

Intelligenter Marktplatz

Nah- und Grundversorgung in der Gemeinde Spechbach



Foto: Landratsamt Rhein-Neckar-Kreis

Gefördert durch:



Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)
Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM
UND VERBRAUCHERSCHUTZ



Rathaus Spechbach, 11. Oktober 2017
CIMA Beratung + Management GmbH
Büro Stuttgart

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

1. Begrüßung
2. Ziele des Projektes und der heutigen Veranstaltung
3. Impulsvortrag Trends und Herausforderungen in der Nahversorgung
4. Ausgangslage Spechbach
5. Gruppenarbeit/Vorstellung der Arbeitsergebnisse
6. Vorstellung der Arbeitsergebnisse



**Jürgen Lein Partner und Büroleiter
Stuttgart (Dipl.-Geogr.)**

- Markt- und Standortuntersuchungen
- Einzelhandelskonzepte
- Stadt- und Regionalmarketing
- Planungsrechtliche
Verträglichkeitsuntersuchungen
- Stadt- und Citymarketing



**Florian Gillwald (Dipl.-Geogr.)
Berater Büro Stuttgart**

- Markt- und Standortuntersuchungen
- Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte
- Partizipationsprozesse
- Innenstadtentwicklung
- Stadt- und Citymarketing



**Kerstin Gebauer (Humangeographie M.Sc)
Beraterin**

- Markt- und Standortuntersuchungen
- Planungsrechtliche Verträglichkeitsuntersuchungen



Die cima – Firmenprofil

- gegründet 1988
- ca. 80 Mitarbeiter
- unabhängig und partnergeführt
- 7 Standorte in Deutschland
- CIMA Österreich / CIMA Institut für Regionalwirtschaft

1. Begrüßung
2. Ziele des Projektes und der heutigen Veranstaltung
3. Impulsvortrag Trends und Herausforderungen in der Nahversorgung
4. Ausgangslage Spechbach
5. Gruppenarbeit/Vorstellung der Arbeitsergebnisse
6. Ausblick und Verabschiedung

Intelligenter Marktplatz Spechbach

Prozessablauf



CIMA Beratung + Management GmbH

Analysephase Sept/Okt 2017	Nahversorgungsforum I 11. Oktober 2017	Bedarfsanalyse Okt/Nov 2017	Nahversorgungsforum II 16. Januar 2018	Konzept- und Machbarkeitsstudie März/April 2018	Nahversorgungsforum III April 2018
<ul style="list-style-type: none">▪ Auswertung Grundlagendaten▪ Bestandsaufnahme Angebotsstruktur▪ Kaufkraftpotentiale, -bindung	<ul style="list-style-type: none">▪ Informieren über das Projekt▪ Impulsvortrag Nahversorgung▪ Bewertung des Angebotes▪ Bedarfsabfrage	<ul style="list-style-type: none">▪ Zusammenführung Analyse + Ergebnisse des Nahversorgungsforum I▪ Bedarfs- und Standortanalyse	<ul style="list-style-type: none">▪ Vorstellung und Rückkopplung der Standort- und Bedarfsanalyse▪ Ideenentwicklung für einen Intelligenen Marktplatz▪ Vernetzung der Akteure	<ul style="list-style-type: none">▪ Bedarfsgerechtes und individuelles Konzept, inkl. Wirtschaftlichkeitsanalyse, Organisations- und Marketingkonzept sowie Auswahl von Potentialstandorten	<ul style="list-style-type: none">▪ Vorstellung des finalen Konzeptes▪ Vertiefung der Umsetzungsschritte (Möglichkeiten der weiteren Beteiligung)

Intelligenter Marktplatz
Spechbach April 2018

1. Begrüßung
2. Ziele des Projektes und der heutigen Veranstaltung
3. Impulsvortrag Trends und Herausforderungen in der Nahversorgung
4. Ausgangslage Spechbach
5. Gruppenarbeit/Vorstellung der Arbeitsergebnisse
6. Ausblick und Verabschiedung

1

Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

2

Verbraucher-/Konsumverhalten

3

Entwicklung der Nahversorgung

4

Betreiberkonzepte auf der Kleinfläche

5

Welche Trends und Herausforderungen bestimmen die Zukunft?

Was man unter Nahversorgung versteht

- ... Waren/Güter des täglichen Bedarfs (v.a. Lebensmittel, Drogeriewaren)
- ... öffentliche und private Dienstleistungen (u.a. Post, Bank, med. Versorgung, Kultur)
- ... im Idealfall in fußläufiger Erreichbarkeit für die Wohnbevölkerung



Quelle: <https://www.schliermann-catering.de>



<http://www.gescher-erleben.de/branchenbuch/ihr-landmarkt-bibo-natur/>

Nahversorgung geht alle an!

- ... Handel und Gewerbe vor Ort (Was biete ich dem Kunden?)
- ... Eigentümer (Eigentum verpflichtet!)
- ... Politik und Verwaltung (Rahmenbedingungen schaffen)
- ... und nicht zuletzt die Bürger und Kunden (Abstimmung mit dem Lenkrad oder zu Fuß oder per Mausklick, wo und wann wir einkaufen)

Dynamik auf der...

Angebotsseite (Unternehmen)

- ⇒ Unternehmerischer Konzentrationsprozess
- ⇒ Räumlicher Konzentrationsprozess
- ⇒ Filialisierungsgrad
- ⇒ Flächen- und Sortimentsentwicklung
- ⇒ Neue Vertriebsformen (Factory Outlet Center, Tankstellenshops)
- ⇒ Handel ohne Läden/Internet-Shopping
- ⇒ Weitere Faktoren (Mieten, Betriebsnachfolgerproblematik u.v.a.)

