

Geleitwort

Die vorliegende Arbeit behandelt eine, wenn nicht *die* entscheidende, politisch gesetzte Einflussgröße auf die Wettbewerbsverhältnisse im Handel der vergangenen Jahre schlechthin. Seit der Neufassung des § 11 Abs. 3 der Bau-nutzungsverordnung Ende der siebziger Jahre ist diese Vorschrift, wie der Autor zutreffend schildert, je nach Interessenlage in zahlreichen Publikationen verteidigt oder verworfen worden.

Das politisch erklärte Ziel war seinerzeit unzweideutig formuliert worden, es sollten der mittelständische und der innerstädtische Einzelhandel geschützt werden sowie einer ‚Verödung der Innenstädte‘ vorgebeugt werden. Beides ist nicht erreicht worden, was ein weiteres Beispiel dafür ist, dass ‚gut gemeint‘ eben nicht immer auch gut ist. Die Auswirkungen der BauNVO in ihrer Handhabe durch die Genehmigungsbehörden auf Handel, Industrie und Verbraucher ist nachhaltig gravierend. Lässt schon die Festsetzung, dass großflächiger Einzelhandel bereits jenseits von 800 m² Verkaufsfläche beginnt, Zweifel am Realitätsbezug des Gesetzgebers erkennen, so belegt die jahrelange Genehmigungspraxis, dass fortan kein großer Unterschied mehr gemacht wurde, ob es sich um einen Supermarkt mit 2.000 m² Verkaufsfläche oder um ein SB-Warenhaus mit 25.000 m² handelt. Im Ergebnis hat dies dazu geführt, dass Deutschland über die Jahre zu einem Land der kleinflächigen Diskonter geworden ist, sie sind die eindeutigen Gewinner der BauNVO. Es ist sicher nicht übertrieben zu behaupten, dass die BauNVO

einem Schutzgesetz für Diskonter gleichkommt. Ein Diskonter kann auf einer Verkaufsfläche von 600–800 m² sein schmales Sortiment von ca. 600–1.500 Artikeln ausreichend gut präsentieren, während ein Supermarkt, die ureigenste Domäne des selbständigen Einzelhandels, seine spezifischen absatzpolitischen Instrumente, nämlich Produktvielfalt, Auswahl und Service, nicht mehr deutlich genug ausspielen kann, was zwangsläufig zu einem steten Rückgang der Zahl der selbständigen Kaufleute geführt hat. Das Gegenteil des Gewollten ist also eingetreten.

Und die Verbraucher? Was bedeutet ‚verbrauchernahe Versorgung‘? Die Befürworter der BauNVO wollten ein engmaschiges Versorgungsnetz sicherstellen, was im Interesse weniger mobiler Bevölkerungsgruppen begrüßenswert ist. Man sollte meinen, dass der im Vergleich zu anderen westeuropäischen Ländern ungefähr 2–3 mal so hohe Flächenbesatz, insbesondere im LEH, dieses Ziel erfüllt hat. Der Verfasser kritisiert mit Recht, dass ‚verbrauchernahe Versorgung‘ nicht bloß unter räumlichen Aspekten gesehen werden darf, sondern an der Zufriedenheit der Verbraucher in ihrer gänzlichen Versorgungssituation im Hinblick auf Sortiment, Auswahl und Service zu bewerten ist. Auch dieses Ziel ist eindeutig verfehlt worden, wie zahlreiche Verbraucherbefragungen beweisen, die stets auf die Attraktivität ausländischer Verkaufsstellen, insbesondere in Frankreich, Spanien, Italien oder Großbritannien verweisen.

Die BauNVO konterkariert auch andere politisch gewollte Zielsetzungen, etwa die Stabilisierung der Mehrwegquote bei Getränken. So umstritten der ökologische Nutzen einer hohen Mehrwegquote auch sein mag, sie ist politisch gewollt. Die Diskonter haben sich diesem Ziel verweigert, weil sie keine Mehrweggetränke führen, was zu der für Verbraucher teuren und unhandlichen Zwangsbepfandung zahlreicher Einweggetränke geführt hat.

Dies und andere Reaktionen von Unternehmen der Ernährungsindustrie, die dazu übergehen, die Markenvielfalt drastisch einzuschränken, weil sie keinen

ausreichenden Zugang in die Regale der einzig wachsenden kleinflächigen Diskonter haben, wird zu weiteren nachhaltigen Strukturveränderungen im Marktgeschehen führen, die weder gewollt noch vorhersehbar waren.

Es wäre daher wünschenswert, wenn die vorliegende Arbeit bei politischen Entscheidungsträgern in Bund/Ländern und Gemeinden die verdiente Beachtung fände und zu einem raschen Umdenken führte.

Hans Reischl