

## 1. NRW - Nahversorgungstag

14. Februar 2012

- Dortmund -

## Mobile Nahversorgung

HEIKO rollende Lebensmittelmärkte, Neuendorf Dr. Reinhard Steinkamp



## **HEIKO** (eine kurze Firmengeschichte)

1950	Gründung Hühnerhof Eichenwiese
1971	Aufnahme mobiler Fahrverkauf
1999	37 Verkaufsfahrzeuge
2000	Übernahme MUH Frischdienst der
	Milch-Union-Hocheifel e.G.
2001	Gründung HEIKO Luxembourg S.a.r.L.
2003	Gründung HEIKO Belgien P.GmbH
2007	Frühstücksservice "Pausenflitzer"
2011	68 Verkaufsfahrzeuge





## Hühnerhof ab 1950





## Hühnerhof Eichenwiese ab 1971





## **HEIKO** heute





## **HEIKO 2012**

### Deutschland, Belgien, Luxemburg

170 Mitarbeiter/Innen, incl. ca. 45 Aushilfen

80 Verkaufsfahrer/Innen

21,5 Mio. € Umsatz (2011)

30.500 Kundinnen und Kunden

68 Verkaufsfahrzeuge

37 Thekenfahrzeuge, HEIKO mein Kaufzuhaus

26 SB-Fahrzeuge, Muh Frischdienst

5 Pausenflitzer





# Vertriebsgebiet HEIKO mein Kaufzuhaus MUH Frischdienst



## **Unser Geschäft**



- nah
- persönlich
- servicefreundlich



## Unsere "Ganz-Nahversorgung"





## Innenansicht eines rollenden Supermarktes

(Vollsortierer, ca. 1500 Produkte)



Quelle: Lemkes rollende Supermärkte, Göttingen

## HEIKO mein Kaufenhaus

# Innenansicht eines rollenden Supermarktes

(Vollsortierer, ca. 1500 Produkte)



Quelle: Lemkes rollende Supermärkte, Göttingen

# HEIKO wein Kaufeuhaus

# Innenansicht eines rollenden Supermarktes



Quelle: HEIKO rollende Lebensmittelmärkte, Neuendorf



## **Mobiler Handel in Deutschland**

#### **Mobiler Handel in Deutschland 2010**

Vollsortimente: - ca. 1800 mobile "Supermärkte"

- etwa 80 – 180 Haltestellen pro Tag/Tour

- etwa 1 Mio. Kunden pro Woche

Spezialisten: - 5000 Fleischer

- 4000 Bäcker, Frühstücksservice

- 1000 Gemüse, Obst

- 3000 Fischhändler



### Marktstruktur

ca. 2200 Ortschaften, Städte, Gemeinden

> 85 % aller belieferten Orte verfügen über kein Lebensmittelgeschäft

Lebensmittelgeschäfte in der Regel nicht mit Bus oder Bahn erreichbar.



## Kundenstruktur

Anteil Frauen > 90 %

Behinderte ca. 10 %

Ø Alter 73,4 Jahre

1- Personenhaushalte ca. 30 % HEIKO

ca. 20 % MUH



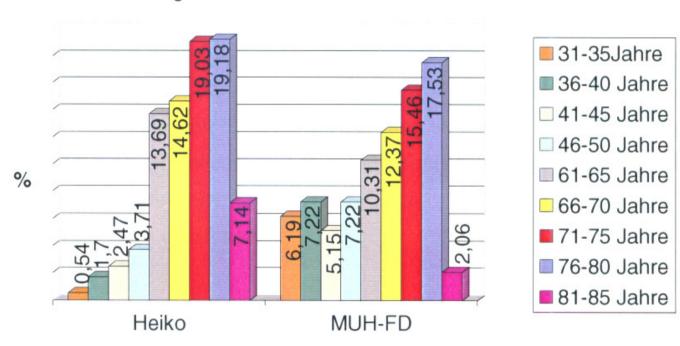
## **HEIKO** Partner von:



"Eurowellcome": barrierefreies Einkaufen für Menschen mit Behinderung.

