

# Leitfaden 24/7-Nahversorgung für die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren

Eine Sofortmaßnahme im Rahmen des Förderprogramms Modellprojekte Smart Cities des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen

Handel  
Stadt + Regionalplanung  
Marketing  
Management  
Digitale Stadt  
Wirtschaftsförderung  
Immobilien  
Tourismus  
Mobilität



Zeichnung: cima/ Rosenthal 2023

CIMA Beratung + Management GmbH  
Moislinger Allee 2 23558 Lübeck  
T 0451-389 68 21  
lemke@cima.de

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**KFW**

München  
Stuttgart  
Forchheim  
Frankfurt a.M.  
Köln  
Leipzig  
Berlin  
Hannover  
Lübeck  
Ried (AT)

[www.cima.de](http://www.cima.de)

Lübeck, 13. April 2023

### **Nutzungs- und Urheberrechte**

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

### **Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen**

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

### **Sprachgebrauch**

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in Tabellen und Abbildungen bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

In den Textpassagen wird auf eine genderechte Sprache geachtet, dennoch ist nicht auszuschließen, dass einzelne Textstellen nicht gendergerecht sind.

# Inhalt

<b>1. Ausgangssituation .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Entwicklungschancen und Perspektiven für die Smarte Grenzregion .....</b>	<b>9</b>
<b>4. Leitfaden 24/7 Nahversorgung .....</b>	<b>12</b>
<b>5. Anhang: Fördermöglichkeiten .....</b>	<b>47</b>

# 1. Ausgangssituation

Die Versorgung der Wohnbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist eine der wichtigsten Säule der Daseinsvorsorge. Ergänzende Dienstleistungs- und Treffangebote tragen ergänzend zur Lebensqualität der Menschen bei. Der demografische Wandel, ein verändertes Mobilitätsverhalten, sich wandelnde Kaufgewohnheiten und der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel stellen den Erhalt und die Funktion der Nahversorgung jedoch vor zunehmende Herausforderungen.

Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel hat für die Versorgungsfunktion kleinerer Gemeinden und deren Daseinsvorsorge eine hohe Bedeutung und ist eine tragende Säule des sozialen Miteinanders. Daher ist die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen von besonderer Bedeutung. Was aber tun, wenn die Nahversorgungsangebote in den ländlichen Gemeinden abnehmen und damit die erlebbare Dorffunktion verloren geht?

Aus Sicht der cima ist der Lebensmitteleinzelhandel mehr als nur eine Einkaufsstätte. Vor allem im ländlichen Raum sind Nahversorgungsangebote Begegnungstätte und Treffpunkt für die Dorfbewohner\*innen und leisten als Angebote der Daseinsvorsorge einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität eines Ortes und zur Lebensqualität der Menschen.

Die Stadt Flensburg und die Kreise Nordfriesland und Schleswig-Flensburg bilden gemeinsam die „Smarte Grenzregion zwischen den Meeren“, die im Juli 2021 eine Förderzusage für das Programm Smarte Cities des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen erhalten hat. Als eine erste Sofortmaßnahme wurde der hier vorgelegte Leitfaden „24/7 Nahversorgung“ erarbeitet.

Unter Einbeziehung von Themen wie Regionalität und Nachhaltigkeit, Stärkung der regionalen Kreislaufwirtschaft und Wertschöpfung, Ausbau der Unverpackt-Strategien, 24/7-Konzepte, stationär-mobile Nahversorgung (Hol-, Bring- und Lieferservice) möchten wir dazu beitragen, die Nahversorgung in der Grenzregion zwischen Schleswig-Holstein und Dänemark zukunftsfähig zu machen – für Bewohner\*innen und Gäste.

Ein besonderer Fokus liegt auf den Chancen digitaler Lösungen zur Sicherung der Nahversorgung; denn Daseinsvorsorge bedeutet heute nicht nur die Bereitstellung von Gütern des täglichen Bedarfs, sondern auch ihre digitale Nutzbarmachung. Darüber hinaus werden Ideen für generationenübergreifende Nahversorgungskonzepte gesammelt und unterschiedliche Ansätze zur Entwicklung von Lieferdiensten, mobilen Dorfläden und Einkaufsgemeinschaften zusammengestellt. Nahversorgung und Mobilität sind heute untrennbar miteinander verbunden; gerade ältere und wenig mobile Menschen sind auf neue Mobilitätslösungen und alternative Nahversorgungsmöglichkeiten angewiesen.

Um Wege aufzuzeigen, wie die Nahversorgung nicht nur sichergestellt, sondern auch modernisiert werden kann, soll eine Studie in Form eines Leitfadens erstellt werden. Die Maßnahme „24/7 Nahversorgung“ verfolgt u.a. folgende Ziele:

- Sicherung der Nahversorgung als fester Anker der Daseinsvorsorge
- Schaffung zukunftsfähiger Nahversorgungsstrukturen, unterstützt durch ein digitales Angebot
- Ausbau der Nahversorgung auf Basis einer generationenübergreifenden Zusammenarbeit
- Hol-, Bring- und Lieferservices, mobile Einkaufsgemeinschaften, mobile Dorfläden
- Realisierung nachhaltiger Wertschöpfungsmöglichkeiten vor Ort und für die Region (Reduktion von Lieferverkehren, Reduktion von Schadstoffemissionen)
- Verbesserung der Versorgungsqualität und Erhöhung der Lebensqualität für die Menschen.

Eine zentrale Aufgabe des Handlungsleitfadens ist es, die stationären Nahversorgungsangebote und die digitalen Versorgungsmöglichkeiten miteinander zu vernetzen und damit den Lebensmitteleinkauf und die Daseinsvorsorge zukunftsfähig zu machen.

U.a. folgende Fragen werden Berücksichtigung finden: Welche Rolle können Direktvermarkter und Hofläden für die Nahversorgungssituation in der Smarten Grenzregion spielen? Welche Konzepte gibt es in Schleswig-Holstein für 24/7 Angebote? Wie können Hol-, Bring- und Lieferservices die Nahversorgung verbessern? Für welche Gemeinden kann das MarktTreff-Konzept eine geeignete Möglichkeit sein? Ein weiterer Fokus liegt auf den Chancen digitaler Lösungen zur Sicherung der Nahversorgung.

Der Leitfaden wird Chancen, Handlungsansätze, aber auch mögliche Stolpersteine aufzeigen. Jede Handlungsempfehlung wird hinsichtlich der Umsetzbarkeit und wirtschaftlichen Tragfähigkeit kritisch überprüft; die Zusammenstellung von unrealistischen Wunschkatalogen erfolgt nicht. Inhaltliches Augenmerk wird u.a. auch auf der Nutzung der Digitalisierungschancen liegen (online Bestellmöglichkeiten, Lieferdienste, Liefergebiete etc.) und der Belegung von leerstehenden Ladenlokalen in den integrierten Ortskernlagen.

In Kapitel 4 werden Chancen und Perspektiven für eine nachhaltige und moderne Nahversorgung in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren vorgestellt.

## 2. Die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren

Die Stadt Flensburg und die Kreise Nordfriesland und Schleswig-Flensburg bilden gemeinsam die „Smarte Grenzregion zwischen den Meeren“. In der Region leben fast 465.000 Einwohner\*innen; hinzu kommen knapp 12 Mio. Übernachtungsgäste im Jahr (Stand 2021) mit einer steigenden Tendenz. Die Zahl der Übernachtungen beinhaltet Beherbergungsbetriebe mit mehr als zehn Betten und Campingplätze; Tagesbesucher\*innen und Gäste in Ferienwohnungen und kleineren Beherbergungsbetrieben sind in dieser Zahl nicht erfasst.

Der Kreis Schleswig-Flensburg ist mit mehr als 200.000 Menschen der einwohnerstärkste Kreis innerhalb der Smarten Grenzregion. Der Kreis Nordfriesland zählt knapp 168.000 Einwohner\*innen, in der Stadt Flensburg leben ca. 91.000 Menschen.

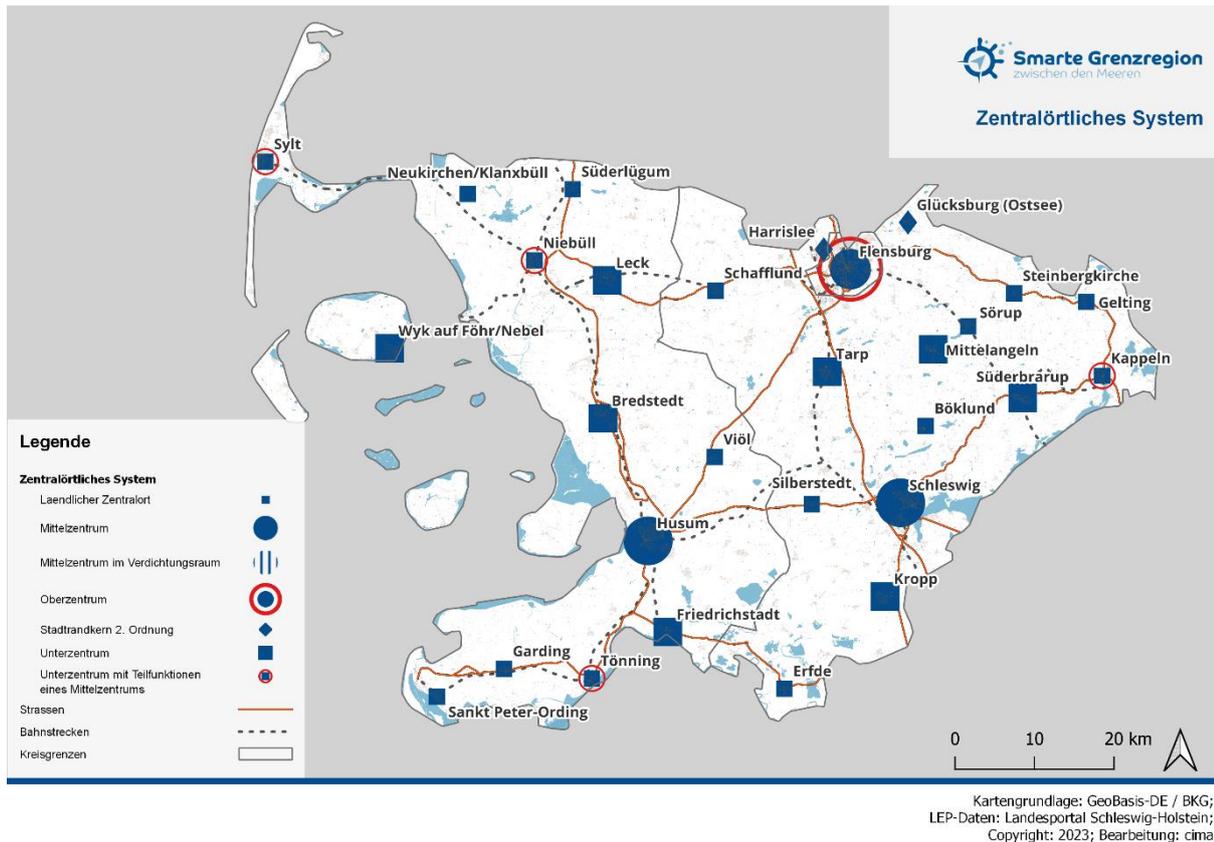
**Tabelle 1: Soziodemografische Rahmendaten der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren**

Indikatoren		Stadt Flensburg	Kreis Nordfriesland	Kreis Schleswig-Flensburg
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2017	88.516	165.462	199.503
	31.12.2019	90.164	165.951	201.156
	31.12.2021	91.113	167.560	203.799
<b>+/- in % 2017-2021</b>		<b>+ 2,9</b>	<b>+ 1,3</b>	<b>+ 2,2</b>
Quelle: Statistisches Landesamt Nord 2023				

Aktuell verzeichnet die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren sowohl insgesamt als auch in den drei Teilbereichen (Stadt Flensburg, Kreis Nordfriesland, Kreis Schleswig-Flensburg) eine konstant positive Bevölkerungsentwicklung. Um auch in der Zukunft die Funktion als nachgefragter und beliebter Wohnstandort übernehmen zu können, ist es somit von besonderer Bedeutung, die Schaffung einer nachfragegerechten Grundversorgung zur Daseinsvorsorge zu gewährleisten. Unter Berücksichtigung der bundesweit spürbaren demografischen Entwicklungstendenzen ist auch in der Smarten Grenzregion davon auszugehen, dass die Anzahl der älteren und alten Menschen steigen wird. Damit einher geht auch eine Zunahme von kleineren Haushalten.

In diesem Kontext erscheint der hier vorgelegte Leitfaden zur Verbesserung und Modernisierung der Nahversorgung als Bestandteil der Daseinsvorsorge in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren nicht nur sinnvoll, sondern auch konsequent. Die Attraktivität der Region als Wohnstandort hängt maßgeblich auch von der Quantität und der Qualität der Angebote zur Daseinsvorsorge ab. Angebote der Daseinsvorsorge schaffen Treffmöglichkeiten und verbessern die Lebensqualität und das Miteinander der Einwohner\*innen und erhöhen gleichzeitig die Bleibechance der älteren Menschen in den Gemeinden.

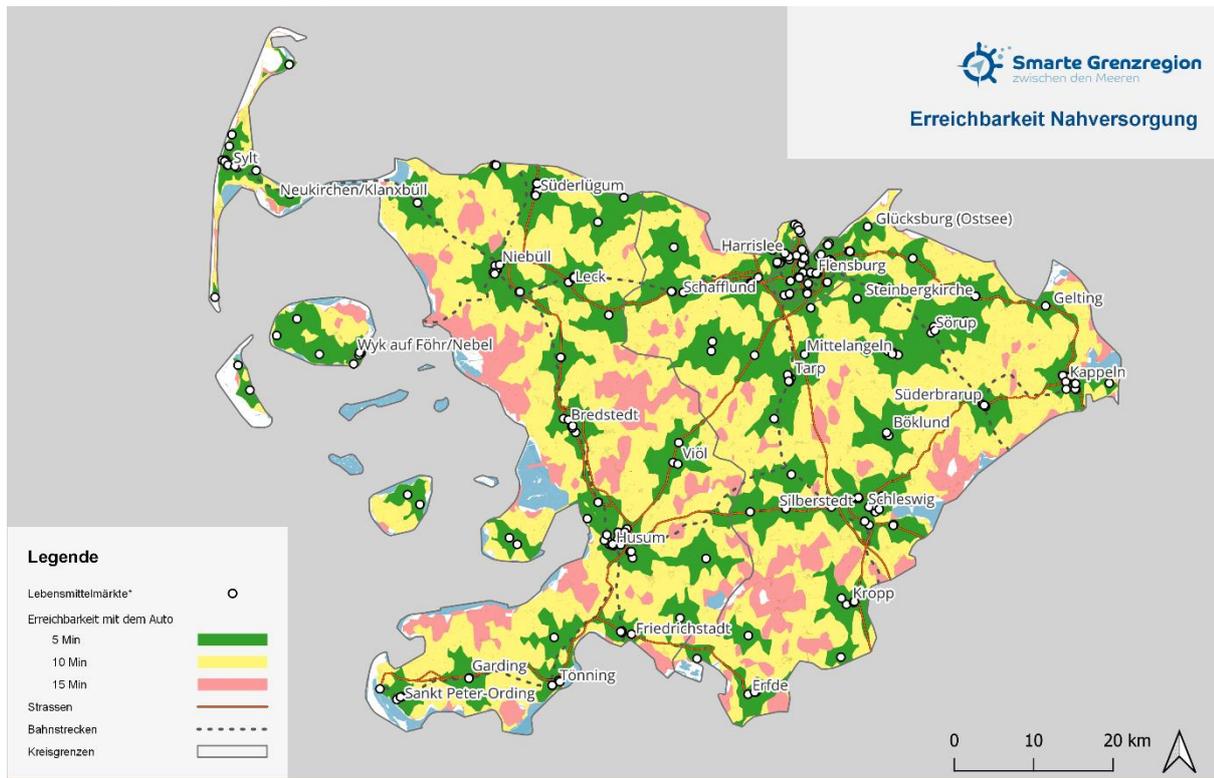
Abbildung 1: Zentrale Orte in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren



Die Stadt Flensburg übernimmt die zentralörtliche Versorgungsfunktion eines Oberzentrums in der Region. Die Städte Husum und Schleswig sind im System der zentralen Orte Schleswig-Holsteins als Mittelzentren in den Kreisen Nordfriesland und Schleswig-Flensburg definiert. Weitere Unterzentren und ländliche Zentralorte übernehmen eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die Bewohner\*innen des eigenen Stadt- bzw. Gemeindegebietes sowie der raumordnerischen Nahbereiche.

Entsprechend konzentrieren sich die Infrastrukturanbieter heute im Wesentlichen auf die zentralen Orte innerhalb der Smarten Grenzregion. Hier finden sich sowohl öffentliche als auch private Einrichtungen zur Daseinsvorsorge. Darüber hinaus profitieren kleinere Gemeinden von Einrichtungen für das gemeinschaftliche Leben. Dazu zählen u.a. Freiwillige Feuerwehren und Dorfgemeinschaftshäuser.

