

2014	Ulrich Jürgens (Hrsg.) Entwicklungen und Perspektiven von Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel	Kieler Arbeitspapiere zur Landeskunde und Raumordnung Bd. 54	S. 1-6
------	--	--	--------

## **Forschungsfragen zur Nahversorgung**

Ulrich Jürgens, Kiel

Der Begriff „Nahversorgung“ (im Bereich der Lebensmittelversorgung) erfährt in den letzten Jahren vor dem Hintergrund des demographischen Wandels, d.h. vor allem Alterung und Schrumpfung der Bevölkerung in weiten Bereichen des ländlichen Raums und ausgewählten städtischen Regionen, eine Renaissance in der deutschen Wissenschaft, Planung und Politik. Nicht nur nimmt die Anzahl potenzieller Kunden in Zukunft ab, sondern es verkleinern sich tendenziell die Haushalte und das Ausgabeverhalten bei schrumpfender oder stagnierender konsumfähiger Kaufkraft. Die Anbieterseite reagiert mit Schließungen, Rückzug aus der Fläche, der Vergrößerung ihrer Verkaufsflächen und Magnetwirkung, der räumlichen und inhaltlichen Konzentration mit Wettbewerbern an wenigen hochfrequentierten Standorten. Eine umfassende gesellschaftliche PKW-Motorisierung tat in der Vergangenheit bereits ein Übriges, das Konzept fußläufiger Nahversorgung aufzuweichen. Der Fortschritt an Mobilität, großer Kofferräume, gestiegener Konsumwünsche, die von Tante Emma nicht mehr zu bedienen waren, und Kaufkraftwachstum in Quantensprüngen (in den 1960er-70er Jahren) führten dazu, dass die von den Baby-Boomer-Generationen nach dem Zweiten Weltkrieg sozialisierte Nahversorgung in Vergessenheit geriet. Sub- und periurbane Entwicklungen in West- und Ostdeutschland (in den NBL seit den 1990er Jahren) führten zu einer so hinreichenden Dekonzentration der Bevölkerung, dass sich die früher bekannten Eckläden der Kernstädte weder in den neuen Wohngebieten etablieren, noch in den Altgebieten mit ihren neuen Bevölkerungskratern überleben sollten. Sie wurden ersetzt von Anbietern, die vor allem von der Konstellation nach „Größer“ und „Günstiger“ geleitet werden und ihre Einzugsgebiete computergestützt berechnen können.

Nahversorgung im Sinne von Tante Emma Läden, der Welt von Kiosken, von kleinen Ladenzeilen in Wohngebieten, in einer inflationären Zeit von (Mini-)Tankstellen, von familiengeführten Bäcker-, Schlachter-, Obst- und Gemüseläden ist in der Biographie der jüngeren Generationen nicht mehr präsent. Spätestens ab den frühen 1990er Jahren hat sich dieses kleinteilige, fußläufige Konzept der ursprünglich kompakten Stadt auch in den Neuen Bundesländern im Rahmen einer radikalen Vermarktwirtschaftung verabschiedet. Die hieraus entstandenen jahrzehntelangen Leerstände oder „blinden Augen“ der Städte lassen sich vielerorts beobachten. Das Konzept von „Nah“ und „Fern“ (Fußläufigkeit von 5-7 Minuten im Rahmen einer ideologisch geprägten Versorgungsplanung für die sozialistische oder nationalsozialistische Stadt, deren architektonisches Erbe bis heute viele deutsche Städte prägt) hat sich neu erfunden und

orientiert sich heute eher nach PKW-Erreichbarkeit als nach Fußläufigkeit, wobei es gleich ist, ob die Versorgung von der Wohnung oder von anderen Raumfunktionen heraus erledigt werden.

### **Worauf baut das Prinzip der Nähe auf?**

Nach biographischen Erfahrungswerten (wie war es „früher“?), nach Minuten, nach Distanzen in Kilometern, nach körperlicher (Rest-) Mobilität (was will ich mir zumuten?), nach zahlungsbereiten Mobilitätskosten, nach Informationsstand (kenne ich alle Läden?), nach Diskurs (wer redet wie darüber, könnte es anders sein und will ich das?), nach Bequemlichkeit (ist etwas absolut oder relativ nah; ist der nächstgelegene Laden auch mein Lieblingsladen?; Ladenbesuche miteinander kombinieren)? Erwarte ich von Nahversorgung den erstbesten Laden? Welche Grundversorgung soll dieser Laden bedienen? Ändert sich das Prinzip der Grundversorgung über die Zeit (von Kartoffeln hin zum Joghurt mit Schokoraspeln)?

