

# Studie zur Nahversorgung vorgestellt

**GROSS RHEIDE** Professor Dr. Ulrich Jürgens vom Geographischen Institut der Universität Kiel hat drei Jahre zum Thema „Nahversorgung im ländlichen Raum“ geforscht. Sein Team hat in dieser Zeit die Bewohner zahlreicher Dörfer in Schleswig-Holstein befragt. Das Ergebnis seiner Studie hat er jetzt in Groß Rheide den Bürgermeistern der Gemeinden Groß Rheide, Klein Rheide, Börm, Idstedt, Dannewerk, Borgwedel und Stolk vorgestellt. Vorwiegend ging es um das Angebot des „Rollenden Kaufmanns“, der seit drei Jahren in der Region unterwegs ist.

In der Studie wurde untersucht, wie es zu „Versorgungswüsten“ im ländlichen Raum kommt. „Die Kriterien für Erfolg oder Misserfolg sind vielschichtig“, erklärte Ulrich Jürgens. Dazu gehören feh-

lende Informationen zu Öffnungszeiten oder Angeboten. Jürgens hat untersucht, wie der „Rollende Kaufmann“ besonders punkten kann. „Auf einen kleinen Laden kommen sechs Discounter. Die Menschen vergleichen, und wenn .....

*„Wenn im Umkreis von zehn Autominuten die große bunte Welt der Supermärkte erreichbar ist, haben es die Kleinen doppelt schwer.“*

**Ulrich Jürgens**  
Professor

.....  
im Umkreis von zehn Autominuten die große bunte Welt der Supermärkte erreichbar ist, haben es die Kleinen doppelt schwer“, fasste Jürgens seine Ergebnisse zusammen.

Seit 1950 wurden im ländlichen Raum viele kleine Läden

geschlossen und große Discounter eröffnet. Die Begründung für die Schließungen war oft, dass das Angebot nicht groß genug sei. Im Gegensatz dazu bedeutete dies, dass die Discounter immer größer und die Wege dorthin immer weiter wurden. Da jedoch die meisten Bewohner heutzutage auf dem Land mobil seien, werde dieser Punkt nicht zwingend als Nachteil angesehen. Fehlende Informationen oder Desinteresse der Kunden sowie der Wunsch nach vielseitigem Essen seien die Gründe für den Vorzug großer Supermärkte.

Ein rollender Kaufmann könne bei diesem Angebot nicht mithalten und müsse andere Nischen finden, so Jürgens. „Die langfristige Bindung der Kunden ist die Königsdisziplin“, erklärte er. Dabei spiele es auch eine Rolle,

wie bemüht und sympathisch der Kaufmann ist und ob neben der Grundversorgung auch Kommunikation und Gemeinschaft geboten werde. Ein Dorfladen oder der „Rollende Kaufmann“ sei ein Tauschplatz für Informationen, so Jürgens. Die Nutzer seien nicht zwingend ältere Menschen, ergab die Studie. Ihnen seien Pünktlichkeit, Qualität, Verlässlichkeit, regionale Produkte und der persönliche, positive Kontakt wichtig. Unfreundlichkeit, hohe Preise, zu kurze Stopps und nicht genug Werbung wurden als negativ empfunden.

Der Kaufmann müsse daher immer wieder neu der Informationsleere entgegen wirken, regionale Produkte vermarkten und kontinuierlich um die Kunden werben, so das Ergebnis der Studie. ute