

Stuttgarter Zeitung 09.01.03  
Region Stuttgart

Brezeln gibt"s bald nur noch im Nachbarort

## **Einzigster Lebensmittelladen in Gammelshausen schließt-Betreiberin: Das Geschäft lohnt nicht**

&/TV

GAMMELSHAUSEN. Am 12. Dezember war die Geschäftswelt in Gammelshausen (Kreis Göppingen) noch in Ordnung. Da fand sich eine neue Betreiberin für den einzigen Lebensmittelladen. Einen Monat nach der Eröffnung wird der Laden aber jetzt geschlossen.

Von Klaus Nonnenmacher

Nur noch diese Woche hat das Lädle "um"s Eck" geöffnet. "Dann ist Schluss", erklärt die Betreiberin Sigrid Bruns. "Ich muss die Notbremse ziehen. Jeden Tag muss ich draufzahlen", sagt sie. Für manchen Kunden kommt die bevorstehende Schließung einer Katastrophe gleich.

"Der nächste Bäcker ist in Dürnau. Zwei Kilometer muss ich dann jeden Tag laufen, um einzukaufen. Wir Alten haben doch kein Auto und können nicht zum nächsten Supermarkt fahren", klagt eine Seniorin. "Als ich nach Gammelshausen kam, 1946, da gab es 400 Einwohner und zwei Läden. Jetzt sind es 1600 Einwohner und gar kein Lädle mehr", sagt sie. Dass der Laden nur vier Wochen nach der Neueröffnung schon wieder schließt, verstehe sie nicht: "Die Leute haben doch dort eingekauft. Man muss als Geschäftsmann doch durchhalten können."

"Die Kundschaft kommt schon, aber der Umsatz stimmt hinten und vorne nicht", entgegnet Sigrid Bruns. Ihr Konzept hatte noch im Dezember die Gemeinde überzeugt. Frisches Obst und Gemüse, Backwaren, Lebensmittel und Haushaltsartikel hat sie im Sortiment und auch noch zu günstigen Preisen. "Dieselben Preise wie im großen Sparmarkt in Heiningen", beteuert Sigrid Bruns. "Aber die Leute kaufen nur hauptsächlich Backwaren, Zeitungen, Zigaretten und vielleicht noch Molkereiprodukte. Die Gewinnspannen sind einfach viel zu gering", erklärt die Kauffrau. Weil Obst und Gemüse kaum gekauft wurden, hat sie die "Frischtheke" schon so gut wie ausgeräumt.

Von den Umsätzen könne sie nicht leben und auch nicht die Löhne für ihre zwei Halbtagskräfte aufbringen. Ohne das Personal gehe es aber auch nicht. "Die Kunden wollen an der Backwarenthek bedient werden und rasch an der Kasse zahlen. Das geht nicht im Einmannbetrieb", befindet Sigrid Bruns. "Sechs Monate weiter Miete zahlen kommt mich billiger, als den Laden weiterzubetreiben." Vom kommenden Samstagmittag an sperrt sie deshalb den Laden endgültig zu.

Seit Jahren schon bängen die Gammelshausener um ihr Lädle. An vorderster Front hat sich immer wieder der Bürgermeister Hans-Peter Zaunseder um den Erhalt des Geschäfts stark gemacht. Damit der Laden weniger personalaufwendig ist, hat sogar vor einem Jahr der Bauhof

beim Umbau geholfen, um die Verkaufsfläche zu verkleinern.

"Jetzt bin ich erst einmal ratlos", sagt der Bürgermeister. Auch er kritisiert, dass die Betreiberin so schnell aufgibt. "Die haben noch gar keine Werbung für den Laden gemacht", so Zaunseder. "Die Schließung hat sich aber im Ort sofort herumgesprochen", kontert Sigrid Bruns auf diesen Vorwurf.

Noch am Dienstag hat Zaunseder vergeblich versucht, Sigrid Bruns umzustimmen. Aufgeben will er den Laden aber noch nicht.

Aktualisiert: 09.01.2003, 06:05 Uhr

<http://www.wordspy.com/>

Welcome to the home of the Word Spy. This Web site and its associated mailing list are devoted to recently coined words, existing words that have enjoyed a recent renaissance, and older words that are being used in new ways.

