

## Antwort der Bundesregierung

**auf die Große Anfrage der Abgeordneten Hansjürgen Doss, Ernst Hinsken, Gunnar Uldall, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU sowie der Abgeordneten Paul K. Friedhoff, Jürgen Türk, Dr. Otto Graf Lambsdorff und der Fraktion der F.D.P.  
— Drucksache 13/7201 —**

### Situation und Perspektiven des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland

Der Einzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland ist nach Industrie und Handwerk der drittgrößte Wirtschaftsbereich. Er zählt zu den leistungsfähigsten Einzelhandelssystemen weltweit und garantiert den Bürgern eine gute Versorgung. Derzeit wird der Einzelhandel durch eine Reihe von Entwicklungen vor neue Herausforderungen gestellt. Obwohl der Einzelhandel ein Wirtschaftsbereich ist, der in der Vergangenheit die erforderlichen Wandlungsprozesse weitgehend aus eigener Kraft bewältigt hat, sind für die Lösung einer Reihe von aktuellen Problemen möglicherweise Änderungen bestimmter Rahmenbedingungen angezeigt.

#### Vorbemerkung

Für die Funktionsfähigkeit von Märkten in einer modernen, arbeitsteiligen Volkswirtschaft ist ein leistungsfähiger Handel von entscheidender Bedeutung. Der Einzelhandel in Deutschland erweist sich als besonders leistungsstark, sehr effizient und wettbewerbsintensiv. Er ist durch eine große Vielfalt von Betriebstypen, Verkaufsformen und Größenstrukturen geprägt, in dem nach wie vor der mittelständische Facheinzelhandel trotz Marktanteilsverlusten in den letzten Jahren eine bedeutende Position einnimmt. Die Tiefe und Breite des Warenangebots in den verschiedenen Sortimenten bzw. Wirtschaftszweigen des Einzelhandels haben nicht zuletzt durch einen immer stärkeren Anteil ausländischer Produkte zugenommen. Der deutsche Verbraucher hat zweifellos von dem breiten und preiswerten Angebot profitiert. Sowohl die mittelständischen als auch die großen Handelsunter-

nehmen waren aus Wettbewerbsgründen gezwungen, nicht nur die Rationalisierungspotentiale voll auszuschöpfen, sondern ihre Ergebnisse auch an die Konsumenten weiterzugeben.

Der Einzelhandel steht in den nächsten Jahren vor besonders großen Herausforderungen. Hierzu zählen besonders der Einsatz neuer Techniken, die zunehmende Internationalisierung und Globalisierung, die Einführung des Euro. Hinzu kommt ein anhaltender intensiver Strukturwandel. Ziel der Bundesregierung ist es umso mehr, einen für den Handel günstigen wirtschaftlichen und wettbewerblichen Rahmen zu schaffen, indem vor allem auch kleine und mittlere Unternehmen ihre Marktchancen und einen freien Marktzutritt haben.

Aufgrund seiner besonders großen Fachkompetenz, seiner Beratungs- und Servicefunktion und seiner hohen Flexibilität, Kundennähe und Anpassungsfähigkeit werden dem mittelständischen Facheinzelhandel auch weiterhin gute Möglichkeiten eingeräumt, sich am Markt zu behaupten. Nach wie vor werden auch günstige Voraussetzungen für Existenzgründungen im Handel gesehen, wie z. B. im Bereich Convenience-stores, in der Kombination von Handel und Dienstleistungsangeboten und in Verbindung mit Logistik- und Zustellfunktionen. Große Bedeutung wird der verstärkten Nutzung der Vorteile von Kooperationen und von Franchisesystemen beigemessen.

---

*Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums für Wirtschaft vom 6. November 1997 übermittelt.*

*Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.*

Die Bundesregierung beantwortet die Große Anfrage wie folgt:

#### I. Zur Struktur des deutschen Einzelhandels

Insbesondere zu den Fragen 1 bis 8 müssen einige methodische Anmerkungen gemacht werden.

Dies betrifft zum einen die Datenquellen.

Die Einzelhandelsstatistiken liefern Aussagen zu den Unternehmen und Arbeitsstätten und deren Struktur. Die Darstellung bezieht sich hier im wesentlichen auf die Totalerhebungen der Handels- und Gaststättenzählungen (HGZ) von 1985 und 1993. Die Zeitvergleiche beziehen sich deshalb in diesen Fällen auf den Achtjahreszeitraum von 1985 bis 1993; ein Zehnjahresvergleich läßt sich danach nicht durchführen.

Für die neuen Länder können als Vergleichsbasis nur die Ergebnisse einer im Jahr 1988 in der ehemaligen DDR durchgeführten Zählung der Arbeitsstätten im Einzelhandel herangezogen werden. Die in den neuen Ländern ab 1991 auch eingeführte Handelsberichterstattung zeigte zunächst dynamische Veränderungen im Einzelhandel infolge des Transformationsprozesses zur Marktwirtschaft, der im Handelsbereich mit einem starken Rückgang der Beschäftigung verbunden war. Daraus lassen sich aber keine Aussagen für die Zukunft ableiten. Erst die HGZ 93 lieferte auch eine gesicherte Grundlage für die seither durchgeführten Stichprobenerhebungen. Entwicklungen lassen sich daher überwiegend nur für das frühere Bundesgebiet darstellen.

Daneben liefern auch die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) und der Mikrozensus interessante Informationen über den Einzelhandel. Die VGR zeigen die Bedeutung des Einzelhandels in der Gesamtwirtschaft, der Mikrozensus liefert insbesondere Einblicke in die Beschäftigungsstruktur und -entwicklung.

Aufgrund unterschiedlicher Definitionen, Konzepte, Berichtszeitpunkte bzw. -zeiträume u. ä. weichen die Ergebnisse aus unterschiedlichen Quellen teilweise voneinander ab. Dies muß bei der Bewertung der Zahlen beachtet werden.

Berücksichtigung finden muß auch die unterschiedliche Klassifikation: Die Einzelhandelsstatistik grenzt ihren Berichtskreis seit der HGZ 93 entsprechend der neuen Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1993 (WZ 93) aufgrund der NACE ab, die im Zusammenhang mit der europäischen Harmonisierung der Statistiken eingeführt wurde. Die Ergebnisse der HGZ 1985 wurden daher auf diese neue Klassifikation umgeschlüsselt. Dadurch und wegen des unterschiedlichen Gebietsstandes sind Rückvergleiche mit gewissen Unschärfen verbunden.

Die VGR verwendet noch die alte Systematik der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1997 (WZ 79). Die sehr aufwendige Umstellung auf die neue Klassifikation erfolgt erst im Jahr 1999 im Rahmen der Revision der VGR.

Der Mikrozensus verwendet bis 1994 die alte WZ 79, ab 1995 die neue WZ 93.

Wichtig ist auch, auf die statistischen Einheiten hinzuweisen. Je nach Fragestellung beziehen sich die Angaben auf Unternehmen oder auf Arbeitsstätten. Das Unternehmen ist dabei definiert als kleinste rechtlich selbständige Einheit mit eigener Buchführungspflicht. Arbeitsstätten dagegen folgen einem örtlichen Konzept, sie stellen Niederlassungen dar. Unternehmensangaben für das frühere Bundesgebiet enthalten ab dem Berichtsjahr 1991 z. B. auch die in den neuen Ländern beschäftigten Personen dieser Unternehmen und die dort getätigten Umsätze. Angaben nach dem Unternehmenskonzept und solche nach dem Arbeitsstättenkonzept – jeweils für das frühere Bundesgebiet – weichen also entsprechend voneinander ab.

1. Wie hat sich – nach Branchen gegliedert – die Zahl der Einzelhandelsunternehmen in Deutschland in den vergangenen zehn Jahren entwickelt?

Wie stellt sich diesbezüglich die Entwicklung in den alten und neuen Bundesländern dar?