Entsprechend umfangreich müsste es sein, das Konzept der Nahversorgung zu operationalisieren, das über quantifizierte Minutennähe hinausgeht, um sog. *food deserts* oder auch „Inseln der Unzufriedenheit“ als potenzielle Entleerungsräume aufgrund unvollständiger Lebensqualität zu identifizieren. Zudem stellt sich die Frage, wer die Verwundbaren z. B. nach Alter, Geschlecht, Haushaltsstruktur, Einkommenshöhe, Ethnizität, Kenntnisstand nach „gesunder“ Nahrung oder Mobilitätsfähigkeit sind, die Nahversorgung entweder als Nischenangebot oder als einzige Alternative wahrnehmen (müssen). Oder gehört Nahversorgung heute zum „guten Ton“, der im Diskurs um Heimatverbundenheit, regionale Bezüge und nachhaltigen Lebensstil große gesellschaftliche Akzeptanz genießt? Welche „unsichtbaren“ gesellschaftlichen Zusammenhänge und Akteursgruppen sind für die Krise der Nahversorgung verantwortlich, die zu „lösen“ mehr benötigt als einen zusätzlichen Discounter.

Vor allem in der angloamerikanischen Literatur werden diese Fragen aufgeworfen und gehen damit weit über betriebswirtschaftliche Kriterien von Anbietern (Standortfrage), planerische Zentralität und Nächst-Nachbarschaft-Versorgung von Kundenseite hinaus. „Nähe“ ist nicht im Hier und Jetzt räumlich isolier- und fixierbar, sondern als hochdynamisches Raum-Zeit-Konstrukt über Lebenserfahrungen, Perzeptionen und individuelle Verarbeitungskapazitäten von Informationen ganz unterschiedlich in den Köpfen einzelner Individuen verankert. So wird das Konzept des Nachbarschaftsladens zunächst vor allem als ein „praktisches“ politisch-planerisches Problem wahrgenommen (JUNKER & KÜHN 2006; BBE 2009), das sich mit der mathematischen Nähe von Angebot zum potenziellen Kunden in Raumcontainern und der ad-hoc-Eröffnung eines Ladens lösen ließe. SHANNON (2014, S. 255) kritisiert zu Recht, dass unterversorgte Bereiche (im angloamerikanischen Kontext vielfach als *food deserts* charakterisiert; WRIGLEY 2002; GORDON et al. 2011; RUSSELL & HEIDKAMP 2011) über Planung und GIS-Anwendungen zu „objective, calculable spaces“ werden und sie weder als „sites of everyday practices“ noch als relationale konstruierte Räume zwischen Wahrnehmung, Erinnerung, Vorstellung und Lernleistungen verstanden werden. Es ist offensichtlich, dass dieser Ansatz einerseits schwierig zu operationalisieren ist, andererseits aber „Lösungen“ bereithält („the problem ... is a neatly bounded one, solved by creating new food retail where none currently exists“; SHANNON 2014, S. 258),