**Abbildung 2: Nahversorgungsfunktion der zentralen Orte (Pkw-Fahrzeitisochronen)**



Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG; Standortdaten: OpenStreetMap Mitwirkende; LEP-Daten: Landesportal Schleswig-Holstein; Copyright: 2023; Bearbeitung: cima

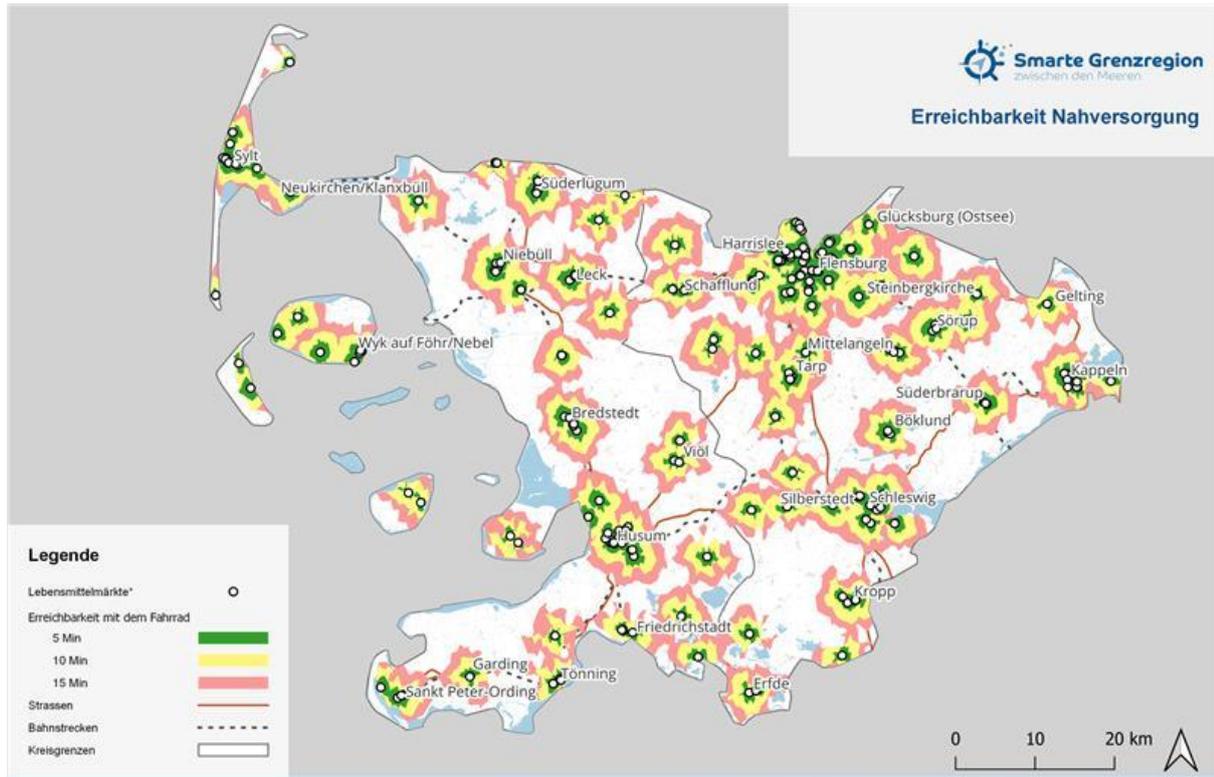
\*Als Lebensmittelmärkte werden hier große Läden für Lebensmittel bezeichnet, die einen umfassenden Service und häufig auch eine Auswahl an Non-Food-Produkten anbieten.

Die Abbildung zeigt die Pkw-Erreichbarkeitszonen rund um die Nahversorgungsstandorte in den zentralen Orten der Smarten Grenzregion und z.T. darüber hinaus. Für die Darstellung der Fahrzeitisochronen wurden 5-Minuten, 10-Minuten und 15-Minuten gewählt. Anhand der Analyse wird deutlich, dass für nahezu alle Wohnsiedlungsbereiche innerhalb der Smarten Grenzregion ein Lebensmittelgeschäft innerhalb von maximal 15-Minuten zu erreichen ist. In der Regel erfolgt der Lebensmitteleinkauf in einer Fahrtzeitdistanz von fünf bis zehn Minuten ausgehend vom eigenen Wohnort. Die Bereitstellung einer flächendeckenden, bedarfsgerechten und wohnortnahen Nahversorgung ist somit eine wesentliche Zukunftsaufgabe für die Städte und Gemeinden in der Smarten Grenzregion.

Nach Einschätzung der cima kann die Darstellung der Erreichbarkeitszonen als Bewertungsgrundlage für möglichen Entwicklungspotenziale und Chancen einer ergänzenden Nahversorgung im ländlichen Raum dienen. Für die Schaffung von neuen und innovativen Nahversorgungsstrukturen ist neben den Standortkriterien (Lage, Erreichbarkeit etc.), die Wettbewerbskulisse von entscheidender Relevanz. Die Nähe zu bereits vorhandenen Nutzungen (Lebensmittelfrischemärkte, Lebensmitteldiscounter) entscheidet maßgeblich über die betriebswirtschaftliche Machbarkeit eines neuen Nahversorgungsangebotes.

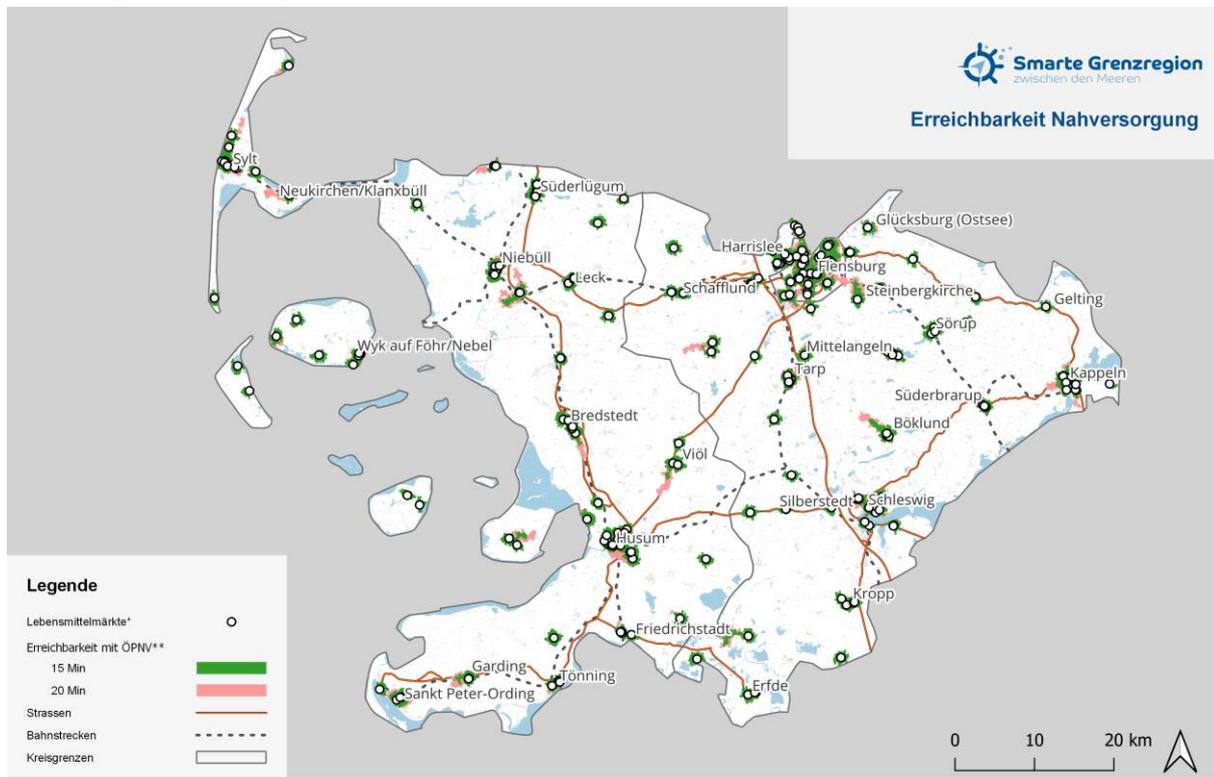
Die nachfolgenden Abbildungen zeigen ergänzend die Erreichbarkeitszonen mit dem Fahrrad und dem Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Für die Darstellung der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV muss jedoch berücksichtigt werden, dass nur die Bus-/ Bahnverkehre zu Grunde gelegt werden konnten, die in openstreetmap hinterlegt sind. Eine Vollständigkeit der ÖPNV-Verbindungen ist nicht sichergestellt. Dennoch kann die Karte einen ersten Eindruck vermitteln, in welchen Gebieten der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren der ÖPNV eine relevante Alternative zum privaten Pkw beim Lebensmitteleinkauf sein kann.

Abbildung 3: Nahversorgungsfunktion der zentralen Orte (Fahrrad-Erreichbarkeitszonen)



\*Als Lebensmittelmärkte werden hier große Läden für Lebensmittel bezeichnet, die einen umfassenden Service und häufig auch eine Auswahl an Non-Food-Produkten anbieten.

Abbildung 4: Nahversorgungsfunktion der zentralen Orte (ÖPNV-Fahrzeitisochronen)



\*Als Lebensmittelmärkte werden hier große Läden für Lebensmittel bezeichnet, die einen umfassenden Service und häufig auch eine Auswahl an Non-Food-Produkten anbieten.

\*\*Die Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte mit ÖPNV wurde für Stichtdatum der 24.02.2023 16 Uhr berechnet

### 3. Entwicklungschancen und Perspektiven für die Smarte Grenzregion

Der nahversorgungsrelevante Einzelhandel befindet sich in einem stetigen Wandel; ein sich veränderndes Lebens-, Arbeits- und Konsumverhalten der Menschen führt immer wieder zu neuen Angeboten. Nachfolgend zeigen wir – die aus Sicht der cima - bestehenden Chancen und Perspektiven für die Verbesserung und Modernisierung der Nahversorgungssituation in der Smarten Grenzregion. Diese leiten sich im Wesentlichen aus den aktuellen Entwicklungstrends in der Nahversorgung ab.

Aus Sicht der cima wird die Nahversorgung zukünftig nicht nur regionaler, sondern auch nachhaltiger sein. Der Aspekt der Nachhaltigkeit wird für immer mehr Menschen wichtiger. Regionalität und Nachhaltigkeit sind die größten Entwicklungstreiber im Lebensmitteleinzelhandel. Hofläden, Regionalläden und Verkaufsautomaten sind bereits erprobte Konzepte, die diesen Nachfragetrend aufgreifen und bereits sehr erfolgreich umsetzen.

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel wird zudem stärker durch digitale Angebote und Serviceleistungen ergänzt werden. Der Trend zu möglichst schnellen und unkomplizierten Einkäufen wird durch die voranschreitende Digitalisierung im Lebensmitteleinzelhandel für mehr Kaufende zur Selbstverständlichkeit (darunter fallen bargeldlose Bezahlungsmöglichkeiten, digitale Bestellservices etc.). Mit Smarten Nahversorgungskonzepten (24/7 Selbstbedienungsmodelle, Convenience-Stores) reagieren die Betreiber\*innen auf den Wunsch der Kaufenden nach einem zeitsparenden und kontaktlosen Einkauf. Abholstationen werden in stationäre Lebensmittelmärkte integriert, um Online-Bestellungen (Click&Collect) bequem abzuwickeln. Zudem entstehen neue Logistiksysteme, wie selbstfahrende Lieferfahrzeuge.

Darüber hinaus werden kurze Wege in der Nahversorgung zukünftig noch wichtiger werden. Eine älter werdende Gesellschaft und neue Formen des (mobilen) Arbeitens sind der Antriebsmotor für die Schaffung gut erreichbarer und wohnortnaher Nahversorgungsstandorte. Die Analyse der Fahrtzeitdistanzen zwischen Wohnort und dem nächstgelegenen Nahversorgungsstandort haben aufgezeigt, dass Nahversorgung und Mobilität untrennbar miteinander verbunden sind. Die Bereitstellung einer flächendeckenden, bedarfsgerechten und wohnortnahen Versorgung mit Waren des nahversorgungsrelevanten Bedarfs ist eine wichtige Zukunftsaufgabe für die Kommunen in der Smarten Grenzregion. Lieferdienste, Abholstationen und mobile Supermärkte bieten die Möglichkeiten die räumlichen und zeitlichen Distanzen zu reduzieren.

Das Engagement der Menschen vor Ort übernimmt zudem eine wachsende Bedeutung für den Erhalt und die Absicherung der Nahversorgung als Teil der Daseinsvorsorge. Der Lebensmitteleinzelhandel ist mehr als nur eine Einkaufsstätte. Vor allem im ländlichen Raum sind Nahversorgungsangebote Begegnungsstätte und Treffpunkt für die Dorfbewohner\*innen und leisten als Angebote der Daseinsvorsorge einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität eines Ortes und zur Lebensqualität der Menschen. Mehr Menschen bringen sich in ihrer Gemeinde ehrenamtlich oder auch finanziell ein, um die Nahversorgung vor Ort zu erhalten; das schafft Verbundenheit der Dorfgemeinschaft mit den Unternehmen.

Nachfolgend möchten wir die Chancen und Entwicklungsperspektiven für die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren zusammenfassend darstellen:

#### **Chance 1: Aus eins mach zwei**

Der klassische Hofladen und das klassische Hofcafé bekommen Konkurrenz. Neue Gastronomie- und Nahversorgungskonzepte kombinieren die Elemente Café, Speisegastronomie und Handel. Mit dieser Mischnutzung sprechen die Betriebe ein breites Zielpublikum an. Die Unternehmen bieten neben dem Verkauf von Lebensmitteln, ein gastronomisches Angebot sowie verschiedene ergänzende Dienstleistungen (z.B. Beherbergungsangebote, Freizeit- und Betreuungsangebote) an. Darüber hinaus werden z.B. Tasting-Events angeboten, die zum Probieren und Testen von eigenen Produkten einladen. In diesem Zusammenhang können Erzeuger\*innen auf eigene Waren aufmerksam machen.

## **Chance 2: Nahversorgung als Gemeinschaftsaufgabe**

Daseinsvorsorge wird zunehmend zur Gemeinschaftsaufgabe. Immer mehr Menschen bringen sich in ihrer Gemeinde ehrenamtlich oder auch finanziell ein, um die Nahversorgung vor Ort zu erhalten und zu verbessern. Dies schafft einerseits Verbundenheit der Dorfgemeinschaft mit den Unternehmen und andererseits eine wirtschaftliche Sicherheit für die Unternehmen. Während das MarktTreff-Konzept in Schleswig-Holstein zwar ein Engagement der Menschen vor Ort voraussetzt, bietet das Genossenschaftsmodell den Menschen vor Ort die Möglichkeit, sich unmittelbar (finanziell) für den Erhalt der Daseinsvorsorge einzusetzen.

## **Chance 3: Einkaufen rund um die Uhr**

Neue Formen des (mobilen) Arbeitens sind der Antriebsmotor für die Schaffung gut erreichbarer und wohnortnaher Nahversorgungsstandorte; das Einkaufen findet weniger am Arbeitsort, sondern mehr am Wohnort und unterwegs statt. Mit 24/7 Selbstbedienungsmodellen und Abholstationen wird den Anforderungen der Kaufenden nach einem schnellen und bequemen Einkauf begegnet. Darüber hinaus bieten Direktvermarkter Waren des täglichen Bedarfs in Verkaufsautomaten an. Der Einkauf verläuft i.d.R. kontaktlos und unkompliziert, die Auswahl der Produkte ist jedoch in der Regel begrenzt.

## **Chance 4: Mobil vor Ort**

Ein mobiler Bäckerwagen, der nicht nur in ländlichen Regionen, sondern auch Städten und Gemeinden unterwegs ist, um die Menschen an ausgewählten Tagen und zu festgelegten Uhrzeiten mit Backwaren zu versorgen ist nicht neu. Auch „rollende Märkte“ sind in vielen Regionen in Deutschland seit Jahren etabliert. Ein vollständiges Angebot können diese mobilen Nahversorger jedoch nur selten abbilden. Der Rewe-Einkaufsbus möchte diese Lücke schließen und bietet in Kooperation mit der DB Regio Straße ein umfangreiches Sortiment. Mobil vor Ort sind zudem Lieferserviceangebote der großen Lebensmittelmärkte; das Lieferangebot beschränkt sich i.d.R. auf einen Umkreis von 15 bis 25 km um den Nahversorgungsstandort.

## **Chance 5: Einheimisch und regional**

Lebensqualität bedeutet heute, auch beim Lebensmitteleinkauf Qualität vor Quantität zu stellen. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen. Moderne Verbraucher\*innen setzen auf gesunde, frische, nachhaltige und regionale Produkte. Regionale Lebensmittel sind „in“: Fast jeder Lebensmittelmarkt bietet regional erzeugte Produkte an. Richtig überzeugen können jedoch nur die Händler\*innen, die regionale Produkte mit einem authentischen Verkaufsstil kombinieren und die regionalen Erzeuger\*innen bewerben und benennen, denn das erzeugt Verbundenheit und Sympathie.

Die Unternehmen präsentieren sich bereits zunehmend durch ein modernes und stimmiges Erscheinungsbild. Großflächige Lebensmittelmärkte versuchen den Wochenmarkt in das Ladenkonzept zu integrieren und somit die Qualität der Produkte in den Vordergrund zu stellen.

Als eine Begleiterscheinung der Corona-Pandemie konnten Bioprodukte und fair gehandelte Lebensmittel in den vergangenen Jahren eine maßgebliche Wachstumsrate verzeichnen. Die Verbraucher\*innen richten den Blick zunehmend auf Regionalität, Frische, Nachhaltigkeit und Fair-Trade Produkte. Hier konnten sich u.a. Hofläden und Regionalläden besser gegenüber den klassischen Lebensmittelsupermärkten und den Lebensmitteldiscountern positionieren.

Doch das verlässliche Wachstum der Biolebensmittel erlebt durch die Inflation der Verbraucherpreise in Folge des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine einen Dämpfer. Am besten durch diese Krise kommen nach aktuellen Einschätzungen die Genossenschaftsläden, Mitglieder Läden etc. Hier werden besonders die Vorteile einer Solidargemeinschaft deutlich.

**Chance 6: Nachhaltig und digital**

So wie eine nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweise gesamtgesellschaftlich immer wichtiger wird, zeigen sich auch in der Nahversorgung immer mehr neue Konzepte, die auf Nachhaltigkeit bauen und Themen wie Ressourcenschonung, Umweltschutz und soziale Verantwortung zu einem wichtigen Bestandteil der Branche werden lassen. Der Nachfragetrend nach vegetarischen oder veganen Angeboten spielt hier ebenfalls eine Rolle. Daneben werden auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen bei der Erzeugung von Lebensmitteln, die (regionale) Herkunft und der ökologische Anbau immer bedeutender.

Darüber hinaus bedeutet Daseinsvorsorge nicht mehr nur die Bereitstellung von Dienstleistungen, sondern auch ihre digitale Nutzbarmachung. Insbesondere im ländlichen Raum sollten digitale Lösungen zu Verbesserung der Nahversorgung entwickelt werden, die nachhaltig wirken und die mit der immer schneller voranschreitenden digitalen Transformation Schritt halten. Dabei steht die Aufwertung, Vereinfachung oder nachhaltigere Gestaltung des Lebensalltags der Menschen in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren im Fokus.