In den alten Bundesländern hat die Zahl der Einzelhandelsunternehmen zwischen 1985 und 1993 insgesamt um 4 % zugenommen (Tabelle 1). Dieses Ergebnis geht auf sehr unterschiedliche Branchenentwicklungen zurück. Deutliche Zuwächse verzeichnete vor allem der Non-Food-Bereich (z. B. Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf + 35,6 %) sowie der nicht ladengebundene Handel (Versandhandel, Handel an Verkaufsständen und auf Märkten usw.). Die Zunahme der Zahl der Einzelhandelsunternehmen, die ohne Berücksichtigung des Lebensmittelhandels noch höher ausfällt, ist besonders auf die nach wie vor rege Gründung von Einzelhandelsunternehmen zurückzuführen. Im non-food-Einzelhandel ergibt sich zwar auch eine größere Fluktuation, dennoch ist per Saldo insgesamt wie bereits in den Jahren davor ein Zuwachs zu verzeichnen (von 1979 bis 1985 von + 5 % beim Einzelhandel ohne Nahrungsmittelhandel). Die Zahl der Unternehmen im Lebensmittelhandel ging demgegenüber weiter deutlich zurück. Insbesondere haben viele kleine, nicht-spezialisierte Lebensmittelgeschäfte in den letzten Jahren – vor allem mit Verkaufsflächen unter 400 qm – ihre Geschäftstätigkeit aufgegeben (38,2 %). Damit hat sich ein Trend fortgesetzt, der bereits seit Ende der sechziger Jahre zu beobachten ist. Das gilt nicht z. B. für die spezialisierten Lebensmittelunternehmen (Feinkostgeschäfte), deren Zahl im Beobachtungszeitraum deutlich zugenommen hat (+ 12,2 %). Hinsichtlich der Arbeitsstätten, also der einzelnen örtlichen Einheiten, ist die zahlenmäßig rückläufige Entwicklung im Lebensmittelhandel nicht so ausgeprägt. Dies ist darauf zurückzuführen, daß die Schließung vieler kleiner Geschäfte durch die Ausdehnung des Verkaufstellennetzes der Filialunternehmen teilweise kompensiert wurde.

Zu dem Ausscheiden besonders vieler kleiner Unternehmer im Lebensmitteleinzelhandel haben vielfältige

Gründe beigetragen, neben einem verschärften Wettbewerb durch die Großbetriebsformen des Handels einschließlich der Verbundgruppen besonders ungünstige Standortfaktoren, Nachfolgeprobleme, aber auch ein verändertes Verbraucherverhalten.

Für die neuen Länder läßt sich auf der Ebene von Unternehmen, also den rechtlichen Einheiten, kein sinnvoller Rückvergleich durchführen, da der Einzelhandel in der früheren DDR zu wesentlichen Teilen staatlich gelenkt war. Dominiert wurde er durch den „Volkseigenen Einzelhandel“ (HO) und den genossenschaftlichen (Konsum-)Einzelhandel. Nur in Restbeständen gab es einen privaten Kommissionshandel. Daher können nur Arbeitsstättenenergebnisse für einen groben Vergleich herangezogen werden (Tabelle 2). Hier zeigt sich im Lebensmittelhandel ein Rückgang der Zahl der Geschäfte um fast die Hälfte. In der ehemaligen DDR gab es ein sehr dichtes Netz von kleinen Lebensmittelverkaufsstellen (ganz überwiegend mit einer Verkaufsfläche von unter 100 qm, teilweise sogar unter 50 qm), die unter marktwirtschaftlichen Bedingungen oft nicht mehr rentabel betrieben werden konnten und daher schließen mußten. Demgegenüber ist die Zahl der Geschäfte im Nicht-Lebensmitteleinzelhandel, die in der DDR mit einem Anteil von rd. einem Drittel (1988) – gemessen an westdeutschen Verhältnissen (1985 rd. zwei Drittel) – unterrepräsentiert waren, mittlerweile stark angestiegen. Insgesamt hat dadurch der Einzelhandel in den neuen Bundesländern einen sehr dynamischen Verlauf genommen (s. Antwort auch zu Frage 10).

2. Wie hat sich in diesem Zeitraum die Struktur des deutschen Einzelhandels im Hinblick auf Betriebsgrößenklassen entwickelt?

Größenklassen der Unternehmen bzw. der Arbeitsstätten werden in der Handelsstatistik nach Umsatz bzw. Zahl der Beschäftigten gebildet. Die Verteilung der Einzelhandelsunternehmen nach Umsatzgrößenklassen zeigt zwischen 1985 und 1993 im früheren Bundesgebiet eine Zunahme der umsatzstärkeren Unternehmen (Tabelle 3). Besonders stark gewachsen ist die Zahl der Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 2 und 5 Mio. DM, zwischen 100 Mio. und 1 Mrd. DM und über 1 Mrd. DM. Hier lag die Veränderung zwischen 1985 und 1993 bei über 100 %. Der zahlenmäßige Anteil der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von unter 500 000 DM ist demgegenüber in dieser Zeitspanne von 61 % auf 53 % zurückgegangen, besonders deutlich unter 250 000 DM, die heute kaum noch eine „Vollexistenz“ erlauben. Insgesamt hat die Entwicklung zu größeren Unternehmens- und Betriebseinheiten in den letzten Jahren zugenommen. Dies hängt u. a. mit den veränderten Angebotsstrukturen, dem Trend der Verbraucher zum Kauf in großflächigeren Vertriebsformen (Super-, Verbraucher-, Fachmärkte) mit entsprechenden Rationalisierungspotentialen zusammen.

Die Gliederung nach Beschäftigtengrößenklassen bestätigt die Beobachtung: Die Zahl kleiner Familien-

betriebe mit einem oder zwei Beschäftigten ist von 51,1 % auf 47,6 % rückläufig, während in den übrigen Größenklassen durchweg Zuwächse zu verzeichnen waren. Hierbei ist zu berücksichtigen, daß die Zahl der Beschäftigten in den einzelnen Unternehmen durch die zunehmende Nachfrage nach Teilzeitbeschäftigung generell stark zugenommen hat. Folglich dürfte der Rückgang in der untersten Beschäftigtengrößenklasse nicht nur auf Unternehmensschließungen, sondern auch auf Umstrukturierungen in Richtung höherer Beschäftigtenkategorien zurückzuführen sein. Viele Einzelhandelsbranchen sind nach wie vor stark durch kleine mittelständische Unternehmen geprägt.

(Ganz ähnlich sieht die Entwicklung aus, wenn man anstelle der Unternehmen die Arbeitsstätten betrachtet, s. hierzu Tabelle 4).

3. Wie hat sich der Anteil des Einzelhandels am Bruttoinlandsprodukt in Deutschland in den vergangenen zehn Jahren entwickelt?

Nach den Ergebnissen der VGR (Tabelle 5) schwankt der Anteil des Einzelhandels an der Summe der Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftsbereiche im betrachteten Zeitraum von 1985 bis 1994 zwischen 4,2 % und 4,6 %. Die Höchstwerte in den Jahren 1990/1991 waren dabei auf den Sondereinfluß durch die Wiedervereinigung zurückzuführen. Seit 1993 zeichnet sich wieder ein leichter Rückgang ab.

4. Wie hat sich in diesem Zeitraum der Anteil des Einzelhandels – nach Warengruppen gegliedert – an den Ausgaben der privaten Haushalte für konsumtive Zwecke entwickelt?

Ergebnisse in dieser tiefen Gliederung stehen aus der Bundesstatistik nicht zur Verfügung. Der Anteil der Lieferungen des gesamten Einzelhandels am Privaten Verbrauch ist in den neunziger Jahren stetig rückläufig, er sank seit 1991 von 44 % auf 39,3 % (Tabelle 6).

Deutlich ist auch der Anteil des Einzelhandels im engeren Sinn, d. h. ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken zurückgegangen. Nach Darstellung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels (BAG) betrug er 1996 nur noch 36,4 % nach 42,2 % im Jahr 1990.

Der Einzelhandel hat danach erhebliche „Marktanteilsverluste“ gegenüber anderen Verwendungsbereichen bei der privaten Konsumnachfrage erlitten. Zum einen waren sie dadurch bedingt, daß durch die überdurchschnittlichen Zunahmen bei den Mietausgaben von rd. 15 % in den letzten 8 Jahren sowie Ausgaben für öffentliche Leistungen und Versicherungen erhebliche Kaufkraft dem Einzelhandel entzogen wurde. Auf der anderen Seite tragen hierzu aber auch die wachsenden Ausgaben für Freizeit und Reisetätigkeiten der Verbraucher bei, die sich in den letzten 5 Jahren um rd. 4 Prozentpunkte erhöht haben. Umso mehr ist allerdings der Einzelhandel aufgerufen bzw.

bemüht, seine Attraktivität zu erhöhen, so u. a. durch eine noch stärkere Kundenorientierung (s. Erlebnis-einkauf), eine noch stärkere Dienstleistungsorientierung im Service- und Beratungsbereich.