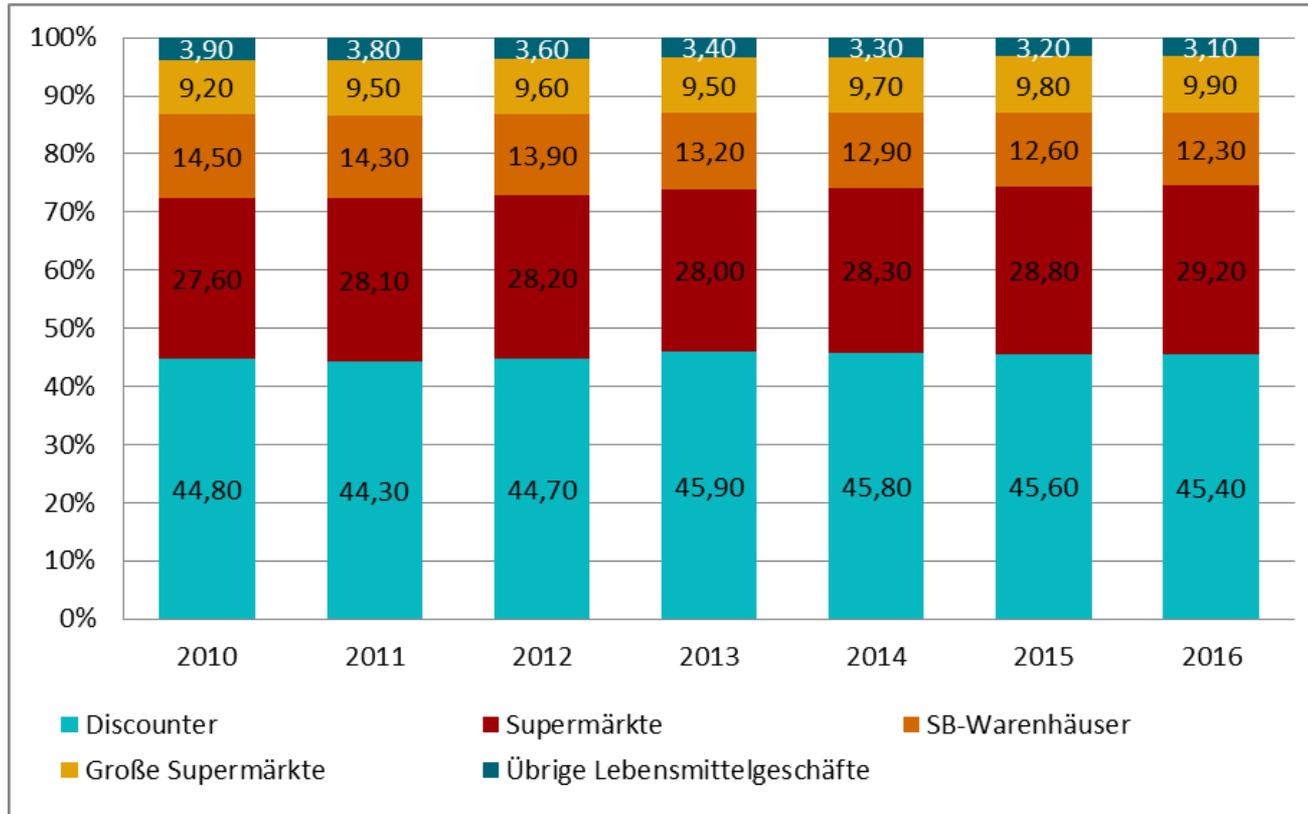
Nachfrageseite (Kunden)

- ⇒ Veränderungen in der Alters- und Sozialstruktur (Demographischer Wandel)
- ⇒ Kaufkraftentwicklung und Ausgabeverhalten
- ⇒ Schizophrenie der Kunden
- ⇒ Bequemlichkeit, Schnäppchenwahn, Erlebnishunger etc.

Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

Umsatzentwicklung nach Betriebsformen im LEH

Umsatzanteile der Lebensmittelanbieter nach Betriebsformen in Deutschland von 2010-2016



