11.611	25,3%
Altentreptow	24	13,6%	6.680	14,6%
Malchin	33	18,8%	6.327	13,8%
Stavenhagen	19	10,8%	6.108	13,3%
Jarmen	6	3,4%	3.250	7,1%
Dargun	8	4,5%	3.010	6,6%
Loitz	6	3,4%	2.905	6,3%
zentrale Orte gesamt	142	80,7%	39.891	87,0%
nicht-zentrale Orte	34	19,3%	5.983	13,0%
Untersuchungsregion gesamt	176	100,0%	45.874	100,0%

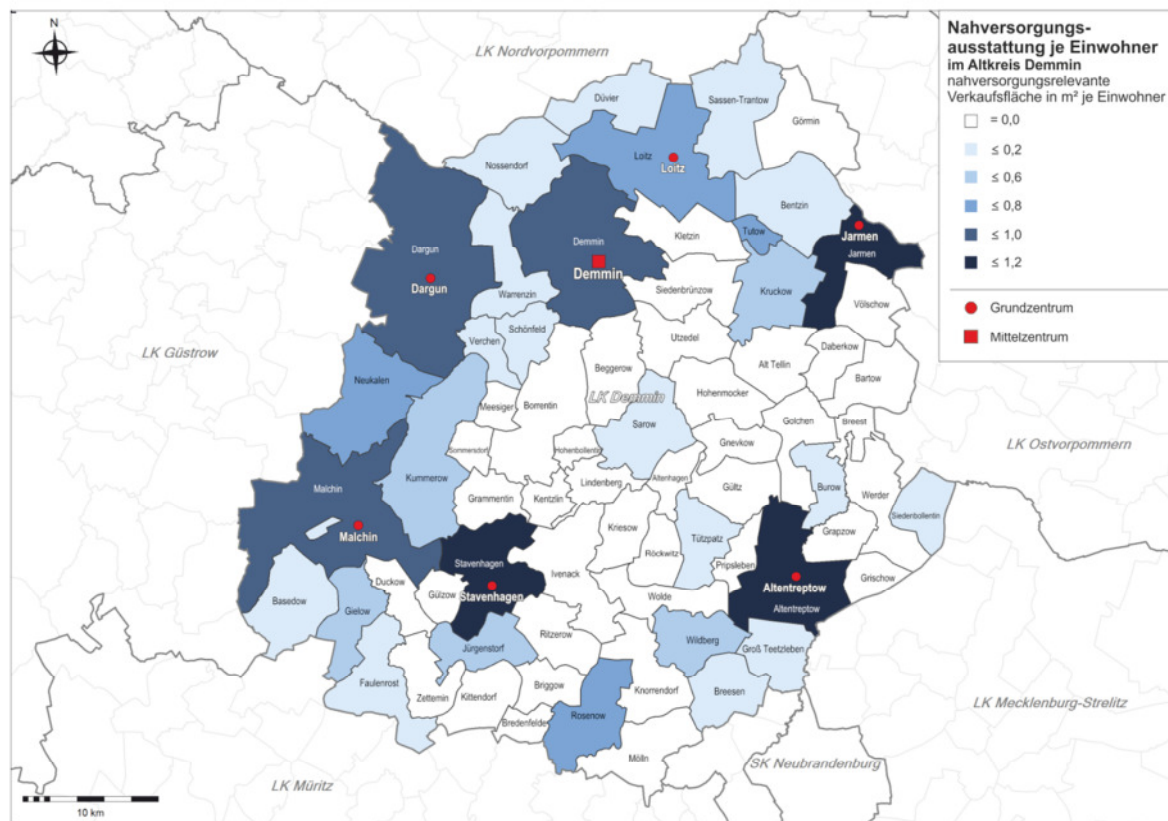
Die Tabellen 1 und 2 liefern ergänzende Informationen zu den in Abbildung 7 dargestellten Einzelhandelsstrukturen im Altkreis Demmin. Nach den insolvenzbedingten Schließung der Filialen von Schlecker und IhrPlatz zeigt sich ein deutliches Ausstattungsdefizit im Bereich der Drogeriewaren. Als zentrale Aussage ist die mit 80,7% der Betriebe und 87,0% der Verkaufsfläche sehr hohe Konzentration von Versorgungseinrichtungen auf die zentralen Orte herauszustellen. Durch die angesprochene Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel und die Gefährdung der ländlichen Versorgungsstrukturen wird diese Konzentration weiter zunehmen und die Nahversorgungsqualität für die ländliche Peripherie erheblich einschränken.

Rund 45% der aktuellen Bevölkerung im Kreisgebiet leben jedoch außerhalb der zentralen Orte und sind somit in Abhängigkeit der persönlichen Mobilität auf eine Vor-Ort-Versorgung angewiesen.

Die zentralen Orte übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Verflechtungsbereiche. Für die Bewertung einer angemessenen Dimensionierung des Angebots an die erwartete Nachfrage eignet sich die Nahversorgungsausstattung je Einwohner als Indikator (Abb. 8). Es zeigt sich eine zu erwartend hohe Ausstattung in Gemeinden mit zentralörtlicher Funktion und im Gegensatz dazu das Fehlen von Nahversorgungsstrukturen in 39 der 69 Gemeinden.

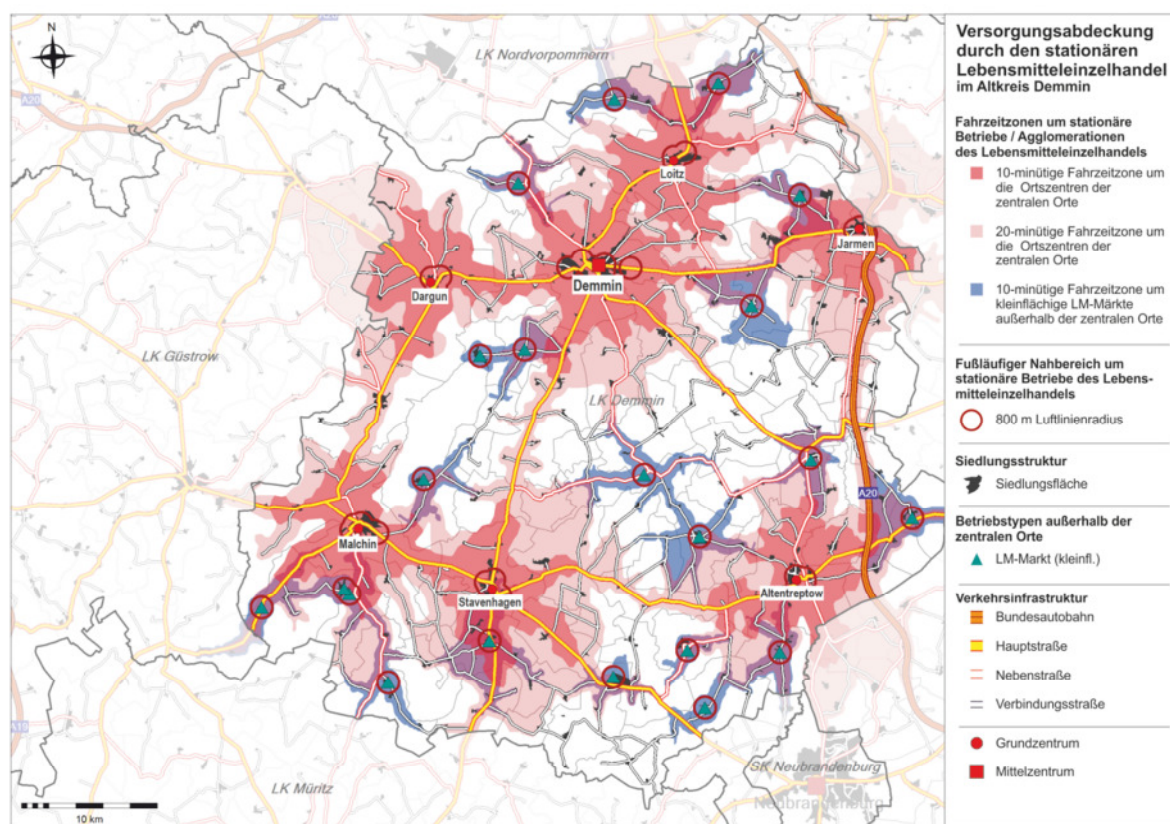
Für Klein- und Mittelstädte im ländlichen Raum sind im Bundesdurchschnitt für die Verkaufsflächenausstattung Werte im Bereich von etwa 0,47 und für ländliche Gemeinden Werte zwischen 0,24 und 0,33 vergleichend heranzuziehen. Auch unter Berücksichtigung einer unterschiedlichen Berechnungsmethodik⁵ und einer daraus resultierenden einseitig positiven Abweichungen von bis zu 25% für diesen Indikator zeigen die Vergleichswerte eine deutliche Überdimensionierung der Verkaufsflächenausstattung in den zentralen Orten. Der hieraus resultierende Wettbewerbsdruck trifft insbesondere die kleinen Lebensmittelanbieter im peripheren Raum und trägt entscheidend zum Rückgang dieser Strukturen bei. Auch für die zentralen Orte ist bei zunehmendem Bevölkerungsrückgang eine deutliche Reduzierung der bestehenden Anbieterstruktur aus Gründen der Tragfähigkeit zu erwarten.

⁵ Für den Bundesdurchschnitt fließen nur Lebensmittelbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 400 m² ein (Quelle: GfK Geomarketing 2010)

Abbildung 8: Nahversorgungsausstattung je Einwohner im Altkreis Demmin

Für die abschließende Bewertung des stationären Nahversorgungsangebots im Altkreis Demmin ist die Erreichbarkeit des Angebots im Sinne der vorab getroffenen Definition des Begriffs Nahversorgung zu ermitteln. Hierzu wurde eine GIS-basierte Analyse durchgeführt, die den Grad der Versorgung für die Untersuchungsregion anhand unterschiedlicher Distanzzonen bestimmt. Es wurden insgesamt vier Zonen berechnet und die jeweiligen Einwohnerpotenziale auf Ebene der in Abbildung 9 dargestellten Siedlungsstruktur bestimmt.

Die Zonen umfassen einen 800 m Luftlinienradius um alle Einzelhandelsbetriebe mit einer vollständigen Nahversorgungsfunktion (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und kleinflächige Lebensmittelmärkte), 10- und 20-minütige Fahrzeitzonen um die Ortszentren der zentralen Orte sowie ergänzend 10-minütige Fahrzeitzonen um die kleinflächigen Lebensmittelmärkte außerhalb der zentralen Orte. Die Zonen mit jeweiligem Einwohnerpotenzial sind im oberen Teil von Tabelle 3 dargestellt.

