

MYTHEN & FAKTEN

BODENFRASS: HANDEL IST NUR RANDERSCHEINUNG

Eine umfassende Studie von Standort + Markt beweist, dass der gesamte Einzelhandel für lediglich 0,6 Prozent der Flächeninanspruchnahme in Österreich verantwortlich ist. Tatsächliche Treiber der Bodenversiegelung sind Straßen und der Wohnbau!

Vor dem Hintergrund der Klimakrise erlangt das Thema Bodenverbrauch auch in der öffentlichen Diskussion jene Bedeutung, die es schon lange verdient. Aber: Statt konstruktiv über Lösungen zu diskutieren, werden „Flächen-Sünder“ gesucht und – entgegen allen wissenschaftlichen Fakten – primär im Bereich des Einzelhandels und der Shoppingcenter „identifiziert“. Eine umfangreiche Studie von Standort + Markt zeichnet ein deutlich differenzierteres Bild. So hat etwa der Handel die enorm wichtige Rolle eines gesunden Bodens als wertvolle Ressource bereits längst erkannt. Daher wird die Reduktion der Bodenversiegelung und des Flächenverbrauchs in der Branche großgeschrieben.

„Der Handel ist mit 0,6 Prozent der Flächeninanspruchnahme in Österreich kein Treiber des Bodenverbrauchs. Trotzdem sieht gerade der



Foto: WWF/Anna Schöpfer

Dramatische Bodenverbrauch in den Alpen! Treiber sind der Wohn- und Straßenbau.

Lebensmittelhandel die Verantwortung und verfolgt zukunftsorientierte Konzepte, um die Flächeninanspruchnahme so gering als möglich zu halten“, erklärt Michael Kunz, Vorsitzender der Geschäftsleitung von LIDL Österreich. „Der Lebensmittelhandel ist für weniger als 0,25 Prozent der Flächeninanspruchnahme und 0,5 Prozent der Bodenversiegelung verantwortlich. Wir sichern aber in allen Regionen die Nahversorgung und beleben die Gemeinden“, bestätigt REWE-Chef Marcel Harasztí.

Haupttreiber der zunehmenden Verbauung von Flächen im Land sind hingegen der Wohnbau (45,4%), Verkehrsflächen (36%) und handelsfremde Betriebsflächen (10,9%). Umso erstaunlicher ist es, dass bei fast allen Reportagen über Österreich als „Land der Parkplätze“

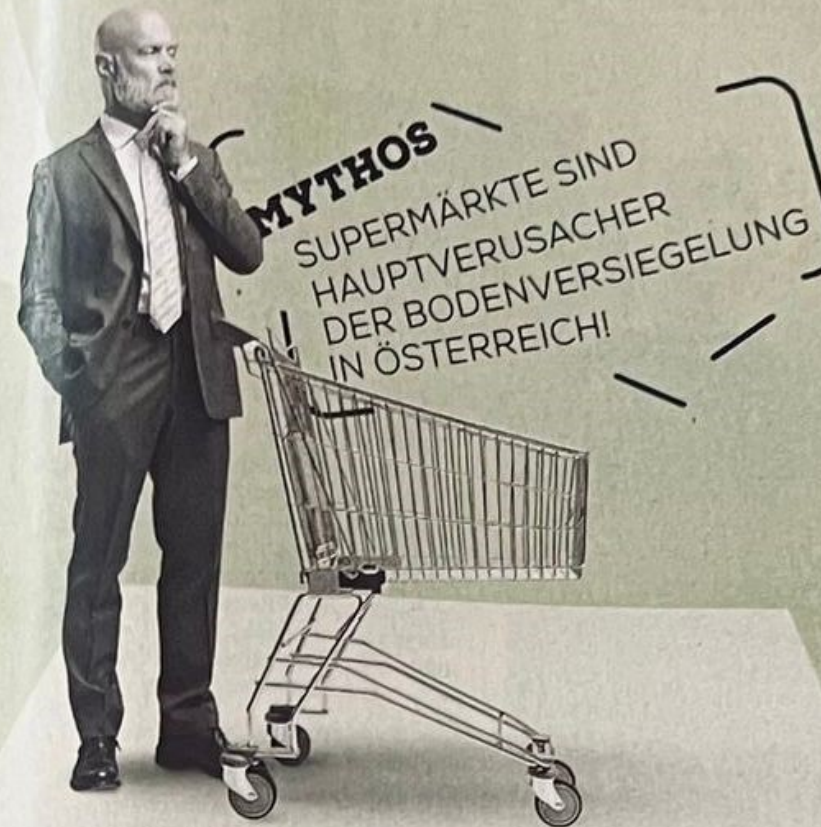
fast ausschließlich auf Supermärkte und Einkaufszentren hingewiesen wird – so als ob andere Einrichtungen wie Ämter, Schulen oder Wohngebiete keine Parkplätze hätten.

Übrigens entfallen auch auf Shoppingcenter lediglich 0,3 Prozent der versiegelten Fläche. „Wer davon ableitet, dass unsere Branche der Treiber der Flächenversiegelung sei, liegt offensichtlich falsch und verkennt die Fakten“, sagt Christoph Andexlinger, Obmann des Austrian Council of Shopping Places (ACSP). In den vergangenen drei Jahren ist zudem praktisch kaum ein Quadratmeter Flächenversiegelung durch Shoppingcenter neu hinzugekommen. Gemessen am Wachstum anderer Sektoren entwickelt sich der Anteil des Handels am Flächenverbrauch unterdurchschnittlich – mit weiter rückläufiger Tendenz.