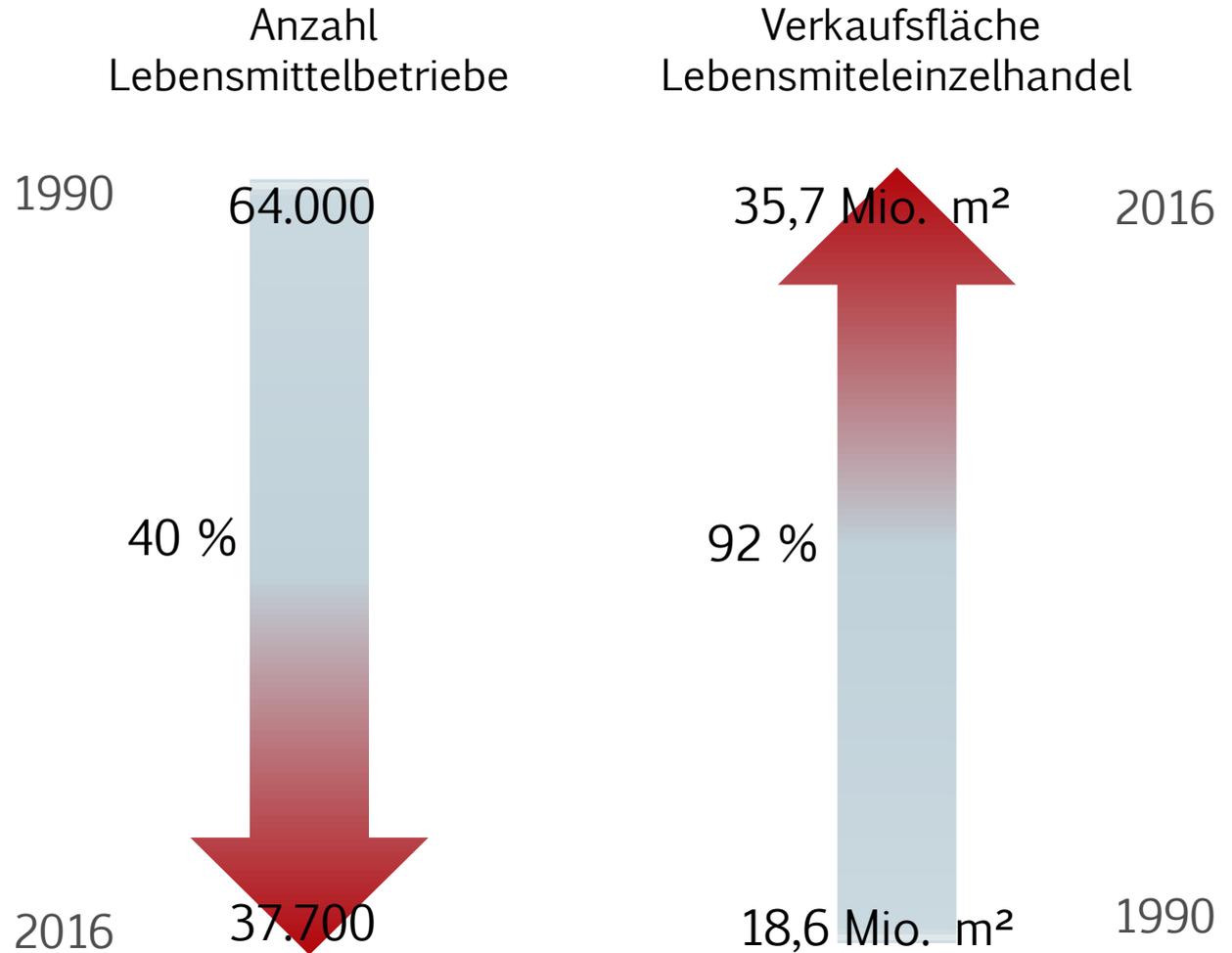
Quelle: <https://www.handelsdaten.de/>; Bearbeitung CIMA 2017

Discounter und Supermärkte gewinnen zu Lasten der SB-Warenhäuser und der übrigen Lebensmittelgeschäfte

Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

Entwicklung nach Betriebsformen im LEH

- Sinkende Anzahl an Lebensmittelbetrieben in Deutschland
- Rückgang v.a. auf der Kleinfläche
- starkes Flächenwachstum, vorrangig auf den filialisierten Lebensmitteleinzelhandel zurückzuführen



Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

Konsequenzen für die Stadt- und Gemeindeentwicklung



- Konzentration des Angebotes an bevölkerungsstarken Standorten
- Überversorgung und Kannibalisierung in einigen Städten, Gemeinden oder Stadtteilen
- Aufgabe nicht mehr zeitgemäßer Einzelhandelsimmobilien
- Ausdünnen der Nahversorgung v.a. im ländlichen Raum

1

Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

2

Verbraucher-/Konsumverhalten

3

Entwicklung der Nahversorgung

4

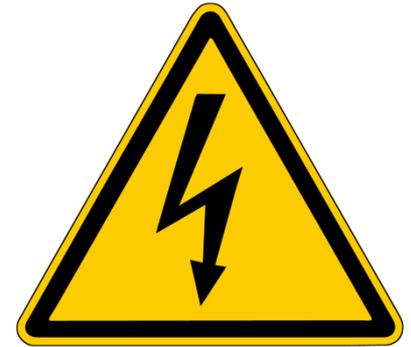
Betreiberkonzepte

5

Welche Trends bestimmen die Zukunft?

Der Verbraucher will...

- ...alles schnell und einfach einkaufen können
- ...am liebsten alles ums Eck erledigen können
- ...aber keinen Verkehr in der Nähe seines Wohnstandortes
- ...Qualität kaufen und wenig dafür bezahlen
- ...wissen, woher die Lebensmittel stammen
- ...gesundes Essen, gerne auch bio oder vegan
- ...viel Auswahl vorfinden und auch im Discounter Marken haben
- ...vielleicht auch online ordern und geliefert bekommen?



