

Simon Spath, Felix Walter, Jeanette Dillinger & Jörg Lang

Aufbau eines Digitalen Regionalmarktes

inklusive Logistikkonzept für nachhaltige Betriebe aus dem Landkreis Saarlouis

Kurzfassung

Der Landkreis Saarlouis setzt im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projekts „Konnekt“ auf den Aufbau eines Digitalen Regionalmarktes. Er soll die nachhaltige und lokale Wertschöpfung durch eine professionelle Vermarktungsstruktur für regionale Waren und Dienstleistungen online sowie vor Ort stärken. Ziel ist es, Angebot und Nachfrage von regionalen Produkten zu erhöhen und dadurch nachhaltig agierende Produzenten im Landkreis Saarlouis zu unterstützen. Die dazu neu geschaffene Onlineplattform „Rendezvous Saarlouis“ bietet bereits eine Vielfalt regionaler Angebote und fördert den Austausch zwischen Produzenten und Verbrauchern.

Perspektivisch soll der Regionalmarkt weiterentwickelt werden und die Möglichkeit bieten, die Produkte und Dienstleistungen der Anbieter online verfügbar zu machen und zusätzlich mit weiteren Angeboten vor Ort die Nahversorgung in ländlichen Gebieten zu verbessern. Hierfür soll ein gewerblich agierender Betrieb gefunden werden. Dazu erarbeitet der Landkreis aktuell in Zusammenarbeit mit der IZES gGmbH im Rahmen einer Masterarbeit ein Logistikkonzept für den Digitalen Regionalmarkt.

Stand und Ziele des digitalen Regionalmarktes

Der Aufbau eines Digitalen Regionalmarktes des Landkreises Saarlouis ist Bestandteil des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) zu 100% geförderten Projekts „Konnekt“ im Förderschwerpunkt „Region.innovativ – Kreislaufwirtschaft“. Ziel des Vorhabens „Konnekt“ im Landkreis Saarlouis ist es u.a., eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft zu etablieren sowie die Wertschöpfung vor Ort zu stärken.

Mit dem Auf- und Ausbau des Digitalen Regionalmarktes soll eine professionelle Vermarktungs- bzw. Vertriebsstruktur (online und vor Ort) für regional produzierte Waren und Dienstleistungen geschaffen werden. Damit verbundene Ziele im Sinne einer wertschöpfungsorientierten Regionalentwicklung sind die Erhöhung der Versorgungsquote mit regional produzierten Waren und Dienstleistungen, die Erhöhung des Angebots regional produzierter Waren auf (Wochen-)Märkten, in Supermärkten und über die Schaffung eines Onlineangebots, die Bewusstseinsbildung der Bürger*innen für nachhaltige Regionalentwicklung und die Zunahme der Nachfrage nach Regionalwaren sowie die Zunahme der Unternehmensgründungen und die Schaffung von Arbeitsplätzen. Des Weiteren sind mit der Schließung regionaler Warenkreisläufe die Reduktion der Transportaufwendungen und der Umverpackungen verbunden. Darüber hinaus soll der Regionalmarkt die Nahversorgung und damit die Lebensqualität in z. B. schrumpfenden Ortsteilen sichern, die aktuell nicht über Nahversorgungseinrichtungen verfügen. Der Digitale Regionalmarkt wird im Landkreis Saarlouis vom Amt für Klima, Umwelt, Regionalentwicklung und Tourismus (K.U.R.T.) realisiert.

Der bisher (Stand Februar 2024) aufgebaute Digitale Regionalmarkt mit der Online Plattform „Rendezvous Saarlouis“ (aktuell zu finden über folgenden Link: www.rendezvous-saarlouis.de/regionalmarkt) versteht sich als regionale Vermarktungs- und Austauschplattform für nachhaltig wirtschaftende Betriebe im Landkreis Saarlouis zum Aufbau regionaler Wertschöpfungs-

ketten und zur Förderung der Kreislaufwirtschaft. Hierbei geben anerkannte Nachhaltigkeitsinitiativen und Qualitätsstandards einen ersten Orientierungsrahmen für alle Interessenten. Produzenten, Dienstleister und Konsumenten werden zusammengeführt. Die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe sowie die regionalen Wertschöpfungsketten sollen gestärkt, der Austausch gefördert und neue Ideen der Zusammenarbeit angeregt werden. Kunden soll eine wachsende, ansprechende Bandbreite an Produkten und Dienstleistungen aus den Bereichen Landwirtschaft, Fair Trade, Handwerk und Energieberatung sowie Tourismus geboten werden.

