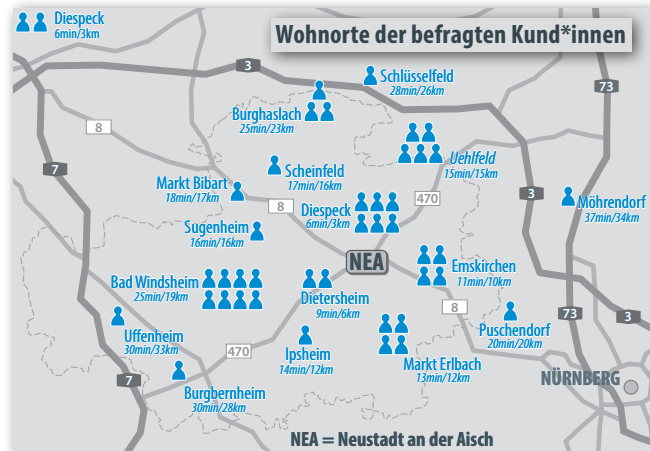


4. Ergebnisse der Befragung

Woher kommen die Kund*innen und wie reisen sie an?



Diejenigen Kund*innen, die dort wohnen, wo sich der Laden befindet, kommen zu einem großen Anteil **zu Fuß** ins Geschäft (39 von 54).



Falls der Wohnort der Befragten nicht der Standort des Geschäftes ist, stellt vor allem ein **Privat-Pkw** (eigenes Auto oder Mitfahrgelegenheit) das bevorzugte Verkehrsmittel dar (26 von 41). Vor



Ort beobachtet wurde, dass Parkplätze vor dem Laden deshalb sehr wichtig sind.

Wie viel geben die Kund*innen aus und welche Produkte kaufen sie?

- kleine Ausgaben (bis 10€) überwiegen; vor allem Personen, die in der Nähe wohnen kommen regelmäßig; hoher Anteil an Single-Haushalten
- große Ausgaben (über 30€) von Personen, die eine weitere Anreise haben



Gekaufte Produkte: arabisches Brot, Reis/Bohnen, Süßigkeiten sowie Fleisch (meist tiefgefroren)

5. Und was sagen die Besitzer?



Als **Gründe für die Eröffnung** eines Lebensmittelgeschäfts gaben die Befragten folgende Gründe an:

- eine **gestiegene Nachfrage** nach bestimmten Produkten durch eine höhere Bevölkerungszahl mit Migrationshintergrund;
- den ausgeprägten Wunsch und die **Motivation, etwas zu arbeiten** und nicht von Sozialleistungen abhängig zu sein;
- eine **Gelegenheit**, die sich vor Ort ergeben hat, z. B. ein leer stehendes Geschäft, von dem man gehört hat. Einige Ladenbesitzer bringen Erfahrungen mit (Lebensmittel-)Handel mit, während andere sich bewusst beruflich neu orientieren.

Erfolgreich sind Ladenbesitzer, wenn sie durch **Familienmitglieder unterstützt** werden und versuchen, die Verkaufsfläche und das Sortiment des Ladens **anzupassen oder zu erweitern** (z. B. Non-Food, Dienstleistungen).

Wollen auch Sie einen Laden eröffnen oder erweitern?

- Kontaktieren Sie die Wirtschaftsförderung im Landkreis oder der Stadt/Gemeinde!
- Nutzen Sie persönliche Kontakte!
- Informieren Sie sich über Existenzgründung für Migrant*innen im Projekt XeneX bei migranet.org!

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



migra
net



Impressum

Dr. Stefan Kordel, FAU Erlangen-Nürnberg, unter Mitarbeit von Dominic Sauerbrey, Lukas Schorner und Tobias Weidinger sowie Studierenden des BA Kulturgeographie im Projekt „Zukunft für Geflüchtete in ländl. Regionen Deutschlands“.

Version: März 2021

Neue
Lebensmittelgeschäfte
auf dem Land

Migrantische Ökonomien
in ländlichen Räumen



1. Nahversorgung auf dem Land

Die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in Wohnortnähe ist besonders in ländlichen Räumen oft schwierig. Während sich Discounter in Kleinstädten oder an Pendlerstrecken niederlassen, sind kleinere, inhabergeführte Geschäfte oft nur noch selten zu finden und häufig müssen Lebensmittelläden, Bäcker oder Metzger schließen (Küpper et al. 2015).