## II. Zur Beschäftigung im Einzelhandel

### 5. Wie hat sich in diesem Zeitraum

- a) die Zahl der Beschäftigten und
- b) die Zahl der Auszubildenden

insgesamt und in den einzelnen Einzelhandelsbranchen entwickelt?

zu a)

Der Einzelhandel hat bis 1993 im wesentlichen zum Beschäftigtenaufbau in Deutschland beigetragen. Die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel ist zwischen 1985 und 1993 im früheren Bundesgebiet um etwa 15 % gestiegen. Dieser Anstieg ist in nahezu allen Einzelhandelsbranchen zu beobachten (Tabellen 7 und 8). Besonders stark war der Anstieg im Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf, sonstigen Facheinzelhandel, aber auch im Nahrungsmittelinzelhandel, Apotheken, Facheinzelhandel mit medizinischen und kosmetischen Artikeln. Diese Bereiche sind z. T. besonders durch das Wachstum neuer Vertriebsformen (Discounter, Fachmärkte) geprägt. Die Entwicklung dürfte im wesentlichen auf die Zunahme der Teilzeitbeschäftigten (darunter auch geringfügig Beschäftigte) zurückzuführen sein, die ungewichtet in der Gesamtzahl der Beschäftigten enthalten sind. Nach der Beschäftigtenstatistik der Bundesanstalt für Arbeit hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Einzelhandel von 1986 bis 1996 um 7,8 % erhöht. Nach 1993 hat sich ein leichter Rückgang bei der Beschäftigung ergeben.

zu b)

Die Zahl der Auszubildenden ist gemäß Mikrozensus von 1985 bis 1993 um ca. 35 % zurückgegangen (Tabelle 7).

Nach den Angaben des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels (HDE) konnte 1996 erstmals seit 1991 wieder ein Plus bei den Ausbildungsplatzangeboten im Einzelhandel von rd. 3 % erreicht werden. Der Einzelhandel weist immer wieder darauf hin, daß trotz der Entwicklung in den letzten Jahren nicht alle Ausbildungsplätze besetzt werden konnten. Dies wird zum Teil auf regionale Unterschiede, eine mangelnde Flexibilität der Ausbildungsplatzsuchenden, zum Teil aber auch auf eine nicht ausreichende Qualifikation der Bewerber zurückgeführt.

### 6. Welche Veränderungen sind in der Beschäftigtenstruktur

- a) nach Qualifikation und Geschlecht,

b) nach Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügiger Beschäftigung,

c) nach Zugehörigkeit zu kleinen, mittleren und großen Unternehmen

eingetreten?

zu a) und b)

Angaben zu Qualifikation und Geschlecht der Erwerbstätigen im Einzelhandel im früheren Bundesgebiet liefert der Mikrozensus (Tabelle 9a: Absolutzahlen, Tabelle 9b: Meßzahlen). Danach hat von 1985 bis 1995 der Anteil der Beschäftigten mit mittlerer Reife deutlich zugenommen; der Anteil der Abiturienten verdoppelte sich fast. Die Zahl der männlichen Beschäftigten stieg von 868 000 auf 961 000 um 10,8 %.

Die Anzahl der Frauen im Einzelhandel stieg um 19,4 % von 1,47 Millionen auf 1,75 Millionen. Die traditionell hohe Nachfrage nach Teilzeitbeschäftigung im Einzelhandel hat in den zurückliegenden Jahren weiter zugenommen (ca. 25 % im Jahr 1985 und über 34 % 1995). Aus monatlichen Berichterstattungen der Beschäftigtenentwicklung ist zu ersehen, daß Teilzeitbeschäftigung vor allem von den selbstbedienungsorientierten Branchen angeboten wird. So hat der Anteil der Teilzeitbeschäftigten zwischen 1994 und 1996 z. B. im nichtspezialisierten Lebensmittelhandel (dazu zählen vor allem Super- und Verbrauchermärkte) um 14 %, im Bau- und Heimwerkerbereich sogar um 26 % zugenommen, während der Einzelhandel insgesamt in diesen zwei Jahren nur einen Anstieg von 6 % verzeichnete.

Insgesamt kann festgestellt werden, daß für die Beschäftigungsstruktur im Einzelhandel besonders auffällig der hohe Anteil der weiblichen Erwerbstätigen mit rd. 65 % und der Teilzeitbeschäftigten mit gut einem Drittel ist. Er liegt damit deutlich über dem Anteil in der Gesamtwirtschaft (16,5 %).

Die geringfügige Beschäftigung wird in der Antwort zu Frage 7 ausführlich behandelt.

zu c)

Die Verteilung der Beschäftigten nach Unternehmensgrößen (Tabelle 10) zeigt einen deutlichen Anstieg der Beschäftigten gerade bei den größeren Unternehmen. Der Rückgang in der untersten Beschäftigtengrößenklasse dürfte nicht nur auf Unternehmensschließungen, sondern auch darauf zurückzuführen sein, daß Unternehmen aufgrund gestiegener Teilzeitbeschäftigung jetzt höheren Beschäftigtenkategorien zugewiesen wurden.

Insgesamt zeigt die längerfristige Entwicklung, daß die erheblichen Strukturveränderungen im Einzelhandel, so z. B. durch das Ausscheiden vieler kmU im Lebensmittelhandel und das dynamische Wachstum neuer Vertriebsformen, eher zum Beschäftigtenaufbau als zu einem -abbau beigetragen haben. Dies gilt auch letztlich für neue betriebswirtschaftliche Konzepte (wie z. B. der Ausbau der Selbstbedienung, neue Warenwirtschaftssysteme, flexible Arbeitszeitgestaltung). Hierdurch wurde zwar eine Rationalisierungstendenz aus-

gelöst, nicht aber insgesamt eine Verminderung der Beschäftigung.

7. Wie beurteilt die Bundesregierung Entwicklung und Bedeutung der sozialversicherungsfreien geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse für die Unternehmen des Einzelhandels?

Aufgrund der Datenlage kann die Frage nur eingeschränkt beantwortet werden. Ein Rückgriff auf den Mikrozensus als Datenquelle erscheint nicht zweckmäßig. Für den Zeitraum bis 1995 kann davon ausgegangen werden, daß nur knapp die Hälfte aller geringfügig Beschäftigten in dieser Erhebung mit Auskunftspflicht erfaßt wurden, wenn andere Untersuchungen auf der Grundlage repräsentativer freiwilliger Befragungen zum Vergleich herangezogen werden.

Als derzeit beste verfügbare Datenquelle wird deshalb auf die für die Jahre 1987 und 1992 für das frühere Bundesgebiet vorliegenden Ergebnisse der vom Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung in Auftrag gegebenen Untersuchung „Sozialversicherungsfreie Beschäftigung“, die von der ISG Sozialforschung und Gesellschaftspolitik GmbH, Köln, erstellt wurde, zurückgegriffen. Leider ist es nicht möglich, den Wirtschaftsbereich Einzelhandel getrennt auszuweisen. Die Zahlenangaben beziehen sich auf den Handel insgesamt. Im Zeitraum 1987 bis 1992 hat sich die Zahl der geringfügig beschäftigten Personen von insgesamt 338 000 auf 566 000 erhöht. Dies entspricht einer Steigerung von gut 67 %.

Geringfügig Beschäftigte im Wirtschaftsbereich Handel im früheren Bundesgebiet 1987 und 1992 (Personen in 1000); Quelle: ISG

	1987	1992
Geringfügig Beschäftigte insgesamt	338	566
Männer	131	178
Frauen	207	388
davon: ausschließlich sozialversicherungsfrei insgesamt	280	470
Männer	100	117
Frauen	180	353
geringfügig nebetätig insgesamt	58	96
Männer	31	61
Frauen	27	35

Im Frühjahr 1998 werden die Ergebnisse der Wiederholungsuntersuchung 1997 vorliegen.

