

## Das harte Los ländlicher Nahversorger.

Landflucht, schwindende Kaufkraft und die Konkurrenz großer Einkaufszentren machen den Alltag kleiner Nahversorger zu einem Kampf um das finanzielle Überleben. Einfallsreichtum der einzelnen HändlerInnen und Unterstützung durch die Gemeinden sind daher ebenso gefragt wie ein Umdenkprozess in der Bevölkerung. Ideenreichtum und Unterstützung gilt es dabei an den Erwartungen der KundInnen an ihren Nahversorger auszurichten, die sich durch entsprechende Befragungen erkunden lassen.

Im Projekt „Nahmobil“ wurde die Nahversorgungssituation in Niederösterreich aus Sicht von Frauen in ländlichen Gebieten beleuchtet, da innerhalb der sozial schwächeren und älteren Bevölkerungsgruppen in erster Linie Frauen für die Familien- und Versorgungsarbeit zuständig sind und damit die negativen Konsequenzen der schwindenden Nahversorgung zu tragen haben.

> SEITE 2

### Angebot schätzen lernen.

Ein Nahversorger im Ort ist ein zentrales Merkmal für Lebensqualität und trägt auf vielfältige Weise dazu bei, dass sich die Menschen in ihrem Heimatort wohl fühlen. Folgerichtig zählt die Erhaltung des letzten Nahversorgers an einem Ort auch zu den besonderen Schwerpunkten der NAFES. Wie wichtig ihnen „ihr“ Nahversorger ist, wird vielen Menschen ja erst bewusst, wenn dieser plötzlich fehlt. Und dann wird es meist schwierig, wieder einen Nahversorger in den Ort zu holen. Neben Fördermaßnahmen für die Betriebe müssen wir uns daher auch gezielt um die Unterstützung der Bevölkerung bemühen, die bewusst den kurzen Weg wählt und ein individuelles Service oder Angebot in den Geschäften im Ort, beim „Greißler um `s Eck“ zu schätzen weiß.



KommR Sonja Zwanzl  
Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ

### Standort richtig wählen.

Es gibt zumindest zwei gute Gründe, warum es sich lohnt, einen Nahversorger im Ort zu haben: Er ist ein wirtschaftliches Plus, und er stärkt die Bindung der Bevölkerung an ihren Heimatort. Damit ist der „kleine Nahversorger“ gar nicht so klein, sondern kann ein ganz wichtiger Faktor für das langfristige Überleben eines Ortes sein. Vor allem in ländlichen Gebieten, wo nicht alle Bevölkerungsgruppen ausreichend mobil sind, ist dabei auch die Frage des besten Standorts ein wesentliches Kriterium. Und genau bei dieser Frage beginnt die Unterstützung, die eine Gemeinde für den Bau oder Erhalt eines Nahversorgers leisten kann. Denn der Nahversorger am richtigen Fleck hat bereits das erste Ass zum Überleben in der Hand.



Dr. Erwin Pröll  
Landeshauptmann von Niederösterreich



experten-  
tipp

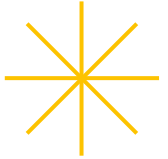
# „NAHMOBIL“ - DIE „RICHTIGEN“ EIGENSCHAFTEN DES NAHVERSORGERS.

< FORTSETZUNG TITELBLATT

Mittels qualitativer ExpertInneninterviews, einem ExpertInnenworkshop und einer repräsentativen Telefonbefragung von 300 Frauen in niederösterreichischen Gemeinden mit weniger als 4 000 EinwohnerInnen durch MAKAM Market Research und FACTUM Chaloupka & Risser OHG wurden im Rahmen von „Nahmobil“ (Nahversorgung & Mobilität: Innovative Nahversorgungskonzepte aus Genderperspektive) neben einer Analyse auch Zukunftsszenarien erarbeitet.

## GRUNDSÄTZLICHE ANSPRÜCHE.

Die Faktoren, die einen Nahversorger attraktiv machen, sind klare Erfordernisse für Standort und Geschäftserfolg:



### Leichte Erreichbarkeit

Idealerweise liegt der Nahversorger im eigenen Ort und ist ohne Umwege erreichbar, denn: je leichter erreichbar, umso weniger wird auf Vorrat gekauft und umso höher ist die Einkaufsfrequenz.