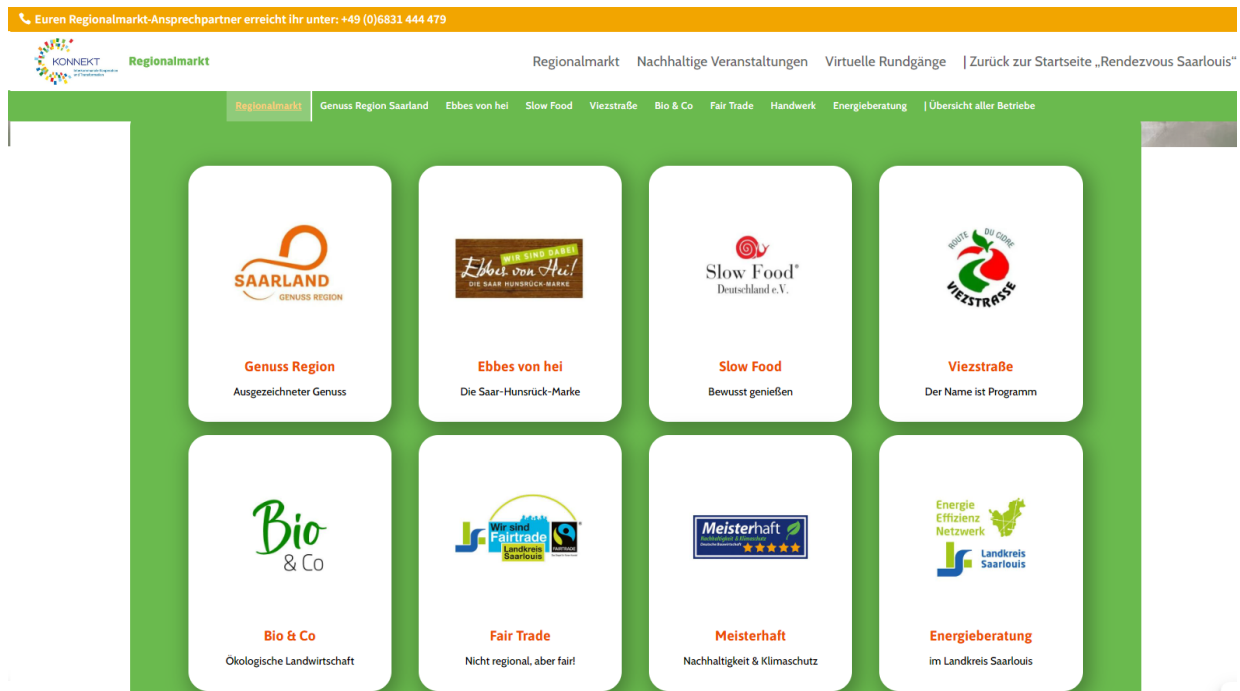
Mit dem Digitalen Regionalmarkt fördert das verantwortliche Amt für Klimaschutz, Umwelt, Regionalentwicklung und Tourismus (K.U.R.T.) des Landkreises Saarlouis eine nachhaltige, wertschöpfungsorientierte und resiliente Regionalentwicklung. So sind unter anderem die etablierte Regionalmarke „Ebbes von Hei!“, deren Mitgliedsbetriebe sich für die Stärkung regionaler Produkte einsetzen, und weitere Initiativen, wie z.B. „Slow Food“, „Fair Trade“ und die „Viezstraße“ fester Bestandteil des neuen Online-Schauenseitens. Besondere Bedeutung kommt insbesondere auch der digitalen Vermarktungsstruktur zu. Die betrieblichen Daten sind einheitlich aufgearbeitet (Open Data), erzielen damit eine viel höhere Reichweite - auch über das Saarland hinaus - und ermöglichen eine effizientere Vernetzung im

Das Projekt

„Konnekt“ ist ein Vorhaben der BMBF-Fördermaßnahme „REGION.innovativ-Kreislaufwirtschaft“.

Im Projekt „Konnekt“ werden Innovationspotenziale in den Bereichen Energie, Siedlungswasserwirtschaft und Abfallwirtschaft identifiziert, entsprechende Technologien und Lösungen ausgearbeitet sowie konkrete Umsetzungskonzepte und Transformationsprozesse entwickelt und angestoßen. Diese sollen dem Aufbau regionaler und zukunftsorientierter Wertschöpfungsketten dienen und den Landkreis Saarlouis zu einem Ort der Zukunft machen.

