

newWAY
DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

**Nachbarschaftsläden –
erfolgreich auf der
Kleinfläche!**

Anlässlich der Tagung:
"Der Nahversorgung eine Chance!"
Vortrag von Wolfgang Gröll



newWAY
DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

Qualitative Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

- Internationalisierung
- Globalisierung
- Vereinheitlichung
- Quantität vor Qualität

14.59.41

newWAY
DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

Qualitative Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

... aber auch ...

- Regionalisierung
- Geschmacksvielfalt
- Abwechslung, Unterhaltung
- Qualitätsprodukte
- Steigender Serviceanspruch

14.59.41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

**Die Zukunft des kleinflächigen
Lebensmitteleinzelhandel liegt im
komprimierten
Kleinflächenmanagement!**

14.59.41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

Möglichkeiten

Lebensmittel mit Zusatzfunktionen:

■ Postagentur mit Postbank	■ Kommunale Dienstleistungen (Internet-Service, Formulardienst etc.)
■ Agentur eines Versandhauses	■ Fotothek
■ Lotto-Toto	■ Backofen (Duftmarketing)
■ Party- und Plattenservice	■ Direktvermarktung
■ Lieferservice bis hin zur Angliederung eines mobilen Handels	■ Bus-Shuttle
■ Kartenvorverkaufagentur	■ Apotheken- und Ärztedienst
■ Café-Ecke	■ Reinigungsannahme
■ Fotokopier- und Faxdienst	■ Etc.

14.59.41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

Orientierungsmerkmale für ein erfolgreiches kleinflächiges Lebensmittelgeschäft

Standort:

- In der Regel ländliche Region oder kleine Wohnsiedlungen (Ortschaften von 300 Einwohnern bis ca. 1.000 Einwohnern)
- Gute Erreichbarkeit/zentrale Lage
- Ausreichende Parkplätze

Kundenstruktur:

- Hoher Stammkundenanteil
- Hoher Anteil an nicht-mobilen Personen
- In der Regel hoher Anteil an älteren Kunden
- Bequeme Verbraucher

14.59.41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

Orientierungsmerkmale für ein erfolgreiches kleinflächiges Lebensmittelgeschäft

Räumlichkeiten:

- Zwischen 100 m² und 400 m² Verkaufsfläche
- Zusätzlich zwischen 30 m² und 70 m² Nebenflächen
- Gute Anlieferung möglich
- Ebenerdig, ohne Stufen vor dem Geschäft
- Mittlerer Standard

Mitarbeiter:

- Meist Familienmitglieder bzw. Dorfeinwohner
- Breites Fachwissen

14.59/41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

Orientierungsmerkmale für ein erfolgreiches kleinflächiges Lebensmittelgeschäft

Sortimentspolitik:

- Sehr hoher Frischeanteil (zwischen 50 % und 70 %)
- Sehr geringer Non-Food-Anteil (in der Regel Postenware, Schreibwaren, Glühbirnen, Batterien etc.)
- Zwischen 2.000 und 3.500 Artikeln
- Bedarfsgerechte Sortimentsstruktur im Bereich des Trockensortiments (Tiernahrung, Babyartikel, hochwertige Produkte, Diätprogramm, Bioware etc.)
- Vertrieb von regionalen Produkten kleinerer, regionaler Hersteller

14.59/41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

Ausstattung:

- **Lebensmittelgrundausrüstung** (SB-Bereich): mit Elementen der Dienstleister wie Post, Lotto, Versandhaus etc. Dabei ist wichtig, dass eine einheitliche Gestaltung eingehalten wird.
- **Bedienbereich:** Fleisch, Wurst, Käse, Salate, Kassenzone mit Lotto und Postdienst meist eine Einheit

Preisstruktur:

- Discountprogramm (Dauerniedrigpreisprogramm) bei Discountartikeln
- Ansonsten ca. 5 % bis 20 % Preisfloating

14.59/41

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

Marketing:

- Schwerpunkt Aktionswerbung (Verkaufsaktionen)
- Gelegentliche Preisaktionen
- Preisaggressive Warendarbietung im Discountbereich
- Mund-zu-Mund-Marketing
- Primäres Vermarkten von Dienstleistungen
- Stärkung der Frische (insbes. Käse, Salate, Fisch, Wurst)
- Stärkung des Lieferservices auch über Internet

145941

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT

145941

newWAY
ENERGY & SERVICE MANAGEMENT


Serviceorientierung

Preisorientierung

Special Effects:	
Sommerfestgrößere Events	Treuetaler für Stammkunden
Besondere Effekte und Überraschungen im Werbeauftritt	
Einzigartige Verkaufsargumente:	
Individualität	Herzlichkeit des Personals
Hohe Servicebereitschaft	Kleine Abwechslung im Geschäft
Besonderheiten und Kleinigkeiten für die Dauerkunden	
Strategische Erfolgspotenziale:	
Räumliche Nähe	regelmäßige Neuigkeiten
Individuellere Auswahl und Bedienung	besondere Öffnungszeiten
Basisprogramm:	
Sauberkeit, Ordnung	Aktuell in der Frische
Regelmäßiger Werbeauftritt	vollständiges Sortiment

145941

newWAY
DINAMIK & INNOVATIONEN



Und noch eines ... Sie verkaufen das Lebensmittel Menschlichkeit!

145941

newWAY
DINAMIK & INNOVATIONEN

Sensibilisierungsphase	Vorgündungsprozess	Umsetzungsphase
Zeildauer: ca. 3 Wochen (ca. 3 bis 8 Monate vor der Eröffnung)	Zeildauer: ca. 1 bis 3 Monate (ca. 4 Monate bis 7 Monate vor der Eröffnung)	Zeildauer: ca. 1 bis 4 Monate, bei Baumaßnahmen auch länger
Bürgerinformation Aufklärung Grundung Arbeitskreis	Erstellung Machbarkeitsstudie Rechtsformwahl und Gründungsveranstaltung Sicherung der Finanzierung	Auswahl und Sicherung der Räumlichkeiten Erstellung des Feinkonzeptes (Ladenplanung, Sortiments-, Lieferantenwahl etc.) Auslösen der Investitionen, Mietverträge abschließen, MitarbeiterInnen, Freigabe, Opening
1. Sollbruchstelle: sofern kein Arbeitskreis gegründet werden kann und auch das Interesse sehr gering ist.	2. Sollbruchstelle: sofern die Finanzierung – insbesondere die Eigenkapitalfinanzierung – nicht gesichert werden kann.	3. Sollbruchstelle: sofern andere Faktoren eintreten sollten, die eine Gründung nicht rechtfertigen (z. B. Verlust der Räumlichkeiten, sehr starke Abweichung der Investition von der Planung etc.)

145941

newWAY
DINAMIK & INNOVATIONEN

Aufbauorganisation

(Genossenschaften und „Analog-Genossenschaften“)

```

    graph TD
      A[Mitgliederversammlung (eG),  
Gesellschafterversammlung  
(GG und StB)] --> B[Aufsichtsrat]
      B --> C[Vorstand, Geschäftsführer]
      C --> D[Dortladen-Verantwortliche]
      E[Kunden-Rat] --> D
      D --> F[Verkäufer(innen)]
      D --> G[Background-Mitarbeiter(innen)]
  
```

145941

newWAY

Dabei!

dorfmarkt
Simonshofen e.G.

Gemeinsam anpacken
Für den Dorfmarkt Simonshofen
haben die Dorfbewohner
Dorfmarkt "Simonshofen" als
Mittelstück - und so ist die Zukunft
des Dorfes gesichert.

Volltreffer!

dorfmarkt
Simonshofen e.G.

Gemeinsam anpacken
Für den Dorfmarkt Simonshofen
haben die Dorfbewohner
Dorfmarkt "Simonshofen" als
Mittelstück - und so ist die Zukunft
des Dorfes gesichert.

14.59.41

newWAY

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit
und viel Erfolg
Ihr Wolfgang Gröll**

Kontaktadresse:
BWH Handelsberatung GmbH
Kempfenhauser Str. 11
82335 Berg
Tel: 0171/6847649

14.59.41