### Nachhaltige Mobilitätsformen

„Einfach erreichbar“ bedeutet auch, den Nahversorger durch nachhaltige Mobilitätsformen zugänglich zu machen, etwa durch ein **dichtes Netz an Fuß- und Radwegen**, eine attraktive Anbindung an den **öffentlichen Verkehr** oder günstig gelegene **E-Bike-Stationen**. Auch Aktionen wie eine **Prämierung für den Einkauf zu Fuß oder per Fahrrad** können Anreiz für nachhaltige Fortbewegungsarten am Einkaufsweg sein. Immerhin: Drei Viertel der befragten Niederösterreicherinnen wohnen maximal 3 Kilometer vom nächsten Nahversorger entfernt, 59% aller Befragten könnte diesen in maximal 15 Minuten zu Fuß erreichen. Dennoch erledigen drei Viertel ihre Einkäufe hauptsächlich mit dem Auto, lediglich 13% zu Fuß, 11% mit dem Fahrrad und nur 1% mittels öffentlichen Verkehrs.

### Sozialer Treffpunkt

Die Niederösterreicherinnen sehen im Einkauf beim Nahversorger auch die Gelegenheit, mit anderen zu plaudern (91%), Neuigkeiten oder nützliche Informationen auszutauschen (81%), Probleme zu diskutieren (62%) oder mit FreundInnen Kaffee zu trinken (58%). Damit hat der Nahversorger auch eine **kommunikative und soziale Funktion** und kann **identitätsstiftender Teil einer Gemeinde** sein.

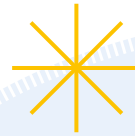
### Multifunktionales Sortiment

Um gegenüber der Konkurrenz an Attraktivität zu gewinnen, empfiehlt sich vor allem für kleine Nahversorgungsbetriebe die **Ergänzung des Angebots mit branchenfremden Elementen**, denn Multifunktionsgeschäfte sind gefragt. Die Funktion als Postpartner bzw. die Zusammenarbeit mit einem Paketservice stößt dabei mit 55% auf die größte Zustimmung. Interesse weckt aber auch die Kombination mit einer Reinigung bzw. Putzerei (39%), einer Kaffeecke (38%), einer Tabak-Trafik (36%), dem Angebot von Arzneimitteln (35%), einem Bankservice (31%), einem Schuster (25%) oder einem Cateringservice (23%). Aber auch Einfallsreichtum sichert HändlerInnen das Überleben: Beispielsweise ziehen Pendlerlunchpakete, Frühstückssackerl, aber auch Spezialeinkaufstage wie Oma-Enkel-Tage oder Ladies-Days mit speziellen Ermäßigungen KundInnen an und binden sie langfristig.

### Nahversorgung sichern

Nahversorgung schafft Lebensqualität und ist damit einer von mehreren Faktoren, die Zuzugsgemeinden von Abwanderungsgemeinden unterscheiden. Häufig wird der Bevölkerung die Bedeutung eines ortsansässigen Nahversorgers erst klar, wenn dieser den Ort bereits verlassen hat. Daher müssen sich auch die Gemeinden dieser großen Herausforderung stellen und beim Bewusstsein der KonsumentInnen ansetzen, damit diese in der Nähe kaufen und nicht in großen Einkaufszentren.

MMag. Ilona Reindl



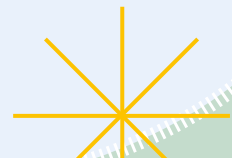
hinweis

## kontakt und infos

MAKAM Market Research GmbH  
Hietzinger Hauptstraße 34 | 1130 Wien  
T 01/877 22 52 | i.reindl@makam.at  
www.makam.at

### Das Projekt „Nahmobil“

- zielt auf die Identifikation und Analyse von Mobilitätsproblemen, die sich durch Nahversorgungsdefizite ergeben
- erarbeitet neue Mobilitätslösungen und Formen der Nahversorgung
  - wird vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie in der Programmlinie „ways2go“ gefördert