In ländlichen Räumen entstanden in den letzten Jahren insbesondere Lebensmittelläden, die internationale Produkte zum Beispiel aus dem arabischen oder afrikanischen Raum anbieten. Sie werden meistens von Personen geführt, die selbst zugewandert sind, und werden deshalb auch als „**Migrantische Ökonomien**“ bezeichnet (Rath und Schutjens 2006)



2. Warum entstehen migrantische Ökonomien?

Migrantische Ökonomien besetzen meist eine **Nische im Markt**, was im Falle von Lebensmittelläden bedeutet, dass sie eine spezielle Nachfrage nach bestimmten Produkten bedienen, die in anderen, schon bestehenden Geschäften, nur schwer zu erwerben sind. Sie ermöglichen den Kund*innen somit den Konsum von Lebensmitteln, die sie aus dem Herkunftsland kennen und zubereiten können und erleichtern damit die **Orientierung vor Ort**. Aus der Sicht derjenigen, die das Geschäft betreiben, bietet die Geschäftseröffnung die Möglichkeit, sich mit benachbarten Läden zu vernetzen und so **in der lokalen Wirtschaft Fuß zu fassen**. Da in den Geschäften Produkte angeboten werden, die der Lokalbevölkerung vorher weniger bekannt waren, fördern migrantische Ökonomien auch **kulturelle Integration** und vergrößern die Vielfalt an Produkten, die vor Ort gekauft werden kann.

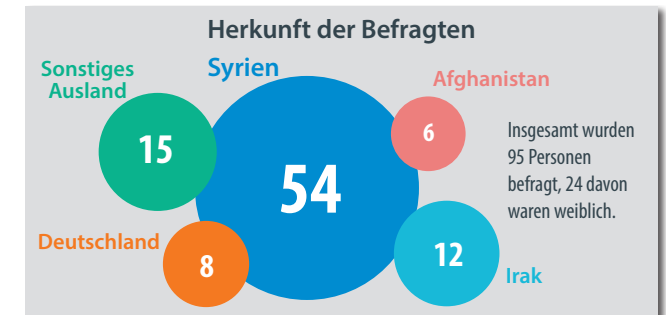
In ländlichen Regionen wurden solche Läden vor allem in Kleinstädten und dort im Ortszentrum eröffnet. Vorhandene Leerstände und angemessene Ladengrößen sind dort vorzufinden. Zudem haben Kleinstädte ein größeres Nachfragepotenzial. Migrant*innen selbst kommen häufig dorthin, da sich dort Bildungseinrichtungen oder Behörden befinden.

Die Befragung

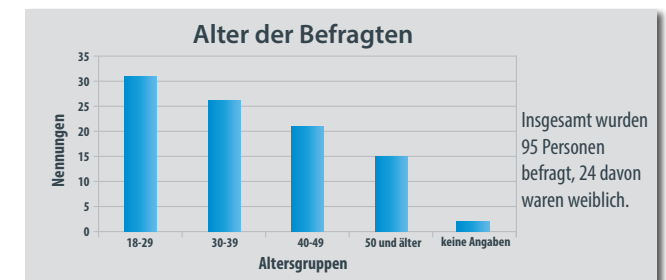
Unter Anleitung von Dr. Stefan Kordel befragten 19 Studierende im Studiengang Kulturgeografie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg Ende 2019/ Anfang 2020 an verschiedenen Wochentagen und zu unterschiedlichen Tageszeiten Kund*innen, die in zwei Lebensmittelgeschäften in den Landkreisen Neustadt/ Aisch-Bad Windsheim und Regen einkauften. Die Geschäfte wurden nach 2015 gegründet und bieten vor allem arabische und türkische Produkte an.

3. Ergebnisse der Befragung

Wer sind die Kund*innen, die in neu entstandenen, migrantisch geführten Lebensmittelgeschäften auf dem Land einkaufen?



Die meisten Befragten stammen aus Syrien (54), gefolgt vom Irak (12) und Afghanistan (6), während Kund*innen aus Deutschland nur selten in den Geschäften einkaufen. Dies zeigt, dass mutmaßlich geflüchtete Personen häufig Kunden von migrantisch geführten Lebensmittelgeschäften sind. So leben die meisten Befragten auch erst seit dem Jahr 2015 in Deutschland (37), 29 kamen sogar erst 2016 oder später an und nur 19 sind 2014 oder früher zugezogen.



Die befragten Kund*innen sind jung, 60 % der Befragten sind unter 40 Jahre alt, während über 50-Jährige nur selten dort einkaufen. Auch dies spiegelt die Altersstruktur der Neuzugewanderten aus diesen Ländern wider. Der Großteil der über 50-jährigen Kund*innen stammt aus Deutschland.