Arbeiten für einen attraktiven Markttreff: Kaufmann Volker Stiefel (links) und sein Mitarbeiter Michael Otto. REIMERS-RAETSCH (2)

Schöner Einkaufen auf dem Dorf

Markttreff oder „Rollender Kaufmann“: Studie untersucht Nahversorgung / Beispiele aus Groß Rheide und Tetenhusen

GROSS RHEIDE Fehlende Informationen oder Desinteresse der Kunden sowie der Wunsch nach vielseitigem Essen – das sind die Gründe, warum manche Dorfbewohner beim Einkauf Supermärkte bevorzugen. Ein „Rollender Kaufmann“ oder auch ein Markttreff kann bei diesem Angebot nicht mithalten und muss andere Nischen finden, erklärt Ulrich Jürgens. Der Professor vom Geografischen Institut der Universität Kiel hat drei Jahre lang zum Thema „Nahversorgung im ländlichen Raum“ geforscht.

Langfristige Bindung die Königsdisziplin

Das Ergebnis seiner Studie hat er den Bürgermeistern der Gemeinden Groß Rheide, Klein Rheide, Börm, Idstedt, Dannewerk, Borgwedel und Stolk vorgestellt, in denen seit drei Jahren der „Rollende Kaufmann“ als Nahversorger unterwegs ist. Auch auf der Einwohnerversammlung in Tetenhusen berichtete Jürgens von seinen Erkenntnissen. Dort gibt es einen Markttreff. „Sie sind bisher gesegnet mit einer Nahversorgung um die Ecke“, so Jürgens. „Sie haben einen Kaufmann, einen Bäcker und einen Schlachter vor Ort“. Es gebe viele Gemeinden, in denen „die leeren Augen“ geschlossener Läden daran erinnern, dass der Ort nichts mehr hat.

In der Studie wurde auch untersucht, wie es zu „Versorgungswüsten“ im ländlichen Raum kommt. Die Kriterien für Erfolg oder Misserfolg sind vielschichtig: fehlende Informationen zu Öffnungszeiten oder Angeboten, wie kommuniziert der Kaufmann mit den Kunden, wie weit ist es zum nächsten Discounter oder Supermarkt. Seit 1950 wurden im ländlichen Raum viele kleine Läden geschlossen und große Discounter eröffnet. Die Begründung für die Schließungen war oft: Das Angebot sei den Kunden nicht groß genug. Im Gegensatz dazu bedeutet dies jedoch, dass die Discounter immer größer und die Wege dorthin immer weiter werden, so die Studie.

„Die Menschen vergleichen, und wenn im Umkreis von zehn Autominuten Supermärkte erreichbar sind, haben es die Kleinen doppelt schwer.“

Professor Ulrich Jürgens
Universität Kiel

Da jedoch die meisten Bewohner auf dem Land mobil sind, wurde dieser Punkt nicht zwingend als Nachteil angesehen. „Die langfristige Bindung der Kunden ist die Königsdisziplin“, erklärt Jürgens. Dabei spiele es auch eine Rolle, wie bemüht und sympathisch der Kaufmann ist und ob neben der Grundversorgung auch Kommunikation und Gemeinschaft geboten werde. Dorfladen oder „Rollender Kaufmann“ sind auch Tauschplatz für Informationen, so Jürgens. Lieferservice, Zuverlässigkeit und die Erreichbarkeit anderer Versorger wie Bäcker oder Tankstelle spielen ebenfalls eine große Rolle.

Ältere Bewohner möchten Lieferservice

Die Kunden des „Rollenden Kaufmannes“ sind nicht zwingend ältere Menschen. Pünktlichkeit, Qualität, Verlässlichkeit, regionale Produkte und der persönliche Umgang mit den Kunden werden als Gründe für die Nutzung genannt. Unfreundlichkeit, hohe Preise, zu kurze Stopps und nicht genug Werbung werden als negativ empfunden. Ein Zehntel der Einwohner aus den betroffenen Gemeinden nutzt das Angebot, haben die Bürgermeister festgestellt. „Die bunte Warenwelt drumherum ist einfach zu groß“, bestätigt Jürgens. Der Kaufmann müsse aber immer wieder neu der Informationsleere entgegen wirken, regionale Produkte vermarkten und kontinuierlich um die Kunden werben. So auch Kaufmann Volker Stiefel in Tetenhusen. „Ich habe den Lieferanten gewechselt und die Preise auf Supermarktniveau angepasst“, erklärt Stiefel. Dennoch wird der Markttreff von den Jüngeren im Ort vorwiegend für kleine Einkäufe genutzt. Die Älteren wünschen sich einen Lieferservice, weil viele von ihnen den Wocheneinkauf nicht alleine nach Hause tragen können. Zu diesem Punkt ist Stiefel mit dem örtlichen Landfrauenverein im Gespräch, ob ein solcher Dienst auf ehrenamtlicher Basis eingerichtet werden könnte.

Ute Reimers-Raetsch

Mobiles Warenangebot: Beispiel für einen „Rollenden Kaufmann“, wie es ihn in Groß Rheide und Umgebung gibt. ARCHIV-DPA

STUDIE DER UNI KIEL

> Professor Dr. Ulrich Jürgens vom Geografischen Institut der Universität Kiel hat drei Jahre zum Thema „Nahversorgung im ländlichen Raum“ geforscht.
> Sein Team hat die Bewohner zahlreicher Dörfer in Schleswig-Holstein befragt.
> In Tetenhusen wurden 400 Fragebögen verteilt, gut ein Drittel davon wurde ausgefüllt zurückgeschickt.
> Mehr als zwei Drittel der Teilnehmer waren weiblich, nur fünf Prozent der Haushalte hatten kein Auto, 32 Prozent waren Rentner.
> 95 Prozent der Befragten in Tetenhusen gaben an, im örtlichen Markttreff einzukaufen, davon waren deutlich mehr ältere als jüngere Bewohner.
> Der Preis spielte in der Bewertung eine große Rolle. *ute*