Abbildung 9: Versorgungsabdeckung durch den stationären Einzelhandel im Altkreis Demmin

Aus den aufgeführten Berechnungsergebnissen lassen sich unterschiedliche Versorgungsgrade ableiten, die sich im Ergebnis stark an der zugrunde gelegten Nahversorgungsdefinition orientieren. Fußläufig, im Sinne einer maximalen Distanz von 800 m zu nahversorgungsrelevanten Betrieben, können sich demnach nur rund 43% der Bevölkerung versorgen. Setzt man eine überwiegend vorhandene Pkw-Mobilität voraus liegt das Versorgungsniveau innerhalb einer 10-minütigen Reisezeit bei etwa 78%. Auf Basis der getroffenen Definition bildet dieser Wert die reale Versorgungssituation entsprechend besser ab. Ergänzend wurden zwei weitere Versorgungszonen berechnet, die für den Versorgungsgrad auch 20-minütige Fahrzeiten berücksichtigen und damit zentralörtliche Funktionen mit einbeziehen, die über eine reine Nahversorgung hinausgehen. Einkaufswege sind in der Regel Bestandteile komplexer Wegeketten und werden bei entsprechender Mobilität oftmals mit Arbeitswegen, und der Erledigung privater Termine und Wahrnehmung regelmäßiger Dienstleistungsangebote verbunden. In diesem Fall steigt der Versorgungsgrad, trotz deutlich erkennbarer, aber extrem dünn besiedelter Versorgungslücken in Abbildung 9 auf ein Niveau, das mit knapp 98% als Vollversorgung angesehen werden kann. Unter der Berücksichtigung eines zukünftig deutlich abnehmenden Versorgungsangebots außerhalb der zentralen Orte und der erhöhten Attraktivität des Angebots in den zentralen Orten wurde eine vierte Versorgungszone ohne die bestehende Dorfladenstruktur berechnet. Allein über das Zentrale-Orte-Netz lässt sich die Versorgung innerhalb einer 20-minütigen Wegzeit immerhin für etwa Dreiviertel der Bevölkerung aufrechterhalten.

Tabelle 3: Berechnungsergebnisse und Zonierungsvarianten des Versorgungsgrades im Altkreis Demmin

Berechnungsergebnisse der Versorgungszonen im Altkreis Demmin	Einwohner	Anteil der Gesamtbevölkerung
Nahbereich* der stationären Lebensmitteleinzelhändler mit Vollsortiment	33.756	43,1%
10-minütige Fahrzeitzone um den Ortskern der zentralen Orte	43.366	55,3%
10 bis 20-minütige Fahrzeitzone um den Ortskern der zentralen Orte	15.279	19,5%
10-minütige Fahrzeitzone um kleinfl. Lebensmittel-Märkte außerhalb der zentralen Orte	17.863	22,8%
Gesamtbevölkerung im Altkreis Demmin		78.370
Versorgungsgrad nach Zonierung		
Versorgungsgrad im Nahbereich	33.756	43,1%
Versorgungsgrad im 10-minütigen Fahrzeitbereich	61.229	78,1%
Versorgungsgrad im 20-minütigen Fahrzeitbereich	76.508	97,6%
Versorgungsgrad durch die zentralen Orte (20-minütiger Fahrzeitbereich)	58.645	74,8%

* Als Nahbereich wird in diesem Zusammenhang eine fußläufige Erreichbarkeit innerhalb eines 800 m Luftlinienradius verstanden

Aus der Analyse ergibt sich eine erhebliche Unterversorgung im Bereich der fußläufigen Nahversorgung. Im Falle einer überwiegend verfügbaren Pkw-Mobilität sind knapp 80% der Einwohner innerhalb von 10 Minuten versorgt. Für ein mobiles Angebot ergibt sich daraus ein deutlicher Bedarf im Bereich der nicht-mobilen Bevölkerungsteile. Es wird zudem deutlich, dass der mobile Handel einen Nischenmarkt bedient und dies auch unter Berücksichtigung einer Reduzierung des stationären Versorgungsangebots in der Fläche angesichts der demographischen Veränderungen in Zukunft tun wird.

4.2 Mobiles Nahversorgungsangebot

Nach einer aktuellen Bestandsaufnahme agieren vier Händler mit mobilem Vollsortiment in der Untersuchungsregion und übernehmen damit eine tragende Funktion im Bereich Nahversorgung (Vgl. Tabelle 4). Mobile Händler mit spezialisierten Sortimenten sind laut einstimmiger Aussage der befragten Verwaltungsbehörden nicht erfasst. Schätzungen der Wettbewerber zufolge gibt es weitere 10 bis 15 Anbieter schwerpunktmäßig im Bereich Backwaren, die größtenteils im Satellitenbetrieb eines lokalen Ladengeschäfts aus dem Bereich Nahrungsmittelhandwerk agieren. Für die Versorgungs- und Le-

bensqualität im ländlichen Raum spielen diese ergänzenden Angebote eine wichtige Rolle, eine vollständige Nahversorgungsfunktion kann jedoch nur über mobile Vollsortimenter gewährleistet werden, weshalb sich die folgende Analyse im Kern auf das Angebot „rollender Supermärkte“ beschränken wird.

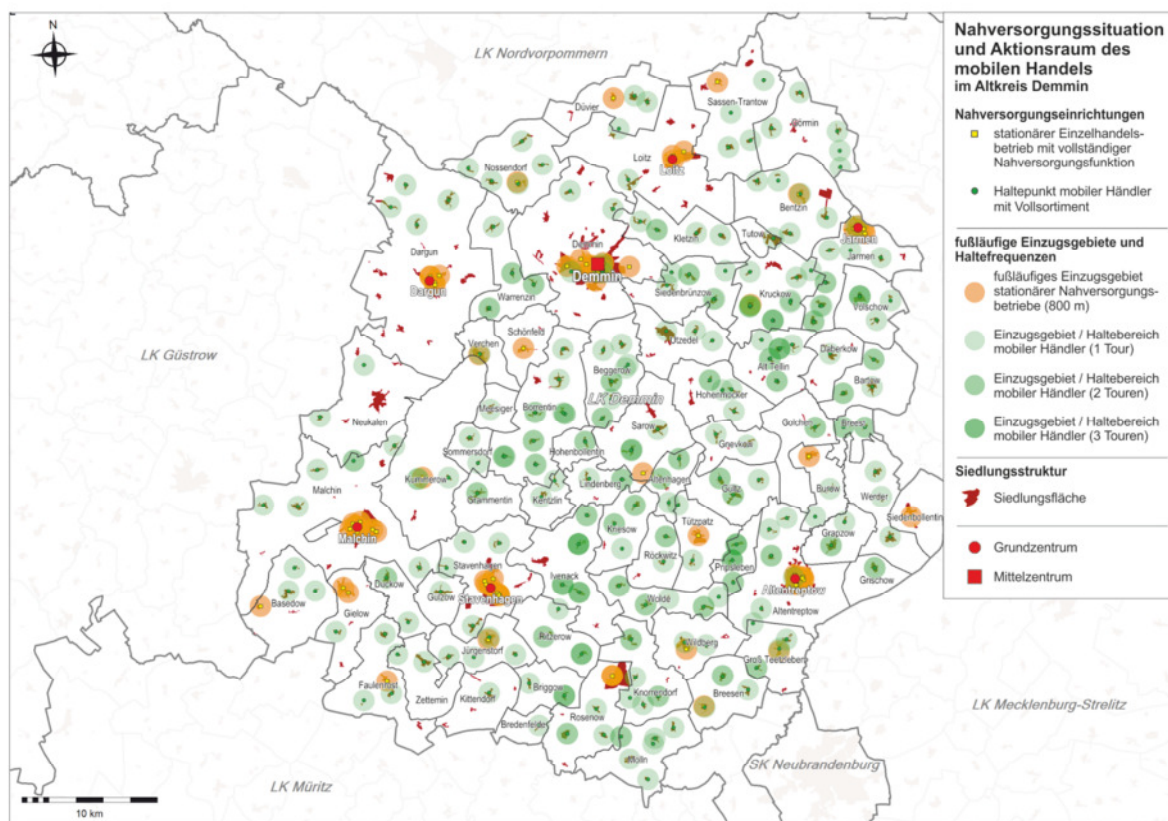
Tabelle 4: Anbieterstruktur des mobilen Handels im Altkreis Demmin

Anbieterstruktur des mobilen Handels im Altkreis Demmin		
Unternehmen	Anzahl der Verkaufsfahrzeuge	Anzahl der Mitarbeiter
Firma Schönege	6	10
Firma Drexhage	5	15
Firma Walther	1	1
Firma Behnke	1	1
Gesamt	13	27

Insgesamt stehen den vier Händlern mit Unternehmenssitz im Altkreis Demmin 13 Verkaufsfahrzeuge zur Verfügung, die sich auf zwei größere Händler mit jeweils fünf bzw. sechs Verkaufsfahrzeugen und zwei Einzelunternehmen mit je einem Verkaufsfahrzeug aufteilen. Drei der vier aufgeführten Händler verfügen darüber hinaus auch über ein stationäres kleinflächiges Verkaufsangebot. Für die beiden größeren Händler übernimmt der stationäre Betrieb jedoch keine tragende Umsatzfunktion. Das Kerngeschäft stellt eindeutig der mobile Handel dar.

Auf Grund der hohen Flexibilität in der Tourenplanung und der überwiegenden Bedienung von Einzelkunden, die direkt an der Haustür beliefert werden, gestaltet sich die Darstellung des mobilen Versorgungsgebiets schwierig. Abbildung 10 zeigt daher analog zu den 800 m Luftlinienradien des stationären Einzelhandels entsprechende Haltebereiche des mobilen Einzelhandels. Wird ein Ortsteil durch einen mobilen Händler angefahren, ist davon auszugehen, dass alle Haushalte, die einen entsprechenden Bedarf anmelden, angefahren werden. Zudem ist es über diese Methode möglich durch eine intensivere Farbgebung, die Anzahl der Touren abzubilden, die den jeweiligen Standort beinhalten und damit eine Aussage über die Versorgungsqualität getroffen werden kann.

Abbildung 10: Nahversorgungssituation und Aktionsraum des mobilen Handels im Altkreis Demmin



Es zeigt sich hierbei eine nahezu flächendeckende Versorgung durch den mobilen Handel innerhalb der Untersuchungsregion, die in westlicher Richtung deutlich abnimmt, was einerseits durch die Unternehmenssitzte der größeren Betriebe im äußersten Osten des Landkreises in den Gemeinden Bentzin und Groß Teetzleben bedingt ist und andererseits durch naturräumliche Barrieren wie Naturschutzgebiete und den Kummerower See. Durch die vergleichsweise geringe Distanz von rund 40 km zwischen den Unternehmensstandorten der größeren Händler ergibt sich ein hoher Überschneidungsgrad der Touren im mittleren bis südöstlichen Gebiet des Altlandes. Hier werden die Ortsteile allerdings auch bedingt durch die eingeschränkte stationäre Versorgungssituation häufiger frequentiert.

Dass die persönliche Mobilität einen sehr großen Einfluss auf die Nutzung des mobilen Handels hat, zeigt sich darin, dass zum Teil auch innerhalb oder in unmittelbarer Umgebung der zentralen Orte mobiler Handel angenommen wird. Der Schwerpunkt der Versorgung liegt jedoch eindeutig in der ländlichen Peripherie, insbesondere in den Bereichen mit einer mehr als 10-minütigen Fahrzeit in die zentralen Orte, eine Koordination der Vertriebsregionen erfolgt nicht. In einigen Teilen hat sich eine marktregulierte informelle Aufteilung der größeren Händler ergeben. Zum Teil überlappen sich die Touren der Händler jedoch auch in nicht unerheblichem Maße. Gerade die beiden Einzelunternehmen mit entsprechend geringerem Aktionsradius um ihren Unternehmensstandort stehen dadurch nicht nur in Konkurrenz zum stationären Angebot, sondern auch zu den übrigen mobilen Händlern.