Each weekday, the Word Spy presents a new word, its definition, and a citation (usually from a major newspaper or magazine) that shows how people are using the word. You also get extra goodies such as background on the word's formation, a list of related words from the Word Spy database, quotations on words and language, and more.

Use the tabs above and the links on the right to navigate the site. I hope you enjoy your visit to the Word Spy.

—Paul McFedries

<http://www.wordspy.com/words/fooddesert.asp>

## food desert

(FOOD dez.urt) *n.* An urban area where fresh food is either non-existent or too expensive

The term "**food desert**" was coined to describe areas with limited access to healthy food. There are **food deserts** all over Britain, in rural as well as urban areas. "It's not just a matter of there being no shops," says Elizabeth Dowler, a sociologist at Warwick University. "Often there are shops. But these tend to be meagre, run-down shops which sell little or no fresh food." A recent study of Sandwell, West Bromwich, for instance, found that around 90% of the households in the area were within 500 metres of shops that sold junk food and fizzy drinks. Less than 20% of the houses were within 500 metres of a shop selling fresh fruit and vegetables. This can be attributed largely to the steady increase in the number of supermarkets in Britain since the 1970s and the commensurate decline in the number of independent grocers. Around 80% of food shopping is now done in supermarkets, compared with less than 50% 25 years ago.

—"Getting stuffed," *The Economist*, July 27, 2002

Posted on April 30, 1999  
Last updated on July 28, 2002

**Backgrounder:**

The earliest citation I could find uses the longer (and clearer) phrase **fresh food desert**:  
The healthy-eating boom that swept muesli-belt Middle England through the 1980s by-passed Tipton. Money was too tight. Like thousands of other communities across Britain, it had been transformed by the exodus of the big supermarkets to out-of-town greenfield sites into what the experts call a '**fresh food desert**'.

—Judy Jones, "The fast food trap," *The Observer*, January 21, 1996

Chance für den Dorfladen – Nahversorgung

Lebensmittel-Praxis Nr.23 / Nov 2003

Spezialitäten, Region etc

Nachbarschaftsläden, Bauernmärkte, Fahrdienste usw

- Baden-Württembergische Initiative [www.ehv-baden-wuerttemberg.de](http://www.ehv-baden-wuerttemberg.de)

-

Auf dem Dorf schließen immer mehr Läden

Stuttgarter Zeitung 01.07.05 / Wirtschaft

Verbraucherschützer fordern bessere Vermarktung von regionalen Produkten

Studie – IÖS – Rheinland-Pfalz

**Titel:** Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum

**Datum Projektbeginn- Datum Projektende** 08/04 - 12/04

**Gefördert durch:** Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., Berlin

**Kooperationspartner:** keine

**Bearbeitet von:** Ulrich Petschow

**Beschreibung des Projektes:** Ziel des Forschungsvorhabens war es, die Gewährleistung der Nahversorgung in ländlichen Räumen Deutschlands zu untersuchen. Dabei wurde einerseits die quantitative und qualitative Ausstattung des Einzelhandels gemessen, wobei insbesondere räumliche Verteilungsmuster von Interesse waren. Andererseits stand auf der Verbraucherseite die Frage nach der Teilhabe weniger mobiler Bevölkerungsgruppen (vor allem Ältere und Behinderte) im Vordergrund. Abgehoben wurde hierbei auf vier Landkreise, die im Rahmen einer Einzelfalluntersuchung vertiefend betrachtet werden. Die Ergebnisse wurden in ihren Folgen auf den ländlichen Raum insgesamt übertragen.