Quelle: pixelio.de/Thommy Weiss



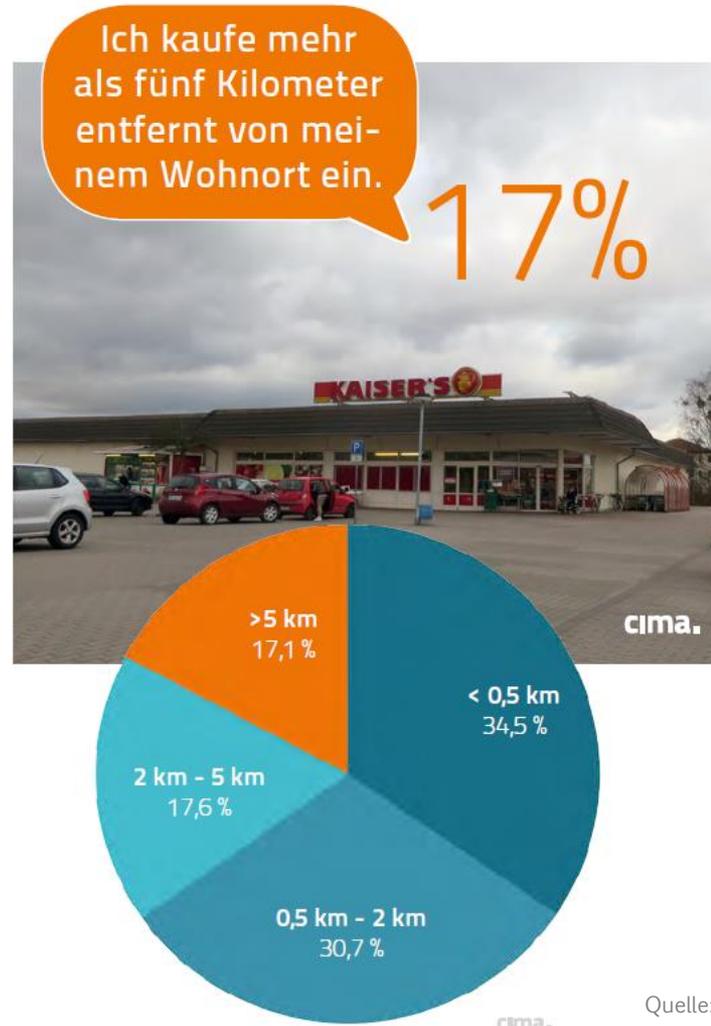
<http://kamelopedia.net/index.php/Datei:Wollmilchsau.jpg>

Verbraucherverhalten

CIMA Monitor 2016

cima.

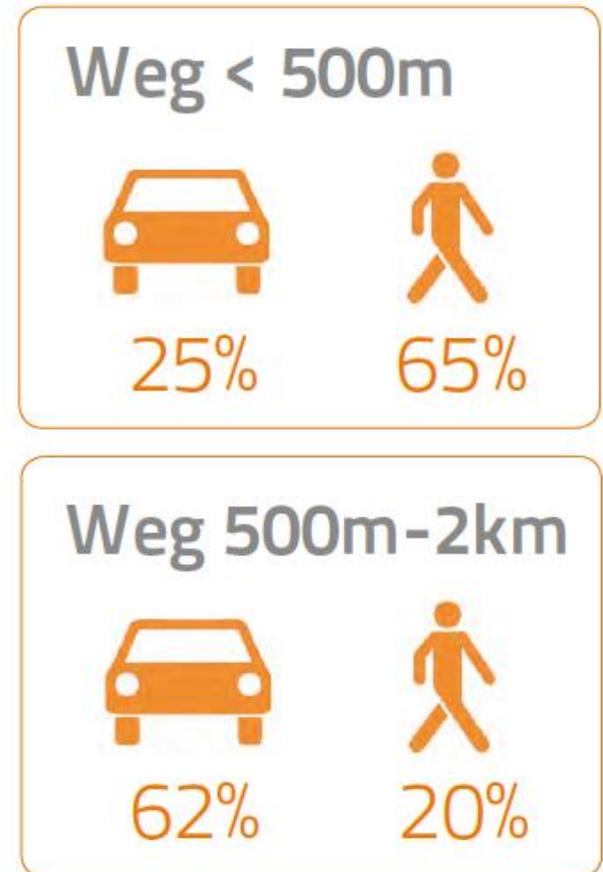
In welcher Entfernung von Ihrem Wohnort befindet sich der Einkaufsort, an dem Sie sich hauptsächlich mit Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittel) eindecken ?



Quelle: cima Monitor 2016

Anteil der Befragten, deren Entfernung zum Einkaufsort weniger als 500m vom Wohnort entfernt ist – nach Altersklassen

Wahl des Verkehrsmittel mit dem die Befragten Güter des täglichen Bedarfes einkaufen



Quelle: cima Monitor 2016

1

Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

2

Verbraucher-/Konsumverhalten

3

Entwicklung der Nahversorgung

4

Betreiberkonzepte

5

Welche Trends bestimmen die Zukunft?

Filialisierter Einzelhandel



Integrationsmärkte



Quellen:

<http://www.nahkauf.de/>

<http://frische-markt-straub.de>

<http://www.bonusmarkt.de/>

<http://www.cap-markt.de/>



Quelle: <http://www.roettenbach.de/index.php?id=1200,114>



Herzlich willkommen in Otersen...

...im Dorfladen & AllerCafé

Mit unserem Dorfladen "von Bürgern für Bürger" und unserem AllerCafé gleich nebenan sichern wir die Nahversorgung und die Lebensqualität für die Menschen im Süden unserer Gemeinde:

- 2.000 Lebensmittel auf 180 m²
- Regionale (Bio-) Produkte
- Täglich frische Backwaren
- Getränkemarkt | Hermes-Paketshop
- 40 Plätze im AllerCafé - am Aller-Radweg
- 48 Terrassen-Plätze - nur drei Kilometer bis zur Allerfähre

**"Wer weiter denkt,
kauft näher ein!"**



<http://www.otersen.de/dorfladen/>

- Kundenstruktur im Einzugsgebiet (weniger mobile Kunden, hoher Anteil Stammkunden)
- Hohe Identifikation der Dorfbewohner mit dem Projekt
- Regionale Frischwaren – Fleischtheke, Backwaren, Molkereiprodukte, Obst, Gemüse etc.
- Ergänzende Dienstleistungsangebote wie Post und Lotto
- Unterstützt die Zusammenhalt im Dorf – Treffpunkt für die Dorfbewohner

Mobile Konzepte

Rollende Supermärkte



Quelle: Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V.



<http://www.lemkes-rollender-supermarkt.de/>

1

Strukturelle Umbrüche im Einzelhandel

2

Verbraucher-/Konsumverhalten

3

Entwicklung der Nahversorgung

4

Betreiberkonzepte

5

Welche Trends bestimmen die Zukunft?

