



Johanna Bretthauer, Christian Krajewski, Patrick Küpper

Neue Nahversorgung auf dem Land: smarte 24/7-Märkte

Bestandsaufnahme, Bewertungen, Handlungsempfehlungen

In den zurückliegenden Jahrzehnten ist die Anzahl an Lebensmittelgeschäften in Deutschland stark gesunken. Heute fehlt für mehr als die Hälfte der ländlichen Bevölkerung eine Nahversorgung. Seit 2019 erproben Start-ups und Einzelhandelsketten smarte 24/7-Märkte, die ohne Verkaufspersonal auskommen und deshalb neue Möglichkeiten zur Sicherung der Nahversorgung für ländliche Standorte mit geringem Kundenpotenzial bieten. Solche digitalen Angebotsformen sind gefragt, um vorhandene Versorgungsdefizite in ländlichen Räumen abzubauen.

Nahversorgung bedeutet eine ortsnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung, also innerhalb von ca. zehn Gehminuten oder einem Kilometer. Zu den spezifischen Gütern des täglichen Bedarfs, die zur Nahversorgung gehören, zählen Lebensmittel, Getränke, Genusswaren sowie Gesundheits- und Drogerieartikel (Krajewski/Steinführer 2020, S. 251). Der fortschreitende Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel stellt eine wachsende Herausforderung für den wirtschaftlichen Betrieb etablierter Nahversorgungsangebote in ländlichen Räumen dar und trägt damit zur Verschärfung bestehender Versorgungsdefizite bei (Eberhardt et al. 2021). Deshalb gewinnen flexible und digitale Formen der Nahversorgung an Bedeutung, um gleichwertige Lebensbedingungen in allen Regionen zu gewährleisten.

Seit 2019 sind in ländlichen Räumen Deutschlands die ersten 24-Stunden/7-Tage-Märkte entstanden. Diese Selbstbedienungsläden, die hauptsächlich ohne Personal betrieben werden, sollen die Nahversorgung an nachfrageschwächeren, ländlichen Standorten sicherstellen. Die im Folgenden als smarte 24/7-Märkte bezeichneten Angebotsformen ermöglichen Kundinnen und Kunden durch den Einsatz digitaler Technologien, ihren Einkauf selbstständig und ohne Anwesenheit von Service- oder Kassenpersonal zu organisieren, indem überwiegend bargeldlos (entweder über Kassen-Selfcheckouts oder per App) bezahlt wird (Schumacher/Rüschen 2022, S. 4). Der Zugang zu den Verkaufsräumen, die über eine übliche Verkaufsfläche von 15 bis 200 m² verfügen, erfolgt normalerweise durch Identifizierung am Eingang mittels App oder Kundenkarte nach vorheriger Verifizierung. Die Geschäfte sind üblicherweise rund um die Uhr geöffnet, auch zu Zeiten, in denen eine Besetzung mit Personal nicht rentabel oder möglich ist, wie beispielweise sonntags. Es gibt zudem hybride Lösungen, bei denen zu bestimmten Zeiten Kassenpersonal vor Ort ist, um freien Zugang und Barzahlung zu ermöglichen. Es wird geschätzt, dass deutschlandweit bis zu 4000 Standorte für solche Märkte geeignet sind (Küpper et al. 2024, S. 7).

In unserem Beitrag, der auf Erkenntnissen von Bretthauer et al. (2024) basiert und diese um eine praxisorientierte Perspektive erweitert, untersuchen wir die Bedeutung dieser innovativen Angebote für die Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Wir zeigen auf, wo sich die mittlerweile etwa 100 smarten 24/7-Märkte in ländlichen Gebieten befinden und berücksichtigen Erkenntnisse aus sieben Interviews mit Betreibenden und Handelsexperten. Zwei quantitative Fallstudien mit 161 befragten Verbrauchern im Einzugsgebiet von zwei smarten 24/7-Märkten liefern Einblicke in die Bedeutung und Akzeptanz dieser Konzepte. Das betraf zum einen den hybriden Tante Enso in Blender mit 1400 Einwohnern in Niedersachsen und zum anderen den teo von Tegut in Michelsrombach mit 1100 Einwohnern in Hessen. Abschließend leiten wir daraus Handlungsempfehlungen ab.