**Kontakt:** [Ulrich.Petschow@ioew.de](mailto:Ulrich.Petschow@ioew.de)

**Publikationen:** keine

[http://www.ioew.de/index2.html?http://www.ioew.de/projekte/projekte\\_ergebnis\\_5.php?option\\_n\\_r=2&ff=5](http://www.ioew.de/index2.html?http://www.ioew.de/projekte/projekte_ergebnis_5.php?option_n_r=2&ff=5)

---

1. Juli 2005

### **Nachhaltigkeitsberichte: Vertrauen durch Kontrolle?**

Nachhaltigkeitsberichte gehören heute bei größeren Unternehmen zur Standardausstattung. Ihr Ziel: die Anspruchsgruppen zu informieren und dadurch Vertrauen zu schaffen. Doch während angloamerikanische Unternehmen ihre Angaben durch Externe prüfen lassen, konnte sich die so genannte Testierung in Deutschland bislang nicht durchsetzen. Ob das ein Versäumnis ist und wann sich Testate wirklich lohnen untersucht die IÖW- Studie "Mehr Glaubwürdigkeit durch Testate? Internationale Analyse des Nutzens von Testaten in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung."

[Kurzfassung der Studie zum Download \(424 KB\)](#)

[Gesamtstudie zum Download \(1,29 MB\)](#)

[zum Projekt](#)

30. Juni 2005

### **Einkaufen auf dem Land -**

**IÖW-Studie zur Nahversorgung im ländlichen Raum wird heute vorgestellt**

[http://www.ioew.de/projekte/4\\_7\\_x\\_projektseite\\_template.php?pj\\_id=731.0000](http://www.ioew.de/projekte/4_7_x_projektseite_template.php?pj_id=731.0000)

[http://www.ioew.de/projekte/4\\_7\\_x\\_projektseite\\_template.php?pj\\_id=731.0000](http://www.ioew.de/projekte/4_7_x_projektseite_template.php?pj_id=731.0000) Wenn zum Abendessen etwas fehlt, dann geht man in den Supermarkt um die Ecke. Für etwa 8 Millionen Menschen in Deutschland ist dies aber nicht mehr so einfach: Gerade in kleineren Kommunen geht der Einzelhandel zurück. Besonders betroffen davon sind weniger mobile Menschen: Ältere, sozial schwache Menschen und Menschen mit Behinderungen. Das fand das IÖW in einer Studie im Auftrag des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen (vzbv) heraus. Die Studie wurde heute der Öffentlichkeit vorgestellt.

[zum Verbraucherzentrale Bundesverband](#)

Kurzfassung der [Studie als PDF](#)

[Pressemitteilung des VZBV als PDF](#)

23. Juni 2005

presseinfo presseinfo presseinfo

presseinfo presse-info

**Ländliche Regionen:**

**Verbraucher auf dem Land sind zunehmend von der Nahversorgung abgekoppelt**

**Edda Müller: „Abwärtsentwicklung stoppen,,**

30. Juni 2005 – Immer mehr Verbraucher in ländlichen Gebieten sind von der Nahversorgung abgekoppelt. Selbst in größeren Gemeinden ist die Versorgung mit Lebensmitteln und anderen Alltagsprodukten vielfach nicht mehr existent – bis zum nächsten Geschäft müssen die Verbraucher immer weitere Wege zurücklegen. Von der Unterversorgung sind bundesweit bis zu acht Millionen Verbraucher in ländlichen Regionen betroffen, so das Ergebnis einer vom Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) veröffentlichten Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung. Gleichzeitig ist das Potential für die regionale Vermarktung von Lebensmitteln bisher kaum ausgeschöpft. „Die Situation im Einzelhandel ist ein Warnzeichen, dass die

**Abwärts-entwicklung bei der Versorgung ländlicher Regionen gestoppt werden muss,,  
sagte vzbv-Vorstand Prof. Dr. Edda Müller auf einer Tagung zur Zukunft ländlicher  
Regionen in Berlin.**

„Die teilweise dramatische Entwicklung zeigt, dass Verbraucherpolitik und ländliche Entwicklung zusammengehören,, so Edda Müller. „Diese Erkenntnis muss sich auch bei der künftigen Agrar- und Verbraucherpolitik widerspiegeln., Die deutsche Landwirtschaft als Rückgrat der ländlichen Entwicklung habe nur *mit* den Verbrauchern eine Chance: „Es geht um die Verbraucher als Käufer von heimischen Lebensmitteln. Gleichzeitig sind die Verbraucher als erste betroffen von fehlenden Angeboten im Einzelhandel, bei der ärztlichen Betreuung oder von steigenden Kosten für Wasser und Müllabfuhr.,