Welche Trends bestimmen die Zukunft?

Lebensmittelmärkte im Internet

CIMA.

- Lebensmitteleinkauf ortsungebunden zu jeder Tageszeit
- Lieferung deutschlandweit
- Auch Frischeprodukte können mit Kühlelementen ohne Unterbrechung der Kühlkette geliefert werden
- Produktpreise auf normalem Supermarktniveau
- am Beispiel Lieferladen regionale Ausrichtung



myTime.de
Wir bringen Lebensmittel.

Fresh
Allyouneed
SUPERMARKT

Lieferladen.de
Frische Vielfalt aus der Region

Lebensmittel online kaufen

Lieferladen.de ist der Online-Supermarkt für frische regionale Lebensmittel. Bestellen und kaufen Sie bequem in einem der Online-Shops und Sie werden zur Wunschzeit beliefert. Genießen Sie mit Lieferladen.de frische Vielfalt aus den Regionen Stuttgart oder Ulm.

Welche Trends bestimmen die Zukunft?

Amazon pantry/fresh, Lidl Vorratsbox, Edeka24

CIMA.

- Versand haltbarer Lebensmittel & Getränke sowie Haushaltswaren, Drogeriewaren, Beauty-Artikel, Baby- und Haustierbedarf
- Amazon fresh → frische und gekühlte Lebensmittel & Getränke



„Small-Talk statt Big Data“

The screenshot shows the website interface for Metzgerei Böbel. At the top, there is a navigation bar with links for 'SHOP', 'umdieWurst', 'WurstErlebnis', 'WurstVortrag', 'WurstKurs', and 'Firmenservice'. The main header features the logo 'METZGEREI BÖBEL RITTERSBACH' and the text 'jetzt geht es umdieWurst.de und noch viel mehr ...' with a photo of Metzgermeister Claus Böbel. Below the header is a menu with links like 'Aktuelles', 'Auftragsarchiv', 'Ladengeschäft', etc. The main content area has several sections: 'Einfach Online-Shop', 'Service Artikel-Schnellsuche', 'Aktueller Filmbbeitrag IHK Zukunftspreis', and 'Unsere aktuelle Empfehlung'. Overlaid on the bottom left is a photo of the shop exterior with a delivery truck, and on the bottom right is a photo of the kitchen staff in white uniforms working at a counter.

- Informationsquellen:
 - Webseite www.umdiewurst.de,
 - Facebook-Auftritt
 - eigener YouTube-Kanal
 - Inhalte:
 - Services des Ladens
 - artgerechte Haltung von Tieren
 - Herkunft des Fleisches
 - Herstellungsverfahren
- Website auch Vertriebskanal (bereits 50% Umsatz online)
- Weitere Angebote:
 - Workshops und Wurstkurse (z.B. Herstellung von Bratwürsten)
 - 24-Stunden-Selbstbedienung in Rittersbach
 - Versenden von Wurstbriefen
 - u.v.m.

In der Kunreuther Apotheke gibt's auch Brötchen

Im Juli haben Sonja Hornegger-Krumm und Reinhold Krumm ein ungewöhnliches Modell begonnen - und der Erfolg gibt ihnen bisher recht.



Quelle: <http://www.infranken.de/regional/forchheim/in-der-kunreuther-apotheke-gibt-s-auch-broetchen>

■ Kunreuth

- Insgesamt 1.200 Einwohner
- 4 Ortsteile, Kunreuth mit 600 EW der einwohnerstärkste Ortsteil

■ Neue Mitte

- Apotheke mit Bäckerei
- + Dorfladen
- + Landarztpraxis

Welche Trends bestimmen die Zukunft?

Frischeautomaten

Beispiel: Regiomat

- individuell befüllbar
- Verkaufsautomat gekühlt → auch Befüllung mit Frischwaren möglich
- Vermarktung/Gestaltung erfolgt über einen Dienstleister



- Weiterer Rückgang des nicht filialisierten kleinflächigen Lebensmittelhandels
- Der PKW-Einkauf wird in ländlichen Räumen nicht an Bedeutung verlieren
- Das Internet-Shopping wird auch den Lebensmittelhandel und die Nahversorgung (z.B. Zustelldienste/Lieferservice) beeinflussen
- „Bündelung“ verschiedener Nutzungen essentiell, um ein Nahversorgungsangebot im ländlichen Raum zu erhalten
- Verknüpfung des stationären Angebotes mit den wachsenden Möglichkeiten der Digitalisierung erhöhen die Erfolgchancen
- Und und und ...