Die Größenverhältnisse im Einzelhandel lassen sich aus den Ergebnissen des Mikrozensus ableiten. Diese weisen für die Jahre 1993 und 1994 aus, daß der Anteil der im Einzelhandel geringfügig Beschäftigten etwa 85 % aller im gesamten Handel geringfügig beschäftigten Personen ausmachte.

Der deutliche Anstieg der Zahl der geringfügig Beschäftigten im Wirtschaftsbereich Handel im Jahr 1995 ist auf eine Umstellung der Wirtschaftszweigsystema-

tik und die Einbeziehung des Gastgewerbes zurückzuführen.

Geringfügig Beschäftigte mit nur einer Tätigkeit im Handel Ergebnis des Mikrozensus 1000					
Deutschland					
	1991	1992	1993	1994	1995
Handel <sup>1)</sup>	227	230	217	216	331
dar.: Einzelhandel			184	186	204
Früheres Bundesgebiet					
	1991	1992	1993	1994	1995
Handel <sup>1)</sup>	215	221	211	206	312
dar.: Einzelhandel			178	178	194
Neue Bundesländer und Berlin-Ost					
	1991	1992	1993	1994	1995
Handel <sup>1)</sup>	12	9	7	10	19
dar.: Einzelhandel			5	8	10

- 1) 1991 bis 1994: Systematik der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1979, Fassung für den Mikrozensus.  
1995: Handel und Gastgewerbe; Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1993 (WZ 93), Tiefengliederung für den Mikrozensus.

Die Beweggründe von Arbeitgebern zum Einsatz geringfügig Beschäftigter sind in vielen Branchen durch die Notwendigkeit eines flexiblen Personaleinsatzes bedingt. Die Bundesregierung verkennt nicht, daß es gerade im Bereich des Einzelhandels Flexibilisierungsnotwendigkeiten gibt. Dies gilt insbesondere für den mittelständischen Facheinzelhandel. Das Instrument der geringfügigen Beschäftigung sollte von den Beteiligten dennoch insgesamt verantwortungsvoll gehandhabt werden. Die Bundesregierung hat immer wieder betont, daß die sozialversicherungsfreie geringfügige Beschäftigung die Ausnahme sein muß, die Regel muß die versicherungspflichtige Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigung sein.

Nach Untersuchungen der BAG werden in größeren Unternehmen geringfügig Beschäftigte deutlich unterproportional eingesetzt, in Warenhäusern z. B. unter 2 %. Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten weisen dagegen einen Anteil von 20 bis 30 % auf.

### III. Zur Situation der kleinen und mittleren Unternehmen im Einzelhandel

8. Wie hat sich der Anteil der unterschiedlichen Unternehmensgrößenklassen an der Gesamtzahl der Unternehmen und am Umsatz im Einzelhandel – nach Branchen gegliedert – in Deutschland in den letzten zehn Jahren entwickelt?

Die Entwicklung der Anteile der verschiedenen Umsatzgrößenklassen hinsichtlich der Gesamtzahl der Unternehmen und Umsätze im Einzelhandel läßt sich wegen der durch eine EG-Verordnung notwendigen Änderung der Wirtschaftszweigklassifikation nur für den Einzelhandel insgesamt darstellen (Tabelle 11).

Wie bereits zu Frage 2 ausgeführt, hat sich im Zeitraum 1985/1993 der zahlenmäßige Anteil der umsatzstärkeren Unternehmen deutlich erhöht. Für die Verteilung der Umsätze trifft das ebenfalls zu.

Die Betrachtung der einzelnen Branchen ist nur für die nähere Vergangenheit möglich. Die Umsatzkonzentration im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Nahrungsmittel, war besonders ausgeprägt (s. Tabelle 12). Hier wurden 1992 vier Fünftel des Branchenumsatzes von Unternehmen der Größenklasse 100 Mio. DM und mehr erwirtschaftet. Im „Sonstigen Einzelhandel“, der weite Teile des Fach-einzelhandels mit Nichtlebensmitteln umfaßt, betrug der Umsatzanteil dieser Großunternehmen dagegen nur 26 %.

9. Wie beurteilt die Bundesregierung die wettbewerbspolitischen bzw. wettbewerbsrechtlichen Rahmenbedingungen für kleine und mittlere Unternehmen des Einzelhandels in Deutschland?

Welche Möglichkeiten sieht sie, diese Situation gegebenenfalls durch Gesetzesänderungen im Wettbewerbsrecht zu verbessern, etwa im Bereich der Einkaufskooperationen gemäß § 5 c des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen oder im Hinblick auf Praktiken, die geeignet sein können, unbillig zu behindern (z. B. Verkauf unter Einstandspreis, Konditionenspreizung, Nachfrage-macht)?

Ungeachtet der im Handel zu verzeichnenden Konzentrationsentwicklung der letzten Jahre ist die Bundesregierung der Auffassung, daß im Einzelhandelsbereich – im Lebensmittel- wie im Non-Food-Sektor und sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite – funktionierender Wettbewerb herrscht. Dieser findet etwa in den – im europäischen Vergleich – sehr niedrigen Umsatzrenditen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels seinen Ausdruck.

Angesichts des funktionierenden Wettbewerbs schlägt die Bundesregierung im Rahmen der Reform des GWB keine sektorspezifische Neuordnung des Gesetzes im Hinblick auf bestimmte Wirtschaftsbereiche, insbesondere auf den Einzelhandel, vor. Bei der Überprüfung der – besonders den Handel betreffenden – Regelungen des Kartellgesetzes zeigte sich jedoch, daß das bestehende Regelwerk in bestimmten Punkten ergänzender Vorschriften bedarf, mit denen der Entwicklung der wettbewerblichen Situation in diesem Wirtschaftssektor Rechnung getragen werden kann. Im einzelnen sieht der am 29. Oktober 1997 vom Bundeskabinett beschlossene Gesetzentwurf deshalb folgende Änderungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vor:

§ 26 Abs. 4 GWB (§ 20 Abs. 4 des Entwurfs), der bereits bisher – allerdings in generalklauselartiger Form – Verkäufe unter Einstandspreis regelte, wird um einen neuen Satz ergänzt, der Verkäufe unter Einstandspreis ausdrücklich verbietet, wenn sie ohne sachlich ge-

rechtfertigten Grund und nicht nur gelegentlich durchgeführt werden.

Der in § 5 c GWB geregelte Freistellungstatbestand für Einkaufskooperationen (§ 4 Abs. 2 des Entwurfs) wird dahingehend erweitert, daß Bezugsbindungen nicht mehr umfassend ausgeschlossen werden, sondern zulässig sind, wenn sie nicht über den Einzelfall hinausgehen.

Der im Zusammenhang mit unbilligen Behinderungen oder Diskriminierungen (§ 26 GWB, § 20 des Entwurfs) diskutierten Roß- und Reiter-Problematik wird durch eine neue Vorschrift des GWB entgegengetreten. § 70 Abs. 4 des Entwurfs sieht vor, daß die Kartellbehörden während ihrer Ermittlungen unter erleichterten Voraussetzungen Auskunftsverfügungen gegen Unternehmen erlassen können, die im Verdacht stehen, gegen das Kartellrecht zu verstoßen. Die vorgeschlagene Bestimmung ist so gefaßt, daß sie es den Kartellbehörden ermöglicht, betroffene bzw. geschädigte Unternehmen anonym zu halten, solange das kartellbehördliche Verfahren andauert.

Mit Blick auf die Konzentrationsentwicklung im Handel wird außerdem im weiteren Gesetzgebungsverfahren geprüft, ob eine besondere Definition der Marktbeherrschung für die Nachfrageseite in das Gesetz eingefügt werden soll.

10. Wie stellt sich aus Sicht der Bundesregierung die Situation des Einzelhandels in den neuen Bundesländern dar?

Hat es hier Fehlentwicklungen gegeben, und was gedenkt die Bundesregierung gegebenenfalls hiergegen zu tun?