Weitere Informationen zum Projekt www.kommunen-innovativ.de/konnekt



Screenshot der Homepage des Digitalen Regionalmarktes

Quelle: KONNEKT

Nachhaltigkeitsbus des Landkreises Saarlouis

Foto: Landkreis Saarlouis, Kolja Koglin

Marketingbereich. Dadurch wird die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe gesteigert.

Ein Veranstaltungskalender informiert über themenspezifische Angebote wie „Ebbes Von Hei!“-Genussmärkte, Streuobstwiesen-Aktionen der Viezstraße, Genussreisen zu den Kooperationsbetrieben mit Einblicken vor Ort, Feste, Märkte, und vieles mehr. In der Rubrik „Produkt des Monats“ stellen sich Betriebe mit innovativen neuen Produkten vor.

Bisher sind bereits 76 Betriebe aus der Region mit einem vielfältigen Angebot auf der Online Plattform „Rendezvous Saarlouis“ vertreten. Unterstützt wird dieses virtu-

elle, kostenfreie Angebot durch gezielte Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. So ist der über das Projekt finanzierte, elektrisch betriebene „Nachhaltigkeitsbus“ des Landkreises Saarlouis seit 2022 erfolgreich bei Messen und Veranstaltungen im Einsatz, um für die nachhaltige Regionalentwicklung im Landkreis Saarlouis zu werben. Eine Broschüre stellt das Projekt anschaulich vor und sensibilisiert Dienstleister, Betriebe und Kunden für das Thema Nachhaltigkeit. Sie steht als kostenfreier Download auf den Seiten des Regionalmarktes online zur Verfügung und wird auf Wunsch postalisch versendet. Gemeinsam sollen Produzenten, Dienstleister und Endverbraucher angeregt werden, die nachhaltige Entwicklung im Landkreis Saarlouis voranzutreiben und die Lebensqualität aktiv mitzugestalten.

Der Landkreis Saarlouis möchte durch verschiedene Schulungsangebote den Betrieben, die sich auf dem Digitalen Regionalmarkt präsentieren, einen weiteren Mehrwert bieten. Deshalb wird bspw. ein für die Unternehmen kostenloses Schulungsangebot zum Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz und ein Online-Tool zur Energiedatenerfassung inklusive Einsparpotentialen und Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks der Betriebe



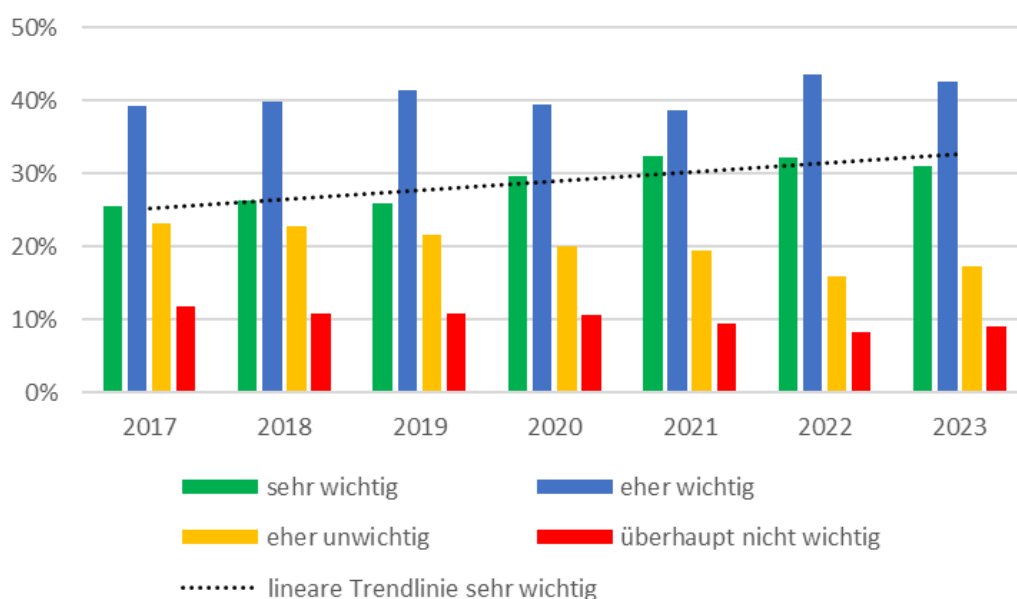
durchgeführt (www.energie-tool.de). Der ermittelte CO₂-Fußabdruck soll auf der Online-Plattform bei jedem einzelnen Betrieb angegeben werden, um potentielle Kunden über den Grad der Nachhaltigkeit des jeweiligen Betriebes zu informieren. Dies bietet für die auf dem Digitalen Regionalmarkt vertretenen Unternehmen einen deutlichen Mehrwert, da das Thema Nachhaltigkeit bei Konsumenten eine immer größere Bedeutung erlangt.