Etwa 100 smarte 24/7-Märkte in ländlichen Räumen

Zum Jahresende 2023 wurden acht Unternehmen als Betreiber von smarten 24/7-Märkten in ländlichen Räumen Deutschlands identifiziert. Diese betrieben ca. 130 Filialen, von denen gemäß der Thünen-Klassifizierung ländlicher Räume (Küpper 2016) 96 in ländlichen und ca. 30 in urbanen Gebieten lagen. Die Chrisma GmbH, Tegut und myEnso vereinten mit ihren Konzepten Tante-m, teo und Tante Enso etwa 80 % der Standorte. Zusammen mit Emmas Tag & Nacht Markt eröffneten sie 2019/2020 die ersten smarten 24/7-Märkte. Später kamen die nahkauf Box der Rewe Group, Dorfladenbox, Kistenkrämer und Edekas Pilotprojekt Smart Box hinzu. Die Anzahl der Geschäfte stieg so deutschlandweit von acht (2020) auf etwa 130 (2023). Die Unternehmen expandieren meist lokal (s. Abb. 1): Tante-m im Raum Stuttgart, Tegut in Osthessen, Emmas Tag & Nacht Markt in Thüringen, Dorfladenbox und Kistenkrämer in Bayern. Tante Enso ist bundesweit aktiv. Die Rewe Group testet die nahkauf Box bisher in fünf Bundesländern. Zukünftig wird sich die Expansion weiter fortsetzen.

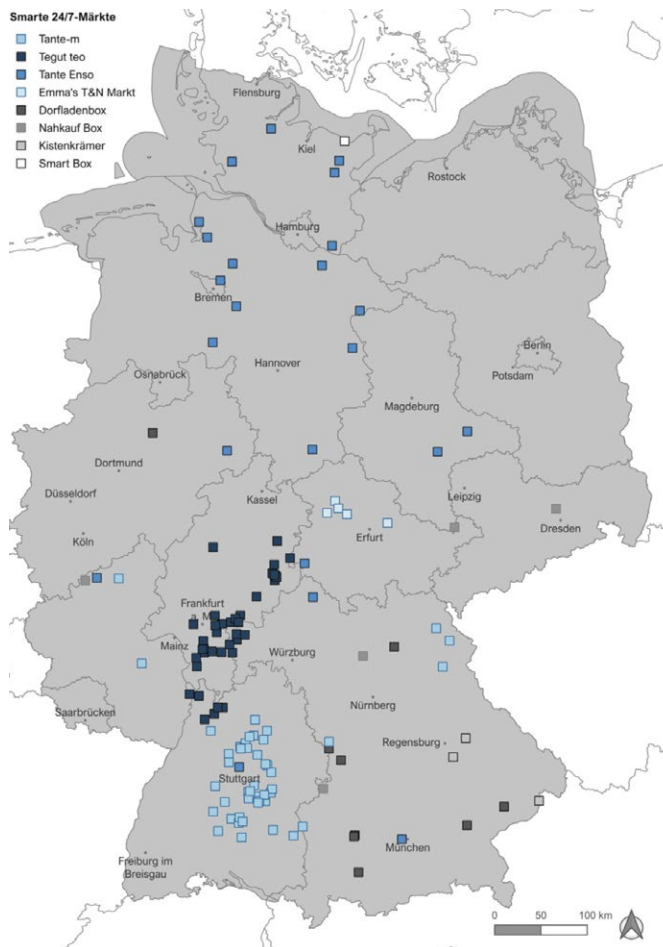


Abb. 1: Der Bestand smarter 24/7-Märkte in Deutschland (Quelle: eigene Darstellung, Datenstand: Ende 2023)