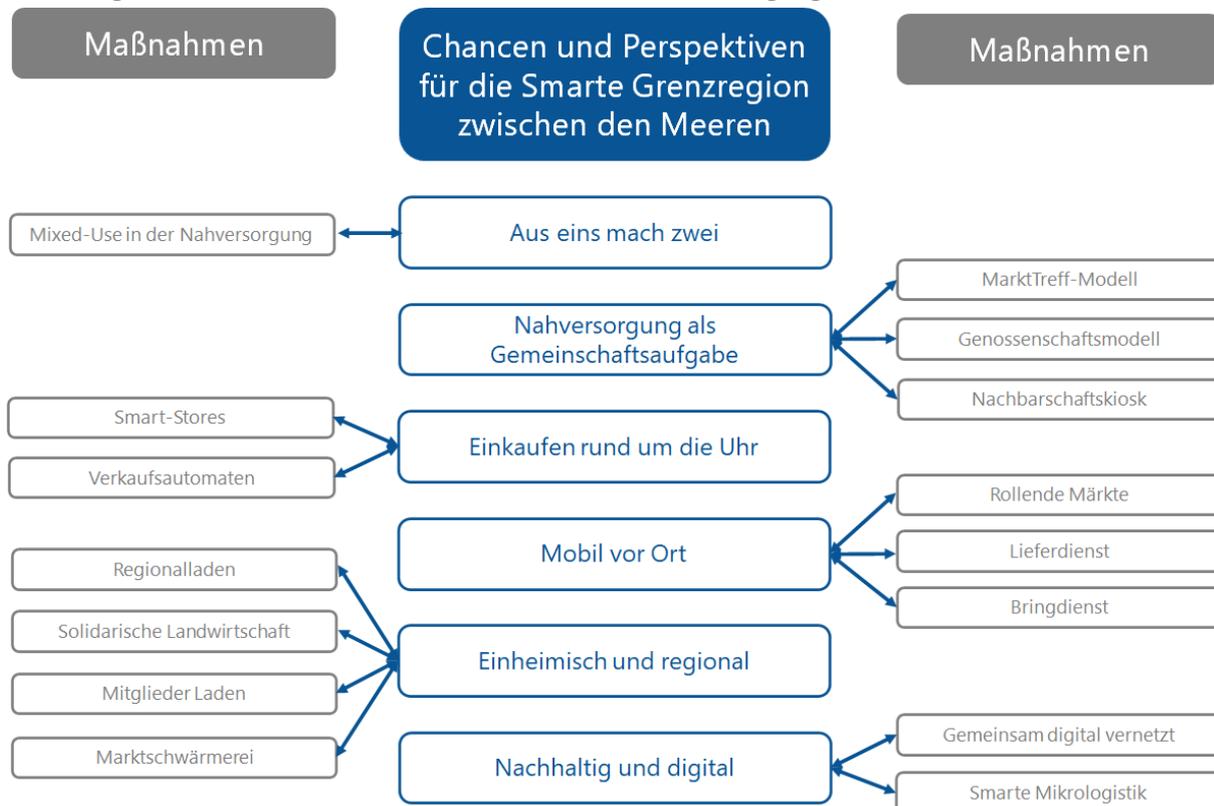
## 4. Leitfaden 24/7 Nahversorgung

Eine zentrale Aufgabe des Handlungsleitfadens ist es, die stationären Nahversorgungsangebote und die digitalen Versorgungsmöglichkeiten miteinander zu vernetzen und damit den Lebensmitteleinkauf und die Daseinsvorsorge in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren zukunftsfähig zu machen.

U.a. folgende Aspekte werden Berücksichtigung finden: Welche Rolle können Direktvermarkter und Hofläden für die Nahversorgungssituation in der Smarten Grenzregion spielen? Welche Konzepte gibt es in Schleswig-Holstein für 24/7 Angebote? Wie können Hol-, Bring- und Lieferservices die Nahversorgung verbessern? Für welche Gemeinden kann das MarktTreff-Konzept eine geeignete Möglichkeit sein? Ein weiterer Fokus liegt auf den Chancen digitaler Lösungen zur Sicherung der Nahversorgung.

Der Leitfaden wird Maßnahmenvorschläge für eine nachhaltige Absicherung und Verbesserung der Nahversorgung in der Smarten Grenzregion zusammenstellen und durch Best-Practice-Beispiele ergänzen. Der Fokus liegt auf kooperativen Maßnahmenvorschlägen. Die Maßnahmen werden aus den formulierten Chancen entwickelt; im besten Fall greifen die Maßnahmen unterschiedlichen Chancen auf.

Abbildung 5: Schematischer Aufbau des Leitfadens 24/7 Nahversorgung



## Chance: Aus eins mach zwei

### Maßnahme: Mixed-Use in der Nahversorgung

<b>Beschreibung</b>	<p>Der klassische Hofladen und das klassische Hofcafé bekommen Konkurrenz. Neue Gastronomie- und Nahversorgungskonzepte kombinieren die Elemente Café, Speisegastronomie und Handel. Mit dieser Mischnutzung sprechen die Betriebe ein breites Zielpublikum an und verbessern die betriebswirtschaftliche Machbarkeit.</p> <p>Die Unternehmen bieten neben dem Verkauf von Lebensmitteln, ein gastronomisches Angebot sowie verschiedene ergänzende Dienstleistungen (z.B. Beherbergungsangebote, Freizeit- und Betreuungsangebote) an und können somit ergänzend einen wichtigen Beitrag zur gemeindlichen Daseinsvorsorge leisten. Hier können sich u.a. auch Vereinen für Bildungsangebote einbringen.</p> <p>Die Unternehmen stellen in der Regel Transparenz und Offenheit an erste Stelle. Besucher*innen können den Anbau und die Verarbeitung der Produkte erleben und beobachten, die Waren direkt vor Ort kaufen und in der unternehmenseigenen Küche verkosten. Die Wertschöpfung bleibt vor Ort und ist somit ein wichtiger Stabilisierungsfaktor für die gesamte Region.</p>
<b>Anforderungen</b>	Privates Engagement von Direktvermarkter*innen und Vertreter*innen von Vereinen (NABU, BUND, Landfrauen, Landjugend etc.), Vertreter*innen des Bildungswesens (Schulen, Kitas) in der Region
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Tragfähigkeit</b>	Die Tragfähigkeit wird durch die Mischnutzungen (Handel, Gastronomie, Betreuungsangebote etc.) gewährleistet.
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von Direktvermarkter*innen, Landwirten, Vertreter*innen von Vereinen (NABU, BUND, Landfrauen, Landjugend etc.), Vertreter*innen des Bildungswesens (Schulen, Kitas) zur Mitwirkung</li> <li>▪ Bewertung der Wettbewerbsverträglichkeit und Tragfähigkeit</li> <li>▪ konkrete Planung</li> <li>▪ Förderantrag</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Maßnahme: Mixed-Use in der Nahversorgung

#### Beispiel: Backensholzer Hof - Hofladen

Der Backensholzer Hof in Oster-Ohrstedt betreibt nicht nur einen Hofladen, sondern darüber hinaus eine Hofküche und eine Kindertagesstätte. Im Backensholzer Hofladen spielt Käse die Hauptrolle. Darüber hinaus gibt es Fleisch von den Backensholzer Milchkühen und die Backensholzer Weide-Eier aus dem Mobilstall. Selbst produziert Chutneys aus der eigenen Hofküche und sowie frisches Sauerteigbrot aus eigener Herstellung stehen im Hofladen ebenso zum Verkauf, wie viele andere Spezialitäten von benachbarten Bio-Höfen oder Kolleg\*innen und Freund\*innen. Eine kleine Gemüseauswahl, Feinkostprodukte, eine große Auswahl ökologischer Weine und Spirituosen aus Deutschland und Europa sowie frisches Brot vom Joldelunder Bioland-Bäcker sind ebenfalls Teil des Angebotes.

Die Hofküche wurde von vornherein als ein eigenständiger Betrieb geplant, der sich bewusst mit der Umwelt und seinem sozialen Umfeld auseinandersetzt. Durch die engen Lieferbeziehungen zu weiteren Biokolleg\*innen in der Nachbarschaft kommt es zu weniger Transport und mehr Austausch sowie nebenbei zu einer Küche, die durch die Zutaten der Region geprägt ist und die Region im Ganzen stärkt.

Der Backensholzer Hof verfolgt weitere Nachhaltigkeitsideen: Ein App-gesteuerter, klimaneutraler Lieferdienst soll im besten Fall die ganze Smarte Grenzregion zwischen den Meeren mit regionalen Lebensmitteln versorgen. Die Routen der Fahrer\*innen führen einerseits zu den Kund\*innen, andererseits zu den Erzeuger\*innen. Das Ziel sind kurze Wege, transparente Lieferketten und eine möglichst umfassende Wertschöpfung für die ganze Region.

Weitere Informationen: [www.backensholz.de](http://www.backensholz.de)



Bilderquellen: Backensholzer Hof

„Wir haben die Möglichkeit etwas zu bewirken! Die Herausforderungen im Bereich Umwelt- und Biodiversitätsschutz sind umfassend. Dafür benötigen wir eine digitale Vernetzung der Erzeuger und deren Kunden, die den Unterschied machen wollen. Wenn wir Gelegenheiten schaffen, die das positive und das optimistische Denken einer jungen Generation bestärken, schaffen wir über verantwortungsvollen Konsum, Genuss und eine regionale Identität beim Essen einen großen Mehrwert im Sinne der Nachhaltigkeit.“

Jasper Metzger-Petersen,  
 Geschäftsführung Hof Backensholzer

## Maßnahme: Mixed-Use in der Nahversorgung

### Beispiel: Gut Wulksfelde – Nahversorgung erleben

Der Bioland-Betrieb befindet sich in der Gemeinde Tangstedt im unmittelbaren Hamburger Umland und beschreibt sich selbst als Pionier auf dem Gebiet der ökologischen Landwirtschaft mit hoher sozialer Verantwortung. Der landwirtschaftliche Betrieb mit mehr als 200 Mitarbeiter\*innen erzeugt, verarbeitet und verkauft Lebensmittel; für die Besucher\*innen wird die Arbeit nicht nur sichtbar, sondern auch erlebbar. Das Gut Wulksfelde legt besonderen Wert auf eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft und ist bestrebt ein klimaneutrales Unternehmen zu werden. Die Wärme der Backstube wird in einem zentralen Heizkessel mit Wasserspeicher gesammelt. Das warme Wasser wird in der Backstube und für die Heizung des gesamten Gebäudes genutzt. Ferner produzieren Photovoltaikanlagen auf den Dächern Solarstrom. Im Lieferservice und im Hofladen wird so weit wie möglich auf Verpackungsmaterialien verzichtet. Im Hofladen wird auf Mehrweg gesetzt, in diesem Zusammenhang wurden die Plastikbeutel in der Gemüseabteilung und die Einwegbecher im Backshop abgeschafft. Alternative Verpackungsmöglichkeiten wie Gemüsenetze, Mehrweg-Eierboxen und Brotbeutel ersetzen die früheren Einwegverpackungen.

Als Demonstrationsbetrieb Ökologischer Landbau wird das Gut Wulksfelde zudem für die Besucher\*innen erlebbar. In den eigenen Seminarräumen werden Seminare, Events, Schulungen oder Workshops und Einblick in die Arbeit sowie Mitmach-Aktionen angeboten.

Weitere Informationen: [www.gut-wulksfelde.de](http://www.gut-wulksfelde.de)



Bilderquellen: Gut Wulksfelde

## Chance: Nahversorgung als Gemeinschaftsaufgabe

Die Versorgung der Wohnbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist eine der wichtigsten Säule der Daseinsvorsorge. Ergänzende Dienstleistungs- und Treffangebote tragen ergänzend zur Lebensqualität der Menschen bei. Der demografische Wandel, ein verändertes Mobilitätsverhalten, sich wandelnde Kaufgewohnheiten und der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel stellen den Erhalt und die Funktion der Nahversorgung jedoch vor zunehmende Herausforderungen.

Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel hat für die Versorgungsfunktion kleinerer Gemeinden und deren Daseinsvorsorge eine hohe Bedeutung und ist eine tragende Säule des sozialen Miteinanders. Daher ist die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen von besonderer Bedeutung. Was aber tun, wenn die Nahversorgungsangebote in den ländlichen Gemeinden abnehmen und damit die erlebbare Dorffunktion verloren geht?

Der Lebensmitteleinzelhandel ist mehr als nur eine Einkaufsstätte. Vor allem im ländlichen Raum sind Nahversorgungsangebote Begegnungsorte und Treffpunkt für die Dorfbewohner\*innen und leisten als Angebote der Daseinsvorsorge einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität eines Ortes und zur Lebensqualität der Menschen. Mehr Menschen bringen sich in ihrer Gemeinde ehrenamtlich oder auch finanziell ein, um die Nahversorgung vor Ort zu erhalten und zu verbessern. Dies schafft einerseits Verbundenheit der Dorfgemeinschaft mit den Unternehmen und andererseits eine wirtschaftliche Sicherheit für die Unternehmen.

### Maßnahme 1: MarktTreff-Modell

<p><b>Beschreibung</b></p>	<p>Vor mehr als 30 Jahren startete das Land Schleswig-Holstein die MarktTreff-Initiative für die ländliche Nahversorgung. Mittlerweile sichert in 43 kleinen Orten in Schleswig-Holstein ein MarktTreff die Versorgung der Bevölkerung mit Angeboten des täglichen Bedarfs. Ergänzende Dienstleistungs- und Treffangebote tragen zur Lebensqualität der Dorfgemeinschaft bei.</p> <p>Das MarktTreff-Konzept bietet vieles unter einem Dach und verbessert so die Grundversorgung und Lebensqualität im ländlichen Raum. Das Angebot jedes MarktTreffs gliedert sich in drei Säulen: Das Kerngeschäft besteht in der Regel aus einem Lebensmittelmarkt und/oder einer Direktvermarktung, möglich ist auch ein gastronomisches Angebot. Dienstleistungen (Post, Lotto / Toto, medizinische Versorgungsangebote, Bildungsangebote, CoWorking etc.) erhöhen die Kundenfrequenz und stärken die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Einzelhandels. Die dritte Säule stellt den Treffpunkt dar, ein Ort zum Klönen, für gemeinsame Aktivitäten, für Information und Bildung.</p> <p>Ein besonders erfolgreiches MarktTreff Projekt befindet sich in der Gemeinde Medelby nahe der deutsch-dänischen Grenze im Kreis Schleswig-Flensburg. Die Gemeinde Medelby ist der zentrale Ort des Kirchspiels Medelby und trägt somit einen wesentlichen Beitrag für die Grundversorgung der umliegenden Gemeinden Böxlund, Holt, Jardelund, Osterby und Weesby bei. Im Ortskern der Gemeinde Medelby befindet sich der MarktTreff mit einem kleinen Edeka Lebensmittelmarkt. Der Erfolg der MarktTreffs in der Gemeinde Medelby beruht im Wesentlichen auf der engen und vertrauensvollen Zusammenarbeit aller Projektbeteiligter (Gemeinden des Kirchspiels, Einwohner*innen, Gewerbetreibende etc.).</p> <p>Weitere Informationen: <a href="http://www.markttreff-sh.de">www.markttreff-sh.de</a></p>
<p><b>Anforderungen</b></p>	<p>Bestandsobjekte in zentraler Lage, auch Neubau möglich</p>
<p><b>Kosten</b></p>	<p>Die Gemeinde übernimmt den Anteil der Investitionen, der nicht durch die Fördergelder abgedeckt ist (Eigenanteil), mit der Gründung einer Genossenschaft als Träger des MarktTreffs wird die finanzielle Unterstützung durch die Bürger*innen ermöglicht</p>
<p><b>Fördermöglichkeiten</b></p>	<p>Siehe Anhang</p>
<p><b>Tragfähigkeit</b></p>	<p>Die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines MarktTreffs wird im Rahmen einer verbindlichen Machbarkeitsstudie untersucht. In der Regel ist eine finanzielle Unterstützung durch die MarktTreff Gemeinde notwendig. Bereits Gemeinden mit rd. 700 Einwohner*innen kommen für die Umsetzung eines MarktTreffs mit einem Lebensmitteleinzelhandel in Frage.</p>

<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erstinformation durch das Projektmanagement</li> <li>▪ MarktTreff-Vorprüfung zur Wettbewerbsverträglichkeit und dauerhaften Wirtschaftlichkeit</li> <li>▪ Konkrete MarktTreff-Planung</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>
<b>Ansprechpartner</b>	MarktTreff Projektmanagement (info@markttreff-sh.de)



*„Unser Medelbyer MarktTreff war die Initialzündung für die positive Entwicklung des gesamten Kirchspiels. So hat die Gemeinde Medelby an der dänischen Grenze u.a. den Wettbewerb "Unser Dorf hat Zukunft" 2022 gewonnen.“*

*Günther Petersen,  
Bürgermeister der Gemeinde Medelby*

Bilderquellen: MarktTreff Schleswig-Holstein, Gemeinde Medelby

## Maßnahme 2: Genossenschaftsmodell

### Beschreibung

Genossenschaften im Lebensmitteleinzelhandel sind inzwischen seit vielen Jahren erprobt. Das Genossenschaftsmodell bietet den Menschen vor Ort die Möglichkeit, sich unmittelbar (finanziell) für Erhalt und/ oder die Neuansiedlung der Nahversorgung einzusetzen. Mittlerweile gehen auch bestehende Anbieter den Weg, Genossenschaftsanteile an die Menschen vor Ort zu verkaufen, um die Wirtschaftlichkeit und damit den Erhalt des Unternehmens zu sichern. Das Tante Enso Konzept macht eine Genossenschaft sogar zur Grundvoraussetzung für die Umsetzung eines Lebensmittelmarktes.

Ein Beispiel aus Dänemark zeigt auf, wie ein Lebensmittelladen aus einem Crowdfunding initiiert werden konnte.

### Beispiel: Tante Enso

Mittlerweile sind 16 Tante Enso Filiale des Bremer Unternehmens MyEnso deutschlandweit am Markt, weitere 42 Märkte sind derzeit in der Planung. Tante Enso kombiniert den 24/7-Verkauf vor Ort im stationären Ladengeschäft mit einem Einkauf im Online-Supermarkt. Das Angebot im Laden umfasst 3.000 Artikel. Zusätzlich stehen bis zu 15.000 Artikel im MyEnso-Onlineshop für die Kund\*innen zur Verfügung, die nach der Bestellung im Markt abgeholt werden können. Bei Bedarf wird der Tante Enso Markt zudem mit einem EnsoTüt-Lieferfahrzeug ausgestattet. Zwischen 60 und 70 % des vor Ort Angebotes entsprechen einem klassischen Supermarkt Sortiment. Hinzu kommen jeweils 15 bis 20 % regionale Angebote und sogenannte Food-Pioniere. Darüber hinaus kann das Angebot individuell bestimmt werden. Jede Gemeinde, die einen Tante Enso Markt plant, kann individuell festlegen, ob es neben den kontaktlosen Einkaufszeiten mit Nutzung der Self-Scanning-Kasse, auch Einkaufszeiten mit Verkaufspersonal geben soll. Ergänzend können Dienstleistungen wie Post, Lotto/Toto etc. hinzukommen. Wichtige Standortvoraussetzungen für einen Tante Enso Laden sind neben der Einwohner\*innenzahl (1.000 bis 3.000 Einwohner), die Distanz zum nächsten Supermarkt.

