

Nahversorgung neu gedacht

*Boxenstopp in Altenahr und aufgeständert in der Kreisstadt:
Der von der Flut schwer getroffene Lebensmittel-Einzelhandel im Ahrtal
hat Lehren aus der Katastrophe gezogen*

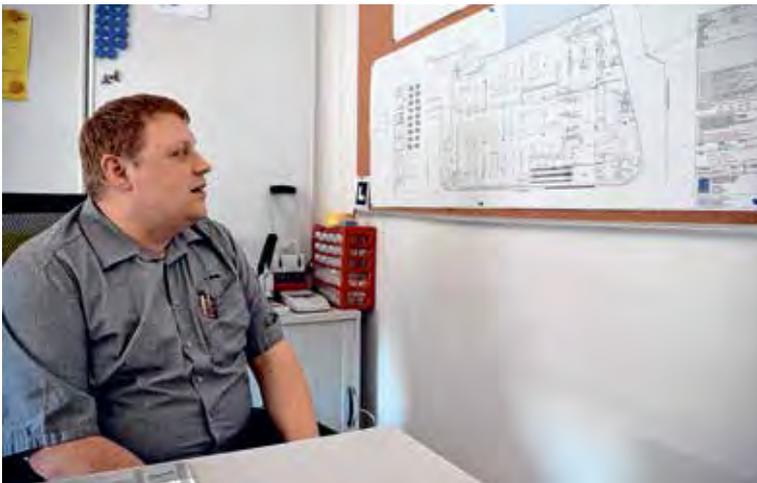
Christina Steinhausen

Bilder der Verwüstung, geborstene Scheiben, ein von der Flutwelle in den Verkaufsraum gespültes Auto, Schlammmassen, Müllteppiche, Unrat, Gestank: Das Ahrtal-Center in der Weinbergstraße von Bad Neuenahr-Ahrweiler steckte am 15. Juli 2021, am Tag eins nach der Katastrophe, noch voller Schlamm, zum Teil kniehoch. Der Parkplatz sieht noch Wochen nach der Flut aus wie ein Kriegsschauplatz: Container mit Müll, Sperrholzplatten in den geborstenen Türen und Fenstern, kaputte Fahrzeuge auf dem Parkplatz. Das Ahrtal-Center ist schon seit Jahren der Edeka-Markt von Kaufmann Timo Boden, doch in der Bevölkerung bleibt es das Ahrtal-Center, egal was dransteht. 2023, wenn gegen Jahresende Timo Boden seinen Markt wieder eröffnet, wird vieles anders sein. Er, sein Vermieter, die Edeka Regionalgesellschaft Rhein-Ruhr und deren Vermieter, der Eigentümer haben Lehren aus der Flut gezogen.

Einkaufen im Obergeschoss

Der barrierefreie Markt wird aufgeständert, ist per Rollsteig und Aufzug erreichbar. Im Erdgeschoss, wo früher die Regale und Bedientheken für Lebensmittel ihren Platz hatten, parken künftig Fahrzeuge. 76 Parkplätze entstehen. Sollten wieder einmal binnen weniger Stunden 200 Liter Niederschlag auf einem Quadratmeter runterkommen und eine Flutwelle auslösen, bleibt der Verkaufsraum trocken. Im ersten Obergeschoss, wo einst eine Post-Station und eine große Nonfood-Abteilung mit Porzellan, Gläsern, Deko- und Haushaltswaren zu Hause war, schlägt nun das Herzstück des Marktes.

Im zweiten Obergeschoss, das wesentlich kleiner ausfällt als das erste, befinden sich Büro-, Mitarbeiter- und Technikräume. Gerade die Technik solle sicher und trocken stehen. Der neue Trafo, den der Markt bekommt, kann laut Herstellerangaben bis zu drei Tage komplett



*Voller Vorfreude
erläutert Edeka-Kaufmann Timo Boden
im Mai 2023 anhand
des Architektenplans,
was in seinem neuen
Markt alles anders
wird und welche
Highlights die Kunden
erwarten.*

im Wasser stehen und funktioniert trotzdem noch. Mit Themen wie diesen hat sich Timo Boden in den vergangenen zwei Jahren auseinandergesetzt. Obwohl die Verkaufsfläche von circa 1.900 auf nun 1.700 Quadratmeter sinkt, das Sortiment von 35.000 auf 30.000 Artikel abnimmt, will Timo Boden mehr Sortimentskompetenz zeigen als früher. „Im Ahrtal-Center hatten wir Pfannen in allen Größen von mindestens drei, manchmal fünf Herstellern. Solche Doppler reduzieren wir nun und bieten dafür mehr wirklich neue, hippe Produkte an“, so der Kaufmann, der voller Leidenschaft erzählt, dass er sich selbst und seine 37-köpfige Stammmannschaft gefragt hat, wie der Laden gestaltet sein müsste, damit man dort gerne arbeitet. Die einzelnen Sortimentsabteilungen hat er deshalb in engem Austausch mit seinen Mitarbeitern geplant. So befindet sich direkt hinter der Fleisch- und Wurstbedientheke nun der Vorbereitungsraum der Metzgerei. Gekühlte Getränke grenzen an das Kühlager. „In Schönheit sterben können andere. Wir denken praktisch – und wenn dann noch Platz für Deko ist, kann man auch darüber reden.“