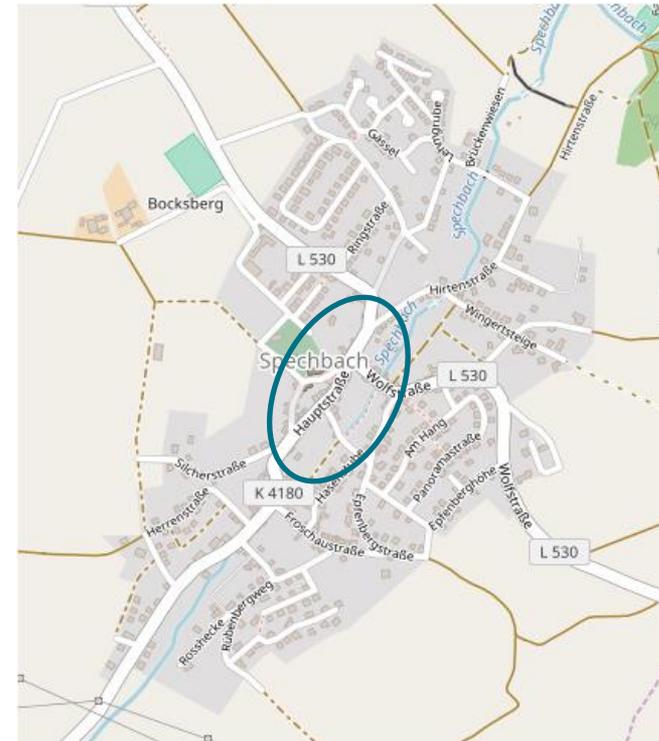
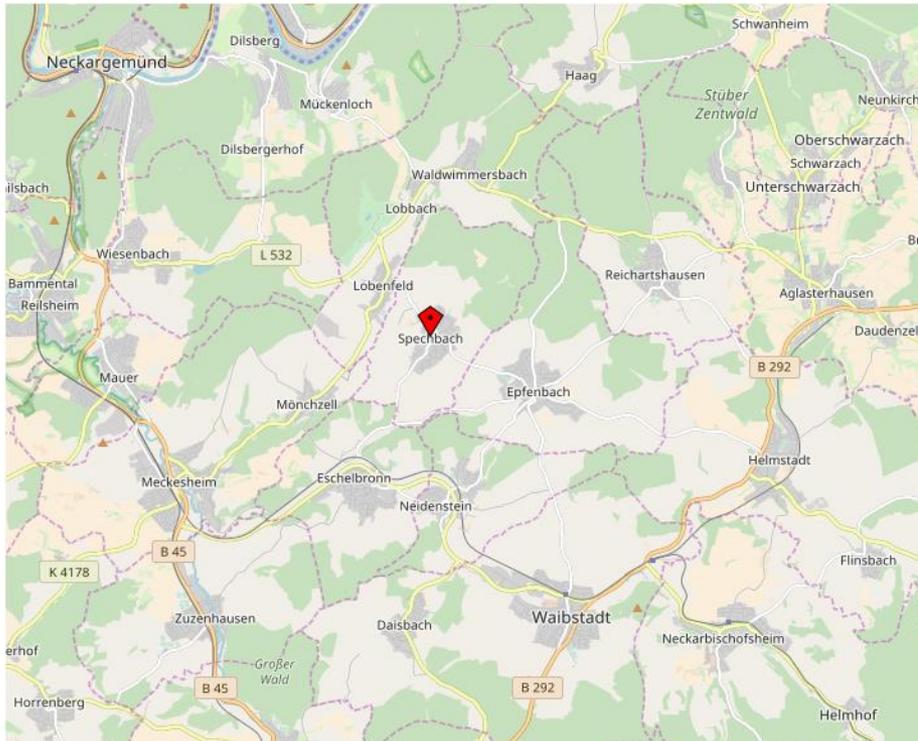
Fotos: Cima

- ... Heimat und Identität
- ... Kommunikation
- ... eine Bereicherung für das Ortsleben
- ... Umweltschonung und Verkehrsvermeidung
- ... ein wichtiges Stück Lebensqualität

1. Begrüßung
2. Ziele des Projektes und der heutigen Veranstaltung
3. Impulsvortrag Trends und Herausforderungen in der Nahversorgung
4. Ausgangslage Spechbach
5. Gruppenarbeit/Vorstellung der Arbeitsergebnisse
6. Ausblick und Verabschiedung

Siedlungsstruktur und Rahmenbedingungen

Spechbach



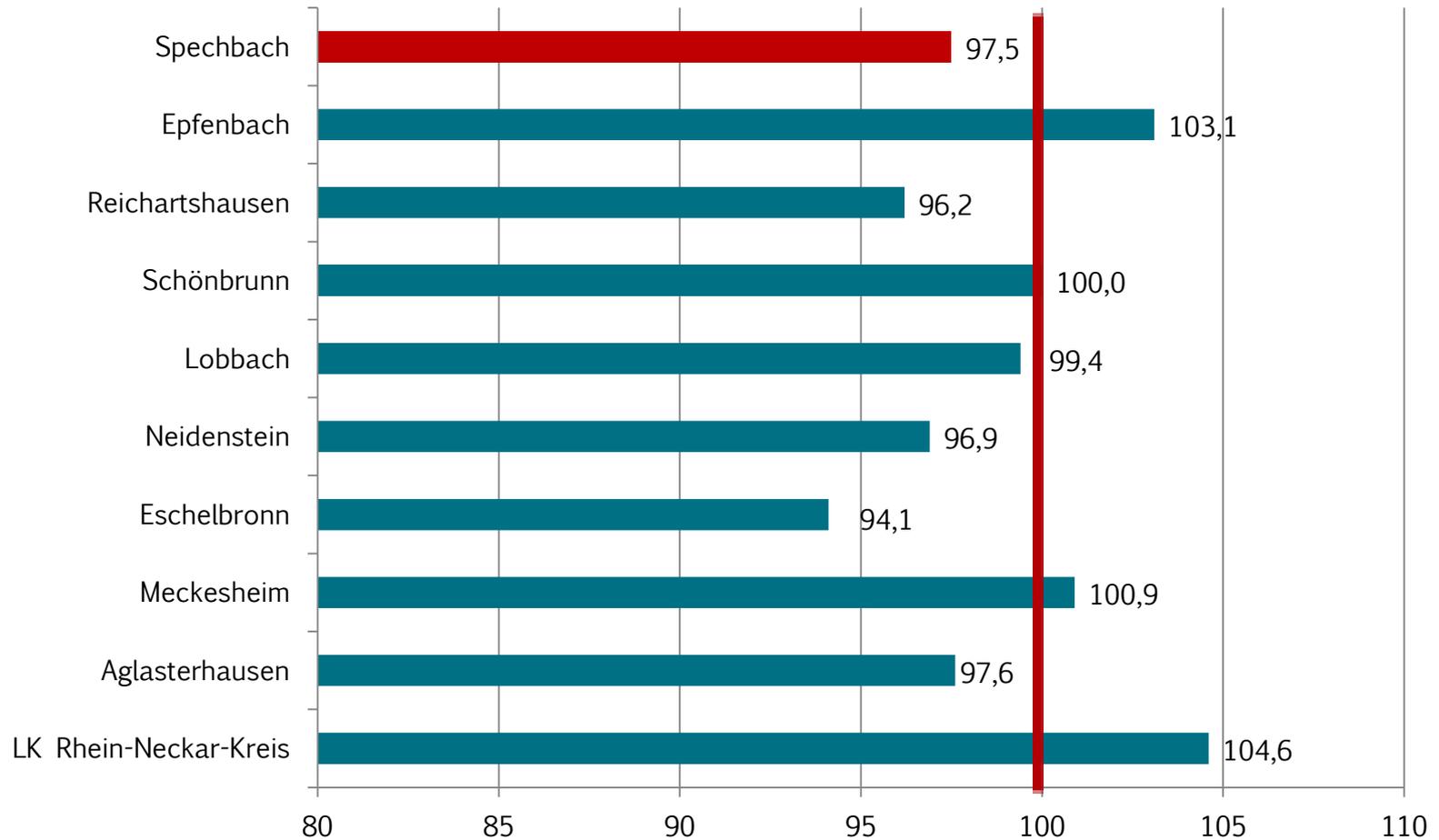
Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>)