**Regionalmarketing: Häufig unprofessionell und ohne Konzept**

Die deutsche Landwirtschaft rief sie auf, sich stärker an den Erwartungen der Verbraucher zu orientieren. So übersteige die Nachfrage nach ökologischen und tiergerechten Produkten bereits das in Deutschland verfügbare Angebot. Dies trifft auch auf regional erzeugte Lebensmittel zu. Zwar gebe es eine große Nachfrage: Doch Kennzeichnung und Vermarktung regionaler Lebensmittel sind völlig unzureichend. So ergab ein gemeinsames Projekt von vzbv und Deutschem Verband für Landschaftspflege (DVL), dass die Professionalität vieler Regionalinitiativen noch unterentwickelt ist. Mangel gibt es auch bei der Verfügbarkeit, Liefertreue und Preisgestaltung, so die Ergebnisse des BMVEL-geförderten Projekts.

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 1/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo

Der Vorsitzende des DVL, Josef Göppel, sagte: „Wir brauchen mehr regionale Kooperation als Antwort auf die globale Konzentration., Mit der zunehmend kritischen Nahversorgung ländlicher Gebiete sieht der DVL-Vorsitzende auch die vom Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse,, in Frage gestellt. „Die Politik hat sich um die Versorgungsprobleme ländlicher Regionen bisher herumgedrückt,, kritisierte Göppel. Die Instrumente der Raumplanung hätten sich als untauglich erwiesen, diesen Prozess zu stoppen.

Der vzbv legte einen Maßnahmen-Katalog zur Förderung ländlicher Regionen vor. Kernbestandteile sind die Kopplung der EU-Agrarausgaben an die ländliche Entwicklung, intensivierete Regionalvermarktung landwirtschaftlicher Produkte, die Förderung erneuerbarer Energie und verbindliche Standards für die Versorgung mit öffentlichen Dienstleistungen wie Post oder öffentlicher Verkehr. Maßnahmen-Katalog für ländliche Entwicklung

Kopplung der EU-Agrarausgaben an ländliche Entwicklung:

Subventionen für die Landwirtschaft sind dauerhaft nur konsensfähig, wenn sie an gesellschaftlich akzeptierte Leistungen der Landwirtschaft für Natur und Umwelt, für den Tierschutz, den Verbraucherschutz und soziale Leistungen, wie Beschäftigung im ländlichen Raum geknüpft werden.

- Die Direktzahlungen an Landwirte („erste Säule,,) müssen stärker an ökologische und soziale Kriterien gebunden werden. Die Mittel in der zweiten Säule zur Förderung der ländlichen Entwicklung müssen zu Lasten der ersten Säule aufgestockt werden.

Vorrang für Lebensmittel aus der Region:

Viele Verbraucher bevorzugen Lebensmittel aus der Region. Das Potential einer stärkeren regionalen Versorgung mit Lebensmitteln ist bislang jedoch nicht einmal ansatzweise ausgeschöpft. Kernprobleme sind das unzureichende Marketing und die mangelnde Erkennbarkeit regionaler Produkte. Die Beispiele

des Bio-Siegels und der Eier-Kennzeichnung zeigen, dass Verbraucher vermehrt zu höherwertigen Produkten greifen, wenn es eine klare Kennzeichnung gibt.

- Für alle Lebensmittel muss eine Herkunftsbezeichnung eingeführt werden, damit Verbraucher Produkte aus der Region auf einen Blick erkennen können.
- Für regional erzeugte Lebensmittel sollte es ein bundesweit einheitliches Dachmarken-System geben.
- Diese regionale Dachmarke sollte in einer nationalen Kampagne von Bundesregierung, CMA, Tourismus, Handwerks- und Verbraucherverbänden parallel zur Fußball-WM 2006 ins öffentliche Bewusstsein gerückt werden.

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 2/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo

cherverbänden parallel zur Fußball-WM 2006 ins öffentliche Bewusstsein gerückt werden.

