



Tante Emma kehrt zurück

Foto: ddp

Tante Emma kehrt zurück, Nahversorgung ist wieder mehr gefragt.



ÖFFNUNGSZEITEN RUND UM DIE UHR – zumindest werktags ist dies in den meisten Bundesländern dem Einzelhandel seit gut einem Jahr erlaubt. Doch was hat die Liberalisierung des Ladenschluss-Gesetzes gebracht? Nach weiteren Tests mit dem sogenannten Mitternachts-Shopping im vorweihnachtlichen Geschäft überwiegt die Skepsis. Die Umsätze blieben unter dem Niveau des Vorjahres. Resümee von Hubertus Pellen-gahr vom Hauptverband des deutschen Einzelhandels: „Die Ausweitung der Öffnungszeiten vor Weihnachten entzernte den Rummel in den Läden. Das kommt vor allem den Kunden entgegen, aber hoffentlich irgendwann auch ‘mal den Einzelhändlern.’“ Und bei Ikea Deutschland heißt es: „Die Summe auf dem Bon der Kunden, die abends einkaufen, ist höher. Das heißt größere Anschaffungen finden eher am Abend statt. Wir befinden uns noch in der Testphase. 22 Uhr ist für Ikea aber derzeit die Obergrenze.“

Unterschiedliche Erfahrungen

Es gibt erhebliche Unterschiede mit den gemachten Erfahrungen bei den Öffnungszeiten: zwischen Groß- und Kleinstädten, zwi-

schen Top-Lagen in Fußgängerzonen und Einkaufszentren auf der grünen Wiese. In einer Kleinstadt wie Grevenbroich am Niederrhein mit 65.000 Einwohnern haben sich die Einzelhändler beispielsweise nach manchen Experimenten nun geeinigt, ihre Läden unter der Woche um 19 Uhr zu schließen und samstags um 17 Uhr. Wenn auch nicht repräsentativ, so sieht es doch in aller Regel in den meisten kleinen und mittleren Städten Deutschlands ähnlich aus. Die meisten Edeka-oder Rewe-Filialen in ländlichen Gebieten sind ohnehin oft bei den jahrzehntelang gewohnten Ladenschlusszeiten geblieben.

57 MILLIONEN DEUTSCHE, also eine deutliche Mehrheit, leben in Orten unter 100.000 Einwohnern, und dort sind die Lebensgewohnheiten weitgehend anders als in den großen Metropolen. Textilhändler Fred Schlangen, Vorsitzender des Werberings in Grevenbroich, bringt es auf den Punkt: „Das Bedürfnis nach längeren Öffnungszeiten ist bei uns schlichtweg nicht vorhanden.“ Eher gingen die Menschen am Abend in ihren Sport-, Schützen- oder Karnevalsvereine.



Auszubildende in einem der kleinsten Lebensmitteläden Deutschlands

„22 Uhr ist für uns die Obergrenze.“

Petra Hesser,
Ikea Deutschland

Länger offen – höherer Umsatz?

Die Betreiber von großen Einkaufszentren machen offensichtlich andere Erfahrungen. Christian Saadhoff von ECE: „30 unserer 75 Center in Deutschland öffnen länger als bis 20 Uhr. Im ersten Halbjahr 2007 steigerten diese Center ihren Umsatz bereinigt um sechs Prozent, die übrigen nur um zwei Prozent.“ Ob solche Initiativen ausreichen, die zum Teil erheblichen Schwierigkeiten der großen Supermarktketten zu beheben, bleibt fraglich. „Geschäfte, die den Kundenwunsch nach Service befriedigen – so wie es früher die Tante-Emma-Läden gemacht haben –, stehen vor einem Comeback“, behauptet Peter Breuer von der Unter-

ÖFFNUNGSZEITEN

0 bis 24 Uhr ist in folgenden Bundesländern werktags möglich:

Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen, Berlin, Brandenburg, Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg.