Darüber hinaus ist das Engagement der Bürger\*innen eine wesentliche Voraussetzung für die Realisierung eines Tante Enso Marktes. Mindestens 300 Dorfbewohner\*innen müssen bereits in der Planungsphase Anteilseigner\*innen werden. Je mehr Menschen bereit sind, sich an ihrem Tante Enso Markt zu beteiligen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass diese dort auch zukünftig einkaufen werden.

Das Tante-Enso-Betreibermodell sieht für jeden Standort die Gründung einer eigenen Tante Enso GmbH & Co KG mit Sitz am jeweiligen Standort vor. Tante Enso tritt immer als Mieter auf, entweder eines leergefallenen Ladenlokals oder eines Neubaus. Mittlerweile mietet Tante Enso auch Teilflächen u.a. von Raiffeisenmärkten.

Ende März 2023 hat in der Gemeinde Glasau ein MarktTreff mit einem integrierten Tante Enso Dorfladen eröffnet. Der neue MarktTreff wird auf 200 m<sup>2</sup> mit rund 3.000 Artikeln als 24/7-Laden konzipiert, ab März 2023 soll dort neben den Öffnungszeiten mit Personal auch Einkaufen rund um die Uhr möglich sein.

<b>Anforderungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestandsobjekte in zentraler Lage, auch Neubau möglich</li> <li>▪ 200 m<sup>2</sup> Verkaufsflächen zzgl. 50 m<sup>2</sup> Nebenflächen</li> <li>▪ 1.000 bis 3.000 Einwohner*innen im Nahbereich</li> <li>▪ Mindestens 300 Einwohner*innen müssen Anteilseigner*innen werden (1 Anteil = 100 €)</li> <li>▪ Entfernung zum nächsten Lebensmittelfrischemarkt/ Lebensmitteldiscounter ca. 6 - 12 km</li> </ul>
<b>Kosten</b>	Kosten für die Ertüchtigung eines bestehenden, leerstehenden Ladenlokals oder Baukosten Neubau
<b>Fördermöglichkeiten</b>	In Verbindung mit MarktTreff siehe Anhang; darüber hinaus sieht das Tante Enso Konzept nicht die Nutzung von Fördermitteln vor
<b>Tragfähigkeit</b>	Mit Hilfe des Genossenschaftsprinzip wird die nachhaltige Tragfähigkeit gewährleistet. Je nach Wettbewerbskulisse sind bereits 1.000 Dorfbewohner*innen für die betriebswirtschaftliche Machbarkeit ausreichend.

<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bewerbung der Gemeinde bei myenso</li> <li>▪ Prüfung der Standort- und Rahmenbedingungen</li> <li>▪ Beteiligungskampagne vor Ort (Gemeindevertretung spricht sich für den Tante Enso aus, mindestens 300 Einwohner*innen kaufen Anteile)</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>
<b>Ansprechpartner</b>	Thorsten Bausch (thorsten.bausch@myenso.de)



„Mit dem Tante Enso Supermarkt haben wir die perfekte Lösung für unseren neuen MarktTreff gefunden. Wir freuen uns riesig auf das komplette Nahversorgungsangebot, inklusive Produkten aus der Region, es wird so schön!“

Bernhard Horstmann,  
stellvertretender Bürgermeister der Gemeinde Glasau,  
MarktTreff-Koordinator

Bilderquellen: myenso

### Beispiel: Dorfgenossenschaft Wombach eG

Im Juni 2022 hat die Bäckerei Wombicher Beck nach einer zwölfwöchigen Schließung wiedereröffnet. Insgesamt 246 Mitglieder der Dorfgemeinschaft gründeten die Wombach eG. Zweck der Genossenschaft ist der Erhalt der traditionellen Bäckerei im Ortskern von Wombach. Die Bäckerei musste nach Erkrankung des Bäckermeisters den Betrieb der Traditionsbäckerei aufgeben. Mit Hilfe der Genossenschaft konnte der Weiterbetrieb der Bäckerei gesichert werden. Mitglied der Dorfgemeinschaft Wombach eG kann jeder werden, der einen oder mehrere Mitgliedsanteile (max. 10 Anteile) zu je 150 € erwirbt.

Weitere Informationen: [www.wombicher-beck.de](http://www.wombicher-beck.de)



Bilderquellen: Wombicher Beck

### Beispiel: Lebensmittelgeschäft "Kooperativet" in Dänemark

Die Herausforderungen und Handlungsbedarfe sind in Dänemark genauso groß wie in Deutschland insgesamt und der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren. In der Gemeinde Feldballe zwischen Grenaa und Aarhus hatte der örtliche Lebensmittelmarkt bereits seit zwei Jahren geschlossen, als rd. 1.000 Einwohner\*innen das Lebensmittelgeschäft "Kooperativet" eröffneten. Vor der Gründung stand ein Crowdfunding, unterstützt durch das Crowdfunding System des dänischen Unternehmens Coop. Der Dorfladen wird von der Genossenschaft Feldballe betrieben; der Genossenschaftsladen ist vollständig im Besitz der Bürger\*innen von Feldballe und der Umgebung.

Im Angebot des Genossenschaftsladens sind sowohl Waren des Unternehmens Coop als auch regionaler Anbieter\*innen und Produzent\*innen. Zukünftig sollen Online-Bestellungen von Lebensmitteln bei Coop und Bestellungen bei Apotheken im Umland im Dorfladen abgeholt werden können. Darüber hinaus wird aktuell ein Cafébereich geplant.

Der Dorfladen „Kooperativet“ bringt die lokale Dorfgemeinschaft, die regionalen Lebensmittelproduzent\*innen und die Angebote der Coop in einem das stationäre Ladengeschäft zusammen und verbindet alle Akteur\*innen mit Hilfe der digitalen Webseite.

Weitere Informationen: [www.kooperativet.info](http://www.kooperativet.info)



Bilderquellen: Kooperativet

## Maßnahme 4: Nachbarschaftskiosk

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Nachbarschaftskiosk ist mehr als Verkaufsstandort für Waren des täglichen Bedarfs, der Nachbarschaftskiosk dient vor allem als Treffpunkt für die Menschen eines Stadtteils, eines Wohnviertels oder einer Dorfgemeinschaft. Der Nachbarschaftskiosk fördert das Miteinander und den Zusammenhalt der Menschen vor Ort und die Verbundenheit mit dem Wohnstandort; hier wird gemeinsam gefeiert, gekocht, nachbarschaftliche Hilfe und Unterstützung organisiert etc.</p> <p>Darüber hinaus ist der Nachbarschaftskiosk aber auch ein Ladengeschäft mit Angeboten des täglichen Bedarfs. Der Verkauf wird in der Regel ehrenamtlich organisiert. Als Standort eignen sich leerstehende Ladenlokale in integrierten Ortskernlagen oder Wohnquartieren, die für eine sozialverträgliche Miete oder kostenfrei zur Nutzung zur Verfügung gestellt werden.</p>
<b>Anforderungen</b>	Privates Engagement von Bewohner*innen, Bereitstellung eines Ladenlokals durch Immobilieneigentümer*in, Unterstützung durch die Gemeinde
<b>Kosten</b>	Kosten für das Ladenlokal, Umbau und Ertüchtigung
<b>Tragfähigkeit</b>	Eine nachhaltige Tragfähigkeit kann nur durch ehrenamtliche Tätigkeit und finanzielle Unterstützung der Gemeinde, der Immobilieneigentümer*innen etc. gewährleistet werden
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von den Menschen vor Ort</li> <li>▪ Bereitstellung eines Ladenlokals</li> <li>▪ konkrete Planung</li> <li>▪ Förderantrag</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: Kiosk am Sporlederweg

Der Kiosk am Sporlederweg in Hannover wird organisiert und betrieben von den Bewohner\*innen des Sporlederwegs, Am Spielfelde sowie der Bornumer Straße. Der Nachbarschaftskiosk verkauft Brot und Brötchen, kleine Snacks und Getränke und organisiert Nachbarschaftsfeiern und Treffen mit dem Ziel, die Nachbarschaft zusammenwachsen zu lassen. Darüber hinaus werden Informationsabende zu Themen wie „Wohngeld“, „Energiesparen“ etc. durchgeführt. Der Kiosk am Sporlederweg wird durch die Wohnungsbaugesellschaft Vonovia zur Verfügung gestellt. In der Startphase des Nachbarschaftskiosk finanzierte das Quartiersmanagement Linden-Süd der hanova die Projektbetreuung und die Materialkosten, seit 2019 übernimmt dies die Vonovia Stiftung.

Weitere Informationen: [www.kiosk-sporlederweg.de](http://www.kiosk-sporlederweg.de)



Bilderquellen: Kiosk am Sporlederweg

### Beispiel: Nachbarschaftskiosk „Lulu dans ma rue“ in Frankreich

Das Modell des Nachbarschaftskiosk findet sich auch in anderen europäischen Ländern. In Paris ist ein ehemaliger Kiosk im Stadtteil Marais als Nachbarschaftskiosk für das Quartier umgenutzt worden. Der Pariser Nachbarschaftskiosk dient vor allem der Vermittlung von Nachbarschaftshilfen. Am Kiosk werden die angebotenen Dienstleistungen ausgehängt, darunter sind Angebote für Arbeiten an Haus und Garten, Kinderbetreuung, Hilfe bei Behördengängen, Hilfe bei digitalen Fragen etc. Die Nachbarschaftshelfer\*innen nennen sich „Lulus“. Die Lulus sind nicht ehrenamtlich tätig, sondern selbstständige Kleinunternehmer\*innen, die ihre Hilfe zu sozialverträglichen Stundenansätzen anbieten. Der Nachbarschaftskiosk wird durch einen gemeinnützigen Verein organisiert und betrieben, der mit einem Anteil von 15 % am Verdienst der Lulus beteiligt wird.

Der Pariser Nachbarschaftskiosk hat sich zum Ziel gesetzt, ein niederschwelliges Dienstleistungsangebot durch die Nutzung lokaler Ressourcen anzubieten, nachbarschaftliche Kontakte zu schaffen und das Wohnquartier aufzuwerten.

Mittlerweile gibt es den Nachbarschaftskiosk Lulu dans ma rue nicht nur in Paris, sondern auch in Lyon und Lille.

Weitere Informationen: [www.luludansmarue.org](http://www.luludansmarue.org)



Bilderquellen: Lulu dans man rue

## Chance: Einkaufen rund um die Uhr

### Maßnahme 1: Smart Stores

<b>Beschreibung</b>	<p>24/7-Angebote, d.h. Nahversorgungsangebote, die 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche für den Kaufenden zugänglich sind, können den klassischen stationären Lebensmitteleinzelhandel sinnvoll ergänzen. Im Allgemeinen haben 24/7 Angebote keinen oder nur einen zeitlich beschränkten Personaleinsatz. Dies spart Kosten für die Betreiber*innen und Zeit für die Käufer*innen, da die Bezahlvorgänge in der Regel vollständig automatisiert sind.</p> <p>Eine weitere Möglichkeit der kontaktlosen 24/7 Nahversorgung sind die Abholboxen der großen Lebensmittelfrischemärkte. So bietet z.B. Rewe die Möglichkeit online vorbestellte Lebensmittel an einer Abholstation kontaktlos abzuholen. Die Abholboxen werden von den örtlichen Filialen betrieben und finden sich in der Regel im direkten Umfeld der Lebensmittelmärkte. Die Abholboxen ergänzen das Angebot des Lebensmittelmarktes außerhalb der allgemeinen Öffnungszeiten.</p> <p>Die Anzahl von Smart Stores 24/7 wird in der näheren Zukunft weiterwachsen. Mit Tante Enso, TEO, Tante M, Emmas Tag und Nacht sind bereits stark expandierende Anbieter*innen auf dem Markt vorhanden. Das Unternehmen Edeka befindet sich mit der Edeka Smart Box derzeit noch in der Pilotphase.</p> <p>Nachfolgend werden nicht nur Praxisbeispiele vorgestellt, die für die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren relevant sind (derzeit z.B. Edeka Smart Box), sondern auch Beispiele aus anderen Gebieten in Deutschland und den europäischen Nachbarländern. Auch wenn das Unternehmen Tegut aktuell keine Bestrebungen formuliert, das Teo Konzept in Norddeutschland zu platzieren, zeigt dieses Beispiel einen funktionierenden und bereits etablierten Smart Store. Das gleiche gilt für den Mini Coop in Schweden. Weitere Beispiele für 24/7 Smart Stores ohne Personal gibt es u.a. auch in Dänemark (z.B. Dagli Brugsen, Let Køb). Diese Beispiele sollen vor allem dafür dienen, mögliche Vorbehalte gegenüber den autonomen Einkaufsboxen zu begrenzen.</p>
<b>Anforderungen</b>	<p>Barrierefreie Fläche in gut zugänglicher und sichtbarer Lage für die Selbstbedienungsboxen; Nähe zu stationären Lebensmittelmärkten (Edeka, Tegut etc.), die Belieferung der Märkte organisieren und umsetzen. Je nach Wettbewerbssituation bereits ab 500 Einwohner*innen im Nahbereich möglich</p>
<b>Kosten</b>	<p>Kostenfreie Bereitstellung der Fläche, ggf. Ertüchtigung der Fläche, Betriebskostenzuschuss</p>
<b>Tragfähigkeit</b>	<p>Eine nachhaltige Tragfähigkeit kann zwischen 200.000 und 350.000 € Jahresumsatz (je nach Betreiber*in) erreicht werden</p>
<b>Fördermöglichkeiten</b>	<p>Siehe Anhang</p>
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bewerbung bei den Unternehmen mit Angaben zum Wunschstandort sowie Grundstücksdetails</li> <li>▪ Prüfung der Standort- und Rahmenbedingungen durch die Unternehmen</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

## Maßnahme 1: Smart Stores

### Beispiel: Edeka Smart Box – Immer da immer nah

Das Unternehmen Edeka hat im vergangenen Jahr in der Gemeinde Hohwacht im Kreis Plön die erste Edeka Smart Box als Pilotprojekt gestartet. Die autonome Selbstbedienungsbox befindet sich auf einer gemeindeeigenen Stellplatzfläche. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 40 m<sup>2</sup> werden rd. 750 Artikel zum Verkauf angeboten. Der Zugang zur Smart Box als auch die Bezahlung erfolgt mit einer EC- oder Kreditkarte. Um die Barriere für die Besucher möglichst gering zu halten, wird keine Kundenkarte und keine Händler-App benötigt. Die Smart Box in Hohwacht wird durch den örtlichen Edeka Markt Alpen (1,5 km Entfernung) betrieben, beliefert und bestückt.

Die halbjährliche Testphase der Smart Box in Hohwacht war sehr erfolgreich. Auf Grundlage der Erfahrungen in der Gemeinde Hohwacht ist die Smart Box 2.0 entwickelt worden. Der Verkaufsraum (35 m<sup>2</sup>) ist durch einen separaten verkaufsfähigen Kühlbereich (13 m<sup>2</sup>) ergänzt. Die Sortimentsauswahl wird bis zu 1.500 Artikel umfassen. Die Smart Box 2.0 ist noch nicht realisiert worden, aktuell wird noch an einem Pilotierungsvorhaben gefeilt. Das unternehmerische Ziel ist die Etablierung der neuen Smart Box 2.0 u.a. auch im ländlichen Raum.

Weitere Informationen: [www.edeka.de](http://www.edeka.de)

#### Ansprechpartner

Jakob Czech ([jakob.czech@edeka.de](mailto:jakob.czech@edeka.de))



Bilderquellen: Edeka

### Beispiel: Teo – Begehbare Selbstbedienungsbox

Teo ist ein automatisierter 24/7 Store des Lebensmittelhändlers Tegut. Das Konzept ist seit dem Jahr 2020 auf dem Markt. Aktuell gibt es 26 Teo Standorte in Hessen und Baden-Württemberg und diese Zahl wächst kontinuierlich. Auf einer Fläche von 50 m<sup>2</sup> werden rd. 950 Artikel angeboten – von frischem Obst und Gemüse, Molkereiprodukten, Wurstwaren, Getränken und Coffe-to-go bis hin zu den wichtigsten Drogerieprodukten. Teo arbeitet fast ohne Personal und ist kassenlos. Der Zugang zum Teo-Shop ist nur über eine App oder mit einer EC- und Kreditkarte möglich. Bezahlt wird über die App oder auf einer Self-Checkout-Kasse. Tegut gibt an, dass die Preise im Teo-Shop sich auf einem normalen Supermarktniveau befinden, damit das Kleinformat sich als alltägliche Einkaufsalternative etablieren kann. Neben Lebensmitteln bieten die kleinen Teo-Shops auch die Gelegenheit zum zwanglosen Austausch und Treffmöglichkeiten sowie z.T. eine Fahrradwerkstatt, eine E-Bike-Ladestation, eine Bücher-Tauschbörse oder eine DHL-Packstation. Für das Laden-Design wurde für Tegut der Deutsche Nachhaltigkeitspreis Design 2022 verliehen. Die Bauweise des Teo-Stores ist größtenteils durch Holz mit einem begrünten Dach geprägt.

Aktuell ist der Teo 24/7-Store ausschließlich in Süddeutschland zu finden. Die Wahrscheinlichkeit einer Expansion nach Schleswig-Holstein in den kommenden Jahren ist eher gering.

Weitere Informationen: [www.tegut.com](http://www.tegut.com)



Bilderquellen: Tegut

### Beispiel: Mini-Coop in Schweden

Der Coop Mini in Schweden setzt vor allem auf Convenience, Schnelligkeit und Flexibilität für die Kund\*innen. Der Mini Coop ist ein vollautomatischer, sehr kleiner Supermarkt, der rund um die Uhr geöffnet ist und keine Mitarbeiter\*innen hat. Der autonome Supermarkt hat weniger als 20 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und bietet darauf eine entsprechend begrenzte Auswahl an Lebensmitteln und Drogeriewaren an. Kund\*innen können per Smartphone-App den Laden betreten, ihre Einkäufe scannen und bezahlen.

Das Konzept existiert sowohl in dicht besiedelten Gebieten als auch im ländlichen Raum, in denen sich große Filialen für das Unternehmen nicht lohnen. In Zukunft sollen weitere Coop Mini-Filialen in Schweden eröffnet werden.

In Deutschland ist Coop nicht aktiv.