Derzeit ca. 1.800 Einwohner

Prognose: 2035 – ca. 2.090 Einwohner

Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Spechbach





Quelle: www.spechbach.de

Verbrauchsausgaben 2017 in Deutschland pro EW und Jahr: 5.890,- €
Davon Lebensmittel, inkl. Reformwaren: 2.145,- €

Sortimente	Kaufkraft in Mio. €
Lebensmittel, inkl. Reformwaren	3,8
restl. kurzfristiger Bedarf	1,8
Kurzfristiger Bedarf insgesamt	5,6
mittelfristiger Bedarf insgesamt	1,9
langfristiger Bedarf insgesamt	2,8
Einzelhandel gesamt	10,3

Angebotsituation Nahversorgung

Gemeinde Spechbach

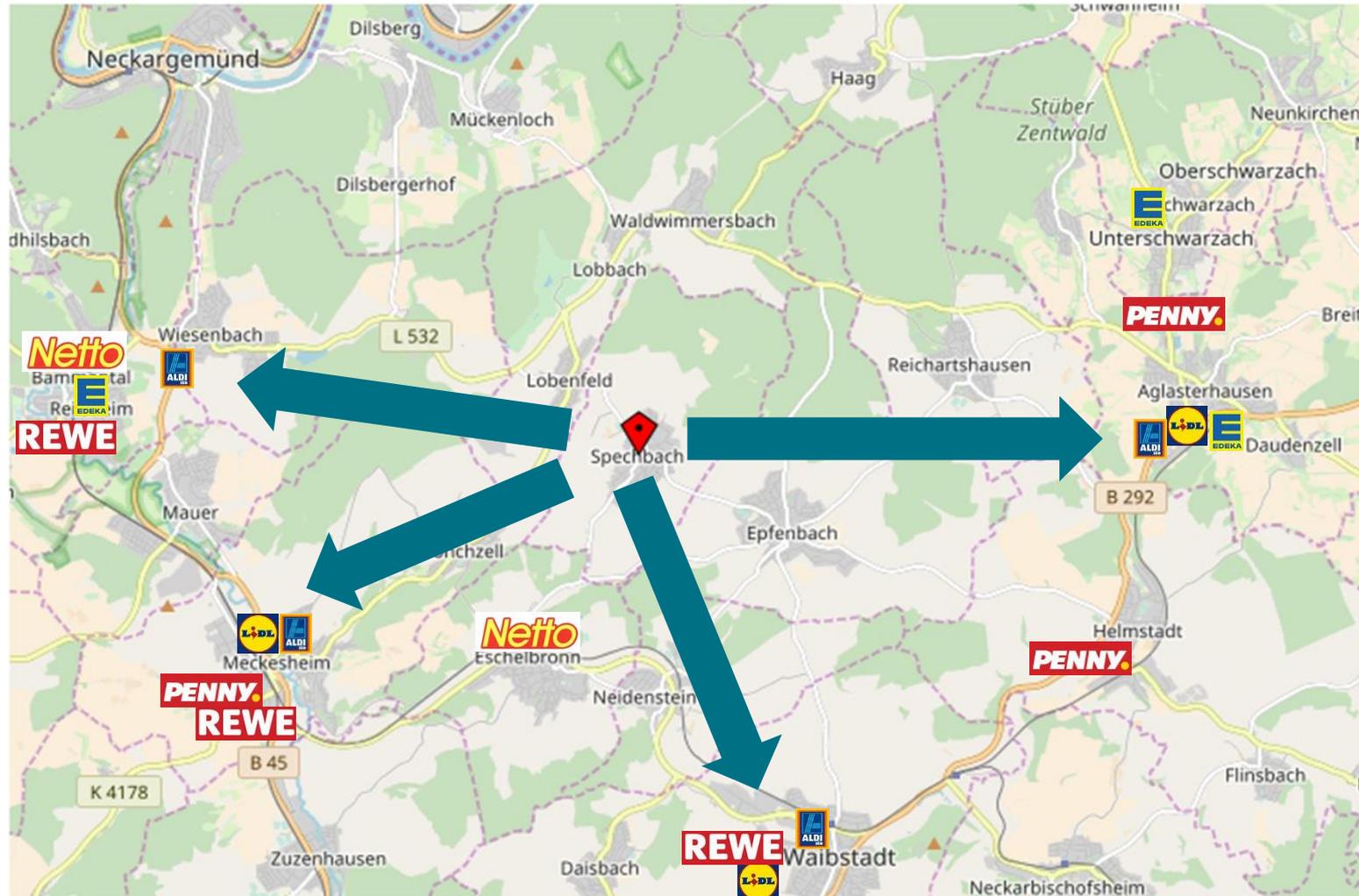
CIMA.