Sachsen-Anhalt und Thüringen lassen die Regelung nur von Montag bis Freitag zu, samstags von 0 bis 20 Uhr, Mecklenburg-Vorpommern verhält sich ähnlich, erlaubt aber am Samstag eine Öffnung bis 22 Uhr.

6 bis 22 Uhr gilt an Werktagen für Rheinland-Pfalz und Sachsen.

6 bis 20 Uhr ist Vorschrift in Bayern und im Saarland.

nehmensberatung McKinsey, die 9.000 Kunden in Deutschland und im benachbarten Ausland vornehmlich nach ihren Einkaufsgewohnheiten bei Lebensmitteln befragt hat. Gründe für diese Entwicklung sehen die Marktforscher in der Demografie. Die Familien werden immer kleiner, die Zahl der Ein- und Zwei-Personen-Haushalte wird immer größer.

Hinzu kommt, dass der Bedarf für den Groß-einkauf in den Einkaufszentren am Stadtrand zunehmend schwindet. Wal-Mart hat sich bereits aus Deutschland verabschiedet, Real und Marktkauf verzeichnen die geringsten Wachstumsraten, Edeka hat den Discounter Plus von Tengelmann übernommen und mit seinen Netto-Märkten fusioniert. Bei der Metro wird selbst ein Verkauf der Kaufhof-Tochter nicht ausgeschlossen.

DIE MENSCHEN sind es leid, sieben Kilometer und weiter bis zum nächsten Supermarkt, zur Post oder Zeitungsladen zu fahren. Überall keimen daher seit einigen Jahren neue, ortsnahe Angebote auf, die nicht nur die Lebensmittelversorgung sicherstellen, sondern um Dienstleistungen, soziale Dienste und Beratungen angereichert sind. In der Kaffeecorner hängen an einer Pinwand Kleinanzeigen, Termine und Infos der Dorfvereine. Nicht selten gibt es einen Paketannahmedienst oder einen Getränkebringservice. Nahversorgung ist wieder in.

Gute Beratung wird wieder geschätzt

In den Chefetagen der Handelskonzerne schrillen deshalb die Alarmglocken. Von der Universität Karlsruhe befragte Führungskräfte nannten Schnelligkeit und Bequemlichkeit beim

Einkauf von Alltagsprodukten als Erfolgsrezept der Zukunft. Sogenannte Nachbarschaftsläden mit einem überschaubaren Angebot nach dem Vorbild der britischen Tesco-Gruppe werden von Edeka und Kaiser's nun auch hierzulande in einigen Innenstädten ausprobiert.

GERADE MITTELSTÄNDISCHE Händler haben gute Chancen, im Wettbewerb mit den großen Handelskonzernen zu bestehen. Denn die „Geiz-ist-geil-Mentalität“ flaut ab, gute Beratung wird wieder höher eingeschätzt als der absolut niedrigste Preis. So ist zum Beispiel das TV-Angebot von Flachbildschirmen inzwischen derart unübersichtlich, dass auch die

Verkäufer im Media-Markt dem „nicht blöden“ Kunden nur selten richtig weiterhelfen können.

IMMER WIEDER als attraktivste Zielgruppe zitiert, ist es bislang nur in Ausnahmefällen gelungen, die beratungsintensive Generation 50plus richtig anzusprechen. Dabei sind inzwischen mehr als 30 Millionen

Deutsche über 50 Jahre alt, und sie besitzen eine Kaufkraft von 120 Milliarden Euro. Sie können sich viel mehr leisten als die stark umworbenen 14- bis 49-Jährigen, doch allzu oft werden ihre Bedürfnisse auf Gehhilfen oder Zahnprothesen reduziert. Vor allem hassen sie es, als Senioren oder Rentner angesprochen zu werden, als Menschen im reiferen Alter. Experimenten mit speziell für ältere Bürger eingerichteten Spezialgeschäften scheiterten allesamt. Trotz rollstuhlgerechter Rampen, breiter Gänge und Ausschilderungen in großer Schrift.