Weitere Informationen: [www.coop.se](http://www.coop.se)



Bilderquellen: Coop Schweden

## Maßnahme 2: Smarte Verkaufsautomaten

<b>Beschreibung</b>	<p>Eine einfachere Form der 24/7 Angebote stellen die smarten Verkaufsautomaten dar. Die Anzahl der Verkaufsautomaten hat in ganz Deutschland bereits eine sehr hohe Stückzahl (&gt;5.000) erreicht. Die Automaten verfügen über ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln für den Rund-um-die-Uhr-Einkauf und dienen im Wesentlichen dem Direktvertrieb von regional erzeugten Produkten. Entsprechend häufig befinden sich die Verkaufsautomaten in direktem räumlichem Zusammenhang mit den landwirtschaftlichen Betrieben.</p> <p>Z.T. sind die Verkaufsautomaten sogar eine Ergänzung des eigenen Hofladens, um die Produkte rund um die Uhr anbieten zu können. Der Verkaufsautomat bietet den Direktvermarkter*innen die Möglichkeit die regionalen Produkte ohne Zwischenhandel zu verkaufen und damit einen Vorsprung hinsichtlich Zeit und Frische gegenüber dem klassischen Lebensmitteleinzelhandel zu erzielen.</p> <p>Die Bezahlung an den Verkaufsautomaten erfolgt in der Regel bargeldlos. Zum Teil verfügen die Automaten auch über die Möglichkeit mit Münzen und Scheinen zu zahlen. Auf Grundlage von Gesprächen mit Betreibenden steigt jedoch die Diebstahlgefahr, wenn Bargeld in den Automaten vorhanden ist. Darüber hinaus bestehen kaum Vorbehalte älterer Menschen gegenüber der Kartenzahlung an den Automaten.</p>
<b>Anforderungen</b>	Privates Engagement von Direktvermarkter*innen in der Region
<b>Kosten</b>	Kosten für die Verkaufsautomaten bereits ab ca. 10.000 bis 15.000 €, ggf. Bereitstellung eines Standortes durch die Gemeinde
<b>Tragfähigkeit</b>	Abhängig von den vertriebenen Produkten rasche Wirtschaftlichkeit sichergestellt
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von Direktvermarkter*innen</li> <li>▪ konkrete Planung</li> <li>▪ Förderantrag</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: Hof Rienhoff – Direktvermarktung im Verkaufsautomaten

Der Hof Rienhoff wird bereits in 4. Generation in der Gemeinde Benstaben im Kreis Stormarn betrieben. Seit 2016 erfolgt die Direktvermarktung der eigenen Fleisch- und Wurstwaren in mittlerweile sieben Verkaufsautomaten, direkt auf dem Hof Rienhoff in Benstaben und den Umlandgemeinden. An den Verkaufsautomaten ist der Einkauf zu jeder Tages- und Nachtzeit möglich. Neben den eigenen Fleisch- und Wurstwaren werden in den Automaten auch weitere regionale Produkte von Direktvermarkter\*innen wie z.B. Eier vom Travenhof aus Reinfeld und Milch und Joghurt von der Seefelder Landmilch angeboten.

Die Belieferung der Automaten erfolgt in den Wintermonaten dreimal pro Woche, im Sommer werden die Automaten täglich neu bestückt. Die Bezahlung ist einfach und erfolgt entweder mit Bargeld oder bargeldfrei. Die Automaten werden von allen Altersgruppen gleichermaßen gut angenommen.

Darüber hinaus werden die selbst erzeugten Produkte im eigenen Onlineshop vertrieben. Die Lieferung erfolgt in einem Umkreis von 25 km; die Selbstabholung direkt am Hof ist ebenfalls möglich. Die Schlachtung und Verarbeitung der Tiere wird in unmittelbarer Nähe zum Hof durchgeführt und unterstützt damit die regionale Wertschöpfung.

Weitere Informationen: [www.hof-rienhoff.de](http://www.hof-rienhoff.de)



*„Die Verkaufsautomaten bringen den Vorsprung gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel“*

*Hans-Christian Rienhoff*

Bilderquellen: Hof Rienhof, SHZ

## Chance: Mobil unterwegs

### Maßnahme 1: Rollende Märkte

<b>Beschreibung</b>	<p>Mobile Verkaufsläden sind vor allem für einwohner*innenschwache Gemeinden von Bedeutung, in denen ein stationäres Angebot nicht wirtschaftlich machbar ist. Der „rollende Supermarkt“ ist auch in Schleswig-Holstein ein fester Bestandteil der ländlichen Infrastruktur. Bei mobilen Nahversorger*innen handelt es sich um begehbare Kleinlastwagen oder Thekenfahrzeuge. Die Kund*innen können die gewünschten Waren per Einkaufsliste, per Telefon bzw. Internet bestellen. Insbesondere für den ländlichen Raum können mobile Nahversorger eine geeignete Anpassungsstrategie beim Wegfall stationärer Angebote sein. Kennzeichnend ist in der Regel der festgelegte wöchentliche Tourenplan.</p> <p>Der Vorteil von mobilen Nahversorgern ist, dass diese unabhängig und flexibel eingesetzt werden können, denn die Route kann je nach Bedarf und Nachfrage geplant werden. In der Regel werden bis zu drei Stationen pro Tag von den rollenden Märkten angefahren. Darüber hinaus ist der Investitionsbedarf für einen rollenden Supermarkt geringer als für ein stationäres Ladengeschäft.</p> <p>Der rollende Supermarkt kann dazu beitragen die „Nah“-Versorgung nicht nur in einer Gemeinde zu sichern, sondern in verschiedenen Gemeinden. Damit stellt der mobile Supermarkt sogar eine Möglichkeit dar, die Versorgung der Menschen auf Amtsebene oder sogar darüber hinaus zu verbessern. Der Betrieb eines rollenden Supermarktes kann somit auch gemeindeübergreifend auf Amts- oder Kreisebene organisiert und finanziell unterstützt werden.</p>
<b>Anforderungen</b>	<p>Zusammenschluss von mehreren Gemeinden, Bereitstellung der mobilen Infrastruktur (z.B. durch die Autokraft), Engagement von Lebensmitteleinzelhändler*innen</p>
<b>Kosten</b>	<p>Kosten für die Anschaffung bzw. den Umbau von Lieferwagen/ Bus (Nachhaltigkeitsaspekt), Personalkosten</p>
<b>Tragfähigkeit</b>	<p>Abhängig vom Betreibenden</p>
<b>Fördermöglichkeiten</b>	<p>Siehe Anhang</p>
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zusammenschluss von Gemeinden zur gemeinsamen Umsetzung Marktes</li> <li>▪ Einwerben von Fördermitteln und Finanzierungszusagen durch die Kreise/ Gemeinden</li> <li>▪ Prüfung der Standort- und Rahmenbedingungen durch die Unternehmen</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: Rewe-Einkaufsbus

DB-Regio Straße startete zusammen mit dem Unternehmen Rewe im März 2023 den Rewe-Einkaufsbus für eine zweijährige Pilotphase in Nordhessen.

Das Sortiment des Rewe-Einkaufsbus umfasst rd. 700 Artikel, darunter auch regionale Artikel und Bio-Produkte. Mit Hilfe des Einkaufsbus sollen zunächst 15 Ortschaften im ländlichen Raum (zwischen 250 und 1.200 Einwohner\*innen) zu festen Zeiten (3 Stunden Standzeit) an sechs Tagen in der Woche mit Nahrung und Genussmitteln versorgt werden. Neben der Nahversorgung von Menschen in Gemeinden ohne Lebensmittelmarkt, sind weitere Ziele des Projekts die Stabilisierung des ländlichen Raums, die dauerhafte Stärkung des öffentlichen Personennahverkehr und die Reduzierung von privaten Pkw-Einkaufsfahrten.

Betreiberin des Einkaufsbusses ist die Rewe-Gruppe, die DB Regio Straße übernimmt den Fahrbetrieb und die Wartung. Für den Einsatz als Supermarkt wurde ein 18 Meter langer Gelenkbus zu einem vollwertigen Supermarkt umgebaut.

Der Rewe-Einkaufsbus ist nicht das einzige Angebot von DB Regio zur besseren Versorgung des ländlichen Raums. Hinter der Idee einer rollenden Infrastruktur steckt ein vielseitiges Projekt. Bereits seit einigen Jahren betreibt die DB Regio den sogenannten Medi-Bus mit Angeboten der ärztlichen Versorgung. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, weitere Einrichtungen des Alltags in moderne, voll ausgestattete und autarke Busse zu bauen (z.B. Post- und Finanzdienstleistungen, pharmazeutische Angebote). Die rollenden Infrastrukturangebote pendeln von Ort zu Ort und ermöglichen den Menschen den Zugang zu lebensnotwendigen Einrichtungen ganz in ihrer Nähe.

<b>Anforderungen</b>	Nähe zu Autokraft Niederlassung und die Bereitschaft eines Rewe Kaufmanns die Belieferung und den Verkauf umzusetzen.
<b>Ansprechpartner</b>	Arndt Hecker, Geschäftsentwicklung DB Regio Straße (arndt.hecker@deutschebahn.com)



*„Mit uns kommt der Supermarkt direkt vor die Haustür. Der Einkaufsbus soll in ländlichen Gebieten eine alltagstaugliche Alternative zum Auto werden. Wenn unser Bus die Dinge des täglichen Bedarfs in den Ort bringt, muss niemand mehr in die nächste Stadt fahren. Das ist nicht nur bequem, sondern auch klimafreundlich und sichert qualitativ hochwertige Versorgung in der Fläche.“*

Frank Klingenhöfer,  
Vorstand DB Regio AG

Bilderquellen: Rewe Group, Deutsche Bahn, DB Regio

### Beispiel: Autonomer Einkaufsbus Moby Mart

Moby Mart ist ein schwedisches Projekt, das einen autonomen und mobilen Einzelhandelsshop entwickelt hat. Es handelt sich dabei um eine selbstfahrende Einkaufsbox, die von den Kund\*innen über eine mobile App gerufen und an einen beliebigen Ort bestellt werden kann, z.B. in die Nähe von Wohnungen, Büros, Schulen oder öffentlichen Plätzen. Das Fahrzeug ist mit verschiedenen Sortimenten ausgestattet, darunter Lebensmittel, Drogerieprodukte, elektronische Geräte und Haushaltswaren. Die Bezahlung erfolgt per App.

Bis jetzt gibt es den Moby Mart nur in China und es ist nicht klar, ob und wann der Moby Mart in großem Maßstab in den Handel eingeführt wird. Dennoch soll dieses Beispiel über die Möglichkeiten informieren, die bereits auf dem Markt getestet werden.

Weitere Informationen: [www.insider-trends.com](http://www.insider-trends.com)



Bilderquellen: Insider Trends

### Maßnahme 2: Lieferdienste

#### Beschreibung

Die mobilen Supermärkte werden durch ein Angebot an Lieferdiensten der stationären Lebensmittelmärkte ergänzt. Die Lieferungen ansässiger Einzelhändler erfolgen in der Regel gegen Gebühr und sind erst ab einer höheren Einkaufssumme (z.B. ab 50 €) kostenlos. Für den ländlichen Raum sind solche Angebote bisher nicht geeignet, die Nahversorgungssituation nachhaltig zu verbessern. Die Liefergebiete beschränken sich im Allgemeinen auf einen Umkreis von 15-25 km um den Lebensmittelmarkt und sind somit vor allem für städtisch geprägte Siedlungsbereiche interessant.

Die Schwierigkeiten einen Lieferdienst für Lebensmittel zu etablieren sind vor allem in der Logistik begründet. Für die Lieferung von Nahrung und Genussmitteln sind kurze Wege und transparente Lieferketten von Bedeutung. Darüber hinaus bedarf es nicht nur im Kontext der Lieferung, sondern auch im Rahmen der Lieferannahme der Sicherstellung, dass die Kühlketten nicht unterbrochen werden. Diese logistischen Herausforderungen führen dazu, dass selbst die großen Unternehmen wie Rewe, Edeka, Aldi und Co. nur z.T. einen Lieferdienst anbieten.

Umso schwieriger gestalten sich die logistischen Herausforderungen für Kleinunternehmen und Direktvermarkter\*innen in der Smarten Grenzregion. Fakt ist jedoch, dass Regionalität und Nachhaltigkeit bei Kund\*innen immer mehr an Bedeutung gewinnen – doch wie gelangen die regionalen Produkte zu den Kund\*innen, wenn nicht alle Direktvermarkter\*innen einen eigenen Lieferservice anbieten können und möchten?

Insbesondere die geringen Transportmengen und die z.T. weiten Transportwege im ländlichen Raum machen einen Lieferservice für Kleinanbieter und regionale Produzent\*innen oftmals wirtschaftlich nicht tragfähig. Nachfolgend wird ein Praxisbeispiel aus der Smarten Grenzregion vorgestellt, welches trotz der beschriebenen Herausforderungen einen Lieferdienst anbietet.

Darüber hinaus werden im Zusammenhang mit der Chance „Nachhaltig und digital“ mikrologistische Lösungen vorgestellt, die einen Lieferdienst im ländlichen Raum unterstützen können.

#### Anforderungen

Engagement von stationären Lebensmittelmärkten in der Region, ggf. ehrenamtliche Unterstützung

<b>Kosten</b>	Kosten für die Lieferfahrzeuge, Personalkosten, ggf. Kosten für den Aufbau und Betrieb des Lieferservice
<b>Tragfähigkeit</b>	Lieferservice in Verbindung mit stationärem Ladengeschäft wirtschaftlich darstellbar
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von Händler*innen</li> <li>▪ Einwerben von Fördermitteln und ehrenamtliche Unterstützung</li> <li>▪ Prüfung der Rahmenbedingungen durch die Unternehmen</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: Hof Sandbek- klimaneutraler Lieferservice

Der Hof Sandbek befindet sich in der Nähe von Kappeln im Kreis Schleswig-Flensburg. Der Hof wirtschaftet ökologisch und setzt sich für den Erhalt und die Aufwertung des Lebensraumes in der Region ein. Der eigene Lebensmittelmarkt BioBente befindet sich in Kappeln und bietet auf rd. 260 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein umfassendes Sortiment an Nahrung und Genussmitteln sowie Drogeriebedarf. Die Betreiber\*innenfamilie legt dabei großen Wert auf eine transparente Herkunft der Lebensmittel und partnerschaftliche Kooperationen mit Direktvermarktern aus der Region.

Ein eigener klimaneutraler Lieferservice (Lieferservice mit Elektrofahrzeugen) beliefert am Montag und Freitag Kund\*innen im Kappeler Umland (15-20 km Radius). Die gewünschten Artikel können bequem über den Webshop bestellt und bezahlt werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, die Waren telefonisch oder direkt im Ladengeschäft zu bestellen. Der Webshop mit Lieferservice erzielt nur einen geringen Umsatzanteil des Biosupermarktes, dennoch ist das Konzept ein Herzensprojekt der Betreiber\*innenfamilie. Mit dem Lieferservice werden auch weniger mobile Menschen in den Umlandgemeinden erreicht, für die entweder gar keine oder keine ausreichenden Versorgungsmöglichkeiten vor Ort bestehen. Eine Besonderheit: Die bestellten Lebensmittel werden nicht nur bis an die Haustür, sondern bei Bedarf sogar bis in den Kühlschrank geliefert.

Die Digitalisierung wird von den Kund\*innen in der Regel nicht als Barriere empfunden, sondern als Hilfe zur Selbstständigkeit und Selbstbestimmung beim Lebensmitteleinkauf. Vielfach werden die Bestellungen generationenübergreifend organisiert – so können auch Kinder, die nicht vor Ort leben, ihre Eltern beim Einkauf unterstützen.

Seitens der Betreiber\*innenfamilie bestehen aktuell Überlegungen eine smarte-24/7-Hofladenbox in einer Scheune auf dem Hof Sandbek unterzubringen.

Weitere Informationen: [www.hof-sandbek.de](http://www.hof-sandbek.de)



„Wir freuen uns, mit dem Lieferservice Menschen zu unterstützen und eine Freude zu machen, die es nicht zu uns in das Geschäft schaffen. Auch wenn es anfänglich Herausforderung bei der Implementierung von IT-Lösungen gibt, lohnt es sich am Ball zu bleiben. Letztlich macht die Technik das Leben für alle Beteiligten einfacher.“

Dirk Hopmann,  
Hof Sandbek

Bilderquellen: BioBente Bioladen & Lieferservice; Hof Sandbek

### Beispiel: Picnic Online-Supermarkt

Picnic ist ein Online-Lebensmittelsupermarkt, der 2015 in Amersfoort, Niederlande gegründet wurde. Derzeit ist das Unternehmen in über 160 Städten in den Niederlanden, Nordrhein-Westfalen und Frankreich aktiv, mit wachsender Tendenz. In Deutschland gehören insgesamt 60 vorwiegend größere Städte zum Picnic Liefergebiet, in den Niederlanden werden bereits Städte mit weniger als 30.000 Einwohner\*innen von Picnic beliefert. Die Lieferung der bestellten Waren ist für die Kund\*innen kostenlos, der Mindestbestellwert liegt jedoch bei 35 €. Die Bestellungen werden mit klimaneutralen Elektrofahrzeugen ausgeliefert.

Das Liefersystem hat einige Besonderheiten, die den Erfolg des Unternehmens begründen könnte. Sobald Kund\*innen eine Bestellung aufgeben, wählen sie einen Liefertag und einen Lieferzeitraum aus (z.B. morgens, mittags oder abends). Am Tag der Lieferung wird ein 20-minütiges Zeitfenster genannt, in dem die Lieferung erfolgt. Dieses kurze Zeitfenster bietet Planungssicherheit für die Kund\*innen, die nicht über einen längeren Zeitraum auf das Lieferfahrzeug warten müssen. Denn anders als beim klassischen Paketdienst, können die bestellten Artikel in der Regel nicht beim Nachbarn oder in einer Paketstation abgegeben werden, da die Kühlketten eingehalten werden müssen. Diese Schwierigkeiten in der Logistik sind bis heute der Grund, warum Kund\*innen beim Online-Lebensmittelkauf zurückhaltend sind und nur geringe Marktanteile im Lebensmittelsektor online umgesetzt werden.

Eine Expansion des Unternehmens in weitere Städte Deutschlands ist sehr wahrscheinlich, konkrete Planungen von Picnic sind jedoch noch nicht bekannt.

Weitere Informationen [www.picnic.de](http://www.picnic.de)



Bilderquellen: Picnic

### Beispiel: AHA-Drohnenlieferung in Island

Mit diesem Beispiel aus Island wagen wir einen Blick in die Zukunft. Aha ist ein isländischer Onlinemarktplatz für lokale Restaurants und Geschäfte. Kund\*innen können, neben Selbstabholung und klassischer Lieferung, auch eine Lieferung via Drohne wählen. Die Bestellung werden innerhalb weniger Minuten direkt in ihren Garten geliefert. In einer App können die Kund\*innen den Standort der Drohne verfolgen. Wenn die Lieferung entgegengenommen wurde, fliegt die Drohne wieder zurück. Aha verlangt von seinen Kunden eine Liefergebühr.

