

Quelle: orange7

Datum: 15.02.2025

Seite: 4, 6, 8



KOMMST DU NICHT ZU MIR, KOMME ICH ZU DIR

Nicht jeder hat fußläufige Einkaufsmöglichkeit vor der Tür und nicht jeder hat ein eigenes Auto. Zumal Einkaufen nicht nur der direkten Versorgung dient, sondern auch ein wichtiger Bestandteil der sozialen Teilhabe ist. Wie sieht es da in unserer Region aus?

In Zeiten von steigenden Energiekosten, zunehmendem Verzicht aufs „eigene“ Auto – ob gewollt oder erzwungen – sowie von mitunter katastrophalem Öffentlichen Nahverkehr und einer immer stärkeren sozialen Isolation in der Gesellschaft, steht man besonders in ländlichen Regionen wie der Eifel vor einem „Ernährungsproblem“. Die Frage lautet dann nämlich nicht, was esse ich, sondern wie erhalte ich es? Eine lange Tradition haben dabei in der Eifel die sogenannten rollenden Märkte. Sie bringen nicht nur das Gewünschte bis an die Tür – und häufig auch bis in die Vorratskammer – sondern sind auch, wo gewünscht, oft sozialer Gesprächspartner und Garant für die oft diskutierte „Teilhabe“ am Leben. Neben diesen „Institutionen“ wie Heiko oder dem Eifeler Frischedienst etablieren sich verstärkt Alternativen mit dem Hol- und Bring-Diensten großer Supermärkte und/oder der Bestellung via Internet. Die machen zwar keinen Sinn, wenn man

abends um viertel nach sechs bemerkt, man hat zu wenig Sahne für das selbstgemachte Rahmgulasch im Haus, aber für alles,



Bei den rollenden Märkten ist frische Bioeinkauf genauso entscheidend wie bei den stationären Mitbewerbern.

wie nicht ad hoc in der Küche verarbeitet werden muss, ist das Konzept des Bringens oft sinnvoll. Und die vielerorts Teilhabe bleibt dabei nicht auf der Strecke. Außer bei der Bestellung via Internet, sofern es

tatsächlich geklappt hat mit der Digitalisierung. Aber das ist Thema für einen anderen Leitartikel. Die Teilhabe ist bei den rollenden Märkten genauso möglich wie bei den Hol- und Bring-Diensten, wie er beispielsweise vom REWE-Markt in Stadtkyll angeboten wird. Beides wird zunehmend auch von jüngeren Menschen genutzt. Bei denen, die trotz ländlicher Region inklusive verkümmerten ÖPNV aufs eigene Auto verzichten. Nicht nur monetäre Gründe spielen da eine Rolle, sondern oft auch der Versuch, nachhaltiger und bewusster im Sinne des Angehens gegen den Klimawandel zu leben. Onlinelebensmittellieferungen spielen aber noch keine gewichtige Rolle. Rollende Märkte und die Hol- und Bringdienst der etablierten Supermärkte sind dagegen nicht nur bekannt, sondern auch anerkannt. Laut den Marktforschern von Consumer Panel Services GfK werden auf 2,8 Prozent der Lebensmittel hierzulande online

verkauft. Und zwar gleichermaßen in den Städten und den ländlichen Regionen. Für das Jahr 2023/2024 meldete der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel zudem einen Rückgang um 6,9 Prozent in der Kategorie Lebensmittel. Experten sind dennoch überzeugt von den Wachstumsmöglichkeiten der Branche. „Lebensmittel sind hierzulande eine kleine E-Commerce-Branche – aber mit einem riesigen Potential“, sagt Lars Hofacker, Leiter Forschungsbereich E-Commerce am Kölner EHI-Retail-Institut. „Schließlich ist der stationäre Lebensmittelhandel so groß, dass selbst kleine Erhöhungen des Onlineanteils bereits zu beeindruckendem Online-



Ein großes Sortiment hat jeder rollende Markt dabei. Die Kunden können aber auch individuell gewünschte Waren vorbestellen.