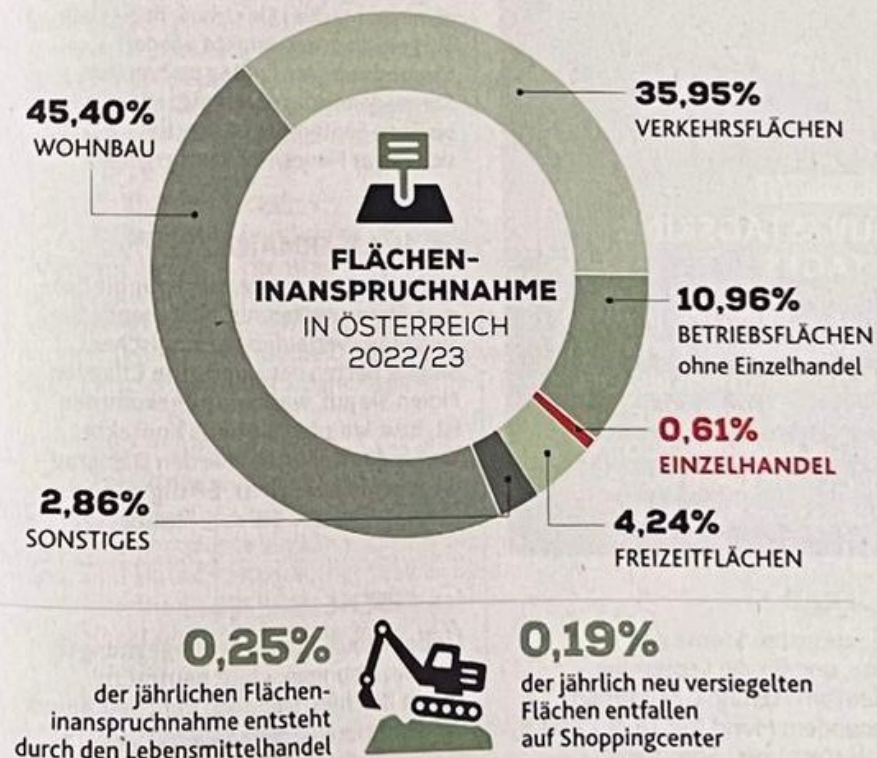
DER LEBENSMITTELHANDEL MIT 0,25 PROZENT DER FLÄCHEN NICHT TREIBER DES BODENVERBRAUCHS IN ÖSTERREICH.“



Vorstand Marcel Harasztí



FAKTEN
DER HANDEL IST BEI DER BODENVERSIEGELUNG IM WAHRSTEN SINNE DES WORTES EINE „RANDERSCHEINUNG“



INTERVIEW MIT RAINER WILL

9 RAUMORDNUNGEN SIND WETTBEWERBSHINDERNIS

Der Handel wird immer wieder als Treiber der Bodenversiegelung genannt. Zurecht? Einkaufszentren und Supermärkte werden deshalb als Hauptverursacher der Bodenversiegelung genannt, weil sie von einem Großteil der Bevölkerung genutzt werden und entsprechend stark im Bewusstsein verankert sind. Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass ihr Anteil an der versiegelten Fläche in Österreich verschwindend gering ist.

Wer sind dann die tatsächlichen Treiber?
Pro Jahr werden in Österreich im Schnitt 41 km² an Boden in Anspruch genommen. Fast die Hälfte der Flächeninanspruchnahme entfällt auf den Wohnbau, aber auch der Straßenbau sowie handelsfremde Betriebsflächen sind starke Treiber.

Und was ist mit dem Lebensmittelhandel?
Der gesamte stationäre Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel ist für weniger als 5 Promille der Bodenversiegelung verantwortlich. Das ist also ein homöopathischer Anteil.

Was tut die Branche, um hier künftig noch nachhaltiger zu wirtschaften?
Sowohl die Lebensmittelhändler als auch der Non-Food-Handel setzen immer stärker auf nachhaltige, innovative Filialkonzepte. Dazu zählen etwa mehrgeschossige Metropolfilialen mit geringem Flächenverbrauch in dicht verbauten Arealen, die Nachverdichtung von Geschäften mit großvolumigem Wohnbau oder auch Parkplätze mit Photovoltaik-Überdachung und E-Ladestationen.

Was braucht es auf politischer Ebene?
Das Korsett der österreichischen Raumordnung ist ein Vierteljahrhundert alt und Regelungen wie die Verkaufsflächenbeschränkung verhindern immer öfter, dass Geschäftsbauten für den Lebensmittelhandel überhaupt noch errichtet oder an heutige Erfordernisse angepasst werden können. In vielen Gemeinden in Tirol, Kärnten oder Niederösterreich werden dadurch de facto alle geeigneten Standorte rechtlich ausgeschlossen. Gewonnen ist damit nichts. Der Federalismus mit neun unterschiedlichen Raumordnungen ist ein Wettbewerbshindernis.

Rainer Will, engagierter Geschäftsführer des unabhängigen Handelsverbandes



Krone KREATIV | Quelle: Standort+Markt | Fotos: stock.adobe