Zur Zielgruppe gehören Verbrauchende, die keine Zeit haben einkaufen zu gehen oder diese Zeit für andere Dinge nutzen möchten. Voraussetzung ist jedoch, dass die Kund\*innen über einen Garten, Balkon etc. verfügen. Aktuell werden in Island ausschließlich Bewohner\*innen des dicht besiedelten Reykjavik mit den Drohnen beliefert.

Die Kosten der Drohnenlieferung sind im Vergleich zu einem klassischen Lieferfahrzeug vergleichsweise gering. Dies gilt sowohl für die Anschaffung als auch für laufende Kosten (Personal, Energie).

Auch bei uns ins Deutschland werden immer wieder Pilotprojekte zur Drohnenlieferung getestet, diese beschränken sich bisher ebenfalls auf den städtischen Raum. Um eine Drohnenlieferung auch in ländlichen Regionen in Deutschland zu etablieren, benötigt es Drohnen, die auch weitere Strecken automatisiert zurücklegen können. Darüber hinaus gelten in Deutschland sehr strikte Gesetze für die Drohnenutzung.

Weitere Informationen: [www.aha.is](http://www.aha.is)

### Maßnahme 3: Bringdienst

<b>Beschreibung</b>	<p>Nicht nur der Lieferservice kann ein Weg zur Verbesserung der Nahversorgung sein, sondern auch ein Mit-Bringdienst von und für die Menschen vor Ort. In der Regel handelt es sich um eine freiwillige Nachbarschaftshilfe, die im besten Fall digital organisiert wird. Ältere und weniger mobile Menschen geben an, welche Artikel benötigt werden, und mobile Nachbar*innen bringen die Einkäufe mit. Durch die freiwillig geleisteten Lieferungen hat man nicht nur das Gefühl etwas Gutes getan zu haben, sondern lernt jede Menge neue Menschen aus der Gemeinde kennen.</p> <p>Ein Bringdienst kann als Modellprojekt mit Unterstützung und Begleitung durch die Digitalagentur der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren umgesetzt werden. Bestandteil der Maßnahme ist der Aufbau und der Betrieb einer Webseite/ App.</p>
<b>Anforderungen</b>	Ehrenamtliches, bürgerschaftliches Engagement
<b>Kosten</b>	Kosten für den Aufbau und den Betrieb einer Webseite und App
<b>Tragfähigkeit</b>	Tragfähigkeit durch bürgerschaftliches Engagement
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von Ehrenamtlichen</li> <li>▪ Einwerben von Fördermitteln</li> <li>▪ Aufbau der Webseite und App</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: Crowd my Region – das soziale Liefernetzwerk

Gegenstand des Projektes ist ein soziales Liefernetzwerk mit einem smarten App-basierten Mitbringdienst für die Bürger\*innen. Ein Projektteam der Universität Mannheim hat für dieses Projekt 2019 die „Emmas App“ programmiert (finanziert durch Förderung).

Über einen Zeitraum von zwei Jahren wurde in den Modellkommunen Spechbach und Schönbrunn in Bayern die App gemeinsam mit Betrieben des Lebensmittelhandwerks, weiteren Direktvermarkter\*innen und Hofläden die Funktionsfähigkeit der App erprobt. 2021 wurde Emmas App durch die Marktfee App ersetzt.

Die Marktfee App ist ein lokaler Online-Marktplatz, für regionale Produkte. Angeboten werden vorwiegend Lebensmittel regionaler Erzeuger\*innen, Produzent\*innen und Händler\*innen. Die Verbraucher\*innen erledigen ihren Einkauf via App oder Bestellterminal; die Bezahlung erfolgt online. Die bestellten Waren werden entweder im Ladengeschäft bzw. bei den Direktvermarkter\*innen oder an einem so genannten „Appholpunkt“ (z.B. Rathaus, Kiosk) abgeholt oder geliefert.

Für die Lieferung der bestellten Produkte werden so genannte „Sowieso-Fahrten“ genutzt. So können z.B. Pendler\*innen das Liefernetzwerk gegen eine kleine Aufwandsentschädigung unterstützen. Die App informiert diejenigen Nutzer\*innen des Netzwerkes, die ohnehin auf der Route von den Händler\*innen zum Wohnort der Besteller\*innen unterwegs sind. Die Kund\*innen sparen sich die Zeit, die sie mit Einkäufen verbringen und sind außerdem nicht auf die eigene Mobilität angewiesen. Die Kund\*innen zahlen eine geringe Liefergebühr. Zudem wird mit den Abholstationen ein sozialer Treffpunkt für Bürger geschaffen.

Ziel des Projektes ist es, Versorgungslücken im ländlichen Raum zu schließen und regionale Anbieter\*innen zu stärken. Gleichzeitig wird das gemeinschaftliche Miteinander der Menschen gefördert. Darüber hinaus trägt der Mitbringdienst zu einer nachhaltigen Einsparung klimaschädlicher Emissionen bei.

Weitere Informationen: [www.crowdmyregion.de](http://www.crowdmyregion.de)

### Beispiel: Quarantäneheld\*innen

Das Projekt Quarantäneheld\*innen ist ein ehrenamtlicher Bringdienst, der während der COVID-19-Pandemie entstanden ist. Sein Ziel ist es, ehrenamtliche Helfer\*innen mit älteren oder bedürftigen Menschen zusammenzubringen, um deren Einkäufe zu erledigen. Auf der projekteigenen Internetseite können Hilfesuchende ihre Anfragen eintragen, die dann von den Helfer\*innen über eine Umkreissuche gefunden und erledigt werden können.

Das Projekt ist Partner der Initiative „zusammen gegen Corona“ des Bundesgesundheitsministeriums und wurde ursprünglich ins Leben gerufen, um Menschen in Quarantäne zu unterstützen. Mittlerweile wird die Plattform auch unabhängig von der Corona-Pandemie genutzt, um Hilfe bei Einkäufen anzubieten.

Eine ähnliche Plattform könnte auch in der Grenzregion zwischen den Meeren in Schleswig-Holstein etabliert werden, unabhängig von der Fokussierung auf das Corona-Virus.

Weitere Informationen: [www.quarantaenehelden.org](http://www.quarantaenehelden.org)



Bilderquellen: [www.quarantaenehelden.org](http://www.quarantaenehelden.org)

## Chance: Einheimisch und regional

### Maßnahme 1: Regionalläden mit überörtlichem Versorgungsauftrag

<b>Beschreibung</b>	<p>Regionale Lebensmittel und Nachhaltigkeit sind „in“. Produkte von regionalen Erzeuger*innen schaffen Verbundenheit mit der Region und der Heimat. So wie eine nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweise gesamtgesellschaftlich immer wichtiger wird, zeigen sich auch in der Nahversorgung immer mehr neue Konzepte, die auf Nachhaltigkeit bauen und Themen wie Ressourcenschonung, Umweltschutz und soziale Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Bestandteil der Branche werden lassen. Der Nachfragetrend nach vegetarischen oder veganen Angeboten spielt hier ebenfalls eine Rolle. Daneben werden auch die CO2-Emissionen bei der Erzeugung von Lebensmitteln, die (regionale) Herkunft und der ökologische Anbau immer bedeutender.</p> <p>Während in den vergangenen Jahren vor allem Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle beim Lebensmitteleinkauf spielten, wird heute mehr auf Qualität und Regionalität geachtet. Die Gründe für den zu beobachtenden Einstellungswandel sind unterschiedlich. Neben dem höheren Vertrauen zu heimischen Landwirt*innen und der damit verbundenen Erwartung frischere oder gesündere Produkte zu erhalten, fallen auch Argumente wie die Unterstützung der regionalen Wirtschaft ins Gewicht. Der gezielte Absatz regionaler Produkte ist für die heimischen Unternehmen vor diesem Hintergrund ein wichtiges Zukunftsfeld, das es gezielt auszubauen gilt.</p> <p>Hofläden, Regionalläden etc. setzen auf die Inszenierung von Regionalität, Lokalität, Frische und Nachhaltigkeit. Der Erfolg der Hofläden gibt diesem Format recht: Die Zahl der Hofläden nimmt kontinuierlich zu.</p> <p>Regionalläden bringen das Angebot von verschiedenen Hofläden und Direktvermarkter*innen zusammen. In diesem Kontext können die Regionalläden eine breit gefächerte Produktpalette anbieten und eine Nahversorgungsfunktion über die gemeindlichen Siedlungsgrenzen hinaus übernehmen.</p> <p>Das Ziel der Maßnahme ist die Verbesserung der Nahversorgung in mehreren einwohner*innenschwachen Gemeinden, die in enger Kooperation einen Regionalladen entwickeln.</p>
<b>Anforderungen</b>	Zusammenschluss von mehreren Gemeinden mit dem Ziel einen gemeinsamen Nahversorgungsstandort zu etablieren, privates Engagement von mehreren Direktvermarkter*innen für den Betrieb, Standort in gut verkehrorientierter Lage und komfortabler Erreichbarkeit aus möglichst allen Gemeinden
<b>Kosten</b>	Bereitstellung der Fläche, ggf. Ertüchtigung der Fläche, ggf. Bereitstellung einer bestehenden Immobilie mit einer sozialverträglichen Miete oder Neubau, Betriebskostenzuschuss
<b>Tragfähigkeit</b>	In Abhängigkeit vom betriebswirtschaftlichen Geschick der Unternehmer*innen, der Standortqualitäten und der Wettbewerbskulisse wirtschaftlich darstellbar
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zusammenschluss von umsetzungsinteressierten Gemeinden</li> <li>▪ Engagement von Direktvermarkter*innen</li> <li>▪ Bewertung der Wettbewerbsverträglichkeit und Tragfähigkeit</li> <li>▪ Eignung des Standortes</li> <li>▪ konkrete Planung</li> <li>▪ Förderantrag</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: Obsthof Lienau - Regionalladen

In der Gemeinde Neritz (Kreis Stormarn) befindet sich der Obsthof Lienau an der Bundesstraße 75 zwischen Bad Oldesloe und Bargteheide. Auf rd. 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird neben Obst und Gemüse aus eigenem Anbau an sieben Tagen in der Woche ein umfangreiches Sortiment aus der Region angeboten. Bei der Auswahl der Produkte wird auf Qualität und Frische geachtet. Das Ziel ist es, den Kund\*innen auf authentische Art und Weise Nachhaltigkeit näher zu bringen.

Weitere Informationen: [www.obsthof-lienau.de](http://www.obsthof-lienau.de)



Bilderquellen: Stadt-Land-Lifestyle

### Beispiel: Domäne Fredeburg - Regionalladen

Die Domäne Fredeburg liegt im Kreis Herzogtum-Lauenburg an der B 207 zwischen Mölln und Ratzeburg. Eine eigene Käserei und ein etwa 500 m<sup>2</sup> großer Hofladen mit Küche & Café sprechen ein überörtliches Einzugsgebiet an. Der Hofladen verkauft im Wesentlichen Produkte aus eigener Herstellung und der Region.

Eine weitere Besonderheit ist die Vereinsstruktur der Domäne Fredeburg. Bereits 1990 wurde der gemeinnützige Verein KulturLandWirtSchaft e.V. gegründet. Dieser versucht die Idee der Domäne Fredeburg in einen größeren, gesellschaftlichen Rahmen zu stellen. In Form von pädagogischer Arbeit mit Schulklassen, Führungen, Kulturveranstaltungen und Konzerten, Ausstellungen und Hoffesten. Insgesamt zählt der Verein KulturLandWirtSchaft e.V. aktuell über 100 Mitglieder.

Weitere Informationen: [www.domaene-fredeburg.de](http://www.domaene-fredeburg.de)



Bilderquellen: Domäne Fredeburg

<b>Maßnahme 2: Solidarische Landwirtschaft</b>	
<b>Beschreibung</b>	<p>Der Lebensmitteleinzelhandel hat für die Versorgungsfunktion kleinerer Gemeinden und deren Daseinsvorsorge eine hohe Bedeutung und ist eine tragende Säule des sozialen Miteinanders. Eine weitere Möglichkeit die Nahversorgung als eine Gemeinschaftsaufgabe zu werten und dabei zugleich den Fokus auf eine regionale und nachhaltige Versorgung zu legen ist die solidarische Landwirtschaft.</p> <p>Die solidarische Landwirtschaft (SolaWi) ist ein Zusammenschluss von landwirtschaftlichen Betrieben mit einer Gruppe privater Personen. Die Produzent*innen und Erzeuger*innen bilden gemeinsam mit den Verbraucher*innen eine Wirtschafts- und Bedarfsgemeinschaft, die auf die Nachfrage und die persönlichen Bedürfnisse der Menschen ausgerichtet ist und die landwirtschaftlichen Ressourcen berücksichtigt.</p> <p>Das besondere an der solidarischen Landwirtschaft ist, dass sich die Mitglieder an den landwirtschaftlichen Betriebs- und Produktionskosten mit einem festgesetzten monatlichen oder jährlichen Betrag beteiligen. Durch diese finanzielle Unterstützung wird für die Landwirt*innen ein marktunabhängiger Vertrieb ermöglicht und die unternehmerische Planungssicherheit sichergestellt. In der Regel werden zusätzliche Kosten für die Ernteanteile der Vereinsmitglieder fällig.</p> <p>Im Gegenzug erhalten die privaten Mitglieder Anteil an der Ernte und weiterer Erzeugnisse (z.B. Brot, Milchprodukte etc.). Dies schafft Verbundenheit mit der Region und der Heimat. Die Verbraucher*innen erleben direkt wie sich ihre Mitgliedschaft nicht nur auf die dörfliche Gemeinschaft und den sozialen Zusammenhalt auswirkt, sondern u.a. auch und eine nachhaltige, ressourcenschonende und zukunftsfähige Landwirtschaft ermöglicht. Im Ergebnis wird die Wirtschaft vor Ort gestärkt, die Wertschöpfung bleibt in der Region und die Wegeketten werden verkürzt.</p> <p>Das Ziel der Maßnahme ist die Verbesserung der Nahversorgung und des gemeinschaftlichen Zusammenhalts. Mit der Umsetzung einer solidarischen Landwirtschaft wird die Versorgung mit Lebensmitteln im ländlichen Raum verbessert und ein Beitrag zur Lebensqualität der Menschen geleistet. Die Menschen bringen sich finanziell ein, um die Nahversorgung vor Ort zu erhalten und zu verbessern. Dies schafft einerseits Verbundenheit der Solidargemeinschaft mit den Landwirt*innen und andererseits eine wirtschaftliche Sicherheit für die landwirtschaftlichen Betriebe.</p> <p>Weitere Informationen: <a href="http://www.solidarische-landwirtschaft.org">www.solidarische-landwirtschaft.org</a></p>
<b>Anforderungen</b>	Zusammenschluss von landwirtschaftlichen Betrieben und mehreren privaten Personen mit dem Ziel eine solidarische Landwirtschaft zu realisieren, ehrenamtliche Unterstützung und Begleitung der Vereinsgründung und Betreuung
<b>Kosten</b>	Kosten für die Gründung eines Vereins, ggf. Kosten für den Aufbau und Betrieb einer Webseite
<b>Tragfähigkeit</b>	In Abhängigkeit vom betriebswirtschaftlichen Geschick der Unternehmer*innen, der Mitgliederzahlen und der Wettbewerbskulisse wirtschaftlich darstellbar
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zusammenschluss umsetzungsinteressierter Landwirt*innen und Privatpersonen</li> <li>▪ Prüfung der Standort- und Rahmenbedingungen</li> <li>▪ Bewertung der Wettbewerbsverträglichkeit und Tragfähigkeit</li> <li>▪ Vereinsgründung und Beteiligungskampagne vor Ort</li> <li>▪ konkrete Planung</li> <li>▪ Förderantrag</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

## Beispiel: SolaWi Kirchenhof Klixbüll

Die Kirchengemeinde Braderup-Klixbüll ist Besitzerin von ca. 50 ha Landflächen. Bereits 2017 hat der örtliche Kirchenvorstand den Plan für die Gründung eines ökologisch orientierten landwirtschaftlichen Betriebes, den sogenannten „Kirchenhof Klixbüll“ gefasst. Aus diesem Konzept heraus entwickelte sich sehr schnell eine solidarische Landwirtschaft. Mittlerweile zählt der stetig wachsende Verein 58 Mitglieder aus den verschiedensten Orten rund um Klixbüll; der Jahresbeitrag für die Mitgliedschaft beläuft sich auf 48 €. Weitere 40 € pro Monat entfallen auf die wöchentlichen Ernteanteile. Insbesondere hier wird der solidarische Charakter der solidarischen Landwirtschaft deutlich, denn der Monatsbeitrag wird auch dann fällig, wenn keine Ernteanteile ausgegeben werden können.

Insgesamt zwei Landwirt\*innen bewirtschaften rd. 2,4 ha der kirchlichen Landflächen. Im Mittelpunkt des Vereinslebens steht das wöchentliche Treffen zur Ernteaussgabe

Die Ziele der SolaWi Kirchenhof Klixbüll sind eine nachhaltige Verbindung von Landwirtschaft und Ernährung unterstützt durch eine Gemeinschaft von Menschen, die sich saisonal, regional und ökologisch nachhaltig ernähren wollen.

Die Finanzierung der Geschäftskosten erfolgt durch Mitgliedsbeiträge, die Produktionskosten werden durch die Ernteanteile finanziert. Im Mittelpunkt der landwirtschaftlichen Arbeiten steht der Anbau von Gemüse.