Wachstum führen könnten“, wie er in einer Studie ausführte. Gerade in der Fläche mit einer geringeren Dichte an Supermärkten wären Online-Lieferdienste eine sinnvolle Alternative, aber gerade dort sind sie kaum alltagsfähig nutzbar. Zu diesem Ergebnis kommt auch der „MarkCheck Online-Lebensmittelhandel“ der Verbraucherzentralen.

Allerdings widersetzen sich die Betreiber der rollenden Märkte und der Supermärkte den Online-Lieferdiensten erfolgreich. Deren schwacher Wachstumstrend kontem sie zudem mit immer neuen Ideen und Angeboten. Bei der Firma Heiko, die auch zu den EIFEL-Arbeitgebern der Regionalmarke Eifel gehört, hat man beispielsweise den Pausenfilter etabliert. Der Pausenfilter kommt zu den Firmen und Schulen, parkt punktgenau und hupt drei Mal, damit ihn auch jeder Mitarbeiter hört“, sagt Oliver Hofacker. „Er bringt frische belegte Brötchen, Salate, kleine warme Mahlzeiten, Ge-

tränke und vieles mehr und fährt die vorher abgesprochenen Standorte zuverlässig an. Bei Ford in Köln fahren wir so jede Werkshalle zu festen Zeiten an.“ Aufwand und Kosten für eine eigene Kantine oder Mensa entfallen und Mitarbeiter und Schüler müssen das Gelände nicht verlassen. Win-Win für alle Beteiligten. Zudem ist Heiko in ganz Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen Schulmilk- und Schulobstlieferant. Für Firmen und Unternehmen gilt ähnliches. „Zudem ist Firmenobst steuerlich absetzbar“, freut sich Oliver Hofacker. Beim Eifeler Frischedienst setzt man neben dem ständigen Angebot an frischem Brot und Backwaren, Eier, Milch und Käse, Nudeln, Fleisch, Wurst und Geflügel, Obst und Gemüse auch auf „Freddy“. Freddy wirbt mit dem Slogan „Besser zu Hause genießen“ für Tierkühware und sticht in Kombination mit den Möglichkeiten der rollenden Marktautos bekannte Lieferdienste wie Esimann und Bofrost eindeutig aus. Auch Heiko bietet TK-Ware im Grundsortiment an. Zu besonderen Festtagen und Anlässen wie in der Vorweihnachtszeit und vor Ostern sind weitere TK-Produkte im Sortiment, die per Werbeblatt rechtzeitig angekündigt werden.

In der heutigen Zeit setzen sowohl die rollenden Märkte als auch die großen Supermärkte beim Sortiment verstärkt auf regionale Produkte. Gab es früher noch den „Eiermann“, der wöchentlich seine Runden fuhr, übernehmen heute die professionel-

len Verkaufsfahrer diese Aufgabe. Geflügelhalter großen Stils haben diesen Teil ihres Geschäftes an die rollenden Märkte übergeben. Gleiches gilt für den Kartoffelverkauf oder saisonal bedingt für Obst und Gemüse.



War am Startplatz ein parkendes Verkaufsfahrerzeug sieht, weiß das Regal bedieners wenig ist.

Rollende Märkte setzen auf engagierte Mitarbeiter. Müssen sie auch, denn in dem Job sind neben einem Führerschein auch gute Fahrkenntnis gefragt. Eine Ausbildung als Verkäufer wird zwar gem gesehen, ist aber nicht zwingend erforderlich. Was jedoch unbedingt zum Job gehört, sind Verständnis für die Lagerverwaltung und Bestandsführung, Kenntnisse in GPS und Routenplanung und die Abrechnungsfähigkeiten für den Verkauf von Waren. Am wichtigsten allerdings sind Ruhe, Zuverlässigkeit und viel Empathie. Der besondere Kontakt zu den Kunden erfordert vor allem Letzteres. Nicht zu unterschätzen ist der soziale Faktor in diesen Geschäftsmodellen. Teilweise sind die Fahrer 20 und mehr Jahre auf



Der Abhol- und Bringservice beim Stadtkyller REWE Markt ist mittlerweile etabliert. Immer mehr Kunden nutzen das Angebot und tragen auch so indirekt zum nachhaltigen Klimaschutz bei.