Harley mit Sitzheizung

Aber sie finden es ärgerlich, wenn in ihrem SB-Laden die preisgünstigen Artikel im Regal stets weit unten platziert sind, die teuren Produkte hingegen gut sichtbar in Augenhöhe. Pech für Kunden mit kleinem Budget, die sich schlecht bücken können. Manchmal hilft schon der richtige Werbespruch – etwa „Guter Geschmack braucht kein Koffein“ – statt den Kaffee als „Lösung bei Magenleiden und Problemen mit dem Blutdruck“ anzupreisen. Auch gute Ideen der Hersteller helfen dem Händler weiter. Als eine Umfrage ergab, dass der durchschnittliche Har-

**„Kunden
wünschen
sich Service
wie früher bei
Tante Emma.“**

**Peter Breuer,
McKinsey-Partner**

ley-Davidson-Fahrer heute 52 Jahre alt ist, baute die Firma eine Sitzheizung in ihre Motorräder ein. Und der nur 300 Gramm schwere Akkuschauber Ixo von Bosch wurde in kurzer Zeit mehr als drei Millionen Mal allein an Frauen verkauft. Eine in Baumärkten bisher arg vernachlässigte Zielgruppe.

hw

UDO JÜRGENS: TANTE EMMA (1976)

Im Einkaufs-Center und Discount,
da bin ich immer schlecht gelaunt.
Im endlos großen Supermarkt,
da droht mir gleich ein Herzinfarkt.
Da liegen die Regale voll,
ich weiß nicht, was ich nehmen soll.
Da wird das Kaufen zur Tortur,
ich geh' zu Tante Emma nur:

**Im Tante Emma Laden,
an der Ecke vis-à-vis.**

**Wenn an der Tür die Glocke bimmelt,
ist das benah' schon Nostalgie.**

Im Supermarkt bin ich allein,
beim Suchen hilft mir da kein Schwein.
Ich schieb' die Karre hin und her,
und schau' bei ander'n: Was kauft der?
Dann steh' ich Schlange beim Bezahl'n,
na, das ist gar nicht auszumal'n.
Ich weiß', wo ich noch Kunde bin,
ich geh' zu Tante Emma hin.

Refrain

Bei Tante Emma ist's privat,
sie ist kein Warenautomat.
Sie sagt, wenn ich nicht zahlen kann,
was macht das schon, dann schreib' ich an.
Wenn Tante Emma nicht mehr ist
und ein Discount den Laden frißt,
setz' ich mich auf den Bürgersteig
und trete in den Hungerstreik.

Refrain



Zahlreiche Initiativen im ganzen Land geben der Nahversorgung wieder Auftrieb, wie hier „Um's Eck“.

Rollende Supermärkte

Eine wichtige Versorgungsfunktion, vor allem auf dem Lande, erfüllen die „rollenden Supermärkte, von denen in Deutschland ca. 1.800 täglich unterwegs sind und die auf eine Million Kundenkontakte pro Woche kommen. Durch eine EU-Verordnung waren viele von ihnen kurzzeitig in ihrer Existenz bedroht, denn die Brüsseler Bürokraten wollten die Verkaufsfahrerinnen und -fahrer mit Lenkern von Lkw und Bussen gleichstellen. Dies hätte zu begrenzten Lenkzeiten, Fahrunterbrechungen, Ruhezeiten und komplizierten Aufzeichnungspflichten geführt.

Die Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung hat sich jedoch massiv für die mobilen Kaufleute eingesetzt und erreicht, dass sie auch weiterhin in der „Fahrpersonalverordnung“ als Ausnahme behandelt werden.



Eine wichtige Säule in der Nahversorgung sind die rollenden Supermärkte, auf unserem Foto ein Bäckerei-Verkaufsfahrzeug.