

Nahversorgung: Lebensgrundlage auf breiter Basis.

Im landläufigen Sinn wird „Nahversorgung“ meist mit dem Bezug von Lebensmitteln definiert. Aber nicht nur die Fachliteratur, vor allem die Praxis zeigt, dass diese Begriffsbestimmung in vielerlei Hinsicht zu kurz greift. Nahversorgung geht weit über den Lebensmittelhandel hinaus und betrifft vielerlei Bereiche des täglichen Bedarfs. > SEITE 2



Den Menschen eine Perspektive geben.

Nahversorgung sichert die Grundversorgung unserer Bevölkerung und ist damit ein wichtiges Kriterium für Lebensqualität. Die Wirkung von Nahversorgung bedeutet aber mehr als nur die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, denn der Nahversorgungsbetrieb fungiert immer mehr auch als Ort der Kommunikation. Gleichzeitig werden mit einem Geschäftslokal im Ort aber auch lokale Arbeitsplätze erhalten. Damit bietet das weite Feld der Nahversorgung in mehrfacher Hinsicht eine Lebensgrundlage der Menschen und garantiert Lebensqualität. Es ist klar, dass wir auch im Nahversorgungsbereich bestehende Strukturen verknüpfen und neue Wege beschreiten müssen, um den Menschen damit eine gesicherte Lebensperspektive zu geben.

Dr. Erwin Pröll

Landeshauptmann von Niederösterreich



Gesicherte Grundlage mit breiter Wirkung.

Nahversorgung ist ein wichtiges Gut für unsere Bevölkerung - nicht nur in den ländlichen Regionen. Aber meist sind es ländliche Gebiete, die um die Erhaltung ihres Nahversorgers bangen, wenn der örtliche Kaufmann in den Ruhestand tritt oder aus anderen Gründen schließen muss. Die NAFES hat sich die Sicherung der Nahversorgung - vor allem des „letzten Nahversorgers im Ort“ - auf ihre Fahnen geschrieben. Damit können wir auf zweierlei Schienen nachhaltig arbeiten: Wir sichern die Lebensqualität der Bevölkerung, die im Heimatort weiter auf eine Versorgung „um's Eck“ bauen kann. Und zugleich festigt eine funktionierende Nahversorgung auch die gesamte lokale und regionale Wirtschaft.

KommR Sonja Zwanzl

Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ



DER ERFOLGREICHE NAHVERSORGER: VIELSEITIG, ZENTRAL, SERVICEORIENTIERT.

< FORTSETZUNG TITELBLATT

„Nahversorgung“ steht per definitionem für die „Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs im engeren Umfeld der Wohnung“ - das heißt für ein breit angelegtes Angebot (Vollsortiment) verbunden mit zusätzlichen Dienstleistungen (z. B. Postpartner oder Trafik) möglichst nahe, also in fußläufiger Entfernung, an den KonsumentInnen. Wie aber kann der „Nahversorger im Ort“ seinen Standort und damit die Versorgung nachhaltig absichern?

STICHWORT „MULTIFUNKTIONAL WERDEN“.

Bereits die breit angelegte Definition von Nahversorgung zeigt, dass wir - um Versorgung nachhaltig sichern zu können - bereit sein müssen, gewissermaßen über uns hinauszuwachsen. „Multifunktionalität“ heißt das Zauberwort, und es bedeutet, in unterschiedlichen Versorgungsbereichen Service und Dienstleistungen für die Menschen zu sichern.

STICHWORT „ZUSAMMENARBEITEN“.

Es braucht aber auch das Zusammenspiel mehrerer Kräfte. Hier ist vor allem die Gemeinde gefragt, die die Nahversorgung im Ort unter Einsatz eigener Mittel aufrechterhalten will oder etwa mit entsprechendem Weitblick Leerläufe - beispielsweise im Zuge einer Geschäftsaufgabe wegen Pensionierung - verhindert. Im Zusammenspiel mit der Gemeinde, vor allem aber zwischen einem Großhändler und dem Kaufmann im Ort, die gemeinsam den Deckungsbeitrag sichern, kann ein moderner, funktionstüchtiger Nahversorgerbetrieb entstehen, der genau den Bedürfnissen des Ortes Rechnung trägt.