- die nur zu einer weiteren Homogenisierung der Ladenangebote führen. In vielen deutschen (Land-)Gemeinden bewirkt der Ruf nach Nachbarschaftsversorgung vor allem eine noch umfassendere Expansion der bekannten Discounter- und Supermarkt-Oligopolisten und der darauf aufbauenden industrialisierten Lebensmittelproduktion.
- die weder „food sovereignty“ (SHANNON 2014) noch „retail choice“ (HARE et al. 1999; KIRKUP et al. 2004) eröffnen. „Real choice seemed to be about having flexibility and options – being able to change behavior according to circumstances and according to mood“ (KIRKUP et al. 2004, S. 514). Der neue Typ von Nachbarschaftsladen in den Gewerbegebieten und entlang von Ausfallstraßen in Stadtteilen oder größeren ländlichen Siedlungen lässt aufgrund seiner Betriebsgröße tendenziell keine anderen (kleinteiligen) Läden neben sich mehr zu.
- die vor allem seitens der Planung als „single optimized rationality“ (SHANNON 2014, S. 259) definiert werden, sodass andere Alternativen („multiple ways“) ausgeblendet bzw. gar nicht weiter verfolgt werden. Ergebnis ist eine Standardisierung von Ernährungskultur und die Erkenntnis, dass Versorgungs- und Lebensqualität von der Distanz zur nächsten Aldi- oder Edeka-Filiale abhängen könnte. Diskurse um „healthy food“, um nachhaltige Produktionsketten und Arbeitsbedingungen spielen bei der Ansiedlung eines Nachbarschafts-Grundversorgers keine Rolle mehr.
- in denen sich nur bekannte *growth coalitions* von lokaler Politik, Planung und Investor zusammenschließen, um als „Raumingenieure“ (SHANNON 2014, S. 251) die Versorgungsbedingungen zu verbessern. Einerseits werden hierdurch die viel komplexeren Wünsche potenzieller Kunden (nicht nur nach Nähe und Preis) nicht bedient (z. B. HARE et al. 1999; WOODLIFFE 2004; KIRKUP et al. 2004), sodass auch Nachbarschaftsläden nicht betriebswirtschaftlich überleben können; andererseits wehren sich Bürger immer häufiger mit ihrer *governance*-Macht gegen neue Nahversorger-Monopole (JÜRGENS 2012), in denen sie gar eine Einschränkung ihrer Lebensqualität erkennen.

Diese Fragen sind in der bekannten deutschsprachigen Literatur bisher nicht hinreichend behandelt worden und weitestgehend als graue Literatur, als Quellen in enger Beziehung zu Gutachterbüros (JUNKER & KÜHN 2006; BBE 2009), als Stellungnahmen und Handreichungen öffentlicher Institutionen oder als Zentralitätsstudien zu charakterisieren. Traditionelle Leitbilder aus Planung und Politik und gewinnmaximierende Sichtweisen für Immobilienwirtschaft, Projektentwickler, Einzelhandelsanbieter (idealer Branchenmix) und „steuernde“ Kommunen bestimmen die Diskussion, die in der Regel keine empirischen Hintergründe über Strukturdaten hinaus aufweisen. Die Einbettung der Thematik „Nahversorgung“ in eine theoretische „kritische“ Konzeption und Methodenanwendung bzw. -diskussion sind in diesen Arbeiten in der Regel nicht zu erkennen.

### Theorie:

Neben den Grundlagen der *location theories* (Zentralität, Konzentration, Cluster etc.), die den potenziellen Kunden in der Standortwahl weitestgehend als passive und immobile Größe verstehen, interpretieren Konzepte wie *food system governance* oder *food justice* die Nahversorgung als ein komplexes Netz von Akteuren,

- die unterschiedliche Machtpositionen in diesem System ausfüllen (sei es die Nachbarschaft, „der“ Kunde, lokale Anbieter und ihre Einbindung in globale Nahrungsproduktionsketten, die Kommune, der „Staat“) und gegenseitig austarieren oder herausfordern,
- die Fragen nach Moral und Gerechtigkeit aufwerfen, von anderen Akteuren einfordern bzw. sich in ihrer Deutungshoheit durchsetzen wollen (z. B. was ist „gesunde“ Nahrung? Was bedarf einer „gleichwertigen“ Versorgung?),
- sich nicht nur dem Diktat der erwartbaren Praxis unterwerfen, sondern Alternativen und Kompromisse in den Diskurs einbringen (stationärer Einzelhandel versus mobile Strukturen versus alternative Projekte wie *urban farming* und *urban gardening* als Varianten einer Do-it-yourself-Ideologie; Tauschringe),
- die Standardisierung von Ladenmodellen und Lebensmitteln einerseits fördern (vor allem seitens der Anbieteroligopole und der „staatlichen“ Planung), andererseits aber verkrustete Leitbilder herausfordern wollen, um eine Vielfalt an *food environment* zu gewährleisten (SHANNON 2014, S. 258ff.), die außerhalb der normierten Welt von Supermärkten und Discountern liegen,
- die Fragen nach Gerechtigkeit und Moral nicht mehr nur im Kontext eigener individueller Vorteilssuche diskutieren, sondern auch in überregionalen und globalen Kontexten Fragen nach kollektiven solidarischen Rechten stellen (Arbeitsbedingungen der Produzenten; Lebensbedingungen von Schlachttieren; Nachhaltigkeit von Produktion),
- die sich immer wieder neu organisieren, zu legitimieren versuchen (wie Oxfam, Food-Watch, Bürgergruppen) und neue Leitbilder von Nahversorgung und Lebensqualität entwerfen.