Einkaufen ohne Bargeld

Priorität haben für Boden kurze Wege und Effizienz. Angebotsartikel präsentiert er nun nicht nur sprichwörtlich, sondern auch tatsächlich, palettenweise auf 20 Paletten-Stellplätzen, die nicht die Gänge zustellen, sondern von vorneherein ihre geplanten Standorte haben. Eine große PV-Anlage auf dem begrünten Dach sorgt dafür, dass der Markt während der Geschäftszeiten mit ausreichend Energie versorgt sei, so Boden. Mit Hilfe einer Wärmepumpe wird die Abwärme aus der Kühlung zur Wärmerückgewinnung genutzt. Fünf Kassen gab es im alten Markt mit der vom Getränkemarkt und der Post, neun im neuen, vier davon sind Self-Checkout-Kassen, die so ziemlich alles an mobilen Bezahlssystemen akzeptieren, was es auf dem Markt derzeit (Stand Mai 2023) gibt.

Einkaufen als Boxenstopp

In Altenahr gibt es Self-Checkout-Kassen schon seit Januar 2023. Dort steht zentral in der



Rewe-Kaufmann Jörg Schäfer im Frühjahr 2023 vor seiner Nahkauf-Box in Altenahr

Ortsmitte auf einem Grundstück direkt an der Hauptstraße (B 267, Altenburger Straße) dank des Einsatzes von Rewe-Kaufmann Jörg Schäfer ein dunkelgrauer Container: Die Nahkauf-Box ist die zweite ihrer Art in Deutschland. Die erste testet Rewe-Kaufmann Josef Sier seit März 2022 im bayerischen Pettstadt. Der personallose Walk-In-Store in Altenahr ist 39 Quadratmeter groß und ermöglicht das Einkaufen rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche. Jeweils fünf Personen haben gleichzeitig Zutritt, bezahlt wird bargeldlos mit EC- oder Kreditkarte an einer der beiden Self-Checkout-Kassen.

Das Sortiment umfasst rund 800 Artikel des täglichen Bedarfs, wie etwa frisches Obst und Gemüse, Molkerei- und Tiefkühlprodukte, Drogeriewaren und alkoholfreie Getränke. Neben Artikeln der Rewe-Eigenmarken fallen Bio-Artikel und regionale Waren auf. Gebracht werden die benötigten Waren jeden Morgen per Kühl-Auto, entweder von Schäfer selbst oder seiner Mitarbeiterin Manuela Fell, die im benachbarten Altenburg wohnt.

Einkaufen als Hoffnungsschimmer

Im von der Flut schwer getroffenen Ort ist noch längst nicht wieder Normalität eingeleitet, viele Bürger wohnen noch nicht wieder dort, die Infrastruktur ist noch ein Thema. Da



Die Box von innen: Es gibt zwei Gänge mit Regalen, Kühlschränke und sogar Tiefkühlschränke.

ist Arbeit eine gute Ablenkung. Manuela Fell und auch ihrer 24-jährigen Tochter Annalena, die sich intensiv um die Box kümmern, ist der graue Container ans Herz gewachsen. Zumal die Nahkauf-Box für viele wie gerufen kam. Nicht nur Handwerker, die im Tal arbeiten, auch die allmählich wiederkehrenden Wanderer füllen in der Box ihre Rucksäcke, Biker freuen sich auf etwas Kaltes zu trinken.

Über die Verbindung zum Computer erfährt der Stammmarkt (Jörg Schäfer betreibt noch die Rewe-Märkte in Grafschaft und Bad Neuenahr), was verkauft wurde und nachgeliefert werden muss. In den ersten Wochen nach der Eröffnung war morgens eine Mitarbeiterin in der Box, um Kunden Auskunft zu geben oder zu helfen, doch das war schon bald nicht mehr nötig. Alles ist selbsterklärend und sogar sehr betagte Kunden kommen klar und wissen zu schätzen, dass sie in der Box immer frischen Salat und sogar Wildfleisch-Waren aus der Region kaufen können. Das liefert der Chef selbst, denn Schäfer ist Jäger. Die Preise sind identisch zu jenen in den Märkten. Sogar die Artikel aus der Werbung finden sich in der Box 1:1 wieder.

Einkaufen als Testlauf für Konzern

Genehmigt wurde die Box für drei Jahre. Um die Warenversorgung, Instandhaltung und Pflege des Shops kümmert sich der Kaufmann mit seiner Mannschaft. „Mir war es schon immer ein Anliegen, mehr zu sein als nur ein Nahversorger. Auch über ein Jahr nach der Flut fehlt es an Infrastruktur, daher war ich sofort von dem Konzept der Nahkauf-Box, insbesondere für den nicht mobilen Bevölkerungsteil, überzeugt“, erinnert sich Schäfer an die ersten Überlegungen, in Altenahr eine solche Box zu installieren. Bei der Rewe Group, dem Mutterkonzern, freut man sich über den Test, auch wenn Jörg Schäfer Optimierungsbedarf feststellt und Finger in Wunden legt. Bei starkem Regen ist das kleine Vordach nicht dicht, Tropfen lösen den Türsensor aus, die Tür geht ständig auf und zu. Manuela Fell und Jörg Schäfer bekamen nette Anrufe und sorgten für Abhilfe. Unter einer Self-Checkout-Kasse gab es einen Ablagetisch, absolut sinnvoll für die Kunden – unter der zweiten war keiner. Doch auch darum wurde sich dann schnell gekümmert. Boxenstopps gibt es nun nicht mehr nur am nahen Nürburgring, sondern auch in Altenahr.