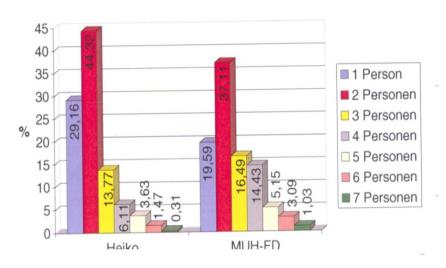


#### Auszug der Altersstruktur der Kunden:

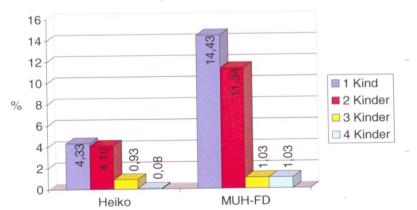




#### Personen pro Haushalt:



#### Kinder pro Haushalt:





## Kundenstruktur

eingeschränkte Mobilität: kein Führerschein

kein Auto / Bus

Behinderung, Gehschwäche

- 10 % der Kunden decken den Wochenbedarf am Fahrzeug, Tendenz steigend
- 90 % der Kunden haben lediglich Ergänzungsbedarf oder kaufen Spezialitäten
- Kunden schätzen das persönliche Gespräch



## Geschäftsstruktur

- Sortiment mit geringer Tiefe nur 250 Artikel (HEIKO), bzw. 400 Artikel (MUH-FD)
- regionale Lieferanten (65 % Anteil, Tendenz steigend)
- 10 m² Verkaufsfläche (Auto), 1 Verkäufer/In
- Serviceorientierung "to serve" heißt "dienen"



#### Gründe für den Einkauf vor der Haustüre

- Bequemlichkeit 46,8 %

- Qualität 16,7 %

- Nähe 7,2 %

- preisgünstig 6,3 %

- Frische

4,6 %

- Behinderung 1,6 %



#### Das Problem vieler unserer Kunden:

# die letzten 100 m bis zum Supermarkt



## So "klingt" die Realität an:

- >,,Hier geht doch kein Bus."
- "Mein Sohn bringt mir alles mit. Der hat aber auch nicht immer Zeit."
- "Das Schlimmste ist, dass man als alter Mensch nicht mehr selbst einkaufen kann."



### Unterversorgung – kein Problem ländlicher Räume

- Projekt Koblenz
- Projekt Köln
  - Stadtteile mit 2000 bis 4000 Einwohner ohne Geschäft
- Weitere Projekte in Bonn, Würselen, Trier



## Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008

Punkt Nr. 2.8 Nahversorgung

"Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs - u. a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln - i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von 700 -1.000 m."



#### Beispiel:

#### Eifelkonferenz 2010:

#### 11 Leitlinien zur Mobilität im ländlichen Raum

. . .

"9.) Mobile Dienstleistungsangebote sind in besonderer Weise geeignet, unzureichende Mobilität in der Fläche auszugleichen.

Sie leisten im ländlichen Raum einen wichtigen Beitrag zur Deckung von Gütern täglichen Bedarfs (z. B. rollende Supermärkte) sowie zur Daseinsvorsorge (z. B. Bücherbus, rollende Sparkasse) und sind deshalb zu fördern. "



#### **Beispiel:**

Aktion zur ländlichen Entwicklung (LE), Büllingen/Belgien Großgemeinde Büllingen erstellt Infoblatt/Broschüre zu allen mobilen Dienstleistungen:

#### Zielgruppe:

- Zunächst Senioren der Großgemeinde (20 Orte)
- Heimpflegedienste
- Häusliche Begleitdienste

#### Aber auch:

- > REHA-Kliniken
- Krankenhäuser
- Arztpraxen



## Verkauf mit "Leib und Seele"