Neben Rewe, Edeka und Tegut als etablierten Handelsunternehmen sind die meisten Unternehmen Start-ups. Alle Unternehmen sind privatwirtschaftlich organisiert und streben Gewinnmaximierung an. MyEnso verfolgt zudem ein Modell zur Beteiligung der lokalen Bevölkerung über eine Genossenschaft (mind. 300 Anteile je 100,- Euro je Gemeinde). Emmas Tag & Nacht Markt erhielt als einziges Unternehmen öffentliche Fördergelder und meldete im Februar 2023 als einziges Insolvenz an. Beim Ladenbau setzt ein Großteil der Betreibenden auf Containerformate mit 15–50 m² Verkaufsfläche. Tante Enso, Tante-m und Emmas Tag & Nacht Markt nutzen hingegen bestehende Ladenräume oder bauen neu mit etwa 100–200 m² Verkaufsfläche. Dabei steigt die Sortimentsbreite und -tiefe proportional zur Verkaufsflächengröße. Kleinflächige 24/7-Märkte bieten im Schnitt zwischen 450 und 950 Artikel, größere Märkte etwa 1200–3000 Artikel (s. Tab. 1). Tante Enso und Tante-m setzen als einzige Formate Verkaufspersonal zu begrenzten Zeiten ein (hybride Lösungen), die Beratung und Barzahlung ermöglichen.

Betriebswirtschaftlich haben die Betreibenden smarter 24/7-Märkte unter Einsatz digitaler Technologien eine Anpassungsstrategie für die Nahversorgung in ländlichen Gebieten entwickelt. Durch Personalkostensenkung können sie nun auch in kleinen, nachfrageschwächeren Orten eröffnen und sich durch Sonntagsöffnungen abheben. Eine Mindestbevölkerung von 1000 Einwohnenden und ein Radius von 3 bis 6 Kilometern ohne größere Konkurrenz

Merkmale	Tante-m	Tegut teo	Tante Enso	Emmas TNM	Dorfladenbox	nahkauf Box	Kistenkrämer	Smart Box
Anzahl Filialen	34	27	17	4	4	6	3	1
Bauart	Bestand	Container	Bestand/Neubau	Neubau	Container	Container	Container	Container
Betriebstyp	hybride Lösung	Smartphone-Scanning und Kassen-SCO	hybride Lösung	Kassen-SCO	Smartphone-Scanning	Kassen-SCO	Kassen-SCO	Kassen-SCO
Zahlungsmittel	EC-/Kreditkarte, Kundenkarte (Personalzeiten: Bargeld)	EC-/Kreditkarte, App	Kundenkarte, (Personalzeiten: EC-/Kreditkarte, Bargeld)	EC-/Kreditkarte, Kundenkarte	App	EC-/Kreditkarte	EC-/Kreditkarte, Bargeld	EC-/Kreditkarte
Identifikation	keine	EC-/Kreditkarte, App	Kundenkarte	Kundenkarte und Pin	App	EC-/Kreditkarte	keine	EC-/Kreditkarte
Kassenpersonal	zu bestimmten Tagen/Zeiten	nein	4–5 Stunden pro Tag, außer sonntags	nein	nein	nein	nein	nein
Ø VKF in m ²	80	50	200	100	15	39	15	38
Ø Artikelanzahl	1200	950	3000	1200	450	700	450	500

Tab. 1: Bestandsaufnahme der Konzepte von smarten 24/7-Märkten in ländlichen Räumen (Quelle: eigene Darstellung, Datenstand: Ende 2023)



werden dabei als wirtschaftlich notwendige Standortanforderungen genannt. Auch die Zusammenarbeit mit den Standortkommunen ist wichtig. Insgesamt weisen die Expertenaussagen jedoch auf deutliche Unterschiede im Betriebsergebnis der Formate hin. Während Tegut teo wegen hoher Skalierungskosten bisher keine Gewinne erzielt und Emmas Tag & Nacht Markt insolvent ist, bescheinigen die Experten den hybriden Modellen Tante Enso und Tante-m positive Betriebsergebnisse. Ein Experte hybrider Lösungen betont diesbezüglich, dass die hohen Bau- und Investitionskosten im Ladenneubau ein großer Nachteil seien und diese durch die Nutzung von Bestandsgebäuden deutlich reduziert werden könnten. So würde für den wirtschaftlichen Betrieb eines hybriden Konzepts ein Mindestumsatz von etwa 300.000,- Euro pro Jahr ausreichen.