STICHWORT „ANREIZE SCHAFFEN“.

Das Angebot des Nahversorgers kann noch so breit angelegt und die Zusammenarbeit auf allen Ebenen noch so gut sein - der Konsument bleibt die größte Aufgabe des Nahversorgers, denn ihn gilt es zum Nutzen des Angebots zu bewegen, sei es durch

- angenehme Atmosphäre
- ein umfangreiches Sortiment
- ein spezielles Frischeangebot
- Schwerpunkte auf regionale oder Bio-Produkte
- ausreichend Parkplätze oder
- Dienstleistungen wie Postpartner, Tabakverkauf oder Lotto-Toto-Aannahmestelle.

Um die Kundschaft bei Interesse und Laune zu halten, empfehlen sich aber vor allem

- gezielte Werbung
- Dauertiefpreise oder
- wöchentliche Aktionen.

Die wichtigste Basiszutat zum erfolgreichen Nahversorger bleiben aber immer **tüchtige Kaufleute und ein freundliches Team**, das mit der Bevölkerung und ihren Bedürfnissen umzugehen versteht.

KommR Julius Kiennast
Bundesgremialobmann des Lebensmittelhandels

kontakt und infos

Julius Kiennast
LebensmittelgroßhandelsGmbH
Hauptplatz 7 | 3571 Gars am Kamp
T 02985/30 200-0
www.kiennast.at



© Foto: Julius Kiennast
Lebensmittelgroßhandels GmbH

projekt-beispiele



© Foto: Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH

Wieder eröffnet: NEUER NAHVERSORGER IN MARKGRAFNEUSIEDL.

Als im Dezember 2009 der ortsansässige Kaufmann den Bürgermeister über seine bevorstehende Pensionierung informierte, wurde die Gemeinde Markgrafneusiedl sofort aktiv: Ein Komitee zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung wurde gegründet und schließlich die Familie Ertl als neuer Betreiber des Lebensmittelgeschäfts gefunden.



© Foto: NÖ Landespressediens

Nach diversen Zu- und Umbaumaßnahmen verfügt das renovierte Geschäftslokal nun über eine Verkaufsfläche von rund 180 m² und auch ausreichend Parkplätze. Neben einem attraktiven Sortiment locken auch umfangreiche Serviceleistungen die KundInnen, denn der Betrieb von Familie Ertl fungiert auch als Post-Partner in Markgrafneusiedl. Am 3. September 2010 wurde der neue Nah&Frisch-Markt durch Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll feierlich eröffnet.

Lebendige Innenstadt: „CITY-BOX“ WILHELMSBURG.

Seit Jahrzehnten stand in zentraler Lage von Wilhelmsburg ein altes und desolates Fabrikgebäude, das sich immer mehr zum „Schandfleck“ der Stadt entwickelte. Durch eine private Initiative von Investoren wurde das Objekt schließlich geschliffen, um für ein Fachmarktzentrum samt Ärzte- und Gesundheitszentrum Platz zu machen.

Diese „City-Box“ - so der Name des Fachmarktzentrums - wurde in der Rekordzeit von einem Jahr errichtet und im Frühjahr 2010 eröffnet. Die „Box“ steht für die unverkennbare Architektur und verweist auf die würfelförmige Glasfassaden-Konstruktion im vorderen Bereich des Gebäudes. Auf einer Fläche von 8.600 m² wurden Verkaufsflächen mit 2.500 m² geschaffen. Der Branchenmix ist dementsprechend breit: Die City-Box beherbergt seit der Eröffnung im April ein Lebensmittelgeschäft, eine Bäckerei inklusive Café, eine Pizzeria, eine Drogerie, einen Juwelier, einen Optiker und eine Bankfiliale. Nicht zu vergessen: 130 Parkplätze machen das Einkaufen und Verweilen im Stadtzentrum zum stressfreien Vergnügen.