## projekt-beispiele

### Krems:

## „10-ER“ IN NEUEM KLEID.

Die Einkaufsmünze „Krems 10-er“ ist im Jahr 2001 von der Kremsener Kaufmannschaft ins Leben gerufen worden und seither ein voller Erfolg. Doch auch an Einkaufswährungen geht die Zeit nicht spurlos vorüber... Also war es nach zehnjährigem Bestehen Zeit für ein „Facelift“. Daher hat sich die Werbegemeinschaft der Kremsener Kaufleute entschlossen, in diesem Jahr den „Krems 10-er“ zu überarbeiten. Seit 25. Oktober präsentiert er sich in neuem Glanz und wird nunmehr im Kartenformat aufgelegt. Zusätzlich wurden die Sicherheitsmerkmale verfeinert: Neben einer Metallic-Lackbeschichtung und einer Heißfolienprägung des Logos in Silber wurde auch ein VIP-Hologramm eingearbeitet. Insgesamt wurden 50 000 Stück des neuen „Krems 10-ers“ produziert, was einer nominellen Kaufkraftbindung von 500.000,- Euro entspricht. Mittlerweile kann der „Krems 10-er“ in über 300 Handelsbetrieben eingelöst werden und ist insbesondere zur Weihnachtszeit ein beliebtes Geschenk.



© Fotos: Kremsener Kaufmannschaft

### Mank:

## NEUES NAHVERSORGUNGSZENTRUM IM HERZEN DER STADT.



© Foto: Werbeagentur DIE WERBETROMMEL



© Foto: GR Gerhard Zeiss

Mank, die „Stadt mit vielen Gesichtern“, ist seit Mitte November um eine innerstädtische Einkaufsmöglichkeit reicher. Nach weniger als einem Jahr Bauzeit wurde direkt im Stadtzentrum das neue Manker Nahversorgungszentrum eröffnet.

Auf 3 000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche finden sich nun elf zum Teil neue, zum Teil erweiterte Handelsbetriebe unter einem Dach. So vergrößerte etwa die seit über 80 Jahren in Mank ansässige Lebensmitteleinzelhändlerfamilie ihr Warenangebot von 400 auf 660 m<sup>2</sup>, wobei vor allem das Frische-Angebot erweitert wurde. Neu in Mank ist zukünftig ein Fotoshop, der auch Postpartner ist. Das ansässige Schuhgeschäft erweitert sein Angebot um Sport- und Outdoorartikel.

Zusätzlich werden ein Computer-Fachgeschäft, ein Optiker sowie ein Drogeriemarkt den Branchenmix im Herzen der Stadt ergänzen. Auch eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen wurde vorgesehen: Vor dem Zentrum befinden sich 53 Stellplätze, und am dahinter liegenden öffentlichen Parkplatz verdoppelt sich die Anzahl der PKW-Stellflächen.

### Baden:

## STILVOLL EINKAUFEN MIT NEUEN PAPIERTASCHEN.

Wie verbindet man Angebote des Handels mit der Vermarktung von touristischen Highlights und charakteristischen Schönheiten einer Stadt? Baden hat auf diese Frage eine Antwort gefunden: Einkaufstaschen aus Papier, die außen typische Badener Motive zeigen und innen Platz für den Einkauf bieten.

Im Rahmen der „Langen Einkaufsnacht“ am 15. Juli wurden den Badener UnternehmerInnen diese neuen Papiereinkaufstaschen erstmalig für ihre KundInnen zur Verfügung gestellt. Die hochwertigen Tragtaschen wurden nicht nur in ansprechendem Design gestaltet, sondern sind auch in zwei Größen erhältlich. Ziele von Produktion und Verteilung der Taschen waren, die Bekanntheit der Einkaufsstadt Baden weiter zu erhöhen, das positive Image zu fördern und vor allem auch die Zusammengehörigkeit unter den UnternehmerInnen zu stärken. Mit der Verwendung in der „Langen Einkaufsnacht“ wurden zudem zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: Die Gemeinschaftsaktion wurde durch das gemeinsame Produkt noch transparenter gemacht und die Veranstaltung selbst noch stärker etabliert.