Bei 24/7-Märkten überwiegen Ergänzungseinkäufe und hybride Lösungen mit stärkerer sozialer Funktion

Die smarten 24/7-Märkte versuchen, durch ein fußläufiges Angebot und uneingeschränkte Öffnungszeiten eine attraktive Einkaufsmöglichkeit für die Bevölkerung bereitzustellen. Dies stärkt, laut Experteneinschätzung, die Kundenbindung, erzielt Mindestumsätze und sichert ihren wirtschaftlichen Erfolg und das langfristige Bestehen. Die uneingeschränkten Öffnungszeiten stellen demnach die Basis ihrer Attraktivität dar, indem sie unabhängiges Einkaufen und Besorgungen an Sonn- und Feiertagen ermöglichen. Hinzu treten die Erreichbarkeit, Sortiments- und Preisgestaltung (besonders Frischeprodukte, regionale

Erzeugnisse und konkurrenzfähige Preise) sowie ergänzende Dienstleistungen der 24/7-Märkte. Im Rahmen der Verbraucherbefragung wurden die Teilnehmenden gebeten, die genannten Aspekte anhand einer Likert-Skala (1 = sehr zufrieden, 5 = sehr unzufrieden) zu bewerten. Abbildung 2 gibt einen Überblick über die Bewertungsergebnisse.

Insgesamt lag die Zufriedenheit der Verbraucherinnen und Verbraucher mit verschiedenen Angebotskriterien der untersuchten 24/7-Märkte überwiegend zwischen einer mittleren und einer höheren Bewertung. Besonders positiv wurden bei beiden Formaten die Erreichbarkeit und die Handhabung des eigenständigen Bezahlens bewertet. Auch die Auswahl der Produkte und deren Qualität wurden im Mittel als zufriedenstellend bewertet. Bei allen weiteren Angebotskriterien differiert die Zufriedenheitsbewertung teilweise deutlich zwischen den Formaten (die Unterschiede wurden mittels nichtparametrischem Mann-Whitney-Test untersucht; der r-Wert gibt die Effektstärke an, mit der die Gruppenzugehörigkeit die Unterschiede erklärt: Werte ab 0,3 geben mittlere, ab 0,5 hohe Stärke an; Field 2009, S. 550). In Hinsicht auf Preise ($r=0,37$), regionale Produkte ($r=0,55$) und soziale Aspekte, wie Bekannte treffen ($r=0,16$), Umsetzung von Kundenwünschen ($r=0,41$), persönliche Beratung und Hilfe bei technischen Problemen ($r=0,55$), fiel die Zufriedenheit für Tante Enso höher aus. Das Angebot ergänzender Dienstleistungen ($r=0,38$) wurde hingegen bei Tegut teo besser bewertet. Dieses Konzept integriert standardmäßig eine kleine Sitzbank sowie eine Fahrradreparatur- und eine Bücherbox an der Außenwand des Containers. Insgesamt bestätigen die Ergebnisse der Verbraucherbefragung