Ausblick: Weiterentwicklung des Regionalmarktes

Der Digitale Regionalmarkt stellt derzeit eine Plattform dar, welche bisher die nachhaltig wirtschaftenden Betriebe im Landkreis Saarlouis lediglich vorstellt. Künftig soll die Homepage die Möglichkeit bieten, die Produkte und Dienstleistungen der Anbieter online verfügbar zu machen. Um den Online-Vertrieb der Angebote der einzelnen Betriebe zu ermöglichen, ist der Landkreis Saarlouis bestrebt, einen externen Betreiber zu motivieren, Produkte aus der Palette der Betriebe online zu handeln. Als Grundlage für den Online-Vertrieb erarbeitet der Landkreis Saarlouis aktuell in Zusammenarbeit mit der IZES gGmbH im Rahmen einer Masterarbeit ein Logistikkonzept für den Digitalen Regionalmarkt im Landkreis Saarlouis. Neben der Analyse der aktuellen Rahmenbedingungen und

relevanten Trends beschäftigte sie sich mit bestehenden Regionalvermarktungsinitiativen und der Übertragbarkeit auf den Landkreis Saarlouis. Darauf aufbauend soll ein Konzept für den nachhaltigen, physischen Vertrieb von Waren erstellt werden.

Hinsichtlich der Rahmenbedingungen zeigte sich anhand der bereits durchgeführten Interviews und der Literaturrecherche, dass die Bedeutung der Regionalität bei der Kaufentscheidung der Konsumenten zwischen den Jahren 2019 und 2022 einen Aufschwung erlebt hatte, der im Jahre 2023 eingebrochen ist. Langfristig kann hier jedoch ein Aufwärtstrend beobachtet werden (vgl. Abbildung unten) (vgl. IfD Allensbach (2023): S. 175; RMS (2019): S. 6; RMS (2020): S. 6; RMS (2021a); RMS (2021b): S. 4; RMS (2022): S. 44; RMS (2023): S. 44). Der Einbruch im Jahre 2023 geht mit einer erhöhten Preissensibilität der Befragten einher, die durch eine stärkere Berücksichtigung von Angebotspreisen oder allgemein preiswerten Produkten festzustellen ist (vgl. forsa (2023): S. 15 – 17). Dies basiert insbesondere darauf, dass bei Lebensmittelpreisen zwischen 2021 und 2023 starke Preissteigerungen von annähernden 30 % zu verzeichnen sind (vgl. Verbraucherzentrale (2023); Destatis (2023)). Zur weiteren Analyse der potentiellen Nachfrageseite wird aktuell (Stand Februar 2024) eine Umfrage unter potentiellen Kunden im



Bedeutung von Regionalität beim Kauf von Produkten für Personen in Deutschland, jährliche Befragung von 20.000 Bundesbürgern ab 14 Jahren, eigene Darstellung Felix Walter (vgl. RMS (2019): S. 6; RMS (2020): S. 6; RMS (2021a); RMS (2021b): S. 4; RMS (2022): S. 44; RMS (2023): S. 44)

Landkreis Saarlouis durchgeführt. Hierbei werden Konsum- und Einkaufsverhalten, persönliche Einstellung zu Regionalität sowie persönliche Daten zur Abgrenzung der Kundensegmente erfragt.

Hinsichtlich des Vergleichs bestehender Regionalvermarktungsinitiativen und der durchgeführten Interviews konnten erste Ergebnisse in Bezug auf ein übertragbares Konzept für den Landkreis Saarlouis erarbeitet werden.

Als wichtigste Erkenntnis konnte festgestellt werden, dass der Arbeits- und Zeitaufwand sowie die Kosten für die Entwicklung eines völlig neuen, wirtschaftlich tragfähigen Ansatzes inklusive dem Aufbau von Managementprozessen eine umfangreiche, unterschätzte Aufgabe darstellen. Daher sollte, anstatt völlig neue Lösungen und Strukturen zu entwickeln, die Expertise vorhandener Experten genutzt und auf bestehende Marktakteure zurückgegriffen werden.