© Foto: Wirtschaftsservice der Stadtgemeinde Baden



## NAFES EVALUIERUNG 2012: IHRE MEINUNG IST GEFRAGT!

Die Förderperiode 2009 bis 2012 neigt sich dem Ende zu, und ein Feedback aller NÖ Gemeinden und Werbegemeinschaften ist uns äußerst wichtig. Daher liegt dieser Ausgabe von „NAFES aktuell“ ein Fragebogen bei.

**UNSERE BITTE:** Schenken Sie uns ein paar Minuten Ihrer kostbaren Zeit und beantworten Sie die gestellten Fragen!

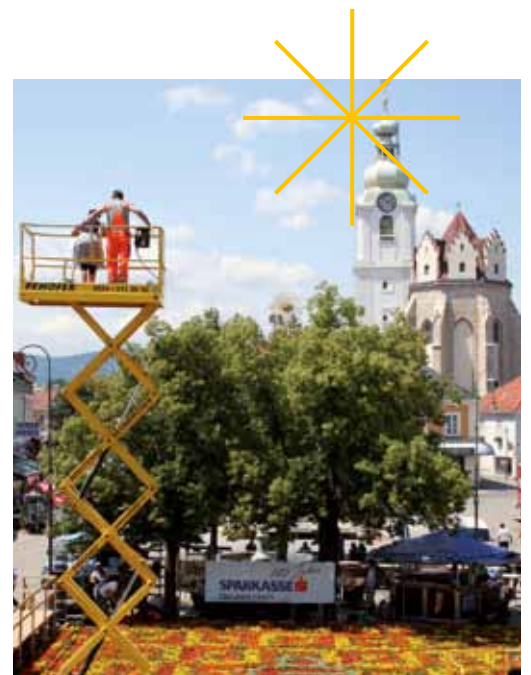
Sollten Sie in den letzten Wochen bereits einen Fragebogen erhalten haben, ist eine erneute Beantwortung nicht notwendig. Den ausgefüllten Fragebogen schicken Sie bitte bis 13. Jänner 2012 mittels beiliegendem Rücksendekuvert oder als Fax an die NAFES-Geschäftsstelle (Fax: 02742/851-19319) zurück. Alternativ besteht auch die Möglichkeit, den Fragebogen online unter [www.nafes.at](http://www.nafes.at) auszufüllen. **Herzlichen Dank für Ihr Feedback und Ihre Unterstützung!**

### Neunkirchen:

## BLUMENTEPPICH ALS KUNDENMAGNET.

Was außer günstigen Angeboten könnte KundInnen in einer Einkaufsnacht in die Geschäfte locken? - Ein Highlight, das die Attraktivität des Zentrums aufwertet, wie etwa ein Teppich der anderen Art, der den Hauptplatz verschönert!

Ein solcher Teppich der anderen Art konnte Ende Juni am Neunkirchner Hauptplatz bewundert werden, als der Verein „Aktive Wirtschaft Neunkirchen“ im Rahmen der „Langen Einkaufsnacht“ die Innenstadt mit über 20 000 Pflanzen in ein Blütenmeer verwandelte. Bereits um 4 Uhr morgens begannen die fleißigen Helfer mit dem Aufbau des 200m<sup>2</sup> großen Blumenteppichs, der bis am frühen Nachmittag erfolgreich abgeschlossen werden konnte. Am Abend bot das florale Kunstwerk einen beeindruckenden Rahmen für die sommerliche Einkaufsnacht und wurde zum Besuchermagnet. Einen genauen Überblick konnten sich die BesucherInnen von einem Hubsteiger und einem ein Meter hohen Holzsteg machen. Insgesamt drei Tage war der Blumenteppich zu bewundern, am letzten Tag wurden die Blumen jeweils für einen Euro verkauft und verbreiteten so viel Freude in zahlreichen Gärten Neunkirchens.



© Fotos: Stadtgemeinde Neunkirchen



## 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](mailto: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](mailto:nafes@wknoe.at)