Ausbau alternativer Einkommensmöglichkeiten für die Landwirtschaft:

Der Beitrag der Land- und Forstwirtschaft zur Energiegewinnung wird angesichts hoher Importpreise immer wichtiger. Schon jetzt liegen beispielsweise die Preise für Holzpellets unter denen für Heizöl und Erdgas. Auch Biodiesel und Windenergie sichern Arbeit und Einkommen auf dem Land.

- An der Förderung erneuerbarer Energie durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz muss daher auch im Interesse der ländlichen Regionen festgehalten werden.

Kein Rückzug der Post aus der Fläche:

Die Post ist mehr als ein Dienstleister wie jeder andere – wo sich die Post zurückzieht, hat auch der Einzelhandel kaum noch eine Chance.

Die Bereitschaft der Deutschen Post AG, in Zusammenarbeit mit Einzelhändlern zusätzliche 300 Kleinfilialen in ländlichen Gebieten zu schaffen, ist deshalb ein positives Signal.

- Auch nach dem Ende des Briefmonopols der Deutschen Post Ende 2007 müssen die in der Post-Universaldienstleistungs-Verordnung (PUDL-V) festgeschriebenen Standards erhalten bleiben. Im Klartext: Die Zahl der Postfilialen und die Versorgung ländlicher Gebiete muss weiter gewährleistet sein.

Leitplanken für einen Standortausgleich bei der Marktliberalisierung:

Die Liberalisierung öffentlicher Dienstleistungsmärkte wie Strom, Gas oder Telekommunikation darf nicht zu einer Sortierung „guter“ und „schlechter“ Standorte führen: Die Versorgung ländlicher Gebiete mit Strom, Gas oder Wasser zu vertretbaren Kosten muss auch künftig gewährleistet bleiben.

- Eine effektive Regulierung muss verhindern, dass Verbraucher in ländlichen Regionen höhere Infrastrukturkosten tragen müssen. Wirksam durchgesetzte einheitliche Standards müssen Marktversagen ausgleichen.
- Der Regulierungsansatz des Postmarktes (Stichwort „PUDL-V,“) sollte auf andere liberalisierte Märkte übertragen werden.
- Die bestehende Wasserversorgung hat sich bewährt – eine Liberalisierung ist abzulehnen.

### Reform des Kartellrechts:

Das Kartellrecht geht bisher von der Fiktion aus, funktionierender Wettbewerb im Einzelhandel sei schon dann gegeben, wenn im Umkreis von 20 Kilometern unterschiedliche Lebensmittelgeschäfte existieren. Dies geht an den Realitäten vorbei.

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 3/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo presse-info

- Das Kartellrecht muss künftig an der tatsächlichen Erreichbarkeit auch für wenig mobile Verbraucher ausgerichtet werden.

### Ausrichtung der Raumplanung an der Nahversorgung:

Bisher fehlen wirksame Instrumente der Raumplanung, die die Nahversorgung sicherstellen.

- Überkommunale kooperative Planungsansätze müssen an die Stelle der bisherigen Standortkonkurrenz und des „Bürgermeisterwettbewerbs“, um Neuansiedlungen auf der grünen Wiese treten.
- Die Genehmigung von Neuansiedlungen im Einzelhandel darf sich nicht nach rein formalen Kriterien wie der Quadratmetergröße richten, sondern muss sich an den Folgen für die Nahversorgung orientieren.

### Weitere Informationen:

- Zentrale Ergebnisse der Einzelhandelsstudie □ Seite 5
- Fallstudien: Region Trier, Nienburg/Weser, Prignitz □ Seite 6
- Zahlen und Fakten im Überblick □ Seite 8
- Gesprächspartner und Quellen □ Seite 9

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 4/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo presse-info

### Zentrale Ergebnisse der Einzelhandelsstudie:

Die Prognosen über die Nahversorgung im ländlichen Raum stützen sich auf eine vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes erstellte Studie. In Fallstudien wurden Regionen in Brandenburg, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz untersucht.