Vorrangiges Ziel der Betreiber war es, die Kaufkraft im Ort zu erhalten, neue Geschäfte zu etablieren und damit auch Arbeitsplätze zu schaffen. Mit Hilfe der NAFES konnte schließlich in zentraler Lage ein innerstädtisches Einkaufszentrum geschaffen werden, das neben seiner vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten auch einen wichtigen Kommunikationspunkt für die Wilhelmsburger Bevölkerung bietet.



© Foto: Foto Dominiger

Innovativ informativ:

DIGITALES LEIT- UND INFORMATIONSSYSTEM SCHWECHAT.

Einen innovativen Weg beschreitet die Wirtschaftsplattform Schwechat durch ein neues innerstädtisches digitales Leit- und Informationssystem. Mehrere Infosäulen wurden an stark frequentierten Standorten aufgestellt, um die BürgerInnen der Stadt über die Einkaufsmöglichkeiten im Stadtzentrum sowie über aktuelle Angebote zu informieren.

Zusätzlich werden elektronische Serviceangebote der öffentlichen Einrichtungen zur Verfügung gestellt und auch TouristInnen auf die Attraktionen der Stadt aufmerksam gemacht. Die gesamte Projektplanung und -durchführung wurde von der Wirtschaftsplattform Schwechat durchgeführt, die sich auch um die laufende Aktualisierung und Wartung der Terminals kümmern wird.

Mit diesem System können nicht nur Informationen top-aktuell zur Verfügung gestellt werden - die Infos sind ein guter Wegweiser durch die Stadt und leisten einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Belebung des Stadtkerns.



© Fotos: Merten Media-Network GmbH

BBC:

DIE BADEN BONUSCARD.

Seit Jahren kämpfen auch in Baden Klein- und Mittelbetriebe mit der Abwanderung der Kaufkraft in Ballungs- und Einkaufszentren wie die SCS oder nach Wiener Neustadt. Dieser Entwicklung möchte nun das Stadtmarketing Baden mit der Einführung der Baden BonusCard entgegenwirken.

Die Baden BonusCard kann in 31 Partnerbetrieben genutzt werden und bringt für die Unternehmen eine bessere Vernetzung sowie eine erhöhte Kundenbindung. BonusCard-BesitzerInnen kommen nicht nur in den Genuss zahlreicher Angebote, die Karte mit integriertem Chip bringt auch Bonuspunkte. Bei jedem Einkauf in einem Partnerbetrieb wird sie in den Online-Terminal gesteckt. Je nach Branche wird dem Kunden ein Bonus in Form eines einstellbaren Rabattes gut geschrieben. Die Bonuspunkte können in jedem BBC-Partnerbetrieb wieder eingelöst werden. So wird ein Mehrwert für KundInnen und Betriebe geschaffen (mehr Infos unter www.badenbonuscard.at).



© Foto: Stadtmarketingverein Baden

KONTAKT

**NIEDERÖSTERREICHISCHE
ARBEITSGEMEINSCHAFT
ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFES
IN STADT- UND ORTSZENTREN**

Dipl.-Ing. Alexandra Schlichting
Amt der NÖ Landesregierung
Abt. Raumordnung und Regionalpolitik
Landhausplatz 1 | 3109 St. Pölten
T 02742/9005-14902 | F 02742/9005-14170
alexandra.schlichting@noel.gv.at

Mag. Wolfgang Fuchs
Wirtschaftskammer NÖ - Sparte Handel
Landsbergerstraße 1 | 3100 St. Pölten
T 02742/851-18310 | F 02742/851-19319
nafes@wknoe.at