#### Methoden:

Scheint die Anzahl von Methoden endlicher Natur, ist deren kreative Kombination zur Hinterfragung bisher wenig bekannter Zusammenhänge die größere Herausforderung. Auch die sog. Handelsforschung setzte sich in der Vergangenheit dem Problem aus, dass es einen Widerspruch und eine Sprachlosigkeit zwischen eher quantitativen und qualitativen („kritischen“) Studien geben könnte. Bestimmen standardisierte Befragungen, Strukturdaten und *big data* aus Unternehmens- oder öffentlichen Daten für GIS-Anwendungen traditionellere Quellen (BAUMGARTEN & ZEHNER 2007), sind „neue“ oder wiederentdeckte Methoden (und nicht nur für das Thema Nahversorgung):

- *mind* und *mental mapping*, die Kunden dazu anleiten, ihre Ideen, Wünsche, Wahrnehmungen zu artikulieren und zu strukturieren (LYNCH 1960; Environment and Behavior 1970),
- *walking* oder *go-along-interviews* (JONES et al. 2008), wo Personen parallel zu Aktionen und Wahrnehmungen nicht mehr retrospektiv, sondern *live* befragt oder beobachtet werden können,
- Einsatz audiovisueller Aufnahmetechniken, um die Befragten nicht mehr nur nach Fakten, sondern nach diskursiven Mustern und Performanz zu analysieren,
- Einsatz von *eye-tracking*-Brillen seitens der Probanden, um Wegeführung und Raumerfahrung in Echtzeit durchzuführen,
- bewusste Auswahl von Probanden nach Alter, Handicap, Herkunft etc., um damit die Vielfalt von Perspektiven und Meinungen (zu Nahversorgung) sicherzustellen,

- Auswertung des Einkaufsverhaltens nach Kassenbons und paralleler Tagebuchführung der Einkaufsgänge, sodass sich aus den Bons einerseits Höhe der Ausgaben, Zusammensetzung der Ausgaben, Ort und Zeit der Ausgaben ergeben, andererseits persönliche Notizen des Probanden Informationen zur Verkehrswahl, Motivation des Einkaufs, Aufenthaltsdauer und sozialen Interaktion während des Einkaufens zur Verfügung stellen,
- „kritisches“ GIS, qualitatives GIS, *participatory GIS* (SIEBER 2006), in denen die „objektiven“ Daten von Raumrastern mit subjektiven individuellen Daten von Wegeführung, Tagesabläufen, Wahrnehmung von Läden unterlegt werden, sodass sich hieraus komplexere PC-gesteuerte Formen von *mental maps* ergeben,
- Auswertung von Texten, Gesprächen und TV-Darstellungen nach diskursiven Mustern, um die Entwicklung, Bedeutung und das *mainstreaming* des Themas Nahversorgung in der öffentlichen Meinung zu analysieren, wer diese Diskussion vorantreibt, in welche Richtungen lenkt und davon profitiert.

Bei weitem nicht alle der hier aufgeworfenen Perspektiven werden im vorliegenden Sammelband diskutiert, der aus den Ergebnissen einer wissenschaftlichen Tagung an der Universität Kiel im Mai 2012 hervorgeht. Gleichwohl nähern sich die Beiträge in ganz unterschiedlicher Systematik und Methodik dem Konzept der Nahversorgung. Über GIS-technische Anwendungen für die Fallbeispiele Köln (BAASER & ZEHNER) und Wien (HATZ & WEINHOLD), mit Hilfe komplexer statistischer Verfahren von *big data* für das Fallbeispiel Bayern (SEGERER; KLEIN) und mit Hilfe von Kundenbefragungen auf der Mikroebene für das Fallbeispiel Lübeck (EHLERT) wird vor allem eine „praktische“ Evaluierung von Nahversorgung vorgenommen. Wie wird „Unterversorgung“ messbar gemacht, und welche Konsequenzen lassen sich hieraus für eine verantwortungsvolle (Stadt- und Regional-)Planung ableiten, diese Lücken zu schließen, bzw. welche Potenziale eröffnen sich für Anbieter (aus neoliberaler Sicht), diese Lücken für sich selbst zu vermarkten? Eine völlig andere Herangehensweise wählt BEHR in seinem Beitrag, der aus der Sichtweise nach lokaler Bequemlichkeit, guter Erreichbarkeit von Nahversorgung und günstiger Preise ausschert und die vielfach ignorierten Konsequenzen normierter Nahversorgung über die Analyse globaler Produktionsketten bzw. -bedingungen im Diskurs einer TV-Dokumentation und verschiedener NGOs nachzeichnet.