Für die eine abschließende Bewertung, ob der mobile Handel ein sinnvolles und für die Versorgung notwendiges Konzept darstellt, ist zu klären, welche Kernzielgruppe durch den mobilen Handel bedient wird und welche nachfrageseitigen Ansprüche dabei an das Angebot gestellt werden. Daraus lässt sich ableiten, in welchem Umfang der mobile Handel heute und vor dem Hintergrund des demographischen Wandels zukünftig für die Nahversorgung von Bedeutung ist bzw. sein wird.

5 Ist-Analyse der Nachfragesituation

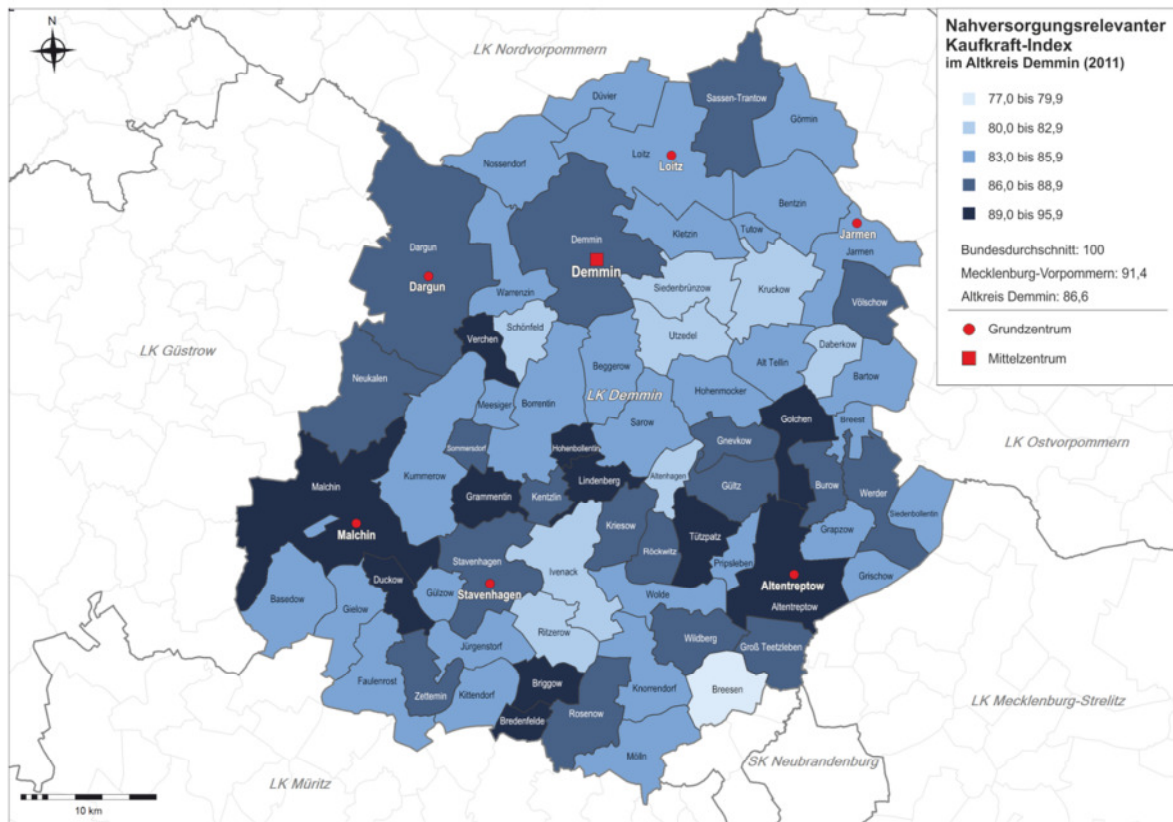
5.1 Nachfragepotenzial

Ein aus der Perspektive der Einzelhändler entscheidender Faktor für die Bereitstellung eines entsprechenden Versorgungsangebots stellt das Nachfragepotenzial dar. Das Nachfragepotenzial ergibt sich aus der in einer Region verfügbaren Kaufkraft, also dem Einkommen aus Erwerbstätigkeit, Kapitaleinkünften, staatlichen Transferleistungen wie Renten- und Sozialleistungen, abzüglich aller Steuern und gesetzlichen Beitragspflichten. Dieser als Wohlstandindikator einer Region oftmals herangezogene Wert lässt sich darüber hinaus durch Abzug regionalspezifischer Ausgaben für Lebenshaltungskosten, die nicht im Einzelhandel aufgewendet werden, wie beispielsweise Kosten für Unterkunft, Versicherung, Dienstleistungen, Bildung, die Unterhaltung von Fahrzeugen und Freizeitaktivitäten als einzelhandelsrelevante Kaufkraft präzisieren. In einem weiteren Schritt kann auf Basis amtlicher Verbrauchsstichproben und Handels- bzw. Konsumstatistiken aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auch der Anteil für einzelne Warengruppen bestimmt werden.

Für regionale Vergleiche eignet sich der Kaufkraft-Index, der die Abweichung der Kaufkraft einer Region vom Bundesdurchschnitt angibt, welcher auf den Wert 100 normiert ist. Abbildung 11 zeigt den Kaufkraft-Index auf Gemeindeebene für den Altkreis Demmin bezogen auf nahversorgungsrelevante Sortimente.

Insgesamt ist festzustellen, dass jede Gemeinde des Altkreises unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftniveaus liegt. Dabei reicht die negative Abweichung von ca. 4% bis hin zu 23%. Im Mittel liegt der nahversorgungsrelevante Kaufkraft-Index für den Altkreis Demmin bei 86,6, für Mecklenburg-Vorpommern ergibt sich ein Wert von 91,4. Insgesamt lässt sich daher ein deutlich unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau für die Region attestieren, was auf überwiegend geringe Einkommensverhältnisse zurückzuführen ist. Abweichungen im Bereich von Gütern des täglichen Bedarfs zeigen dies besonders deutlich, da diese Warengruppen in der Regel das geringste Einsparungspotenzial im Bereich der Lebenshaltungskosten bieten.

Abbildung 11: Nahversorgungsrelevanter Kaufkraft-Index im Altkreis Demmin



5.2 Kundenzufriedenheit und Einkaufsverhalten

Zentrale Entwicklungen im Einkaufsverhalten

- Grundlegende Einflussfaktoren auf das Einkaufsverhalten sind: Mobilität, Einkommensverhältnisse, Wohnstandort, Lebensphase sowie die persönliche Einstellung
- Die Einkaufsmobilität der Verbraucher ist in der Vergangenheit deutlich gestiegen und hat die Reichweite und Transportkapazität der Verbraucher entscheidend erhöht
- Die Einkaufsstättenwahl orientiert sich dadurch weniger an der Raumüberwindung, sondern stärker an individuellen Präferenzen, wobei räumliche Einkaufsorientierungen in der Regel recht stabil sind
- Konsummuster differenzieren sich zunehmend in eine breite Nachfrage nach Produkten des Billigmarktsegments und gleichzeitig auch nach qualitativ hochwertigen Produkten im gehobenen Preissegment
- Im mittleren Preis- und Qualitätssegment, das klassischerweise von kleinen Nahversorgungsbetrieben angeboten wird, geht die Nachfrage dagegen zurück

Für die Bewertung des Konzepts „mobiler Handel“ bedarf es einer möglichst exakten Erfassung der Zielgruppe. Anders als im Bereich des stationären Einzelhandels, wo Nachfrage- und Umsatzvolumina regionalspezifisch sehr präzise bestimmt werden können und sich daraus abgeleitete Marktanteile ergeben, ist dies für den mobilen Handel nicht möglich. Die Marktchancen des mobilen Handels hängen in hohem Maße von den soziodemographischen Strukturmerkmalen der Region und der Attraktivität des Angebots durch die mobilen Händler im Vergleich zum bestehenden stationären Angebot ab. Um eine Typisierung und Eingrenzung der Kernzielgruppe zu schaffen, sind daher differenzierte Angaben zu den Einkaufsgewohnheiten und der Zufriedenheit notwendig.

Über die durchgeführte Haushaltsbefragung konnte in einem ersten Schritt als Ergebnis auf die Frage, ob das Angebot mobiler Verkaufsfahrzeuge für den Einkauf von Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren genutzt wird im Mittel eine Zustimmung von 17,9% festgestellt werden. Bei einer differenzierteren Betrachtung zeigt sich, dass die Nutzung des mobilen Handels im Allgemeinen über alle Altersgruppen hinweg bei knapp 20 % liegt. Ein eindeutiger Trend, dass primär ältere Menschen den mobilen Handel nutzen, ist nicht abzuleiten. Im Vergleich dazu bestätigt die Altersstruktur der befragten Kunden rollender Supermärkte allerdings eine eindeutig ansteigende Nutzung des Angebots etwa ab dem 50. Lebensjahr, die größte Altersgruppe stellten die 71 bis 80-Jährigen dar. Die Nutzung mobiler Angebote richtet sich daher auch stark nach der Angebotsform. Während Verkaufswagen mit Vollsortiment eine deutliche Fokussierung auf eine ältere Kernzielgruppe haben, die in der Regel nicht mehr im erwerbstätigen Alter ist, nutzen jüngere Altersgruppen verstärkt das Angebot spezialisierter Verkaufswagen, die zum Teil auch vor hochfrequentierten Supermärkten oder auf Wochenmärkten agieren.

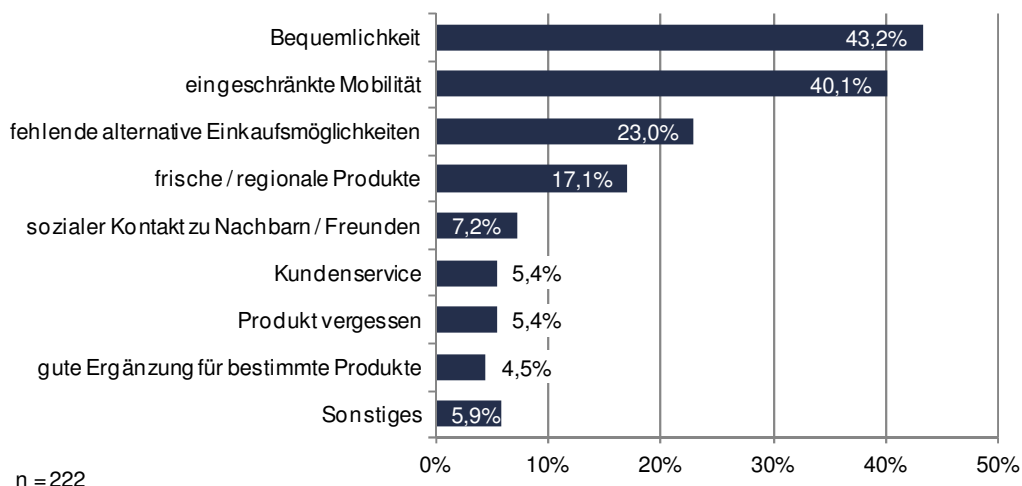
Die Akzeptanz mobiler Angebote ist daher altersübergreifend gegeben, die Nutzung fällt jedoch entsprechend der individuellen Bedürfnisse aus. Im Bereich der für die Nahversorgung auf den Dörfern relevanten rollenden Supermärkte ist eine eindeutige Zunahme der Nutzung im höheren Alter festzustellen.