Vergleich der Mittelwerte

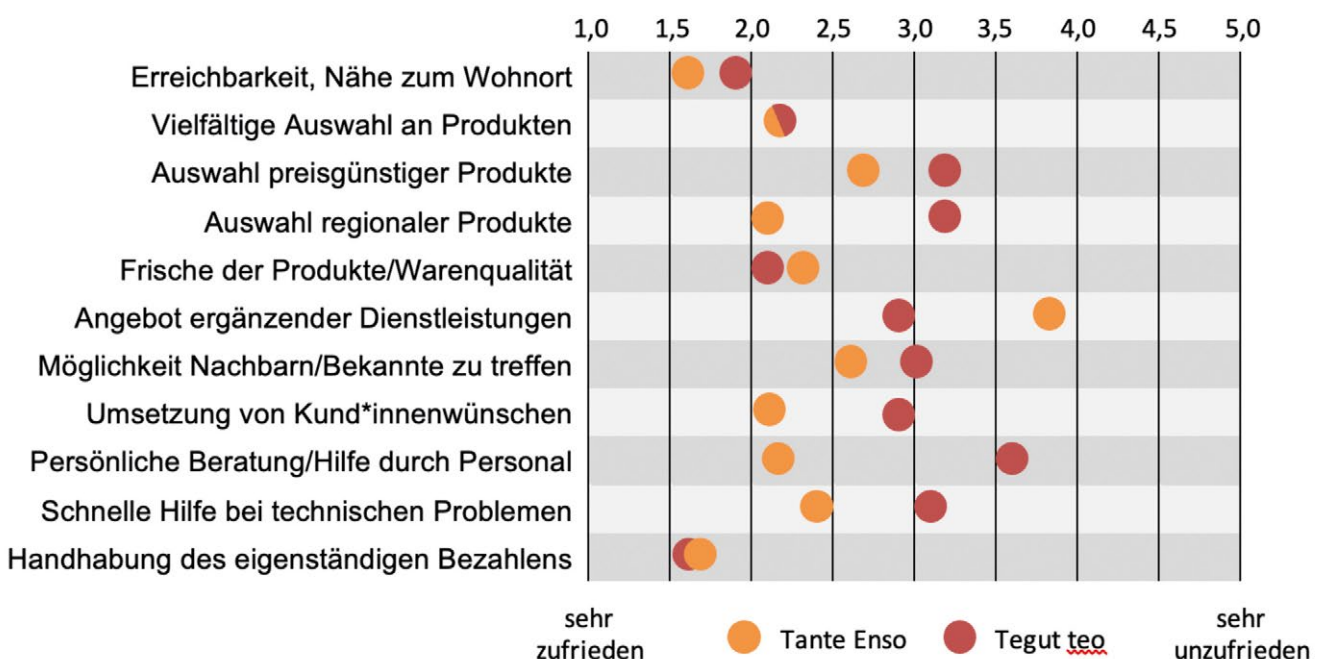


Abb. 2: Bewertungsergebnisse verschiedener Angebotskriterien smarter 24/7-Märkte aus Verbrauchersicht (Quelle: eigene Darstellung 2024)

fragung die Vermutung, dass hybride Konzepte von smarten 24/7-Märkten mit personalbesetzten Öffnungszeiten besser hinsichtlich ihrer sozialen Funktion beurteilt werden als personalfreie.

Neben den genannten Aspekten wurde in der Verbraucherbefragung mit drei Items abgefragt, ob sich die Versorgungssituation aus Sicht der Befragten mit der Eröffnung des smarten 24/7-Marktes verbessert habe. Der Aussage, dass die Eröffnung das Angebot an Lebensmitteln wesentlich verbessert habe, stimmten in beiden Fallstudien ca. 35 % der Befragten zu; weitere 35 % stimmten eher zu. Dass man kaum noch auf externe Hilfe bzw. Mitfahrgelegenheiten angewiesen sei, wird nur von einzelnen Befragten bestätigt. Des Weiteren stimmte etwa ein Fünftel der Befragten der Aussage zu bzw. ein Viertel eher zu, dass sie zum Einkaufen nun weniger auf den Pkw angewiesen seien.



Abb. 3 und 4: Tante Enso in Blender (Niedersachsen) – smarter 24/7-Markt im Bestandsgebäude mit temporärem Personalbesatz (alle Fotos: Johanna Brethauer 2023)

Dennoch zeigen die Befragungsergebnisse, dass die smarten 24/7-Märkte in erster Linie für Ergänzungskäufe genutzt werden. Dies gaben 80 % der befragten Kundinnen und Kunden von Tante Enso und 90 % von Tegut teo an. Demgegenüber nutzten lediglich 7 % bzw. 3 % der Befragten die Märkte als Haupteinkaufsstätte, während 13 % bzw. 6 % das Angebot

bisher noch überhaupt nicht genutzt hatten. Dementsprechend liegen auch die durchschnittlichen Einkaufsbeträge relativ niedrig bei ca. 15 Euro im Tante Enso und 13 Euro im Tegut teo. Es ist deshalb davon auszugehen, dass selbst die größeren 24/7-Märkte die heterogenen Ansprüche und die hohe Preissensibilität der Kunden im Lebensmitteleinzelhandel nicht gänzlich erfüllen können. Aufgrund ihrer hohen Individualmobilität dürften Menschen in ländlichen Räumen deshalb vermutlich auch zukünftig vorrangig das klassische Angebot der unterschiedlichen Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel für die eigene Versorgung nutzen.