In keinem anderen Wirtschaftssektor der ehemaligen DDR wurde so frühzeitig und so umfassend die Transformation von einer Plan- und Mangelwirtschaft zu einer Marktwirtschaft wie im Binnenhandel vollzogen. Insbesondere durch das flächendeckende Engagement der westdeutschen Handelsunternehmen mit modernen Betriebsformen und einer breiten Angebotspalette qualitativ hochwertiger und preiswürdiger Sortimente ist in den neuen Ländern ein effizientes System von Einzelhandelsgeschäften entstanden. Die Verkaufsfläche wurde verdreifacht und entspricht heute in etwa westdeutschem Niveau. Die Verbraucher können heute auf ein umfassendes vielfältiges preiswertes Angebot zurückgreifen. Der deutsche Handel hat damit eine einmalige Leistung erbracht.

Mit der Überführung der staatlich gelenkten Handelssysteme in Privateigentum und wettbewerbsorientierte Unternehmen und den Existenzgründungen ist ein zahlenmäßig akzeptabler einheimischer Mittelstand entstanden (60 000 Unternehmen), gleichwohl muß seine Wettbewerbssituation als schwierig eingeschätzt werden. Durch die schnelle Ausbreitung der effizienten westdeutschen Filialbetriebe gestaltete sich schon die Ausgangssituation für den mittelständischen Handel nicht sehr günstig. Es kam hinzu, daß zahlreiche großflächige Einkaufszentren mit ihrem umfangrei-

chen Betriebstypen- und Sortimentsmix wegen vielfältiger Gründe (Eigentumsfragen, günstige Verkehrsanbindung, billiges Bauland, gute Investitionsbedingungen u. a.) an peripheren Lagen („Grüne Wiese“) errichtet wurden. Diese Einkaufszentren entsprechen zu einem guten Teil den Präferenzen der ostdeutschen Verbraucher, die sehr preisorientiert einkaufen.

Die ungleichgewichtige Entwicklung Innenstadt/Grüne Wiese wurde seitens der Bundesregierung schon frühzeitig gegenüber den kommunalen Entscheidungsträgern für die räumliche Strukturentwicklung thematisiert. 1993 ergriff der Bundesminister für Wirtschaft gemeinsam mit anderen Ressorts und der Wirtschaft die Initiative zur Gründung des Deutschen Seminars für Städtebau und Wirtschaft (DSSW). Aufgabe des DSSW ist es, durch Informations-, Schulungs- und Beratungsleistungen Investitionen der mittelständischen Wirtschaft in den Innenstädten zu beschleunigen. Zur Festigung des innerstädtischen Mittelstandes wurden zusätzlich Investitionshilfen und unterstützende finanzielle Fördermaßnahmen eingeleitet. Seit 1996 erhalten kleine mittelständische Handelsunternehmen an Innenstandorten die 10%ige Investitionszulage. 1998 wird diese Förderung auf die eigengenutzten Betriebsgebäude ausgedehnt. Ansonsten steht dem Handel in den neuen Bundesländern das gesamte Mittelstandsförderinstrumentarium EKH, ERP, Bürgschaften usw. zur Verfügung.

11. Wie beurteilt die Bundesregierung die unter anderem von der Monopolkommission vertretene Auffassung, daß bei der empirischen Erfassung der Unternehmenskonzentration und der Wettbewerbssituation im Handel die wechselseitige Verflechtung der Unternehmen auf nationaler wie internationaler Ebene stärker erfaßt werden müsse, und welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung, eine solche Erfassung gegebenenfalls zu ermöglichen?

Die Bundesregierung unterstützt grundsätzlich das Anliegen der Monopolkommission, den Stand und die Entwicklung der Unternehmenskonzentration auf einer aussagekräftigen Datengrundlage besser erfassen und bewerten zu können. Das Hauptproblem ergibt sich daraus, daß die amtliche Statistik bei der „kleinsten rechtlichen Einheit“ Unternehmen ansetzt, Unternehmensverflechtungen, Kapitalbeteiligungen und Kooperationen dabei aber unberücksichtigt läßt. Dies führt – worauf die Monopolkommission wiederholt hingewiesen hat – zu einer erheblichen „Untererfassung“ der Konzentration aufgrund der Daten des Statistischen Bundesamtes.

Aus diesem Grund hält auch die Bundesregierung eine wirklichkeitsnahe Erfassung des Konzentrationsprozesses für wünschenswert. Allerdings steht die Forderung nach Einführung neuer Statistiken in einem besonderen Spannungsverhältnis zum Ziel der Deregulierung und des „Schlanken Staates“. Vor diesem Hintergrund beabsichtigt die Bundesregierung, amtliche Statistiken auf das absolut Notwendige zu reduzieren.

Für das von der Monopolkommission favorisierte Modell einer Verknüpfung von Daten der amtlichen Statistik mit solchen privater Datenquellen sind gesetzliche Änderungen notwendig. Probleme des Datenschutzes, der Wahrung des statistischen Datengeheimnisses und der Aufgabendefinition der amtlichen Statistik nach § 1 Bundesstatistikgesetz sind ebenfalls einzubeziehen.

Um dennoch zu einer besseren Konzentrationserfassung zu gelangen, hat das Bundesministerium für Wirtschaft im März 1997 eine Machbarkeitsstudie an das Ifo-Institut, München in Auftrag gegeben, die insbesondere die Möglichkeiten und Grenzen einer Erfassung von Kapitalverflechtungen zwischen Unternehmen und wettbewerblich relevanten Kooperationen aufzeigen soll. Untersucht werden soll besonders die Verknüpfbarkeit aus amtlichen Statistiken mit privaten Datenquellen und welcher Aufwand dafür erforderlich ist, um die Konzentration wirklichkeitsnah abzubilden. Das Gutachten wird zusätzlich auf rechtliche Fragen einer Nutzung von privaten und amtlichen Datenquellen eingehen und die Möglichkeiten von Alternativen, z. B. durch Institutserhebungen in die Prüfung einbeziehen. Aufgezeigt werden soll in diesem Zusammenhang auch, welche gesetzlichen Anpassungen ggf. nötig sind. Im Lichte dieser Ergebnisse wird die Bundesregierung über das weitere Vorgehen entscheiden.

12. Welche Mittelstandsprogramme von Bund, Ländern und Europäischer Union stehen Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung?

In welchem Umfang werden sie genutzt, und welche positiven Wirkungen konnten dadurch in der Vergangenheit z. B. im Hinblick auf Existenzgründungen und Arbeitsplätze erzielt werden?

Hält die Bundesregierung die Mittelstandsförderung in diesem Bereich für hinreichend effizient, oder plant sie gegebenenfalls eine Neustrukturierung oder sonstige Neugestaltung der Fördermaßnahmen?

Die Mittelstandsprogramme des Bundes stehen grundsätzlich allen mittelständischen Unternehmen zur Verfügung (ausführliche Broschüren des Bundesministeriums für Wirtschaft z. B. „Wirtschaftliche Förderung in den alten Bundesländern“ und „Wirtschaftliche Förderung in den neuen Bundesländern“ geben einen umfassenden Überblick über die Möglichkeiten, Voraussetzungen und Verfahren). Der Handel partizipiert voll an diesen Mittelstandsprogrammen. Eine sektorspezifische Förderung für den Handel gibt es nicht.