Als Gründe für die Nutzung des mobilen Angebots sind die Faktoren Bequemlichkeit und eingeschränkte Mobilität eindeutig als Hauptgründe anzuführen, gefolgt von fehlenden alternativen Einkaufsmöglichkeiten und dem Angebot frischer und regionaler Produkte (Abbildung 12). Während die zweit- und drittgenannten Gründe die bereits problematisierte Nahversorgungssituation auf den Dörfern widerspiegeln, zeigt sich bei den anderen genannten Gründen, dass der mobile Handel auch unabhängig von einer Versorgungsnot durch die Lieferung an die Haustür, freundlichen Service und ein differenziertes und qualitativ hochwertiges Frischeangebot Kunden binden kann.

Auch der soziale Kontakt in der Einkaufssituation stellt für viele alleinstehende ältere Menschen eine wichtige Komponente dar. Der Wegzweck Einkaufen gewinnt mit dem Ende der Erwerbstätigkeit deutlich an Bedeutung im Alltagsleben. Im Falle stark eingeschränkter persönlicher Mobilität stellt die Verkaufssituation beim mobilen Händler einen wichtigen Kommunikationspunkt für die Menschen dar.

Abbildung 12: Gründe für die Nutzung des Angebots mobiler Verkaufsfahrzeuge

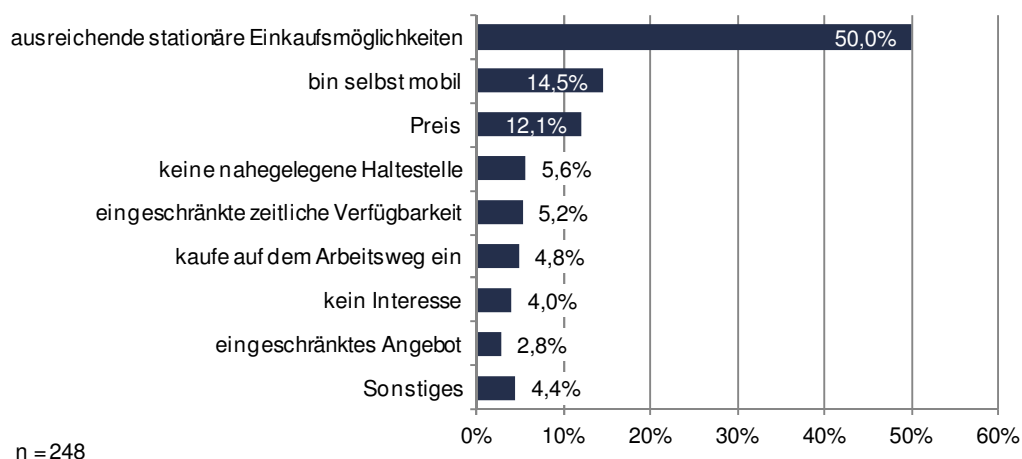
Aus welchen Gründen nutzen Sie das Angebot des mobilen Verkaufsfahrzeugs? *Mehrfachnennungen möglich*



Auf die Kontrollfrage, warum auf die Nutzung mobiler Verkaufsfahrzeuge verzichtet wird (Abbildung 13), ist das ausreichende stationäre Versorgungsangebot, das gerade in den zentralen Orten größtenteils überdimensioniert ausfällt, als entscheidender Grund auszumachen. Darüber hinaus ist die eigene Mobilität und die damit verbundene Präferenz für stationäre Einkaufsmöglichkeiten bedingt durch höhere Preise, eingeschränktes Angebot und die zeitliche Verfügbarkeit des mobilen Handels anzuführen. Über entsprechende Marketing-Aktivitäten der mobilen Händler lassen sich anhand der Ergebnisse jedoch auch Potenziale ableiten, zusätzliche Käuferschichten zu aktivieren, etwa durch eine verbesserte Kommunikation der angefahrenen Dörfer mit entsprechenden Verkaufszeiten sowie Preisaktionen.

Abbildung 13: Gründe für den Verzicht auf die Nutzung des Angebots mobiler Verkaufsfahrzeuge

Aus welchen Gründen verzichten Sie auf die Nutzung mobiler Verkaufsfahrzeuge? *Mehrfachnennungen möglich*



Berufstätige und mobile Personen, die es gewohnt sind, in großflächigen Lebensmittelgeschäften einzukaufen und den Einkauf in tägliche Wegekettens integrieren, ein entsprechendes Preisbewusstsein und starke Discounter-Orientierung haben oder einen Mehrpersonenhaushalt versorgen müssen, sind als Kunden für den mobilen Handel jedoch in der Regel nicht zu gewinnen.

Zugang zu Mobilität ist der einflussstärkste Faktor für die Nutzung mobiler Versorgungsangebote im Bereich eines Vollsortiments. Fällt die regelmäßige Nutzungsmöglichkeit eines Pkws für die Einwohner der Untersuchungsregion weg, ergibt sich anhand der bisherigen Analyseergebnisse ein massives Nahversorgungsdefizit. Eine nicht-motorisierte Versorgung auf den Dörfern ist zu einem Großteil nicht gewährleistet. Die persönliche Mobilität ist zwar vergleichsweise deutlich angestiegen, eine Fahrerlaubnis ist wesentlich verbreiteter als in den vergangenen Jahrzehnten, die Kraftfahrzeughaltung ist im Regelfall bis ins hohe Alter möglich und auch die Pkw-Dichte ist stetig angestiegen, dennoch besteht nach wie vor eine eindeutige Abhängigkeit zwischen einer eingeschränkten Pkw-Verfügbarkeit und den Faktoren Alter, Haushaltsgröße und Haushaltsnettoeinkommen.

In Abbildung 14 sind die Befragungsergebnisse bezüglich der Abhängigkeit von Pkw-Verfügbarkeit und den genannten Faktoren dargestellt. Es ergibt sich ein eindeutiges Bild. Der Anteil immobiler Personen im Sinne einer fehlenden Pkw-Verfügbarkeit nimmt mit steigendem Alter deutlich zu, gleiches gilt tendenziell für kleinere Haushaltsgrößen, insbesondere jedoch für Ein-Personen-Haushalte sowie geringes Haushaltsnettoeinkommen. Ein deutliches Mobilitätsdefizit ergibt sich daher aus den vorliegenden Ergebnissen für Personen ab etwa 60 Jahren, für Alleinstehende und für Personen mit weniger als 1.500 € monatliches Haushaltsnettoeinkommen. Teilweise liegt die Pkw-Verfügbarkeit unter 50 % sofern einzelne Schwellenwerte unter- bzw. überschritten werden. Diese Ergebnisse decken sich weitestgehend mit bundesweiten Mobilitätsstudien des Ministeriums für Bau, Verkehr und Stadtentwicklung.

Bestätigt wird der zentrale Einfluss der persönlichen Mobilität auf die Nutzung mobiler Verkaufsstellen durch die Gegenüberstellung der abgefragten Pkw-Mobilität im Rahmen der Haushaltsbefragung und der befragten Kunden rollender Supermärkte. Wie aus Abbildung 15 hervorgeht, liegt der Anteil mobiler Personen im Ergebnis der unabhängigen Haushaltsbefragung im gesamten Altkreis Demmin bei rund 80 %, ergänzt man die Personen, die über regelmäßige Mitfahrgelegenheiten verfügen, liegt der Wert sogar bei ca. 87 %. Im Vergleich dazu sind von den befragten Kunden rollender Supermärkte nur knapp ein Viertel uneingeschränkt mobil als Selbstfahrer eines Pkws. Gar keinen Zugang zur Pkw-Mobilität haben etwa die Hälfte der Befragten.

Die Struktur der Haushalte entwickelt sich bundesweit verstärkt hin zu Ein- und Zwei-Personen-Haushalten. Im Zuge gesamtgesellschaftlicher Alterungsprozesse werden klassische Familienhaushalte deutlich abnehmen. Der Anteil der über 70-Jährigen wird bis 2030 der Prognose zufolge um 48,3 % im Vergleich zum Jahr 2011 ansteigen, das entspricht absolut rund 6.000 Menschen.

Abbildung 14; Pkw-Verfügbarkeit der Befragten in Abhängigkeit der Faktoren Alter, Haushaltsgröße und Haushaltsnettoeinkommen