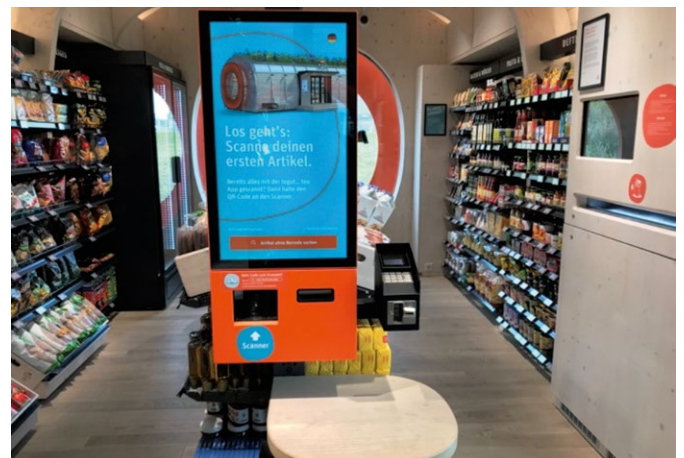


Abb. 5 und 6: Tegut teo in Michelsrombach (Hessen) – 24/7-Nahversorgung aus dem Container

Fazit und Handlungsempfehlungen

Die mittlerweile rund hundert 24/7-Märkte tragen als innovative Angebotsformen zur Gewährleistung einer fußläufig erreichbaren, wirtschaftlich tragfähigen Nahversorgung in ländlichen Räumen Deutschlands bei – insbesondere an Grenzertragsstandorten, also in kleineren Siedlungen mit mindestens 1000 Einwohnenden. Ein Blick auf die Ergebnisse der quantitativen Fallstudien weist auf gewisse Unterschiede zwischen den verschiedenen 24/7-Konzepten hin. Besonders die hybriden Betriebsmodelle, wie Tante-m und Tante Enso, können im Vergleich eine qualitativ höherwertigere Versorgung ihrer Kunden gewährleisten. Sie bieten



durch die Nutzung von Bestandsgebäuden mehr Verkaufsfläche sowie eine größere Sortimentsbreite und -tiefe, was eine Vollversorgung ermöglichen kann. Ihre personalbesetzten Zeiten lassen sich als Erfolgsfaktoren identifizieren. Sie bieten damit einen zusätzlichen Mehrwert, besonders für ältere bzw. weniger mobile Menschen, und können zudem die soziale Funktion der Nahversorgung im Vergleich zu personalfreien Containerlösungen besser bedienen.

Aus den gewonnenen Erkenntnissen und Erfahrungen lassen sich verschiedene Handlungsempfehlungen ableiten, die eine erfolgreiche Etablierung smarter 24/7-Märkte unterstützen:

- Eine Grundvoraussetzung für die Attraktivität und wirtschaftliche Tragfähigkeit von 24/7-Märkten sind durchgehende Öffnungszeiten, insbesondere an Sonn- und Feiertagen. Ausnahmeregelungen von den gesetzlichen Ladenöffnungszeiten zählen demnach zu den zentralen Herausforderungen der Expansion smarter 24/7-Märkte, die es seitens der Politik zu bewältigen gilt.
- Die Nutzung von Bestandsgebäuden ermöglicht üblicherweise sowohl eine Senkung der Investitionskosten als auch größere Verkaufsflächen, die für ein Basissortiment (mit mindestens 2000 Artikeln) und damit für mehr als nur Ergänzungskäufe notwendig sind. Ggf. können zudem leerstehende Gebäude im Dorfkern wiederbelebt werden. Kommunale Politik und Planung können bei der Suche nach geeigneten Objekten bzw. Flächen unterstützen sowie Genehmigungsverfahren zügig bearbeiten und für den Einkauf in smarten 24/7-Märkte vor Ort werben.
- Bei der Standortentscheidung müssen die örtlichen Gegebenheiten Berücksichtigung finden. Eine zentrale Lage im Ortskern mit guter Erreichbarkeit erhöht die Attraktivität.
- Die Berücksichtigung der individuellen Ansprüche der Bürgerinnen und Bürger ist ein wesentlicher Faktor für die erfolgreiche Etablierung von 24/7-Märkten. Der Dialog zwischen Betreibenden und Nutzungswilligen sollte durch lokale Entscheidungsträger unterstützt und aktiv vorangetrieben werden.
- Das Sortiment sollte nachfragestarke Produkte aus dem Vollsortiment umfassen. Dabei sind vor allem frische und regionale Produkte von großer Bedeutung. Durch Kooperationen mit regionalen Unternehmen und Lebensmittelherstellern können Synergien genutzt sowie die lokale Ökonomie gestärkt werden.
- Die soziale Funktion der Nahversorgung kann durch ein multifunktionales Konzept mit ergänzenden Dienstleistungen, z. B. einem integrierten Café, sowie einem hybriden Betriebsmodell mit personalbesetzten Zeiten gefördert werden.