- Immer mehr Orte im ländlichen Raum verfügen nicht mehr über stationäre Einkaufsstätten. Die Situation wird sich in Zukunft noch weiter verschärfen.
- Der Wandel des Lebensmitteleinzelhandels - Konzentration und Rückzug aus der Fläche – trifft verschiedene Verbrauchergruppen höchst unterschiedlich: Die mobilen Teile der Bevölkerung können, bei erhöhtem Verkehrsaufwand, die Preis- und Qualitätsvorteile des großflächigen Einzelhandels nutzen. Weniger mobile Verbraucher werden ausgeschlossen.
- Abwanderung und Überalterung der Bevölkerung werden die Probleme der Nahversorgung noch vergrößern.

### Mangelnde Nahversorgung wird zum sozialen Problem

Die mangelnde Nahversorgung wird zunehmend auch zum sozialen Problem – für ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen oder Verbraucher mit geringer Kaufkraft stellen die großen Entfernungen oft ein kaum überwindbares Problem dar. „Was nutzt es, wenn immer

mehr Busse oder Supermärkte behindertengerecht ausgestattet sind, wenn die Fahrt zum nächsten Geschäft mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu einer Tagesreise wird,, so Edda Müller. „Viele Menschen macht die fehlende Nahversorgung erst zu Behinderten.,

Fromme Wünsche im Kartellrecht

Als kontraproduktiv für die Nahversorgung bewertet der vzbv das deutsche Kartellrecht: Funktionierender Wettbewerb wird unterstellt, wenn in einem Radius von 20 Kilometern oder 20 bis 30 Fahrminuten unterschiedliche Lebensmittelgeschäfte angesiedelt sind.

Diese Vorgabe stellt auf durchschnittliche Verbraucher ab, die als Fahrzeugeigentümer mobil sind. Die Erreichbarkeit unterschiedlicher Läden, wie sie bei der Abgrenzung des relevanten Marktes durch das Bundeskartellamt unterstellt wird, ist noch in weitaus geringerem Maße sichergestellt. „Dies zeigt, dass das Bild vom „mündigen Verbraucher,, der souverän zwischen dem Discounter, dem Supermarkt, dem Hofladen und dem Bioladen wählen kann, eine reine Fiktion ist,, so vzbv-Vorstand Edda Müller.

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 5/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo

Tatsächlich hat das deutsche Kartellrecht und seine Auslegung durch die zuständigen Gerichte insbesondere in den achtziger Jahren zu einem Konzentrationsschub auf der Unternehmensebene geführt. Dadurch wurden auch durchaus wettbewerbsfähige regionale Anbieter übernommen bzw. vom Markt verdrängt. Der Konzentrationsprozess traf dabei nicht nur ineffiziente Anbieter („Tante-Emma-Läden,,), sondern auch leistungsfähige mittelständische Unternehmen.

Fallstudien: Region Trier, Nienburg/Weser, Prignitz

Die Nahversorgungs-Studie des vzbv hat die Situation in vier Landkreisen in drei Regionen näher untersucht. Die Landkreise Daun, Bitburg-Prüm (beide Region Trier), Nienburg/Weser und Prignitz stehen stellvertretend für die ländlich geprägten Landkreise in ganz Deutschland.

Im Landkreis Daun in Rheinland-Pfalz verfügen 74 der 109 Gemeinden über keinerlei Nahversorgungseinrichtungen mehr. Damit sind 70 Prozent der Gemeinden mit einem Drittel der Bevölkerung ohne einen einzigen Laden – und dies gilt selbst für Bäcker oder Fleischer. In neun von zehn Gemeinden, in denen insgesamt mehr als die Hälfte der Bevölkerung des Landkreises lebt, gibt es keine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit einer Fläche über 100 Quadratmeter mehr. Der Lebensmitteleinzelhandel ist in diesem Landkreis ausschließlich auf die größeren Gemeinden konzentriert.

Diese Situation lässt sich auf alle vier untersuchten Regionen übertragen: Zwischen 40 und 60 Prozent der Einwohner der vier Landkreise leben in Gemeinden, in denen es keinen Einzelhandel mehr gibt. Als praktisch nicht-existent ist vielfach auch die Anbindung an Bus und Bahn zu bezeichnen: In zahlreichen Gemeinden existieren keine oder nur sporadische Verbindungen.