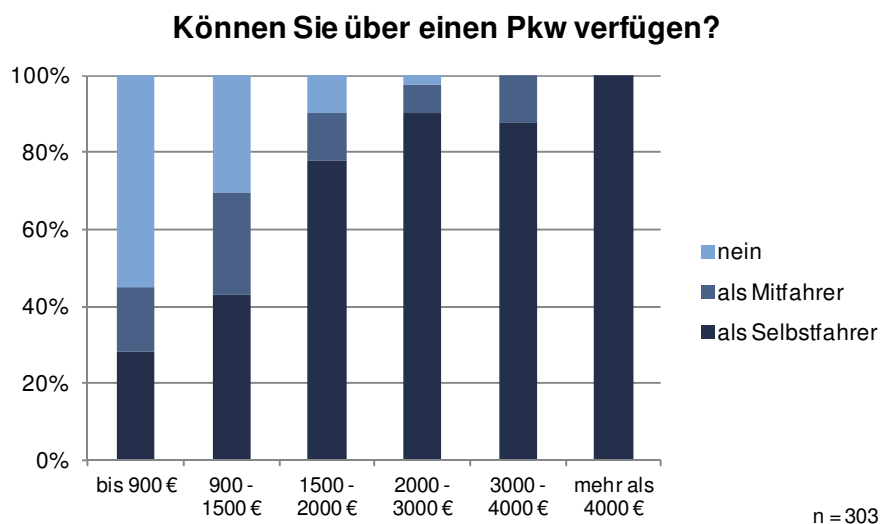
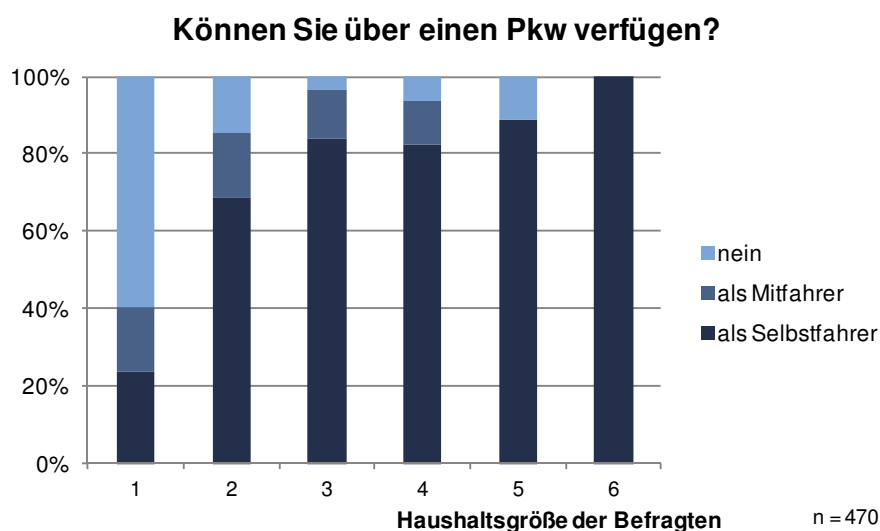
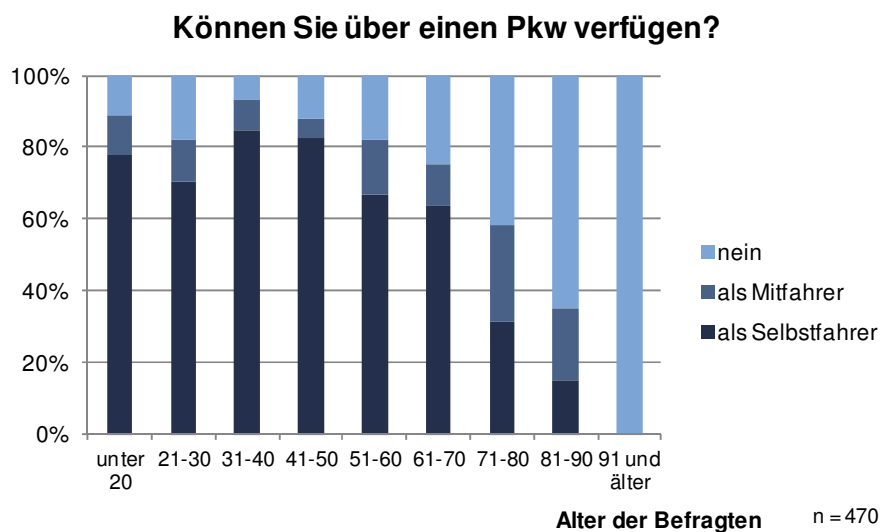
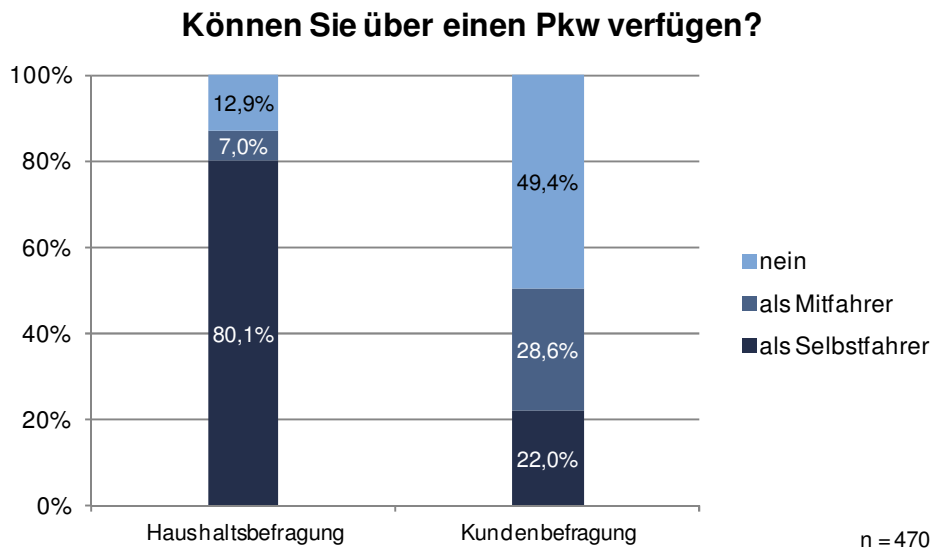


Abbildung 15: Abgefragte Pkw-Mobilität im Altkreis Demmin

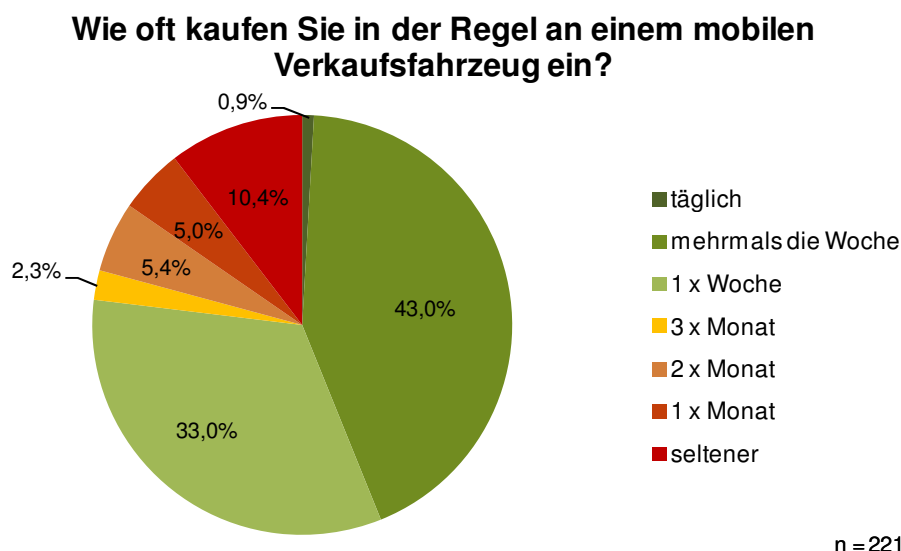
Mitfahrgelegenheiten ergeben sich durch den zunehmenden Wegfall nachbarschaftlicher und familiärer Netzwerke tendenziell ebenfalls deutlich seltener. Zudem wird eine steigende Lebenserwartung zumindest in Teilen die im Alter verlängerte Individualmobilität kompensieren. Die Phase eingeschränkter Mobilität verlagert sich somit in höhere Altersklassen. Gleichzeitig spielt allerdings auch das Haushaltsnettoeinkommen eine gewichtige Rolle bei der Pkw-Verfügbarkeit. Durch die Einkommensminderung mit dem Eintritt ins Rentenalter wird die persönliche Mobilität aus finanzieller Sicht für viele Haushalte, trotz bestehender Fahrtauglichkeit nur schwierig zu erhalten sein. Die Einkommensverhältnisse der Region liegen generell deutlich unter dem Bundesdurchschnitt, während die Arbeitslosenquote seit Jahren zu den höchsten in der gesamten Bundesrepublik gehört. Die medial aktuell vielfach thematisierte Gefahr der Altersarmut stellt sich daher für einen großen Teil der sozial schwächeren Personen im Untersuchungsgebiet. Insgesamt ist von einem Wachstum nicht-mobiler Bevölkerungsgruppen auszugehen und dementsprechend auch einem Wachstum des potenziellen Kundenkreises für mobile Vollsortimenter. Ungewiss sind dabei die Auswirkungen kannibalisierender Effekte durch innovative Mobilitätskonzepte im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs sowie konkurrierender Vertriebsformen über das Internet oder Lieferdienste.

Ein prognostiziertes Wachstum der potenziellen Zielgruppe des mobilen Handels allein ist jedoch für den wirtschaftlichen Erfolg des Konzepts und die Notwendigkeit zur Erhaltung dieser Strukturen nicht ausreichend. Mindestens ebenso wichtig ist die Akzeptanz und Nutzungsintensität der Konsumenten für den nachhaltigen Erfolg des mobilen Handels.

Übereinstimmend mit den Aussagen der Händler zeigt sich bei der abgefragten Nutzungshäufigkeit mobiler Verkaufsangebote ein sehr hoher Anteil an Stammkundschaft von rund Dreiviertel der Befragten (Abbildung 16), die das mobile Angebot abhängig von der jeweiligen Verfügbarkeit im Ort mindestens einmal in der Woche in Anspruch nehmen. Für mobile Vollsortimenter ist dieser Anteil sogar noch höher. Daneben gibt es rund 13 % sporadische Nutzer, die das Angebot mit einer gewissen Re-

gelmäßigkeit nutzen, für die jedoch keine tragende Versorgungsfunktion durch den mobilen Handel übernommen wird und etwa 10 % reine Gelegenheitskäufer.

Abbildung 16: Nutzungshäufigkeit mobiler Verkaufsangebote



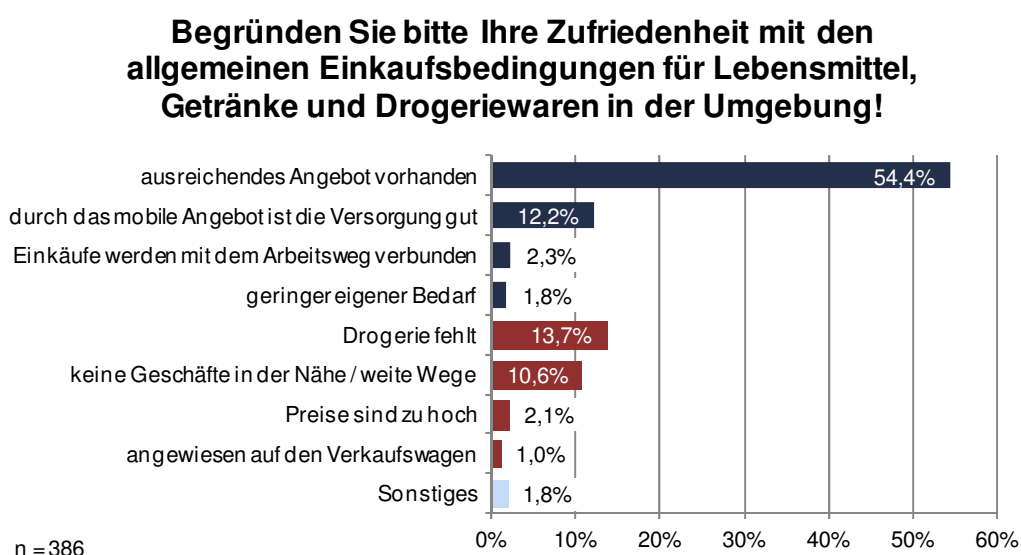
Die hohe Kundenbindung ist für den mobilen Handel unerlässlich. Gerade da in den meisten Fällen direkt vor die Haustür geliefert wird, ist ein rentabler Kundenstamm für die Händler zwingend erforderlich. Laufkundschaft ergibt sich aus diesem Grund kaum. Entsprechend zeigte sich die Zufriedenheit der Kunden mit den beim mobilen Einkauf besonders relevanten Faktoren: Erreichbarkeit, Pünktlichkeit, Kundenservice, Qualität der Ware, Warenangebot, Standzeiten pro Woche und Preis durchweg sehr positiv. Auf vergleichsweise sehr hohem Zufriedenheitsniveau wurden lediglich die erhöhten Preise im Vergleich zum filialisierten stationären Handel und in einigen Orten zu seltene Standzeiten in der Woche bemängelt (Abbildung 17).