Fotos: CIMA, September 2017

- Kaufkraftbindung durch die Bestandsbetriebe liegt zwischen 5 – 10 %
- Entsprechend fließen ca. 90 % der vorhandenen Kaufkraft in die umliegenden Kommunen ab!

Wo fließt die Kaufkraft hin?



1. Begrüßung
2. Ziele des Projektes und der heutigen Veranstaltung
3. Impulsvortrag Trends und Herausforderungen in der Nahversorgung
4. Ausgangslage Spechbach
5. Gruppenarbeit/Vorstellung der Arbeitsergebnisse
6. Ausblick und Verabschiedung

Arbeitsphase

- Gruppenbildung
 - ca. 10 Mitglieder pro Gruppe
 - Benennung Gruppensprecher
 - gemeinschaftliche Bearbeitung der Leitfragen auf den vorbereiteten Moderationstafeln
 - Unterstützung durch die cima
 - Bearbeitung ca. 30 Min + anschließende Ergebnisvorstellung ca. 5 Min pro Gruppe

- Leitfragen

- Wie bewerten Sie das Nahversorgungsangebot in Spechbach? Was ist gut, was ist weniger gut?
- Wie stellen Sie sich die Zukunft der Nahversorgung in Spechbach vor?
- Welche Angebote sind Ihnen besonders wichtig?
- Welchen Beitrag kann/möchte ich leisten? Unterstützungsbedarf?
- Welche Erwartungshaltung habe ich an den Prozess?

1. Begrüßung
2. Ziele des Projektes und der heutigen Veranstaltung
3. Impulsvortrag Trends und Herausforderungen in der Nahversorgung
4. Ausgangslage Spechbach
5. Gruppenarbeit/Vorstellung der Arbeitsergebnisse
6. Ausblick und Verabschiedung

<https://marktplatz.neckartal-odenwald.de>



Im Rahmen des aus dem europäischen Programm LEADER geförderten Projektes „Intelligente Marktplätze“ wurden die Gemeinden Spechbach und Schönbrunn als Modellgemeinden für die Erarbeitung innovativer Ansätze zur Stärkung der Nahversorgung ländlicher Regionen ausgewählt. Hierfür erstellt die CIMA Beratung + Management GmbH bis April 2018 eine Konzept- und Machbarkeitsstudie. Diese beinhaltet eine detaillierte Bestandsaufnahme und Bedarfsanalyse, die Durchführung einer umfassenden Bürgerbeteiligung, sowie die Erarbeitung konkreter Konzepte und Handlungsempfehlungen zur Stärkung der Nahversorgung in den beiden Modellgemeinden.

Ausführliche Informationen, z.B. zu den weiteren Projektschritten, den beteiligten

Bald geht es los!

Wir informieren Sie gerne über den Start der Projektwebsite.
Tragen Sie einfach Ihre E-Mail-Adresse ein!

Für Newsletter anmelden

Intelligenter Marktplatz Spechbach

Prozessablauf



CIMA Beratung + Management GmbH

Analysephase Sept./Okt 2017	Nahversorgungs- forum I 11. Okt 2017	Bedarfsanalyse Okt./Nov 2017	Nahversorgungs- forum II 16. Januar 2018	Konzept- und Machbarkeits- studie März/April 2018	Nahversorgungs- forum III April 2018
<ul style="list-style-type: none">▪ Auswertung Grundlegendaten▪ Bestandsaufnahme Angebotsstruktur▪ Kaufkraftpotentiale, -bindung	<ul style="list-style-type: none">▪ Informieren über das Projekt▪ Impulsvortrag Nahversorgung▪ Bewertung des Angebotes▪ Bedarfsabfrage	<ul style="list-style-type: none">▪ Zusammenführung Analyse + Ergebnisse des Nahversorgungsforum I▪ Bedarfs- und Standortanalyse	<ul style="list-style-type: none">▪ Vorstellung und Rückkopplung der Standort- und Bedarfsanalyse▪ Ideenentwicklung für einen Intelligenen Marktplatz▪ Vernetzung der Akteure	<ul style="list-style-type: none">▪ Bedarfsgerechtes und individuelles Konzept, inkl. Wirtschaftlichkeitsanalyse, Organisations- und Marketingkonzept sowie Auswahl von Potentialstandorten	<ul style="list-style-type: none">▪ Vorstellung des finalen Konzeptes▪ Vertiefung der Umsetzungsschritte (Möglichkeiten der weiteren Beteiligung)

Intelligenter Marktplatz
Spechbach April 2018

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ihre Ansprechpartner:

Dipl.-Geogr. Florian Gillwald
gillwald@cima.de

M.Sc. Humangraphie Kerstin Gebauer
gebauer@cima.de

T 0711 6486462

Weitere Informationen zur cima und unseren
Projekten finden Sie auf unserer Homepage

www.cima.de