Die Unterversorgung beim Einzelhandel zeigt auch die Darstellung der Zahl der Lebensmitteleinzelhändler im Landkreis Bitburg-Prüm (Quelle: INKAR 2003):

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 6/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 7/9 presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo presseinfo

Zahlen und Fakten im Überblick:

□ Ländliche Regionen: Immer weniger Menschen leben auf dem Land  
In Deutschland leben gegenwärtig rund zwölf Millionen Menschen in ländlichen Gebieten. Damit lebt nur noch knapp jeder siebte Bundesbürger in einem Gebiet mit weniger als 100 Einwohnern pro Quadratkilometer. Anfang der neunziger Jahre war es noch jeder fünfte Deutsche.

□ Konzentration im Einzelhandel: Immer weniger verkaufen immer mehr



Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel hat sich ein Oligopol herausgebildet. Der Konzentrationsprozess wird sich dabei noch weiter beschleunigen: Während 2002 noch 62 Prozent des Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel auf die fünf größten Unternehmen entfielen, so sind für 2010 bereits 82 Prozent prognostiziert. (Quelle: IÖW)

□ Weniger Läden, größere Strecken: Das Auto wird immer wichtiger: Der Einkauf wird zunehmend mit dem Auto erledigt. Wurden noch 1982 mehr als 50 Prozent der Wege zu Fuß oder mit dem Rad (ÖPV 12 Prozent) bestritten, so haben diese Verkehrsmittel gegenwärtig nur noch einen Anteil von etwa einem Drittel. Der Anteil von Bus und Bahn ging von zwölf auf sieben Prozent zurück. (Quelle: IÖW)

□ Die Einkaufsmobilität wächst: Wer nicht fahren kann, hat Pech  
Immer größere Geschäfte, immer mehr Preisdruck, immer größere Strecken: Im Strukturwandel des Lebensmitteleinzelhandels verstärken sich die Faktoren gegenseitig – wer niedrige Preise oder eine große Auswahl sucht, nimmt dafür immer weitere Wege in Kauf.

Insgesamt legen die Verbraucher für das Einkaufen immer weitere Strecken zurück: Die Kilometerzahl für Einkaufsfahrten verdoppelte sich von 1982 bis 2002 von 219 Millionen Personenkilometer auf 444 Millionen Personenkilometer am Tag.

Das Angebot im Einzelhandel folgt dabei den mobilen Verbrauchern mit großer Kaufkraft. Dadurch verstärkt sich gerade in dünn besiedelten Gebieten der Druck auf die Geschäfte, die weder besonders günstig sind noch besonders viel Auswahl bieten. Gleichzeitig brauchen Discounter oder Einkaufszentren im Preiswettbewerb immer größere Einzugsgebiete. Das Ergebnis: Aus vielen Orten zieht sich der Lebensmittelhandel zurück. Wer kein eigenes Auto hat oder selbst nicht mehr fahren kann, verfügt meist auch über wenig Kaufkraft – und muss sehen, wo er bleibt. (Quelle: IÖW)

Ländliche Entwicklung: Presse - SPERRFRIST: 30.06., 12 Uhr 8/9 presseinfo  
presseinfo presseinfo presseinfo presse-info

Gesächspartner und Quellen:

- Carel Mohn, Pressesprecher vzbv, Tel. (030) 25800-258, [presse@vzbv.de](mailto:presse@vzbv.de)
- Roland Stuhr, vzbv-Referent für Handel und Wettbewerb, Tel. (030) 25800-113
- Jutta Jaksche, vzbv-Referentin für Agrarpolitik, Tel. (030) 25800-436
- Liselotte Unseld, Deutscher Verband für Landschaftspflege, Tel. (0170) 854 59 69
- Ulrich Petschow, Leiter Umweltökonomie/Umweltpolitik, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Tel. (030) 8845 94-0, [ulrich.petschow@ioew.de](mailto:ulrich.petschow@ioew.de), [www.ioew.de](http://www.ioew.de)
- „Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum,“: Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung im Auftrag des vzbv – Zusammenfassung unter: [www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)