Abbildung 17: Kundenzufriedenheitsanalyse bei mobilen Vollsortimentern



Insgesamt wird die Versorgungssituation im Altkreis Demmin durch die Verbraucher sehr positiv gesehen. Nach der Zufriedenheit mit den allgemeinen Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel Getränke und Drogeriewaren in der Umgebung gaben 75,3 % der Befragten an, zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. Unzufrieden oder sehr unzufrieden waren dementsprechend nur rund 15 %. Auch eine Differenzierung nach Pkw-Verfügbarkeit und Alter ergab keine deutlichen Abweichungen. Als Grund für die Zufriedenheit gaben über die Hälfte der Befragten ein ausreichendes Angebot an Versorgungseinrichtungen an, rund 12 % begründeten ihre Zufriedenheit durch das vorhandene mobile Angebot. Die Unzufriedenheit äußerte sich vor allem im fehlenden Angebot von Drogeriemärkten seit der Schließung der Filialen von Schlecker und IhrPlatz mit knapp 14 % und auf Grund der weiten Versorgungswege mit etwa 11 % der Befragten.

Abbildung 18: Begründung der Zufriedenheit mit den allgemeinen Einkaufsbedingungen für den Bereich Nahversorgung

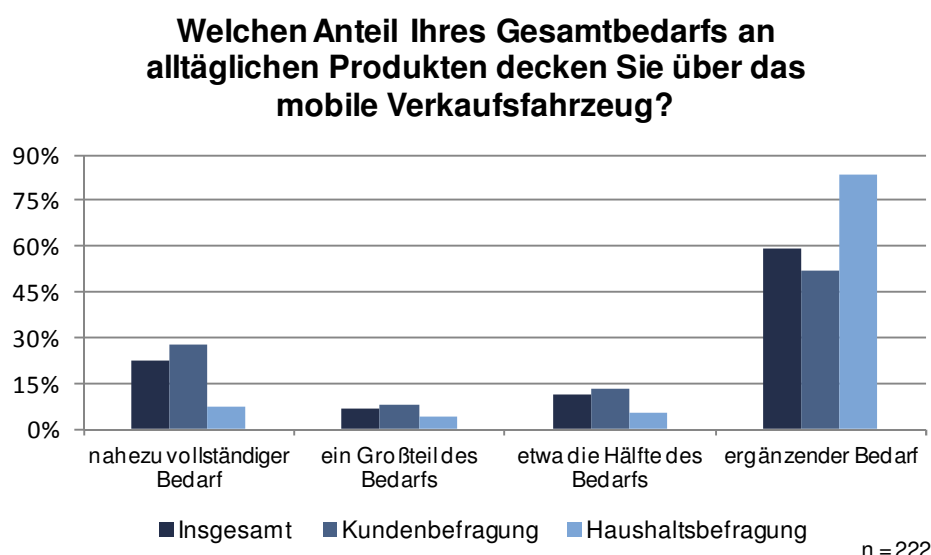


Die insgesamt hohe Zufriedenheit belegt, dass die Nahversorgungssituation nur für eine gewisse Teilgruppe der Bevölkerung problematisch ist und die Mehrheit der mobilen Personen mit der überproportionalen Verkaufsflächenausstattung der zentralen Orte zufrieden ist. Entscheidend ist daher für den mobilen Handel nicht nur wie viele Personen das Angebot nutzen und wie häufig sie dies tun, sondern, wo die tatsächliche Hauptversorgung im Bereich der Güter des täglichen Bedarfs stattfindet und dementsprechend auch der größte Umsatz erzielt wird. Abbildung 19 zeigt das diesbezügliche Befragungsergebnis zum Anteil der Bedarfsdeckung über mobile Verkaufsfahrzeuge differenziert nach Kunden- und Haushaltsbefragung.

Es zeigt sich deutlich, dass der Großteil der Kunden mit im Mittel knapp 60 % das mobile Angebot nur zur Deckung des ergänzenden Bedarfs nutzt und die Hauptversorgung über den stationären Handel in den zentralen Orten abwickelt. Lebensmitteldiscounter stellen dabei die mit Abstand wichtigste Versorgungseinrichtung dar und werden von knapp Dreiviertel der Befragten für den übrigen Wocheneinkauf genutzt. Inhabergeführte Dorfläden kamen demgegenüber nur auf knapp 3 % der Nennungen

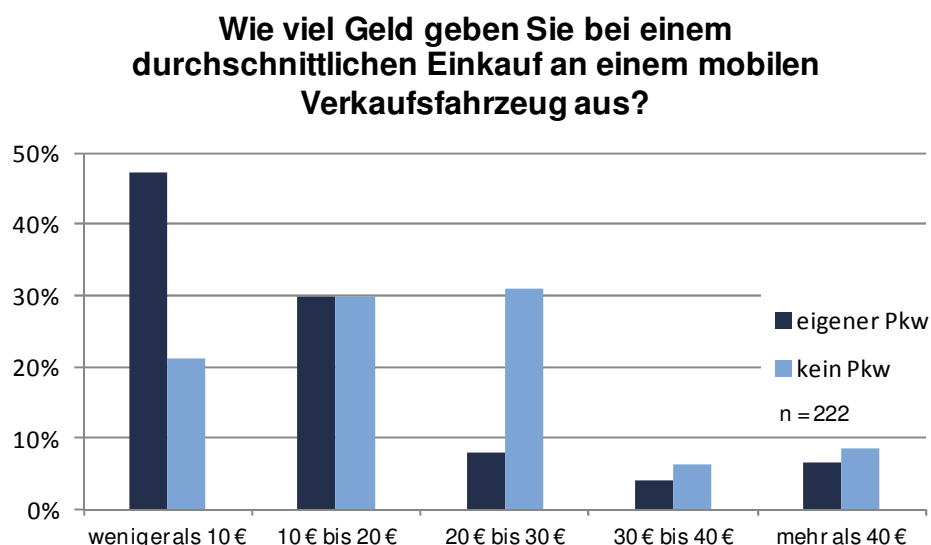
und spielen somit für eine Vollversorgung eine sehr untergeordnete Rolle. Im Bereich des mobilen Handels zeigt sich, dass sich jedoch mehr als ein Viertel der Kunden mobiler Supermärkte vollständig über das Verkaufsfahrzeug versorgt und weitere 20 % mindestens die Hälfte ihres Bedarfs über die mobile Versorgung abdecken, dementsprechend geringer ist der Anteil der Ergänzungskäufer im Vergleich zur Haushaltsbefragung. Immerhin mehr als 15 % der befragten Haushalte gaben ebenfalls an, mindestens die Hälfte des Bedarfs über den mobilen Handel zu decken. Damit nimmt der mobile Handel im Vergleich zu den existierenden Dorfläden eine deutlich wichtigere Versorgungsfunktion für die Bevölkerung ein. Der Anteil der Vollversorger liegt zudem laut den Befragungsergebnissen deutlich über der mittleren Händlerschätzung von etwa 10 bis 15 %.

Abbildung 19: Anteil der Bedarfsdeckung über mobile Verkaufsfahrzeuge



Für eine Betrachtung der Rentabilität des mobilen Handels ist es unerlässlich, neben den Einkaufsgewohnheiten auch das Ausgabeverhalten der Kunden zu berücksichtigen. Zu diesem Zweck wurde der durchschnittliche Einkaufsbetrag an einem mobilen Verkaufsfahrzeug abgefragt (Abbildung 20). Im Ergebnis zeigt sich ein zu erwartender Trend, dass Personen, die regelmäßig über einen Pkw verfügen können deutlich geringere Einkaufsbeträge im mobilen Handel aufbringen, da die Hauptversorgung im stationären Handel sichergestellt wird und über den mobilen Handel nur der Vergesslichkeitsbedarf sowie frische Waren bei spezialisierten Händler eingekauft werden. Rund 40 % der Einkäufe liegen somit bei Beträgen unterhalb von 10 €.

Das Ausgabeverhalten der nicht selbstständig mobilen Personen ist vergleichsweise deutlich höher, da ein entsprechend großer Anteil sich größtenteils oder vollständig über mobile Verkaufsfahrzeuge versorgt. Beträge von über 30 € werden jedoch bedingt durch die Einkaufshäufigkeit von in der Regel ein- bis zweimal in der Woche nur in seltenen Fällen erreicht. Leichte Umsatzverzerrungen entstehen vor allem durch den Verkauf von Kaffee- und Tabakwaren, die vergleichsweise hohe Umsätze bei geringen Gewinnspannen erzielen.

Abbildung 20: Ausgabeverhalten im mobilen Handel nach Mobilitätsverfügbarkeit

Insgesamt geben Zweidrittel der Befragten weniger als 20 € bei einem Einkauf am mobilen Verkaufsfahrzeug aus. Für den mobilen Handel im Bereich Vollsortiment ist aus umsatzseitiger Betrachtung problematisch, dass die Kernzielgruppe viele finanziell schwächer gestellte und alleinstehende Personen umfasst, die einen entsprechend geringen Bedarf haben und selten in der Lage sind, ein Preispremium für bestimmte Produkte zu bezahlen.

Aus den vorliegenden Daten wurde anhand der Mittelwerte der jeweiligen Ausgabebeträge ein durchschnittlicher Ausgabebetrag von 16,55 € pro Einkauf ermittelt. Die Angaben der befragten Händler liegen im Bereich von 15 bis 25 €. Bezogen auf den angegebenen Anteil der Bedarfsdeckung ergibt sich für den nahezu vollständigen Bedarf ein gemittelter Ausgabebetrag von 25,00 €, für einen Großteil des Bedarfs 22,33 €, für etwa die Hälfte des Bedarfs ein Betrag von 20,20 € und der Durchschnittsbetrag für den ergänzenden Bedarf liegt bei 12,01 €.

Die ermittelten Umsätze der jeweiligen Einkaufstypen zeigen, dass rund 41 % des Umsatzes mit Vollversorgern erzielt wird, die ihren Bedarf vollständig oder größtenteils über den mobilen Handel decken, während etwa 43 % auf den ergänzenden Bedarf entfallen. Für den wirtschaftlichen Erfolg des mobilen Handels reicht es daher nicht, nur die auf mobile Versorgung angewiesenen Kunden zu bedienen. Entscheidend ist auch, einen ausreichenden Anteil an Käufern zu aktivieren, die ausgewählte Produkte ergänzend im mobilen Verkaufsfahrzeug einkaufen. Da diese Personen in der Regel über verschiedene Möglichkeiten bei der Wahl der Einkaufsstätte verfügen, ist hier die Professionalität des Marktauftritts, die Qualität der Ware, das angebotene Sortiment und der Kundenservice von enormer Wichtigkeit. Es muss daher eine Konkurrenzfähigkeit zum stationären Handel hergestellt werden, die konzeptbedingte Nachteile wie ein kleineres Sortiment und ein etwas höheres Preisniveau durch die genannten Punkte kompensiert. Gleiches gilt selbstverständlich auch für die Kundenbindung der nicht-mobilen Personen.

Zusammenfassend kann die Nachfrageseite über die Faktoren Einkaufsverhalten und Umsatzrelevanz für den mobilen Handel im Bereich Vollsortiment in folgende Kundenstrukturen klassifiziert werden, wobei die einzelnen Faktoren unabhängig voneinander zutreffen können.