Von besonderer Bedeutung sind die Eigenkapitalhilfeprogramme sowie die Beschaffung von Fremdkapital über zinsvergünstigte Darlehen. Besonders hoch ist der Anteil des Einzelhandels an der Inanspruchnahme von Existenzgründungsprogrammen, die nach wie vor lebhaft nachgefragt werden. Durch die gewährten Hilfen konnte auch eine erhebliche Zahl von Arbeitsplätzen, wie aus der folgenden Tabelle ersichtlich wird, geschaffen werden. Die Inanspruchnahme und Wirkungen dieser wichtigsten Programme stellt sich wie folgt dar:

Zusagen im Einzelhandel in den Existenzgründungsprogrammen der DtA  
– von 1990 bis 1996 – inkl. neu geschaffener Arbeitsplätze

Programm	alte Länder		
	Anzahl	Betrag TDM	Neue Arbeitsplätze
ERP-Existenzgründung	20 123	1 629 298,6	35 009
Eigenkapitalhilfe	8 097	456 539,9	17 091
DtA-Existenzgründung	5 603	458 591,4	10 281
Gesamtwert	33 823	2 544 429,9	62 381

Programm	neue Länder		
	Anzahl	Betrag TDM	Neue Arbeitsplätze
ERP-Existenzgründung	30 802	3 214 528,8	67 923
Eigenkapitalhilfe	23 013	1 819 974,4	52 026
DtA-Existenzgründung	1 766	158 637,6	5 590
Gesamtwert	55 581	5 193 140,8	125 539

Programm	Gesamtwert		
	Anzahl	Betrag TDM	Neue Arbeitsplätze
ERP-Existenzgründung	50 925	4 843 827,4	102 932
Eigenkapitalhilfe	31 110	2 276 514,3	69 117
DtA-Existenzgründung	7 369	617 229,0	15 871
Gesamtwert	89 404	7 737 570,7	187 920

Im Rahmen der Gewerbeförderung für kleine und mittlere Unternehmen werden im Handel insbesondere Beratungsmaßnahmen sowie Informations- und Schulungsveranstaltungen für Unternehmer, Führungskräfte und Existenzgründer finanziell vom Bund unterstützt. Hinzu kommt die speziell für den Handel entwickelte Förderung von Unternehmerseminaren. Hiermit kann die Teilnahme an Unterrichtungen zu den vielfältigen einzelbetrieblichen Fragestellungen bezuschußt werden. Durch die Nutzung von externem Wissen wird der Transfer von betriebswirtschaftlichem wie kaufmännischem Know-how in die Unternehmen beschleunigt.

Die Inanspruchnahme durch den Einzelhandel stellt sich wie folgt dar:

Förderung für den Einzelhandel in den Jahren  
1990 bis 1996

Alte Länder

Programm	Anzahl	Teilnehmer	Betrag (Mio. DM)
Allgemeine-U-Beratungen	16 589	–	37,44
U-Seminare	919	8 335	1,95
Schulungs- und Informationsveranstaltungen	13 016	167 692	15,27
Gesamtwert	30 524	176 027	54,66

Neue Länder

Programm	Anzahl	Teilnehmer	Betrag (Mio. DM)
Allgemeine-U-Beratungen	7 490	–	22,07
U-Seminare	–	–	–
Schulungs- und Informationsveranstaltungen	3 600	51 807	6,03
Gesamtwert	11 090	51 807	28,10

Allein im letzten Jahr wurden auf dieser Grundlage annähernd 3 000 Unternehmensberatungen und 1 700 Schulungs- und Informationsveranstaltungen mit rd. 21 000 Teilnehmern aus dem Einzelhandel gefördert.

Außerdem wurden im Rahmen der Förderung der Existenzgründungsberatung 1996 im gesamten Handel 1 016 Existenzgründungs- und 435 Existenzaufbauberatungen finanziell vom Bund unterstützt. In individuellen Beratungen werden damit konkrete Hilfen für Gründungsvorhaben angeboten. Auf den Einzelhandel entfielen dabei insgesamt 1 162 Beratungen, d. h. rd. 80 %.

Mit diesen „Hilfen zur Selbsthilfe“ konnte ein wesentlicher Beitrag zur Steigerung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des mittelständischen Handels geleistet werden. Die Bundesregierung mißt gerade diesen Programmen zur Beratungs- und Schulungsförderung angesichts der erheblichen Herausforderungen des mittelständischen Einzelhandels durch einen sich weiter verschärfenden Wettbewerb, die Umstel-

lung auf neue Techniken und die Einführung des Euro große Bedeutung bei.

Zur besseren Nutzung neuer Technologien fördert die Bundesregierung im Rahmen des Technologietransfer-Förderprogramms darüber hinaus Technologiestellen für den Einzelhandel. Neben den firmenneutralen Informationen und Beratungen für mittelständische Händler bei allen Fragen und Problemen im gesamten EDV-Bereich bildet die Zusammenarbeit mit den Bildungszentren des Handels einen weiteren Schwerpunkt.

Finanziell unterstützt werden auch Investitionsmaßnahmen im Bereich der beruflichen Fortbildung im Handel. Prioritär gefördert werden der Aufbau der notwendigen Infrastruktur in den neuen Bundesländern und Erweiterungs- und Erneuerungsinvestitionen vor allem bei den Bundesfachschulen des Handels. Wichtige Fortbildungseinrichtungen in den neuen Bundesländern sind z. B. die Errichtung eines Bildungszentrums für Thüringen in Erfurt und eine Neubaumaßnahme des Bildungszentrums Sachsen-Anhalt in der Nähe von Magdeburg, die vom Bund maßgeblich gefördert werden. Hinzu kommen Fördermaßnahmen, wie die finanzielle Unterstützung des Betriebsvergleiches von kleinen und mittleren Unternehmen des Facheinzelhandels, die auf eine Verminderung der Kosten und Verbesserung der Ertragslage des mittelständischen Handels abzielen. Durchgeführt wird dieser Betriebsvergleich vom Institut für Handelsforschung, Köln.

Auch auf europäischer Ebene gibt es bisher grundsätzlich keine spezifische EU-Bereichspolitik für den Handel. Europäische Mittelstandspolitik versteht sich – so auch die dezidierte Auffassung der Bundesregierung – als Querschnittsaufgabe über verschiedene Politikbereiche, so daß beispielsweise bei der Forschungs- und Technologiepolitik sowie Strukturpolitik und Beihilfenpolitik die Bedürfnisse der kleinen und mittleren Unternehmen und des Handels entsprechende Berücksichtigung finden sollen. Die Einzelhandelsunternehmen können an den zahlreichen verschiedenen Förderprogrammen der EU teilnehmen (beispielsweise Forschungs- und Technologieprogramme, Bildungsprogramme, Gemeinschaftsinitiativen im Rahmen der Strukturfonds etc.); sie partizipieren allerdings unterschiedlich an diesen Programmen. Dies gilt auch nach Staaten.

Das derzeitige 3. Mehrjahresprogramm für kleine und mittlere Unternehmen (1997 bis 2000) mit insgesamt 127 Mio. ECU ist kein Förderprogramm der EU im engeren Sinne, sondern eher ein politisches Dokument, das für einen Mehrjahreszeitraum die Schwerpunkte in der Unternehmenspolitik für kmU festlegt. Im Rahmen dieses Mehrjahresprogramms sind einige spezifische Aktionen im Bereich des Handels vorgesehen. Diese Initiative der Kommission „Commerce 2000“ umfaßt Pilotprojekte zur Förderung des Technologietransfers, der Informationstechnologie und der Zusammenarbeit von kleinen und mittleren Unternehmen mit Großunternehmen. Darüber hinaus werden Pilotprojekte für den Bereich Handel im ländlichen Raum und Handel in benachteiligten Gebieten initiiert. Die Pilotprojekte

haben bisher eher experimentellen Charakter und entfalten keine Breitenwirkung. Sie können z. T. als Anregung für die nationale Mittelstandspolitik dienen.

Es liegen keine Zahlen über den Umfang der Nutzung vor. Die Bundesregierung wird sich im Bereich der europäischen Mittelstandsförderung für eine Verringerung der bestehenden Förderprogramme einsetzen, um die Effizienz von einzelnen Maßnahmen dadurch zu erhöhen. Außerdem müssen europäische Maßnahmen dem Subsidiaritätsprinzip genügen und immer einen entsprechenden „europäischen Mehrwert“ erzielen. Für die innereuropäische Binnenhandelspolitik wird es als viel wichtiger angesehen, einen möglichst günstigen Rahmen für den Handel zu schaffen sowie bürokratische und administrative Belastungen so gering wie möglich zu halten. Diese Haltung hat die Bundesregierung z. B. auch deutlich in ihrer Stellungnahme zum Grünbuch „Handel“ der EG-Kommission im Mai 1997 zum Ausdruck gebracht (s. Anlage 2).

Auch auf Länderebene gibt es eine Vielzahl von Mittelstandsprogrammen, in die der Handel mit einbezogen ist. Genaue Zahlen liegen der Bundesregierung nicht vor.