Das Expansionsgeschehen konzentriert sich bisher vornehmlich auf wirtschaftsstarke Regionen, weil die Höhe der Ausgaben im smarten 24/7-Markt mit dem Einkommens-

niveau zusammenhängt. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit von smarten 24/7-Konzepten in wirtschaftsschwächeren Regionen könnte ggf. durch lokale bzw. regionale genossenschaftliche Ansätze oder staatliche Förderanreize erhöht werden. Es bleibt abzuwarten, inwiefern gestiegene Bau-, Finanzierungs- und Energiekosten den Expansionskurs der 24/7-Märkte bremsen und sich diese innovative Angebotsform flächendeckend am Markt durchsetzen und damit einen substanziellen Beitrag zur Sicherung einer zukunfts-fähigen Nahversorgung mittels digitaler Technologien in ländlichen Regionen zu leisten im Stand sein wird.



Johanna Bretthauer

Junior Consultant im Bereich Einzelhandel, bulwiengesa AG, Hamburg



Dr. Christian Krajewski

Akademischer Oberrat am Institut für Geographie, Universität Münster



Dr. Patrick Küpper

Projektleiter am Thünen-Institut für Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen, Braunschweig

Quellen:

- Bretthauer, J./Krajewski, C./Küpper, P. (2024): Der Beitrag von smarten 24/7-Märkten zur Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Zeitschrift für Gemeinwirtschaft und Gemeinwohl (Z'GuG). Schwerpunkttheft zur Digitalen Daseinsvorsorge im ländlichen Raum (2), S. 136–158, <https://doi.org/10.5771/2701-4193-2024-2-136>.
- Eberhardt, W./Küpper, P./Seel, M. (2021): Dynamik der Nahversorgung in ländlichen Räumen verstehen und gestalten. Impulse für die Praxis. Thünen-Institut, Braunschweig, https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn064077.pdf.
- Field, A. (2009): Discovering Statistics Using SPSS. SAGE, London.
- Krajewski, C./Steinführer, A. (2020): Daseinsvorsorge in ländlichen Räumen und ihre Ausgestaltung zwischen Staat, Markt und Ehrenamt. In: Krajewski, C./Wiegandt, C.-C. (Hrsg.): Land in Sicht. Ländliche Räume in Deutschland zwischen Prosperität und Peripherisierung. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 242–260.
- Küpper, P. (2016): Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume, Braunschweig, Thünen Working Paper 68.
- Küpper, P./Mettenberger, T./Bermes, L. (2024): Pilotprojekte zur Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Start-ups, sozialorientiertes Unternehmertum und Fördermittel als Treiber? Raumforschung und Raumordnung 82, S. 99–113, <https://doi.org/10.14512/rur.1699>.
- Schumacher, J./Rüsch, S. (2022): Smart Stores 24/7 – eine Nische etabliert sich, Whitepaper 15, Schriftenreihe Handelsmanagement der DHBW Heilbronn, <https://handel-dhbw.de/schriftenreihe/whitepaper/smart-stores-24-7-eine-nische-etabliert-sich/>, abgerufen am 03.06.2024.