Gruppe 1: „Vollversorger“

- Keine dauerhafte Pkw-Mobilität vorhanden.
- Im häufigsten Fall alleinstehend oder im Zwei-Personen-Haushalt lebend.
- In der Regel geringes Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.500 € verfügbar.
- Wohnhaft außerhalb fußläufiger Einzugsgebiete stationärer Nahversorger.
- Vielfach über 60 Jahre alt.
- Nicht hauptberuflich erwerbstätig.
- Einkaufen ist wichtiger Bestandteil des sozialen Kontakts.
- Eingekauft wird mehrmals in der Woche, mindestens jedoch einmal.
- Über den mobilen Handel wird der Bedarf vollständig oder größtenteils gedeckt.
- Entspricht einem Umsatzanteil von rund 41 % im mobilen Handel.

Gruppe 2: „Bequemlichkeitskäufer“

- Mobilität ist für die Hauptversorgung im stationären Handel gewährleistet.
- Zeitliche Flexibilität für den Einkauf im mobilen Handel ist gegeben.
- In der Regel ist kein täglicher Pendelverkehr in die zentralen Orte notwendig.
- Einkauf von selektierten Einzelprodukten (z.B. Vergesslichkeitsbedarf, Frischewaren, transportintensive Güter).
- Bereitschaft für kleine Mengen und den Lieferservice einen gewissen Aufpreis im Vergleich zum stationären Handel zu bezahlen.
- Eingekauft wird jedoch Woche, mindestens jedoch einmal im Monat.
- Einkaufsbeträge liegen in der Regel um die 10 €.

Berufstätige und Mehrpersonenhaushalte greifen in der Regel nicht auf das Angebot mobiler Vollsortimenter zurück und machen daher einen zu vernachlässigenden Teil an Gelegenheitskäufern aus. Im Bereich des mobilen Handels insgesamt nutzen diese Personen eher das Angebot von spezialisierten Verkaufswagen wie beispielsweise den mobilen Bäcker am Wochenende oder anderen Frischewaren-Anbietern mit festem Standplatz vor größeren Lebensmittelgeschäften und auf Wochenmärkten.

6 Mobiler Handel als Konzept zur Stabilisierung der Nahversorgung

6.1 Bewertung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen

Der Altkreis Demmin weist im Ergebnis der soziodemographischen Analyse eine deutliche Struktur-
schwäche auf. Eine geringe Besiedlungsdichte, hohe Abwanderungsraten, signifikante Überalte-
rungsprozesse sowie ein geringes Kaufkraftniveau erschweren die Aufrechterhaltung von sämtlichen
Bestandteilen der Daseinsvorsorge. Ein differenziertes Versorgungsangebot besteht im Bereich des
stationären Einzelhandels daher nur in den sieben zentralen Orten des Altkreises.

Im Zuge der Zentralisierungsprozesse im Einzelhandel und der rückläufigen Gesamtbevölkerung in
der Untersuchungsregion sind die vorhandenen Dorfladenstrukturen als stark gefährdet anzusehen.
Der Versorgungsgrad für Güter und Leistungen des täglichen Bedarfs durch den stationären Handel in
einem Nahbereich von 10-minütiger Erreichbarkeit liegt in der Untersuchungsregion bei rund 78%,
fußläufig ist die Versorgung demgegenüber nur für rund 43% der lokalen Bevölkerung gesichert. Ten-
denziell wird der Versorgungsgrad im stationären Bereich zukünftig verschlechtern. Besonders betrof-
fen von dieser Entwicklung sind Personen mit eingeschränkter Mobilität, was überproportional oft auf
Alleinstehende, ältere Menschen und Personen mit geringem Einkommen zutrifft. Mobiler Handel
agiert als Nischenmarkt ergänzend zur stationären Versorgung und bedient dabei zwei zentrale Kun-
dengruppen, die einerseits auf die Versorgung auf Grund der angesprochenen Mobilitätseinschrän-
kungen angewiesen sind und andererseits die spezifische Versorgung an der Haustür aus Bequem-
lichkeitsgründen in Anspruch nehmen.

6.2 Bedeutung des mobilen Handels für die Nahversorgung

Knapp 20% der Haushalte im Altkreis Demmin verfügen nicht über eine selbstständige Pkw-Mobilität,
ein etwa ebenso großer Anteil nutzt regelmäßig das Angebot mobiler Verkaufsfahrzeuge. Die Gruppe
der „Vollversorger“ über mobilen Handel ist nicht eindeutig zu quantifizieren und liegt laut variierender
Angaben der mobilen Händler und befragten Kunden bei einem Anteil von etwa 10 bis 25% der re-
gelmäßigen Nutzer des mobilen Versorgungsangebots.

Insgesamt zeigt sich, dass die mobile Versorgung mit einem Vollsortiment eine wichtige Funktion im
Bereich der Nahversorgung erfüllt und durch die hohe Flexibilität der Angebotsform, vor dem Hinter-
grund dynamischer Veränderungen im Kontext des demographischen Wandels die zur Zeit effizientes-
te wohnortnahe Versorgung im ländlichen Raum darstellt. Die prognostizierte Bevölkerungsentwick-
lung lässt zudem auf ein Wachstum der potenziellen Zielgruppe im Nischensegment des mobilen
Handels schließen. Für den nachhaltigen Bestand dieser Versorgungsform muss jedoch der wirt-
schaftlich tragfähige Betrieb für die mobilen Händler gewährleistet bleiben.

6.3 Probleme und Optimierungsmöglichkeiten der mobilen Händler

Die wirtschaftliche Situation stellt sich nach einstimmiger Aussage der befragten mobilen Händler sehr angespannt dar. Die vier zentralen Anbieter eines mobilen Vollsortiments im Altkreis Demmin haben ihren Betrieb jeweils kurz nach der Wiedervereinigung aufgenommen und müssen eine zuletzt deutlich sinkende Rentabilität, bedingt durch rückläufige Umsätze und steigende Kosten, verzeichnen. Die Gründe hierfür liegen insbesondere in steigenden Personal-, Energie- und Kraftstoffkosten sowie einer sinkenden Nachfrage auf Grund massiver Abwanderungsverluste in der Region, gestiegener persönlicher Mobilität und starker Discount-Orientierung der Verbraucher.

Das Nachfragevolumen wird dementsprechend nicht nur durch rückläufige Bevölkerungszahlen, sondern auch durch eine geringere Ausgabebereitschaft und eingeschränkte finanzielle Möglichkeiten für sozial schwächere Teile der Bevölkerung bestimmt. Der potenzielle Kundenstamm dünnt sich zunehmend aus. Trotz hoher Kundentreue ist der mobile Handel zwangsläufig einer gewissen Fluktuation unterworfen. Ältere Kunden ziehen zum Teil in betreute Wohnanlagen, Pflegeheime oder versterben und scheiden damit aus dem Kundenstamm aus. Die Akquise neuer Kunden, die diesen natürlichen Wegfall kompensieren, gestaltet sich dabei als zunehmend schwierig, da aufgrund der gestiegenen Pkw-Mobilität und einem ausreichenden Angebot in den zentralen Orten die Bedeutung einer vor-Ort-Versorgung für viele Menschen deutlich abgenommen hat und vielfach nur noch im Notfall genutzt wird. Um die gleiche Anzahl an Kunden zu erreichen, ist daher eine stetige Vergrößerung der Tourenradien notwendig, was zusätzliche Kosten verursacht. Die Rentabilität des mobilen Handels ist in der Folge deutlich gesunken.

Eine Prognose für die zukünftige Entwicklung zu treffen, gestaltet sich schwierig. Einerseits ist in einigen Bereichen von einer allgemein fortschreitenden Entwicklung in bestimmten Bereichen auszugehen, die den mobilen Handel in seiner Wirtschaftlichkeit mutmaßlich weiter einschränken werden, so etwa die steigende individuelle Mobilität, eine verstärkte Discount-Orientierung der Konsumenten, ein anhaltender Rückgang der absoluten Bevölkerungszahlen und eine Reduzierung der Ausgaben in die Verkehrsinfrastruktur als Anpassung an die geringe Siedlungsdichte. Hinzu kommen eine abnehmende regionale Verwurzelung der Bevölkerung und damit verbunden auch ein deutlich wachsender Arbeitskräftemangel im Bereich der Versorgungsdienstleistungen.

Andererseits wächst die Alterszielgruppe des mobilen Handels beträchtlich. Durch eine höhere Lebenserwartung wird es trotz steigender Mobilität für ältere Menschen eine Phase geben, in der eine Pkw-Mobilität für einen hohen Anteil der Menschen nicht mehr aufrechterhalten werden kann, dies schließt insbesondere die finanziellen Voraussetzungen für den Besitz eines Pkws mit ein. Für die Untersuchungsregion ist daher von einer zumindest stagnierenden Mobilitätsentwicklung auszugehen, wahrscheinlicher ist, dass sich die Mobilität regional auf Grund der sehr speziellen Altersstruktur gegen den allgemeinen Trend verschlechtern wird. Im Bereich des Konsumverhaltens zeichnet sich ebenso der deutliche Trend einer verstärkten Nachfrage nach qualitativ hochwertigen frischen Lebensmitteln aus biologischem Anbau ab. Zunehmende Zentralisierungsprozesse und insbesondere die rückläufige Entwicklung im Bereich kleinflächiger Dorfläden schaffen zusätzliche Marktpotenziale in den peripheren Regionen und erhöhen die Attraktivität des mobilen vor-Ort-Services. Vor dem Hin-

tergrund steigender Kraftstoffkosten stellt der mobile Handel sogar eine ökologisch deutlich verträglichere Versorgungsform dar als der individuelle Einkauf in den zentralen Orten, gerade für geringe Mengen.

Sehr eingeschränkt zu beurteilen ist, inwiefern sich andere Versorgungsformen wie beispielsweise der Online-Lebensmittelhandel oder innovative Nahverkehrskonzepte durchsetzen werden und entsprechenden Konkurrenzdruck auf den mobilen Handel ausüben. Insgesamt lassen sich aus der Gegenüberstellung der vermuteten positiven und negativen Entwicklungseinflüsse auf den mobilen Handel durchaus wachsende Marktchancen ableiten, da durch das Wachstum der potenziellen Zielgruppe die umsatzschwächenden Einflüsse der vergangenen Jahre zu einem Großteil kompensiert werden können. Die Voraussetzung dafür liegt jedoch in der angebotsseitigen Aktivierung dieser Käuferschicht.

Aus den Untersuchungsergebnissen konnten vier wesentliche Erfolgsfaktoren des mobilen Handels identifiziert werden:

Erfolgsfaktor Personal:

- Verkaufsfahrer ist weitestgehend alleinverantwortlich für Kundenbindung und Zufriedenheit und dementsprechend Neukundenakquisition über Mundpropaganda.
- Markenimage des Händlers definiert sich über Freundlichkeit und Servicebereitschaft des Verkaufsfahrers.
- Hohe Verantwortung für die Tourenplanung und Optimierung sowie bedarfsgerechte Sortimentsgestaltung.
- Hohe soziale Kompetenz im Umgang mit den Kunden notwendig.
- Zuverlässigkeit und Begeisterung für arbeitsintensive Tätigkeit ist eine Grundvoraussetzung.