Zur Verbesserung der Transparenz und Konsistenz der Mittelstandsförderung in Deutschland wurde Anfang 1995 eine Bund-Länder-Arbeitsgruppe unter Vorsitz des Mittelstandsbeauftragten der Bundesregierung beim Bundesministerium für Wirtschaft gebildet.

Diese Arbeitsgruppe befaßt sich mit der Evaluierung der Mittelstandsförderung von EU, Bund und Ländern und soll konkrete Vorschläge zur Vereinfachung und Verbesserung der Grundstruktur von Mittelstandsförderung erarbeiten. Im bisher vorgelegten zweiten Bericht der gemeinsamen Arbeitsgruppe wurden auf der Grundlage der Ergebnisse eines Forschungsgutachtens im März 1997 konkrete Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Mittelstandspolitik vorgelegt (BMWi-Dokumentation Nr. 417). Für die Bundesregierung ist es wichtig, daß mit der Modifizierung der Mittelstandsförderung auch eine Straffung, Entschlackung und deutlich höhere Transparenz auf allen Ebenen verbunden wird.

13. Welche Bedeutung kommt dem Franchise-System und den Einkaufs- und Marketingverbänden des Fachhandels für die Sicherung der Zukunft des Facheinzelhandels zu?

Franchising kommt in Deutschland eine erhebliche Bedeutung nicht nur im Handel zu. Nach Angaben des deutschen Franchise-Verbandes gibt es z. Z. 560 Franchisesysteme in der Bundesrepublik Deutschland mit 24 000 Franchisenehmern. Der Gesamtumsatz wird auf rd. 25 Mrd. DM und die Beschäftigten auf 260 000 geschätzt. Von der Anzahl der Franchisesysteme her betrachtet überwiegt der Dienstleistungsbereich, wobei in den letzten Jahren besonders Franchising im handwerks- und im handwerksnahen Dienstleistungsbereich besonders zugenommen hat. Beim Gesamtumsatz ist der Bereich des Handels überproportional ver-

treten. Es wird geschätzt, daß auf den Handel knapp 50 % des Gesamtumsatzes entfallen. Auch für die nächsten Jahre werden Franchisesystemen gute Wachstumschancen bescheinigt.

Besondere Möglichkeiten für Franchising im Facheinzelhandel werden in Nischen größerer Märkte und in kleineren Marktsegmenten und im Spezialfachhandel gesehen, wie z. B. in den Bereichen Sport, Kücheneinrichtungen, Teeläden. Immer stärker besteht auch ein Interesse, „Franchiselinien“ in Kooperationsgruppen einzubeziehen.

Franchising erlaubt es besonders potentiellen Existenzgründern, sich durch erprobte und erfolgreiche Konzepte selbst unter schwierigen Wettbewerbsverhältnissen selbständig zu machen, erleichtert wird der Marktzutritt. Durch die Franchisevereinbarungen wird den Franchisenehmern in der Regel ein weitgehender Gebietsschutz, ferner das Recht eingeräumt, die Bekanntheit und den Ruf des Systems und seiner Marken zu nutzen und auch an zahlreichen zentralen Dienstleistungen zu partizipieren (z. B. EDV-Dienstleistungen, Betriebsberatung, Schulungen, Werbemaßnahmen usw.). Auf der anderen Seite besteht die Möglichkeit für den Franchisegeber, vertikale Absatzbindungen den Franchisenehmern aufzuerlegen. Handelsbetrieben bzw. Vertriebsketten werden dadurch die Möglichkeit einer engen Kooperation mit den Herstellern gegeben, mit der sie ihre Marktposition stärken und ihre Selbständigkeit erhalten können. Hierin liegt nach Ansicht der Bundesregierung auch der besonders positive Aspekt des Franchising, gerade mittelständischen Unternehmen zu einer Chance im Wettbewerb mit Großvertriebsformen und Filialisten zu verhelfen und den Konzentrationstendenzen im Handel entgegenzuwirken.

Diese Einschätzung wird auch vom Bundeskartellamt geteilt und fließt in die kartellrechtliche Beurteilung von Franchisevereinbarungen ein. Besondere Berücksichtigung findet die Eröffnung der Möglichkeit vor allem für den Nachteilsausgleich kleiner und mittlerer Unternehmen.

Wegen der Bedeutung des Franchising besonders für die Gründung neuer Unternehmen unterstützt die Bundesregierung im Rahmen ihrer Existenzgründungsförderung auch selbständige Franchisenehmer, denen bei insgesamt ausgewogenen und seriösen Vertragskonditionen ein ausreichender und langfristig beständiger unternehmerischer Spielraum eingeräumt wird. Um potentiellen Existenzgründern die Möglichkeit der Nutzung von Franchisesystemen im Einzelhandel nahezubringen, hat das Bundesministerium für Wirtschaft außerdem eine Studie der BBE-Unternehmensberatungs GmbH, Köln erstellen lassen, die u. a. einen ausführlichen Anforderungskatalog enthält. In dieser Studie wird gleichzeitig umfassend über die Chancen und Risiken des Franchising informiert.

Besonders den Einkaufskooperationen bzw. Verbundgruppen wird von der Bundesregierung eine herausragende Bedeutung für die Erhöhung bzw. Sicherung der Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit des

selbständigen Einzelhandels im Handel zugemessen. Allein zahlenmäßig – so nach Erhebungen des Ifo-Instituts – sind von den selbständigen Unternehmen im deutschen Einzelhandel rd. 140 000 Unternehmen in rd. 200 größeren und kleineren Einkaufskooperationen mit einem Umsatzanteil von knapp 45 % organisiert. Je nach Handelsbranche sind die dort anzutreffenden Kooperationsysteme, ihre Anzahl und ihre wirtschaftliche Bedeutung sehr verschieden. Dies betrifft auch die Organisationsstrukturen, insbesondere die Anbindung jeweils an die Zentralen der Handelskooperationen.

Vielfach können sich kleine und mittlere Unternehmen nur mit Hilfe der Mitgliedschaft in solchen Organisationsformen gegenüber den Filialunternehmen und den Großbetriebsformen des Handels im Systemwettbewerb behaupten. Den Kooperationen kommt von daher eine eminent wichtige Rolle in der Mittelstands- und Wettbewerbspolitik zu. Ihre Bedeutung ist in den letzten Jahren angesichts der steigenden Konzentration in Teilbereichen des Einzelhandels und eines verschärften Leistungswettbewerbs weiter gestiegen, eine Tendenz, die anhalten wird. Dabei haben sich die Anforderungen an die Kooperationsgruppen deutlich erhöht. Neben der „effizientesten“ Bündelung der kleinen Nachfragemengen der zahlreichen Mitgliedsunternehmen gehören dazu immer stärker auch Aktivitäten auf der Absatz- und Marketingseite, um den großen Handelsunternehmen im Wettbewerb wirksam entgegenzutreten. Dies wird auch von der Monopolkommission so gesehen und trifft nach ihrer Ansicht um so mehr zu, als im dynamischen Systemwettbewerb die besten Zukunftschancen dort bestehen, wo Beschaffungs- und Absatzaktivitäten noch stärker als bisher in Waren-, Logistik- und Vertriebssystemen gebündelt werden.

Neben den Großunternehmen versuchen dies heute verstärkt auch die Einkaufs- und Verbundgruppen in den von ihren Zentralen entwickelten Gruppen- und Systemkonzepten. Ihr Ziel ist es, die internen und externen Logistikkosten zu senken, Werbe- und Marktstrategien durchzuführen und den Markenbezug zu erhöhen. Hier bestehen auch nach Meinung von Experten z. T. noch erhebliche unausgenutzte Potentiale, das Funktionsprofil der Verbundgruppen zu schärfen und Synergieeffekte im Interesse ihrer Mitgliedsunternehmen zu nutzen. Dies bedeutet auch verstärkt, die Chancen aus der zunehmenden Internationalisierung und Globalisierung der Märkte durch die Kooperationen nicht nur auf der Beschaffungsseite, so z. B. durch gemeinsame Einkaufskontore wahrzunehmen. Immer stärker rücken heute auch gemeinsame Systemkonzepte, das Schaffen internationaler Marken und verstärkte Absatz- und Marketingstrategien beim internationalen Zusammenwirken in den Vordergrund.