Werden also auf der einen Seite viele Argumentationsstränge der Geographischen Handelsforschung noch von „transhistorical laws of social organization, bureaucratic rationality or economic efficiency“ geleitet, zielt auf der anderen Seite *critical (urban) theory* auf „more democratic, socially just and sustainable“ Sichtweisen, in denen die „unterdrückten“ Möglichkeiten gesellschaftlicher und räumlicher Gestaltung zum Vorschein kommen können („excavate the emancipatory possibilities“) (BRENNER 2009, S. 198 u. 203). Es bleibt offen, ob und inwieweit diese beiden „Schulen“ unversöhnlich nebeneinander bestehen müssen oder sich gegenseitig befruchten. Auch für die Geographische Handelsforschung werden sich über *critical theory* in Zukunft Fragen und methodische Zugänge eröffnen, die bisher eine eher untergeordnete Rolle gespielt haben.

Der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) sei für den Druckkostenzuschuss zu diesem Sammelband herzlich gedankt.

**Literatur:**

- BAUMGARTEN, M. & K. ZEHNER (2007): Standortverlagerungen des Lebensmitteleinzelhandels und ihre Folgen für die Nahversorgung. In: *Raumforschung und Raumordnung* (3), S. 225-230.
- BBE (2009): *Nahversorgung 2010*. München.
- BRENNER, N. (2009): What is critical urban theory? In: *City* 13 (2/3), S. 198-207.
- Environment and Behavior (1970): Themenheft Kognitive Strukturen. In: *Environment and Behavior* 2 (1).
- GORDON, C. et al. (2011): Measuring food deserts in New York City's low-income neighbourhoods. In: *Health & Place* 17, S. 696-700.
- HARE, C.; D. KIRK & T. LANG (1999): Identifying the expectations of older food consumers – more than a “shopping list” of wants. In: *Journal of Marketing Practice – Applied Marketing Science* 5 (6-8), S. 213-232.
- JONES, P. et al. (2008): Exploring space and place with walking interviews. In: *Journal of Research Practice* 4 (2), S. 1-9.
- JÜRGENS, U. (2012): Governance and new discounter outlets in Germany. In: *Erdkunde* 66 (2), S. 109-119.
- JUNKER, R. & G. KÜHN (2006): *Nahversorgung in Großstädten*. Berlin.
- KIRKUP, M. et al. (2004): Inequalities in retail choice: exploring consumer experiences in suburban neighbourhoods. In: *International Journal of Retail & Distribution Management* 32 (11), S. 511-522.
- LYNCH, K. (1960): *The image of the city*. Cambridge, Mass.
- RUSSELL, S. & P. HEIDKAMP (2011): 'Food desertification': the loss of a major supermarket in New Haven, Connecticut. In: *Applied Geography* 31, S. 1197-1209.
- SHANNON, J. (2014): Food deserts: governing obesity in the neoliberal city. In: *Progress in Human Geography* 38 (2), S. 248-266.
- SIEBER, R. (2006): Public participation geographic information systems: a literature review and framework. In: *Annals of the Association of American Geographers* 96 (3), S. 491-507.
- WOODLIFFE, L. (2004): Rethinking consumer disadvantage: the importance of qualitative research. In: *International Journal of Retail & Distribution Management* 32 (11), S. 523-531.
- WRIGLEY, N. (2002): 'Food deserts' in British cities: policy context and research priorities. In: *Urban Studies* 39 (11), S. 2029-2040.