Am interessantesten für die Weiterentwicklung des Digitalen Regionalmarktes im Landkreis Saarlouis erwies sich dabei eine Initiative, die mit sogenannten „Self-Checkout Markets“ die Nahversorgung mit regionalen Lebensmitteln sowie Haushalts- und Hygieneartikeln des täglichen Bedarfs in kleineren Ortschaften in strukturschwachen, ländlichen Regionen ohne Einzelhandelsstrukturen verbessert. Die „Self-Checkout Markets“ bei denen es sich um vollständige Selbstbedienungsmärkte handelt, können durch die Reduzierung des Personalbedarfs ein wirtschaftlich tragfähiges Konzept auch in kleineren Ortschaften bereitstellen. Darüber hinaus ist durch die Initiative für die nahe Zukunft der Aufbau eines Onlinemarktes geplant, der über die „Self-Checkout Markets“ die Erhöhung der Versorgungsquote mit regional produzierten Waren und Dienstleistungen im Landkreis Saarlouis unterstützen könnte.

Aufbauend auf diesen Erkenntnissen werden im Rahmen der Masterarbeit weitere Bestandteile des Logistikkonzepts erarbeitet. Dabei werden u.a. mithilfe eines Geo-Information-Systems relevante Fragestellungen, wie z.B. die besten Standorte hinsichtlich „Self-Check-

out Markets“ in kleineren Ortschaften des Landkreises und mögliche Lagerorte sowie Routenoptionen für den Transport hinsichtlich des Onlineshops bearbeitet. Informationen zu sozio-ökonomischen Faktoren wie Bevölkerungsdichte, Durchschnittsalter und Medianentgelt sowie technische Faktoren hinsichtlich Mobilität, Pkw-Dichte und Ausbau des ÖPNVs werden bei dieser Analyse berücksichtigt.

Neben der Bearbeitung der Masterarbeit hinsichtlich des Logistikkonzeptes und darauf aufbauenden Gesprächen mit potentiellen gewerblichen Anbietern versucht der Landkreis Saarlouis aktuell weitere nachhaltig wirtschaftende Betriebe für den Digitalen Regionalmarkt zu gewinnen. Darüber hinaus sollen die Bevölkerung sowie die Gäste des Landkreises auch in Zukunft durch eine Vielzahl von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen über das Thema Nachhaltigkeit und die weiteren Entwicklungen des Digitalen Regionalmarktes informiert werden.

Die Autor*innen

Simon Spath, IZES gGmbH; spath@izes.de

Felix Walter, IZES gGmbH; walter@izes.de

Jeanette Dillinger, Landkreis Saarlouis; jeanette-dillinger@kreis-saarlouis.de

Jörg Lang, Landkreis Saarlouis; joerg-lang@kreis-saarlouis.de

Literatur

- » Destatis (2023): Inflationsrate im Oktober 2023 bei +3,8%, URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/11/PD23_429_611.html, Abruf: 12.12.2023
- » forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH (2023): Ernährungsreport 2023 – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, URL: <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2023.html>, Abruf: 15.11.2023
- » IfD Allensbach (2023): Anzahl der Personen in Deutschland, die beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat bevorzugen, von 2019 bis 2023 (in Millionen), Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2023, in: Statista, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/264557/umfrage/kaeufertypen-bevorzugung-von-produkten-aus-der-region/>, Abruf: 30.11.2023

- » RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (2019): VuMA Touchpoints 2020, URL: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/Wissen_und_Forschung/Zielgruppen/VuMA_Berichtsband_2020.pdf, Abruf: 01.12.2023
- » RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (2020): VuMA Touchpoints 2021, URL: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/Wissen_und_Forschung/Zielgruppen/VuMA_Berichtsband_2021.pdf, Abruf: 01.12.2023
- » RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (2021a): Bevölkerung in Deutschland nach Einstellung zur Aussage „Ich bevorzuge nach Möglichkeit Produkte hier aus der Region“ von 2017 bis 2021 (in Millionen) [Graph], in: Statista, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181356/umfrage/bevorzugung-von-produkten-aus-der-eigenen-region/>, Abruf: 01.12.2023
- » RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (2021b): VuMA Touchpoints 2022, URL: https://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user_upload/zdfwerb/pdf/studien/VuMA_Berichtsband_2022.pdf, Abruf: 01.12.2023
- » RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (2022): VuMA Touchpoints 2023, URL: https://rms.de/RMS_Deutschland/Downloads/Weitere/VuMA_Berichtsband_2023.pdf, Abruf: 01.12.2023
- » RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (2023): VuMA Touchpoints 2024, URL: https://rms.de/RMS_Deutschland/Downloads/Weitere/VuMA_Berichtsband.pdf, Abruf: 01.12.2023
- » Verbraucherzentrale (2023): Steigende Lebensmittelpreise: Fakten, Ursachen, Tipps, URL: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/steigende-lebensmittelpreise-fakten-ursachen-tipps-71788>, Abruf: 11.12.2023