Weitere Informationen: [www.solawikirchenhofklixbuell.de](http://www.solawikirchenhofklixbuell.de)



*„Die Gemeinde Klixbüll orientiert sich in ihrer täglichen Arbeit an den 17 strategischen Zielen der Weltgemeinschaft (SDG) und an dem Wertegerüst der Gemeinwohlökonomie. Um diese Ziele zu erreichen ist u.a. die systematische Begegnung der Menschen von großer Bedeutung, denn aus der Begegnung entstehen Ideen, die den Funktionsverlusten in Gemeinden entgegengetreten. Auf diesem Weg ist u.a. die solidarische Landwirtschaft in Klixbüll entstanden. Die stetig wachsende Solidargemeinschaft ist ein Beleg dafür, dass die Bereitschaft der Menschen für Veränderungen in der eigenen Lebensweise und die Bereitschaft für notwendige Transformation, auch in der Landwirtschaft, vorhanden ist.“*

*Werner Schweizer,  
Bürgermeister der Gemeinde Klixbüll*

Bilderquellen: SolaWi Kirchenhof Klixbüll, Gemeinde Klixbüll

### Maßnahme 3: Mitglieder Laden

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Mitglieder Laden ist das Pendant zur solidarischen Landwirtschaft für den vorwiegend städtischen Raum. Im Unterschied zur solidarischen Landwirtschaft ist der Mitglieder Laden keine Direktvermarktung der Produkte und Erzeugnisse eines oder mehrerer landwirtschaftlicher Betriebe in Form von Ernteanteilen, sondern ein stationärer Lebensmittelhandel, der als Zwischenhändler*in die Waren an seine Mitglieder weitergibt. Die Mitgliedschaft ist nicht mit einer Vereinsmitgliedschaft verknüpft.</p> <p>Der solidarische Mitglieder Laden verkauft die Lebensmittel zum Selbstkostenpreis (Einkaufspreis zzgl. Steuern) an seine Mitglieder, diese beteiligen sich mit einem festgesetzten monatlichen oder jährlichen Betrag an den Betriebskosten (Miete, Energie, Personalkosten). Durch diese finanzielle Unterstützung wird für die Betreiber*innen ein marktunabhängiger Verkauf ermöglicht und die unternehmerische Planungssicherheit sichergestellt. Die Mitglieder teilen sich das unternehmerische Risiko des Ladenbetriebs in einer Solidargemeinschaft. Dies schafft Verbundenheit mit dem Ladengeschäft, der Region und der Heimat. Einkaufen dürfen vielfach auch Nicht-Mitglieder, die Nicht-Mitglieder zahlen jedoch einen höheren Preis.</p> <p>Das Ladenmodell des Mitglieder Ladens bietet in der Regel regionale Naturkost und Naturwaren an. Ein weiteres wichtiges Merkmal ist die Müllvermeidung durch den Verkauf verpackungsfreier Waren und den Einsatz von Pfandsystemen. Der Mitglieder Laden hat in der Regel regelmäßige und verlässliche Öffnungszeiten. Der Ladenbetrieb wird durch angestelltes Personal organisiert.</p> <p>Ziele dieser Maßnahme sind neben der Verbesserung der Nahversorgung, die nachhaltige Stärkung einheimischer Landwirtschaft und regionaler Produzent*innen, kurze Lieferwege und örtliche Wertschöpfung sowie die Stärkung des gemeinschaftlichen Zusammenhalts. Der solidarische Mitglieder Laden ist sowohl für den ländlichen Raum als auch insbesondere für den städtischen Verdichtungsbereich geeignet, die Versorgung mit Lebensmitteln zu verbessern und ein Beitrag zur Lebensqualität der Menschen zu leisten. Die Menschen bringen sich finanziell ein, um die Nahversorgung vor Ort zu erhalten und zu verbessern.</p>
<b>Anforderungen</b>	Zusammenschluss von mehreren privaten Personen mit dem Ziel einen solidarische Mitglieder Laden zu realisieren
<b>Kosten</b>	Miet- und Personalkosten, ggf. Kosten für den Aufbau und Betrieb einer Webseite
<b>Tragfähigkeit</b>	In Abhängigkeit vom betriebswirtschaftlichen Geschick der Unternehmer*innen, der Mitgliederzahlen und der Wettbewerbskulisse wirtschaftlich darstellbar
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zusammenschluss umsetzungsinteressierter Privatpersonen</li> <li>▪ Prüfung der Standort- und Rahmenbedingungen</li> <li>▪ Bewertung der Wettbewerbsverträglichkeit und Tragfähigkeit</li> <li>▪ konkrete Planung</li> <li>▪ Förderantrag</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: BioHof Kiel

Der BioHof in Kiel ist ein Beispiel für einen Mitglieder Laden, der Naturkost und Naturwaren anbietet. Die Ziele des BioHofs sind die Vermarktung von Erzeugnissen von Bioland- oder Demeterbetrieben aus der Region und die Müllvermeidung durch den Verkauf loser Waren und den Einsatz von Pfandsystemen. Das Angebot des BioHofs entspricht nahezu einem vollwertigen Biosupermarkt. Neben Obst und Gemüse, werden Fleisch- und Wurstwaren angeboten, Milch- und Käseprodukte, Brotbackwaren und Getränke.

Im BioHof sind die Kund\*innen Teil eines festen Verbraucher\*innenkreises. Die Mitglieder des BioHofes erwerben die Produkte zum Selbstkostenpreis. Um die laufenden Betriebskosten des BioHofs zu finanzieren, unterstützen die Mitglieder den BioHof im Gegenzug mit einem festen Monatsbeitrag.

Die monatlichen Beiträge belaufen sich auf 25,- € für die erste erwachsene Person eines Haushaltes, 22,- € für die zweite erwachsene Person eines Haushaltes und 12,- € für jede weitere erwachsene Person eines Haushaltes, Kinder bis zum vollendeten 15. Lebensjahr sind kostenfrei. Hinzu kommt eine einmalige Aufnahmegebühr in Höhe 45,-€ für jede erwachsene Person und 15,- € je zugehörigem Kind.

Weitere Informationen: [www.biohof-kiel.de](http://www.biohof-kiel.de)



Bilderquellen: BioHof Kiel

### Maßnahme 4: Marktschwärmerei

#### Beschreibung

„Marktschwärmer“ ist eine Online-Plattform, die es regionalen Erzeuger\*innen ermöglicht, ihre Produkte über einen eigenen Online-Shop zu verkaufen. Sie stellen ihre Produkte wöchentlich neu ein und legen selbst die Preise fest. Die Kund\*innen können aus einem lokalen Produktkatalog auswählen und ihre Bestellung über die Plattform bezahlen. Anschließend können sie die Bestellung persönlich bei der nahegelegenen Marktschwärmerei abholen, wo der/die Erzeuger\*in die Bestellung persönlich übergibt.

Die Marktschwärmerei findet einmal in der Woche für rund zwei Stunden statt und wird von lokalen Gastgeber\*innen organisiert. Diese steuern den Online-Verkauf und die Verteilung, gewinnen Erzeuger\*innen und Kund\*innen und gestalten ihre individuelle Marktschwärmerei durch Aktionen. Die Räumlichkeit sollte möglichst mietfrei sein, zentral liegen und mit guten Parkmöglichkeiten ausgestattet sein.

Marktschwärmereien bieten vorrangig frische Lebensmittel aus der Region, wie Obst, Gemüse, Fleisch, Eier, Feinkost und Backwaren, aber auch handwerkliche Erzeugnisse und Spezialitäten. Kund\*innen, die Wert auf regionale Produkte, kurze Transportwege, Transparenz bei der Erzeugung und Nachhaltigkeit legen, finden hier das Angebot mehrerer Hofläden an einem einzigen Ort. Darüber hinaus können sie sich beim Abholen über den Anbau des Gemüses oder die Haltung der Tiere informieren, was Vertrauen schafft.

Lokale Erzeuger\*innen, die in der Regel kleinere landwirtschaftliche Betriebe sind, erhalten auf einer Marktschwärmerei eine Möglichkeit der Direktvermarktung. Sie bringen nur Ware mit, die bereits gekauft ist und garantiert abgeholt wird, was weniger Lebensmittelverschwendung und Transportaufwand bedeuteten.

Die Art der Produkte und Mengen bestimmen die Erzeuger\*innen selbst, sodass saisonale Schwankungen und Lieferengpässe berücksichtigt werden können.

	Städte und Gemeinden können bei dem Aufbau neuer Marktschwärmereien unterstützen, indem sie zum Beispiel Räumlichkeiten für die Gastgeber*innen kostenfrei zur Verfügung stellen.
<b>Anforderungen</b>	Unterstützung der Marktschwärmerei durch Erzeuger*innen; Gastgeber*in, der/ die Marktschwärmerei regelmäßig organisieren kann und passende Räumlichkeiten besitzt (min 40 m <sup>2</sup> Fläche, Parkmöglichkeiten für Beschicker*innen und Kund*innen, Überdachung und Windschutz im Sommer, winterfester Raum im Winter).
<b>Kosten</b>	Für die Nutzung der Plattform entstehen weder für Kund*innen noch für Erzeuger*innen Gebühren oder Mitgliedsbeiträge. Die Erzeuger*innen behalten rund 82 Prozent des selbst festgelegten Produktpreises, der/die Gastgeber*in bekommt für die Organisation der Schwärmerei acht Prozent und weitere zehn Prozent gehen an die Marktschwärmer-Plattform.
<b>Tragfähigkeit</b>	Erfolg einer Schwärmerei ist Abhängigkeit von der Anzahl der Kund*innen, der Erzeuger*innen und der Wettbewerbskulisse. Wirtschaftliches Risiko gibt es kaum, da es keine Investitionskosten oder laufende Kosten gibt. Das Modell trägt sich durch Gebühren.
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gastgeber*in muss gefunden werden, ggf. Bekanntmachen der Idee in der Region</li> <li>▪ Bereitstellung der Räumlichkeiten durch Gastgeber*in oder die Gemeinde</li> <li>▪ Gastgeber*in registriert sich bei auf marktschwärmer.de</li> <li>▪ Akquise von Erzeuger*innen und Kund*innen</li> <li>▪ Eröffnung und Beginn des regulären Verkaufs</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>



Bilderquellen: www.marktschwaermer.de

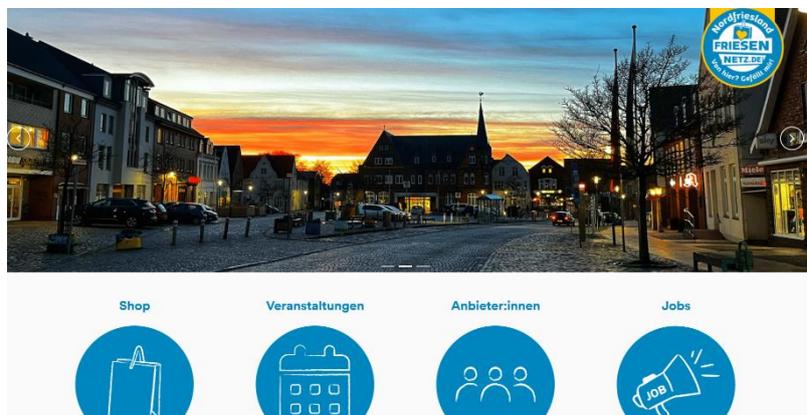
<b>Chance: Nachhaltig und digital</b>	
<b>Maßnahme: Gemeinsam digital vernetzt</b>	
<b>Beschreibung</b>	<p>Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind eng miteinander verknüpft. Eine nachhaltige Daseinsvorsorge und Nahversorgung beruht auf Ressourcenschonung und Umweltschutz, zudem wird die CO<sub>2</sub>-Emissionen bei der Erzeugung und Produktion von Lebensmitteln, die (regionale) Herkunft und der ökologische Anbau immer bedeutender. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung die Chance Wege zu verkürzen und Zeit und Energie zu sparen.</p> <p>Gerade in dünn besiedelten und ländlich geprägten Regionen wie der Smarten Grenzregion ergeben sich aus der Digitalisierung der Daseinsvorsorge Perspektiven nicht nur für die Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft, sondern auch für die Steigerung der Lebensqualität der Menschen vor Ort. Darüber hinaus kann eine digitale Nahversorgung dazu beitragen, die Unternehmen vor Ort zukunftsgerichtet zu unterstützen. Durch die gezielte Entwicklung nachhaltiger Wertschöpfungspartnerschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette - von der Produktion bis hin zum Verkauf – können neue Wachstums- und Entwicklungsimpulse geschaffen werden, die die Zukunftsfähigkeit der gesamten Region im Standortwettbewerb nachhaltig stärken und stabilisieren. Die Digitalisierung setzt jedoch eine funktionierende Infrastruktur voraus, die die Herausforderungen und Bedarfe im ländlichen Raum berücksichtigt.</p> <p>Da Händler*innen, Produzent*innen, Erzeuger*innen in der Region vor vergleichbaren Herausforderungen stehen, kann eine regionale Plattformlösung höhere Skalierungseffekte mit sich bringen als digitale Einzelmaßnahmen. Ein gemeinsamer, kooperativer Auftritt erhöht die Sichtbarkeit und Nutzungsintensität.</p> <p>Ein App-gesteuerter, klimaneutraler Lieferdienst (elektronisch betriebene Lieferfahrzeuge, mit Wasserstoff betriebene Lieferfahrzeuge) kann die ganze Smarte Grenzregion zwischen den Meeren mit regionalen Lebensmitteln versorgen. Die Routen der Fahrer*innen führen einerseits zu den Kund*innen, andererseits zu den Erzeuger*innen. Auf einer gemeinsamen Online-Plattform können Erzeuger*innen und Händler*innen ihre Waren anbieten und präsentieren. Die Menschen in der Region bekommen durch den gemeinschaftlichen Auftritt nicht nur einen Überblick über die Vielfalt der regionalen Produkte, sondern können diese auch im Onlineshop bestellen und durch den klimaneutralen Lieferdienst bringen lassen.</p> <p>Das Ziel sind kurze Wege, transparente Lieferketten und eine möglichst umfassende Wertschöpfung für die ganze Region. Für die Direktvermarkter*innen in der Region ergeben sich neue Einsatzmöglichkeiten, neue Absatzmärkte und ein verbesserten Marktzugang. Eine gemeinsame Vermarktungsstrategie bedeutet auch gemeinsame Investitionen und damit mehr finanzielle Mittel und eine erhöhte Wettbewerbsfähigkeit z.B. gegenüber Großanbietern.</p>
<b>Anforderungen</b>	Interessenbekundung von Direktvermarkter*innen, Produzent*innen, Händler*innen aus der Region zur Mitwirkung
<b>Kosten</b>	Kosten für Aufbau und Betrieb der Webseite und App, Kosten für klimaneutrale Lieferfahrzeuge und Ladeinfrastruktur, Personalkosten
<b>Tragfähigkeit</b>	Abhängig von der Zahl der Mitwirkenden, der Sortimentsvielfalt und der Marktdurchdringung während der Testphase als Modellprojekt der Smarten Grenzregion
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von Direktvermarkter*innen, Produzent*innen</li> <li>▪ Händler*innen aus der Region zur Mitwirkung</li> <li>▪ Förderantrag für Modellprojekt in der Smarten Grenzregion</li> <li>▪ Organisation der Logistik und Lieferketten</li> <li>▪ Aufbau einer klimaneutralen Lieferinfrastruktur</li> <li>▪ Aufbau einer Webseite und App</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

## Beispiel: Friesennetz

Das Friesennetz ist eine Online-Plattform für Einzelhändler\*innen, Gastronom\*innen, Handwerker\*innen und weitere Dienstleistungsanbieter\*innen in Nordfriesland. Die HGV Nord GmbH, ein Zusammenschluss mehrerer Handels- und Gewerbevereine aus Südtondern und dem Amt Mittleres Nordfriesland hat den Anstoß für den Online-Marktplatz gegeben. Die technische Umsetzung erfolgt durch Atalanda mit Sitz in Bayern. Aktuell finden sich im Friesennetz knapp 22.000 Artikel von mehr als 70 regionalen Anbieter\*innen. Für die Nahversorgung relevant sind vor allem die Bestellmöglichkeiten bei den örtlichen Apotheker\*innen. Die bestellten Produkte können entweder vor Ort in den Shops abgeholt werden oder werden auf dem Postweg zugestellt.

„Koop dor wo du herkömmst“ ist die zentrale Botschaft des Friesennetz. Ziel der Online-Plattform ist es nicht nur, die Händler\*innen und Dienstleister\*innen in Nordfriesland zu stärken und über die Gemeindegrenzen hinweg bekannt zu machen, sondern auch Kaufenden dafür zu begeistern, online, aber dennoch lokal zu kaufen. Das Friesennetz verbindet die Vorteile des digitalen Einkaufens mit Nachhaltigkeit und Regionalität und stärkt so die Wirtschaft in der Region.

Weitere Informationen: [www.friesennetz.de](http://www.friesennetz.de)



Bilderquellen: Friesennetz;  
Wirtschaftsförderung Nordfriesland

„Das Friesennetz bietet den nordfriesischen Unternehmen die Möglichkeit innerhalb von 60 Minuten die eigene Sichtbarkeit im Internet zu verbessern. Und das ganze ohne große Fachkenntnisse. Gemeinsam tragen alle Anbieterinnen und Anbieter im Friesennetz dazu bei, dass die Kundinnen und Kunden Zugriff auf ein großes, regionales Angebot erhalten – ohne dabei auf den Komfort des „Online-Shoppings“ zu verzichten. Im Fokus stehen dabei auch das persönliche Einkaufserlebnis und das Wissen, bei wem ich einkaufe. Ergänzt wird das Portfolio der Plattform um Stellenangebote und Veranstaltungen aus ganz Nordfriesland.“

Tillmann Meyer  
Prokurist und Projektleitung, Wirtschaftsförderung Nordfriesland

## Beispiel: Emma bringt's

“Emma bringt's” ist ein Projekt der Wirtschaftsvereinigung Laichingen e.V. in Zusammenarbeit mit der Stadt Laichingen und den Gemeinden Berghülen, Merklingen, Nellingen und Westerheim sowie den örtlichen Wirtschaftsvereinigungen und Gewerbevereinen mit angeschlossenen Unternehmen, die mit dem Ziel zusammenarbeiten, die regionale Wertschöpfung und die lokale Identität zu stärken sowie die Bedeutung des lokalen Handels für die Nahversorgung der Region herauszustellen.

Der online Marktplatz bietet den Kund\*innen die Möglichkeit, sich über das Warenangebot, Dienstleistungen, Verkaufsaaktionen der beteiligten Betriebe auf der Laichinger Alb zu informieren und einzukaufen. Frische Lebensmittel sind derzeit nicht im Onlineshop zu finden, ausschließlich Trockensortimente (z.B. Nudeln, Konserven, Getränke) stehen zum Verkauf zur Verfügung. Das Projekt “Lokaler Online-Marktplatz” wird vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg gefördert.

