

Regionalökonomische Effekte der Shop in Shop Initiative

Eine Analyse der Forum Land Modellregion Niedere Tauern und der Erfolgsfaktoren für vergleichbare österreichische „Shop in Shop Regionen“

Esterl Michael

Die Konzentration des Lebensmittelhandels verursachte in den letzten Jahrzehnten einen dramatischen Rückgang der Greißler und gefährdet die Existenz vieler selbständiger Lebensmitteleinzelhändler. Durch das „Greißlersterben“ haben viele ländliche Gemeinden große Schwierigkeiten mit der Nahversorgung, weil durch die demographische Entwicklung besonders ältere Menschen weite Einkaufsstrecken nicht mehr zurücklegen können. Um die Existenz der Greißler zu sichern und Nahversorgungsprobleme in den Griff zu bekommen, hat sich in der Forum Land Modellregion Niedere Tauern eine Shop in Shop Initiative entwickelt. Durch die Zusammenarbeit der bäuerlichen Direktvermarkter mit den Nahversorgungsbetrieben entstand eine Bauernecke in einem Lebensmittelgeschäft, also ein Geschäft in einem Geschäft. Mit der „Bauernecke-Initiative“ wurde ein „Shop in Shop Konzept“ in den Niederen Tauern realisiert. Die übergeordneten Ziele der Kooperation zwischen Landwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel sind einerseits die Gewährleistung der Nahversorgung in der Region, andererseits die Einkommenssicherung der Lebensmitteleinzelhändler und der bäuerlichen Direktvermarkter sowie die Erhöhung der regionalen Wertschöpfung.

Mittels Primärerhebung (anhand standardisierter Fragebögen und Experteninterviews) wurden die regionalökonomischen Effekte der Shop in Shop Initiative in der Forum Land Modellregion Niedere Tauern und die Erfolgsfaktoren für vergleichbare österreichische Shop in Shop Initiativen untersucht. Durch die gewonnenen Erkenntnisse im Theorieteil ist eine vereinfachte Methode, welche sich auf die Inzidenzanalyse stützt, gewählt worden, um die regionalökonomischen Effekte der Shop in Shop Initiative in der Forum Land Modellregion Niedere Tauern nachvollziehbar schätzen zu können. Die Ergebnisse der Inzidenzanalyse zeigten, dass die beteiligten Sektoren Landwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel durch die Shop in Shop Initiative in der Modellregion ca. 163.500 € an Nettoeinnahmen und ca. 115.500 € an Wertschöpfungseffekten im Jahr 2002 verzeichneten. Damit verbunden können durch die Shop in Shop Initiative ca. 7 Arbeitsplätze in der Modellregion gesichert werden. Durch Investitionen und den Zukauf von Vorleistungen wurden im Zusammenhang mit Shop in Shop ca. 34.000 € an Nettoaufgaben im Jahr 2002 getätigt. Das entspricht etwa 15.500 € an Wertschöpfungseffekten für das Jahr 2002, die allerdings nicht alleine für die Forum Land Modellregion Niedere Tauern zum Tragen kamen, sondern vor allem für den Bezirk Judenburg. Für die Forum Land Modellregion Niedere Tauern alleine ergaben sich im Jahr 2002 indirekte Nettoaufgabeneffekte von ca. 5.300 € und Wertschöpfungseffekte von ca. 3.500 €

Für die Bewertung der Shop in Shop Initiative in der Forum Land Modellregion spielten „nicht monetäre Nutzeneffekte“ eine große Rolle, die für die dritte Ebene der Inzidenzanalyse wichtig sind. Die Ergebnisse der Befragungen zeigten, dass neben monetären Aspekten für 68% vor allem die Herkunft und für 83% die Frische der bäuerlichen Produkte bedeutend sind. Die Shop in Shop Initiative trägt zur Sicherung der Nahversorgung bei. 81% der Konsumenten sehen dies als extrem wichtig an. 47% der bäuerlichen Direktvermarkter erkennen durch die Realisierung der Shop in Shop Initiative eine erhöhte Anerkennung ihrer Arbeit durch die Bevölkerung und 65% eine Steigerung der Zusammenarbeit innerhalb der bäuerlichen Gemeinschaft. 76% der befragten Konsumenten sind darauf stolz, gerade in ihrer Region eine Shop in Shop Initiative vorzufinden. 52% der Konsumenten beurteilen die Shop in Shop Initiative mit sehr gut.

Anhand von Interviews mit fünf österreichischen Shop in Shop Experten wurden 28 Erfolgsfaktoren identifiziert und in einem semantischen Differential dargestellt. Als besonders wichtig schätzen die Experten die Qualitätsstandards, die Identifikation des Unternehmens mit den bäuerlichen Produkten, die Vertragsgestaltung und die Kooperationsform ein.

Anhand der Ergebnisse lässt sich feststellen, dass die Shop in Shop Initiative einen Beitrag zur Sicherung der Existenz der Greißler leistet. Weiters wird auch dazu beigetragen die Nahversorgung im ländlichen Raum zu erhalten.

Literatur:

BYZIO, U. (1995): Erfolg mit Shop in the Shop, 3. Auflage. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.

FISCHER, G. und NEF, M. (1990): Die Auswirkung der Hochschule auf Stadt und Kanton St. Gallen. Gürsch: Rüeegger.

FISCHER, G. und WILHELM, B. (2001): Die Universität St. Gallen als Wirtschafts- und Standortfaktor. Bern, Stuttgart. Wien: Haupt.

SCHÄTZL, L. (2000): Wirtschaftsgeographie 2 Empirie, 3. überarbeitete Auflage. Paderborn, München, Wien, Zürich: Schöningh.

WATTL, J. (2002): Regionales Netzwerk Lebensmittelhandel/Landwirtschaft, Zwischenbericht 2001, unveröffentlichtes Skript.

Esterl Michael
Universität für Bodenkultur
Mollgasse 19/4
1180 Wien
Tel.: 4783215
Michael.Esterl@parlinkom.gv.at
Tel. 0664/5439790