Probleme und Optimierungsbedarf:

- Qualifiziertes Verkaufspersonal ist sehr schwierig zu finden.
- Hohe Anlernzeiten und entsprechend hohes finanzielles Risiko bei Neueinstellungen.
- Kein klassischer Ausbildungsberuf.
- Regional durchschnittliche Verdienstmöglichkeiten, bei hoher Leistungsbereitschaft lässt das Berufsfeld überwiegen unattraktiv erscheinen.

Erfolgsfaktor Wareneinkauf:

- Sortimentsgestaltung muss sehr genau an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden, um fehlende Sortimentstiefe und –breite sowie ein vergleichsweise höheres Preisniveau zu kompensieren.
- Hohe Flexibilität, Sonderwünsche kurzfristig berücksichtigen zu können.
- Qualitativ hochwertige Ware, die zum Teil auch außerhalb des Standardsortiments der Lebensmittelfilialisten erhöht die Attraktivität des Angebots.
- Blickpunktartikel sollten möglichst geringe Preisunterschiede zum stationären Handel aufweisen, erhöhte Kosten sind differenziert über das Sortiment umzulegen.

Probleme und Optimierungsbedarf:

- Mobilitätsaufschlag für die Lieferung der Produkte wird von Konsumentenseite nur in sehr geringem Maße akzeptiert.
- Einkaufspreisdifferenz zum großflächigen stationären Händler ist auf Grund der geringen Abnahmemenge für kleinerer Händler enorm.
- Von den zentralen Großhändlern in der Region Edeka, Rewe und Bartels-Langness werden Kleinunternehmen aus wirtschaftlichen Gründen überwiegend nur noch vom letztgenannten beliefert.
- Eingeschränkte Lagerungskapazitäten und geringer Umschlag erschweren das Wahrnehmen von Sonderaktionen gerade im Bereich von Produkten mit kurzer Haltbarkeitsdauer.

Erfolgsfaktor Außenauftritt:

- Verkaufsfahrzeug ist zentraler Bestandteil einer konsumfördernden Warenpräsentation.
- Optimale Mischung aus ansprechender Warenpräsentation und effizienter Nutzung der geringen Platzkapazitäten nötig.
- Einstiegsbarrieren in das Verkaufsfahrzeug für ältere Menschen sind möglichst zu umgehen.
- Ein einheitliches Erscheinungsbild in Form von Arbeitskleidung erhöht den Bekanntheitsgrad sowie das Händlervertrauen.
- Moderne Verkaufsfahrzeuge gewährleisten eine hygienisch einwandfreie und marktfähige Warenpräsentation, die notwendige Sicherheit und eine angemessene Energieeffizienz.
- Eine intakte und funktionale Standortinfrastruktur ist ein wichtiger Erfolgsbaustein für den Außenauftritt gegenüber Mitarbeitern und Lieferanten.

Probleme und Optimierungsbedarf:

- Modernisierung des Fuhrparks zur Steigerung der Attraktivität des Angebots und zum Erhalt eines konkurrenzfähigen Marktauftritts.
- Verkaufsfahrzeuge sind im Neupreis mit rund 90.000 bis 100.000 € über den laufenden Betrieb für die Händler nicht zu refinanzieren.
- Teilweise dringender Modernisierungsbedarf im Bereich der Standortinfrastruktur (ausreichende Lagerkapazitäten, Voraussetzungen für eine zeitsparende Warenannahme, Beladung, Möglichkeiten zur Wartung, Reparatur und Pflege des Fuhrparks).
- Eine ausreichende Fremdkapitalbeschaffung zu niedrigen Tilgungsraten ist für die genannten Investitionsprojekte für die Händler nicht möglich.

Erfolgsfaktor Werbung:

- Ein kostendeckender Betrieb setzt die Aktivierung von „Bequemlichkeitskäufern“ voraus.
- Gezielte Kundenansprache ist nötig, um Neukunden zu akquirieren.
- Derzeitig eingesetzte Werbemaßnahmen beschränken sich auf gelegentliche Handzettel und direkte Preiswerbung am Verkaufsfahrzeug.
- Neukundenakquise hat die höchste Resonanz bei persönlicher Ansprache und Information an der Haustür über Preise, Sonderaktionen und Lieferzeiten.

Probleme und Optimierungsbedarf:

- Marketingmaßnahmen über klassische Medien nur bedingt effektiv und preislich in der Regel nicht attraktiv.
- Persönliche Kundenakquise sehr zeit- und kostenintensiv.

7 Zusammenfassung

Bedarf des mobilen Versorgungsangebotes:

Soziodemographische Faktoren:

- Stark rückläufige Bevölkerungsentwicklung
- Deutliche Überalterung der lokalen Bevölkerung in Zukunft zu erwarten
- Disperse Siedlungsstruktur und sehr geringe Bevölkerungsdichte verhindern eine flächendeckende stationäre Versorgung
- Eine fußläufige Versorgungsabdeckung außerhalb der zentralen Orte i.d.R. nicht mehr gewährleistet
- Unzureichende Anbindung im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs
- Pkw-Verfügbarkeit für ländliche Räume minimal unterdurchschnittlich auf Grund niedriger Einkommensverhältnisse
- Tendenziell stagnierende bis abnehmende Mobilitätsentwicklung auf Grund der besonderen demographischen Voraussetzungen der Untersuchungsregion

Angebotsseitige Faktoren:

- Zunehmende Zentralisierungsprozesse im stationären Einzelhandel
- Rückgang der bestehenden Dorfladenstruktur
- Nahversorgung selbst bei vorhandener Pkw-Mobilität nur für ca. 78% der Bevölkerung unter definitorischen Gesichtspunkten gewährleistet

Nachfrageseitige Faktoren:

- Hohe Zufriedenheit mit dem bestehenden mobilen und stationären Versorgungsangebot
- Mobiler Handel als Vertriebsform gewünscht und akzeptiert
- Die Kundengruppe der „Vollversorger“ ist auf Grund eingeschränkter Mobilität in hohem Maße vom Angebot „rollender Supermärkte“ abhängig
- Soziale Versorgungsnetzwerke fallen für viele nicht-mobile Personen zunehmend weg

Nachhaltige Wirtschaftlichkeit des mobilen Versorgungsangebotes:

Angebotsseitige Faktoren:

- Überdimensionierung der Verkaufsflächen, insbesondere im Discount-Bereich, sorgt für hohen Wettbewerbsdruck
- Wareneinkaufspreise verhindern für Kleinhändler eine wettbewerbsfähige Preisgestaltung
- Lokale Händler haben deutlichen Modernisierungsbedarf in den Bereichen Standortinfrastruktur und Fuhrpark, um einen konkurrenzfähigen Marktauftritt sicherzustellen
- Intensivere Marketingmaßnahmen müssen zusätzliche Käuferschichten aktivieren
- Steigende Kosten v.a. im Bereich Energie und Kraftstoffe senken dauerhaft die Rentabilität
- Rückläufige Umsätze und fehlende Finanzierungsmöglichkeiten schränken die Investitionsmöglichkeiten der mobilen Händler maßgeblich ein
- Geeignetes Personal für den Bereich des mobilen Handels in der Region sehr schwierig zu finden
- Zukünftige Entwicklung konkurrierender Angebotsformen wie Online-Lebensmittelhandel, Liefersdienste der stationären Lebensmittelhändler und innovative Konzepte im Bereich Nahverkehr kann mittel- bis langfristig negative Auswirkungen für die mobile Versorgung verursachen

Nachfrageseitige Faktoren:

- Sinkendes Nachfragenvolumen durch rückläufige Gesamtbevölkerung und preisbewussteres Konsumentenverhalten
- Geringe Bereitschaft, einen Mobilitätsaufschlag zu bezahlen
- Die Kernzielgruppen des mobilen Handels verfügen in der Regel über geringe Einkommensverhältnisse
- Konsumenten sind eine großflächige Einkaufssituation gewöhnt

8 Fazit und Handlungsempfehlungen

In der Zusammenfassung zeigt sich ein uneingeschränkter Bedarf eines mobilen Versorgungsangebots für das ehemalige Kreisgebiet Demmin. Insbesondere Personen mit eingeschränkter Mobilität sind auf diese Art der Versorgung in hohem Maße angewiesen. Problematisch ist demgegenüber jedoch die aktuell geringe Rentabilität des mobilen Handels. Zwei der befragten Händler äußerten konkrete Gedanken an eine zukünftige Geschäftsaufgabe. Ein Investitionsstau für notwendige Modernisierungsmaßnahmen, um einen konkurrenzfähigen attraktiven Marktauftritt anbieten zu können, ist in allen untersuchten Fällen zu attestieren.

Einzelunternehmen im Bereich des mobilen Handels werden aus gutachterlicher Sicht zukünftig keine wirtschaftliche Basis haben, um am Markt erfolgreich agieren zu können. Ein Wegfall dieser Anbieter würde die Versorgungsintensität möglicherweise in einigen Teilregionen einschränken, könnte erwartungsgemäß jedoch durch die beiden größeren Händler kompensiert werden. Sofern allerdings Angebotsstrukturen mit mehreren Verkaufswagen durch Geschäftsaufgabe verloren gehen, zieht dies deutlich spürbare Konsequenzen in der Versorgungssituation in der ländlichen Peripherie nach sich.

Aus den Ergebnissen der Analyse lassen sich durchaus wachsende Markt- und Umsatzchancen für den mobilen Handel ableiten. Zentrale Voraussetzung ist jedoch eine dauerhafte Effizienzoptimierung und die Aktivierung einer breiteren Schicht an „Bequemlichkeitskäufern“ über ein professionelles, serviceorientiertes und preislich attraktives Vor-Ort-Angebot.

Auf Grund der schlechten Arbeitsmarktsituation für den Bereich des mobilen Handels und der hohen Markteintrittsbarrieren ist ein Erhalt der bestehenden Anbieterstrukturen aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten als sinnvoll zu erachten. Für den hierfür notwendigen Handlungsbedarf werden im Folgenden einige Anregungen und Empfehlungen gegeben:

Handlungsempfehlungen:

- Finanzierungsmöglichkeiten mit niedrigen Tilgungsraten für die Modernisierung des Marktauftritts bereitstellen
- Investitionszulagen im Bereich Fahrzeuganschaffung / Standortstrukturen
- Steuerbefreiung z.B. über „Grünes Kfz-Kennzeichen“
- Vertriebskooperationen mit lokalen Landwirtschaftsbetrieben
- Zentralisierung des Wareneinkaufs bei Großhändlern
- Unterstützung der Personalsuche durch die Arbeitsagentur
- Optimierung der Effizienz durch Bereitstellung moderner Lösungen zur Unternehmenssteuerung, insbesondere im Bereich Warenwirtschaftssysteme und Tourenplanung
- Aufbau eines gemeinsamen regionalen Kundenportals als Informations- und Werbeplattform und zur Verbesserung der Servicequalität

- - -

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung erlaubt.