Weitere Informationen: [www.emmabringts.de](http://www.emmabringts.de)



Bilderquellen: Emma bringt's

## Maßnahme 2: Smarte Mikrologistik

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Onlineumsatz im Lebensmitteleinzelhandel steigt zwar kontinuierlich, dennoch ist der Anteil der online erzielten Umsätze mit Lebensmitteln weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Die Schwierigkeiten einen Lieferdienst für Lebensmittel zu etablieren sind vor allem in der Logistik begründet. Für die Lieferung von Nahrung und Genussmitteln sind kurze Wege und transparente Lieferketten von Bedeutung. Darüber hinaus bedarf es nicht nur im Kontext der Lieferung, sondern auch im Rahmen der Lieferannahme der Sicherstellung, dass die Kühlketten nicht unterbrochen werden. Diese logistischen Herausforderungen führen dazu, dass selbst die großen Unternehmen wie Rewe, Edeka, Aldi und Co. nur z.T. einen Lieferdienst anbieten.</p> <p>Umso schwieriger gestalten sich die logistischen Herausforderungen für Kleinunternehmen und Direktvermarkter*innen in der Smarten Grenzregion. Fakt ist jedoch, dass Regionalität und Nachhaltigkeit bei Kund*innen immer mehr an Bedeutung gewinnen – doch wie gelangen die regionalen Produkte zu den Kaufenden, wenn nicht alle Direktvermarkter*innen einen eigenen Lieferservice anbieten können und möchten?</p> <p>Insbesondere die geringen Transportmengen und die z.T. weiten Transportwege im ländlichen Raum machen einen Lieferservice für Kleinstanbieter*innen und regionale Produzent*innen oftmals wirtschaftlich nicht tragfähig. Angestoßen durch die Möglichkeiten der Digitalisierung können mikrologistischen Lösungen jedoch abhängig vom Einzelfall rentabel umgesetzt werden. Mit Hilfe einer online Plattform werden freie Ladekapazitäten in Bussen des ÖPNV und der freien Wirtschaft mit den benötigten Lieferbedarfen verknüpft. Das heißt, die Käserei, die Käsebestellung an einen Privathaushalt im Nachbardorf ausliefern möchte, bekommt in der App die Information, dass der örtliche Tischler die Lieferung auf einer Fahrt mitnehmen kann oder der Linienbus freie Transportkapazitäten auf der Strecke anbietet. Das hilft zudem dem Klima und spart Energiekosten.</p> <p>Der Aufbau einer digitalen Mikrologistik kann als ein weiteres Modellprojekt mit Unterstützung und Begleitung durch die Digitalagentur der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren umgesetzt werden. Bestandteil dieser Maßnahme ist der Aufbau und der Betrieb einer Webseite/ App. Günstige und gut funktionierende Transportwege würden für eine bessere Nahversorgung und für eine Attraktivitätssteigerung der Gemeinden in der Smarten Grenzregion beitragen können.</p>
<b>Anforderungen</b>	Interessierte Direktvermarkter*innen und Produzent*innen, Unternehmen des ÖPNV, Handwerksbetriebe etc. mit Bereitschaft Transportkapazitäten zur Verfügung zu stellen
<b>Kosten</b>	Kosten für den Aufbau und den Betrieb einer Webseite und App
<b>Tragfähigkeit</b>	Tragfähigkeit durch bürgerschaftliches und soziales Engagement
<b>Fördermöglichkeiten</b>	Siehe Anhang
<b>Positivcheckliste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interessenbekundung von Direktvermarkter*innen, Kleinstunternehmen, Produzent*innen</li> <li>▪ Bereitschaft von Handwerk, ÖPNV, Wirtschaftsunternehmen etc. zur Unterstützung</li> <li>▪ Einwerben von Fördermitteln</li> <li>▪ Aufbau der Webseite und App</li> <li>▪ Beihilfethematik gemäß Ausführungen im Anhang dieses Leitfadens beachten</li> </ul>

### Beispiel: CargoSurfer

Die Mitglieder der Regionalinitiativen „Gutes aus Waldhessen e. V.“ und „SPESARTregional e. V.“ setzen derzeit das Projekt „CargoSurfer“ um. Bis September 2024 soll konzeptionell und technisch ein Frachtinformationssystem entwickelt werden, das vorhandene Ladekapazitäten in Wirtschaftsverkehren und im Öffentlichem Personennahverkehr zu einer multimodalen Logistiklösung verknüpft. Umgesetzt werden soll dies mit KI-basierten Prognosemodellen, die in Echtzeit geeignete Maßnahmen prüfen und eine fortlaufende Transportplanung und -steuerung leisten. Ein Testverfahren in zwei Reallaboren prüft in Hessen die Alltagstauglichkeit.

Bei „CargoSurfer“ wird eine digitale Plattform zur Verknüpfung von freien Ladekapazitäten im Personen- und Güterverkehr entwickelt. Ziel des Projekts ist die Einrichtung eines multimodalen Logistiksystems, das Kosten, Verkehr und Emissionen einspart und eine effiziente Transportlösung für den ländlichen Raum bietet. Das Vorhaben wird durch das Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) für eine Dauer von drei Jahren gefördert.

Weitere Informationen: [www.landlogistik.eu](http://www.landlogistik.eu)



Bilderquellen: LaLoG LandLogistik GmbH

### Beispiel: KombiBus

Der KombiBUS in der Uckermark in Brandenburg verfolgt das gleiche Prinzip wie das vorgestellte Projekt CargoSurfer. Der KombiBus transportiert neben Fahrgästen auch Waren innerhalb des festgelegten Liniennetzes.

Zunächst werden die Waren von Kund\*innen in den teilnehmenden Geschäften bestellt. In einem zweiten Schritt bringen die Händler\*innen die Bestellung an einen zentralen Umschlagsknoten oder zu der nächstgelegenen Bushaltestelle. Im Anschluss nimmt der KombiBus die bestellten Waren entgegen und übergibt diese am Ende des Bestellvorgangs den Kund\*innen an einer anderen Haltestelle.

Zielgruppe sind vor allem die Bewohner\*innen des ländlichen Raumes, die zwar keine Einkaufsmöglichkeit, aber eine Bushaltestelle in fußläufiger Erreichbarkeit haben. Die Lieferung erfolgt ohne lange Wartezeiten, in der Regel sogar am Tag der Bestellung. Außerdem unterstützen die Kunden damit den Nahverkehr und können so selbst dazu beitragen, das Versorgungsangebot in ihrer Region aufrechtzuerhalten.

Da der KombiBus die Routen ohnehin fährt, fallen lediglich Kosten für die Koordination der Transporte an (5 € pro Paket). Das Konzept ist auf kleinere Städte oder Dörfer ausgerichtet, somit ist die Übertragbarkeit für die Smarte Grenzregion gegeben.

Weitere Informationen: [www.kombibus.de](http://www.kombibus.de)

<b>Weitere Chancen</b>	
<b>Weitere Maßnahmen:</b>	
<b>Beschreibung</b>	
<b>Anforderungen</b>	
<b>Kosten</b>	
<b>Tragfähigkeit</b>	
<b>Fördermöglichkeiten</b>	
<b>Positivcheckliste</b>	

## 5. Anhang: Fördermöglichkeiten

Fördermöglich- keiten und Maßnahmen	LEADER- Programm	GAK- Programm	ILE – Programm	Smart Cities	GRW- Programm	Weitere Programme
Mixed-Use Konzepte	✓	✓	✓	✓	✓	
MarktTreff- Modell	✓					✓ <sup>1</sup>
Genossen- schaftsmodell	✓	✓	✓	✓	✓	
Nachbar- schaftskiosk	✓	✓	✓	✓		
Smart-Stores	✓	✓	✓	✓		
Smarte Ver- kaufsautoma-	✓	✓	✓	✓	✓	
Rollende Märkte	✓	✓	✓	✓		
Lieferdienste	✓	✓	✓	✓		
Bringdienste	✓	✓	✓	✓		
Regionalläden	✓	✓	✓	✓	✓	
Solidarische Landwirtschaft	✓	✓	✓	✓		
Mitglieder Laden	✓	✓	✓	✓	✓	
Marktschwär- merei	✓	✓	✓	✓		
Gemeinsam di- gital vernetzt	✓		✓	✓		
Smarte Mikro- logistik	✓		✓	✓	✓	
Weitere Maß- nahmen						

<sup>1</sup> das Land Schleswig-Holstein stellt ein eigenes Förderprogramm als Anschubfinanzierung für MarktTreffs zur Verfügung

### Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER):

Innerhalb ihrer Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) fördert die EU die Entwicklung ländlicher Räume mit Hilfe des ELER. Aus ELER Mitteln wird u.a. das LEADER-Programm finanziert.

Darüber hinaus stellt das Ministerium für Landwirtschaft, ländliche Räume, Europa und Verbraucherschutz (MLLEV) des Landes Schleswig-Holstein aus EU-, Bundes- und Landesmitteln eine Anschubförderung für MarktTreffs i.H. von bis zu 750.000 € bereit. Gefördert werden Planungs- und Beratungskosten, bauliche Investitionen und die Ladeninfrastruktur. Grundlage sind die Richtlinien für die Förderung der Dorf- und ländlichen Regionalentwicklung.

	Ansprechpartner*in	Telefon	E-Mail
Land Schleswig-Holstein	Ina Alter	0431 988-1725	ina.alter@mllev.landsh.de

### LEADER-Programm

Schleswig-Holstein unterstützt die AktivRegionen in der Smarten Grenzregion Nordfriesland Nord, Südliches Nordfriesland, Uthlande, Eider-Treene-Sorge, Mitte des Nordens, Schlei-Ostsee bei der Umsetzung der integrierten Entwicklungsstrategien (IES) in den landesweiten Zukunftsthemen Klimaschutz und Klimawandelanpassung, Daseinsvorsorge und Lebensqualität, Regionale Wertschöpfung sowie der jeweiligen Schwerpunktthemen.

AktivRegion	Ansprechpartner*in	Telefon	E-Mail
Land Schleswig-Holstein	Kirstin Folger-Lüdersen	0431 988 71 49	kirstin.folger-luedersen@mllev.landsh.de
AktivRegion Nordfriesland Nord	Dr.-Ing. Simon Rietz	04661 601 340	s.rietz@aktivregion-nf-nord.de
AktivRegion Uthlande	Dr. Jürgen Kolk	04681 748 399	kolk@aktivregion-uthlande.de
AktivRegion Eider-Treene-Sorge	Levke Brauer	04333 9924 914	l.brauer@eider-treene-sorge.de
AktivRegion Südliches Nordfriesland	Sylvia Möller	04333 9924 93	info@aktivregion-snf.de
AktivRegion Mitte des Nordens	Eva Müller-Meernach	04621 5304218	info@mitedesnordens.de
AktivRegion Schlei-Ostsee	Mathias Heintz	04623 7840 3	mathias.heintz@amt-suedan-geln.de

### GAK-Programm

Aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) werden Maßnahmen zur Entwicklung der Landwirtschaft und der ländlichen Räume gefördert. Förderfähig ist u.a. die Verbesserung der Vermarktungsstrukturen sowie Investitionen in stationäre und mobile Einrichtungen für lokale Basisdienstleistungen zur Sicherung der Nahversorgung und ländlichen Bildungsangebote sowie zur Verbesserung der Lebensverhältnisse.

	Ansprechpartner*in	Telefon	E-Mail
Land Schleswig-Holstein	Ina Alter	0431 988-1725	ina.alter@mllev.landsh.de

### Integrierte ländliche Entwicklung (ILE):

Schleswig-Holstein fördert Investitionen in lokale Basisdienstleistungen für die ländliche Bevölkerung, Bildung, Kultur, Freizeit und Nahversorgung und der dazugehörigen Infrastruktur, zur Flächenvorbereitung/-recycling im Zusammenhang mit baulichen Investitionen.

	Ansprechpartner*in	Telefon	E-Mail
Land Schleswig-Holstein	Ina Alter	0431 988-1725	ina.alter@mllev.landsh.de

### Smart Cities – Stadtentwicklung und Digitalisierung:

Die Smarte Grenzregion zwischen den Meeren wird bei der Umsetzung des Leitfadens 24/7 Nahversorgung unterstützt.

	Ansprechpartner*in	Telefon	E-Mail
Kreis Schleswig-Flensburg	Mathias Jahnke	04621 87 673	mathias.jahnke@schleswig-flensburg.de
Kreis Nordfriesland	Silke Andreas	04841 675 07	silke.andreas@nordfriesland.de
Stadt Flensburg	Inga Marken	0461 852 085	marken.inga@flensburg.de

### GRW-Programm:

Aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) werden gewerbliche Investitionen und Investitionen in die kommunale wirtschaftsnahe Infrastruktur unterstützt. Förderfähig sind u.a. wirtschaftsnahe Infrastrukturmaßnahmen und Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität einschließlich der regionalen Daseinsfürsorge sowie Maßnahmen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft, Digitalisierung und ökologischen Nachhaltigkeit.

	Art der Förderung	Telefon	E-Mail
Investitionsbank Schleswig-Holstein Förderlotse der IB.SH	Gewerbliche Investitionen	0431 9905 3365	foerderlotse@ib-sh.de
Investitionsbank Schleswig-Holstein LPW-Beratungs- und Bewilligungsteam Regionale Projekte	Wirtschaftsnahe Infrastrukturen	0431 9905 2020	lpw@ib-sh.de
Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH Andreas Fischer	Betriebliche Innovationen	0431 66666 840	fischer@wtsh.de

### Kurze Einordnung der Beihilfe Problematik

Im Sinne von Art. 107 Abs. 1 AEUV (Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union) sind staatliche oder aus staatlichen Mitteln gewährte Beihilfen gleich welcher Art, die durch die Begünstigung bestimmter Unternehmen den Wettbewerb verfälschen oder zu verfälschen drohen, mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar, soweit sie den Handel zwischen den Mitgliedsstaaten beeinträchtigen.

Zweck des gemeinschaftsrechtlichen Beihilfenverbots ist zu verhindern, dass der Handel im Binnenmarkt und der Handel zwischen den EU- Mitgliedsstaaten durch von staatlichen Stellen gewährte Vergünstigungen beeinträchtigt oder der Wettbewerb verfälscht wird. Eine Beihilfe in diesem Sinne liegt somit vor, wenn u.a. die nachfolgenden (für die Smarte Grenzregion relevante) Tatbestandsmerkmale erfüllt sind:

- a) es handelt sich um eine Maßnahme zugunsten eines Unternehmens
- b) die Maßnahme wird aus staatlichen Mitteln gewährt
- c) Begünstigung eines bestimmten Unternehmens
- d) die Maßnahme birgt das Risiko einer Verfälschung des Wettbewerbs im Binnenmarkt sowie eine Beeinträchtigung des grenzüberschreitenden Handels

Beihilfen sind danach alle Maßnahmen zur mittelbaren und unmittelbaren wirtschaftlichen Förderung eines Unternehmens durch die öffentliche Hand und durch die Verschaffung eines wirtschaftlichen Vorteils, den das Unternehmen im normalen Verlauf seiner Tätigkeit - d.h. bei normalen Marktbedingungen - nicht erhalten hätte.

Im Hinblick auf die vorgestellten Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgung in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren ergibt sich daher folgendes Bild zur Feststellung einer Beihilfenrelevanz:

a) Maßnahmen zugunsten eines Unternehmens

Als Unternehmen gilt nach ständiger Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission und des EuGH "jede eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübende Einheit, unabhängig von ihrer Rechtsform und der Art der Finanzierung" (funktionaler Unternehmensbegriff). Hier gilt es somit genau zu prüfen, inwieweit z.B. die Edeka Smart Box und der Rewe Einkaufsbus unter den Beihilfe Aspekt fallen können.

b) Maßnahme aus staatlichen Mitteln

Die dem begünstigten zufließenden Mittel müssen vom Staat oder aus staatlichen Mitteln stammen. Das bedeutet, dass ein Mitteltransfer stattfinden muss, der auf der einen Seite eine Begünstigung von Unternehmen bewirkt und auf der anderen Seite zu Lasten der staatlichen Haushalte geht. Die Gewährung von Fördermitteln des Bundes und vom Land Schleswig-Holstein stellen einen solchen Mitteltransfer dar, da die Mittelgewährung aus öffentlichen Haushaltsmitteln erfolgt.

c) Begünstigung eines bestimmten Unternehmens

Für den beihilfenrechtlichen Begriff der „Begünstigung“ ist die Wirkung der Maßnahme relevant, nämlich die Erlangung eines spezifischen Vorteils eines Unternehmens (Selektivität). Dabei kann ein Vorteil auch in der Minderung von Belastungen liegen.

Von einer Begünstigung im Sinne der EU ist nicht auszugehen, wenn das begünstigte Unternehmen z.B. mit der Erfüllung gemeinwirtschaftlicher Verpflichtungen betraut ist, diese Verpflichtungen müssen jedoch klar definiert sein. Diese Ausnahmeregelung sollte bei der Bewerbung um Fördermittel in der Smarten Grenzregion Beachtung finden.

d) Gefahr der Verfälschung des Wettbewerbs sowie einer Beeinträchtigung des grenzüberschreitenden Handels

Um beihilferechtliche Relevanz zu erlangen, müsste die Gewährung von Fördermitteln in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren somit den Wettbewerb verfälschen oder zu verfälschen drohen und geeignet sein, den grenzüberschreitenden Handel zu beeinträchtigen.

Eine Wettbewerbsverfälschung ist zu bejahen, wenn durch die Begünstigung eines oder mehrerer bestimmter Unternehmen die Marktbedingungen der Wettbewerber verändert werden. Dies ist in der Regel ohne Weiteres zu bejahen. Wir gehen deshalb davon aus, dass in Folge der Umsetzung der Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgung in der Smarten Grenzregion eine Wettbewerbsverfälschung im beihilferechtlichen Sinne nicht auszuschließen ist.

Das Vorliegen einer Wettbewerbsverfälschung ist allerdings auch unter dem Gesichtspunkt der "Spürbarkeit" am Maßstab der De-minimis-Verordnung von Bedeutung.

Die De-minimis-Verordnung legt den Schwellenwert fest, bis zu dem Beihilfen als Maßnahmen angesehen werden, die nicht alle Merkmale des Artikel 107 Absatz 1 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union erfüllen. Das bedeutet: Beihilfen bis zum genannten Schwellenwert werden nicht als (drohende) Wettbewerbsverfälschung angesehen und unterliegen daher nicht dem Anmeldeverfahren.

Nach der gesonderten De-minimis-Verordnung gelten Begünstigungen bis zu einem Betrag von 200.000 € innerhalb eines Zeitraumes von 3 Jahren unter bestimmten Voraussetzungen nicht als Beihilfen. Die De-minimis-Verordnung gilt grundsätzlich für Beihilfen an Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche. Es bestehen jedoch Ausnahmen für Unternehmen aus der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse.

Im vorliegenden Kontext wird die 200.000 € Schwelle nur z.T. überschritten werden; ob die Voraussetzungen eine Beihilfe und in diesem Zusammenhang einer Ausnahme im Sinne der De-minimis-Verordnung erfüllt sind, kann ohne weitere juristische Prüfung im Rahmen dieses Leitfadens nicht entschieden werden.

Leitfaden 24/7 Nahversorgung in der Smarten Grenzregion zwischen den Meeren

Lübeck, den 13. April 2023

Projektteam: Julia Lemke (Partnerin und Projektleiterin),  
Kilian Evers, Nataliia Shevchenko

[www.cima.de](http://www.cima.de)  
[www.cimadigital.de](http://www.cimadigital.de)  
[www.regionalwirtschaft.cima.de](http://www.regionalwirtschaft.cima.de)