„ihren“ festen Route. „Man kennt sich“, sagt Oliver Hofacker von Heiko. „Mitunter sind da richtige Freundschaften entstanden.“ Die Erfahrung hat auch Philipp Dimmer vom Eifeler Frischedienst gemacht. Er ist dort

informieren kann. Mittlerweile machen die rollenden Märkte genauso wie die Supermärkte verstärkte Anstrengungen, auch jüngere Kundschaft von ihren Konzepten und ihren Produkten

ursprünglicher Bedeutung bewusst. „Preiswert, da legen wir die Betonung auf „wert“ im Gegensatz zu „billig“, sagt Oliver Hofacker. Und wie lautet das Fazit? Ein wichtiges Signal gerade in Bezug auf Nachhaltig-



Ob Bullenmark oder Supermarkt, nur mit frischem Obst und Gemüse kann man heute noch bei der Kundschaft punkten.

Tourleiter und hat selber jahrelang „seiner“ Kunden beliefert. „Manchmal gerade bei älteren Kunden, haben wir den Eindruck, wir sind wichtiger Gesprächspartner. Wir gehen individuell auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden ein, deshalb wird das Einkaufen bei uns zum Erlebnis. Ich habe schon von einer Kundin gehört, sie bestelle auch wegen des regelmäßigen Kontaktes bei uns.“ Selbst für den Abhol- und Bring-Service seines REWE-Marktes in Stadtkyll kann Supermarktbetreiber Otto Christoph Spodot von der Bedeutung der sozialen Kontakte berichten. „Für manche Kunden halten wir auch noch kurz an der Apotheke, wenn es dringend ist.“ Der Stadtkyller REWE-Markt war einer der ersten, der seinen Kunden diesen Service anbot. Mittlerweile haben sich die Fahrten etabliert. An zwei Tagen in der Woche fahren die „REWE-Busse“ in neutraler Lackierung ihre Runden. Eine neutrale Lackierung ist unauffälliger. Man muss den Nachbarn oder im schlechtesten Fall Langfingern ja nicht unbedingt mitteilen, wo es hin geht. Beim REWE-Markt hat sich das System etabliert. Zumal die Kundschaft schon per Internet sich über das aktuelle Angebot

zu überzeugen. „Da kommt uns auch der Gedanke des Umweltschutzes, des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit zugute“, sagte Philipp Dimmer. „Die Jugend legt immer mehr Wert auf gute, auf regionale und preiswerte Produkte“, ist sich auch Otto Christoph Spodot sicher. Alle Anbieter sind sich beim Begriff „preiswert“ dessen



Oliver Hofacker hat vor einem Jahr Heiko und die rollenden Märkte übernommen und weiß, dass dies ein wichtiger Schritt auf

keine „sozialer Teilhabe und Klimaschutz kommt von diesen Versorgung in ländlichen Regionen. Die zwei Konzepte rollender Markt und Abhol- und Bring-Service haben unterschiedliche Ansätze, sind aber in ländlichen Räumen unverzichtbar. Unabhängig von der gewählten Region ist Anpassungsfähigkeit entscheidend, um den Erfolg eines Lieferdienstes zu gewährleisten. Wer auf effiziente Routenplanung achtet, exzellenten Kundenservice anbietet und auf die spezifischen Bedürfnisse der Kundschaft eingeht, macht auf Dauer das Rennen. Die rollenden Märkte hier in der Region machen es seit Jahren richtig.



Tourleiter Philipp Dimmer ist zwar heute für die Touren beim Eifeler Frischedienst verantwortlich, aber manchmal fährt er nach wie vor alten Routen oder die von erkannten Kollegen.