Gerade diese veränderte Rolle der Kooperationsgruppen im Wettbewerb hat wiederholt zu Forderungen geführt, den kartellrechtlichen Handlungsspielraum der Kooperation auszuweiten, so z. B. in Richtung gemeinsamer Vermarktungsaktivitäten und

der Ermöglichung einer Bezugsbindung im Einzelfall (s. auch Antwort zu Frage 9).

Das Bundesministerium für Wirtschaft hat deshalb im Dezember 1995 einen empirischen Forschungsauftrag zum Thema Prüfung einer möglichen Erweiterung von Handlungsspielräumen der Kooperationen an das Ifo-Institut, München erteilt, um insbesondere die Mitgliedsunternehmen der Einkaufskooperationen zu diesen Forderungen zu befragen. Aus Sicht der Bundesregierung ist von den Ergebnissen her besonders die sehr differenzierte, zurückhaltende Meinung und die gleichzeitig hohe Gewichtung der Eigengestaltungsfreiheit und Handlungsautonomie der Mitgliedsunternehmen von besonderer Bedeutung. Deutlich wurde die hohe Wertschätzung der unternehmerischen Selbständigkeit bei der Frage der Preisgestaltung, aber auch der Bezugsfreiheit betont. Sie sollte nach Meinung der Befragten in Zukunft nicht nur erhalten, sondern sogar gestärkt werden. Selbst in den wenigen Fällen, in denen z. B. Bezugsbedingungen bejaht wurden, so bei bestimmten Leistungsgruppen, mittelgroßen Unternehmen und bestimmten Branchen, sollten die Bedingungen so formuliert werden, daß hierdurch nicht die grundlegende Wettbewerbsflexibilität merklich eingeschränkt wird. Im übrigen wurde gerade in dieser Untersuchung die große Bedeutung der Kooperationen und der hohe Zufriedenheitsgrad der Mitgliedsunternehmen mit ihnen noch einmal sehr deutlich gemacht.

Die Bundesregierung begrüßt die insbesondere durch dieses Gutachten ausgelöste Diskussion und die zwischenzeitlich geführten Gespräche zwischen dem Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen e. V. (ZGV) und dem Bundeskartellamt zum Ausloten der jetzt schon bestehenden Handlungsmöglichkeiten. Sie haben Niederschlag im neuesten Tätigkeitsbericht des Bundeskartellamtes für die Jahre 1995/1996 (Drucksache 13/7900, S. 35 ff.) gefunden. Danach trägt das geltende Kartellrecht der Situation der Verbundgruppen in sehr weitgehender Weise Rechnung. Dies gilt nicht nur für die in Einzelfällen möglichen wirtschaftlichen Bezugsbindungen, den Einsatz von Werbemitteln, pauschalierten Beschaffungsaufträgen z. B. bei einzelnen Importgeschäften, sofern diese keine generelle Bindung herbeiführen. Sondern es erlaubt auch Kooperationsgruppen die Festlegung eines bestimmten Erscheinungsbildes eines bestimmten Betriebstyps, so z. B. in Form des Franchising. Wie vom Bundeskartellamt festgestellt wird, sind auch zentral gesteuerte Beratungsstrategien soweit diese – ähnlich einem Franchisesystem – zur Realisierung neuer Produktlinien oder innovativer Vertriebslinien führen und den Wettbewerb belehen, zulässig. Auf diese Möglichkeit hat das Bundeskartellamt bereits in seinem Tätigkeitsbericht 1987/88 (S. 25) hingewiesen. Wichtig ist nach Ansicht des Bundeskartellamtes als zentrales Anliegen dabei, die Selbständigkeit der einzelnen Mitglieder zu stärken und zu erhalten. Dadurch wird auch der Entwicklung Rechnung getragen, daß heute Kooperationen immer stärker versuchen, die Vorteile franchiseähnlicher oder -gleicher Vertriebsformen für bestimmte Gruppen ihrer Mitglieder zu nutzen. So haben nach Angaben der Monopolkommission in ihrem Sondergutachten „Marktstruktur und Wettbewerb im

Handel“ von 1994 bereits 20 der ca. 250 Handelsoperationen Franchisemodelle entwickelt.

#### IV. Zum Ladenschluß

14. Liegen der Bundesregierung bereits erste Erkenntnisse darüber vor, wie sich die geänderten Ladenschlußzeiten auf die Einzelhandelsstruktur, die Beschäftigung im Einzelhandel und den Umsatz – jeweils nach Branchen gegliedert – ausgewirkt hat?
15. Kann die Bundesregierung bereits Angaben dazu machen – gegebenenfalls regional differenziert –, wie die geänderten Ladenschlußzeiten von den Verbrauchern angenommen werden?
16. Kann die Bundesregierung Angaben dazu machen, ob Umsatzverlagerungen aus dem ländlichen Raum oder Stadtrandlagen in die Ballungsgebiete oder sogenannte 1a-Lagen eingetreten sind?

Seit dem Inkrafttreten des Gesetzes zur Änderung des Gesetzes über den Ladenschluß und zur Neuregelung der Arbeitszeit in Bäckereien und Konditoreien am 1. November 1996 ist erst gut ein Jahr vergangen. Diese Zeitspanne ist für eine verlässliche Bilanz noch zu kurz.

Nahezu alle beteiligten Verbände und Institutionen stimmen darin überein, daß für ein fundiertes Urteil über die Auswirkungen der verlängerten Ladenöffnungszeiten auf Struktur, Beschäftigung und Umsatz im Einzelhandel sowie die Änderungen im Verbraucherverhalten eine längere Test- bzw. Probiertphase von mehreren Jahren notwendig ist. Dies entspricht auch der Auffassung der Bundesregierung. Sie wird – entsprechend einer Aufforderung des Deutschen Bundestages anlässlich der Verabschiedung des Gesetzes am 21. Juni 1996 – drei Jahre nach Inkrafttreten des Gesetzes einen Erfahrungsbericht vorlegen. In diesem Bericht wird auf die Auswirkungen der neuen Ladenöffnungszeiten sowie auf einen möglichen Änderungsbedarf einzugehen sein. Die Bundesregierung beabsichtigt, zur Vorbereitung des Erfahrungsberichts eine empirische Untersuchung in Auftrag zu geben, die auch zu den angesprochenen Fragen repräsentative Aussagen machen soll. Bisher liegen nur Teilerhebungen bzw. Einschätzungen der Handelsverbände bzw. der Gewerkschaften vor, die allenfalls erste Tendenzangaben zulassen. Von daher kann die Antwort nur diese ersten Einschätzungen Dritter wiedergeben, die nicht zu verallgemeinern bzw. nicht repräsentativ sind.

Nach den ersten vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes ist der Umsatz des deutschen Einzelhandels insgesamt in den ersten 8 Monaten 1997 um 1 % nominal gegenüber dem gleichen Zeitraum des Jahres 1996 zurückgegangen. Die Umsatzentwicklung verlief aber sehr unterschiedlich je nach Branche, Vertriebstyp und Lage des Einzelhandelsgeschäfts. Der Grund für die Stagnation im Einzelhandel insgesamt liegt besonders in dem nur geringen Anstieg der verfügbaren Einkommen, der anhaltend hohen Arbeitslosigkeit und der allgemeinen Kaufzurückhaltung. Gerade angesichts dieser konjunkturellen Entwicklung ist

es um so schwieriger, verlässliche und generelle Aussagen über die Auswirkungen der erweiterten Ladenöffnungszeiten für den gesamten Einzelhandel zu treffen.

Nach den Umfrageergebnissen des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels (HDE) vom Februar 1997 hatten von den befragten 2 500 Mitgliedsfirmen 86 % der Einzelhandelsgeschäfte ihre Öffnungszeiten verändert; rd. ein Drittel nutzen die neuen Möglichkeiten voll; 22 % haben zwischen 18.30 und 19.30 Uhr geöffnet. Nach einer neueren Umfrage vom Oktober 1997 bei rd. 2 000 Einzelhändlern mit einem Rücklauf von 1 271 sind es aktuell noch 49 % aller Unternehmen, die erweiterte Öffnungszeiten anbieten (gut ein Fünftel weniger als im November 1996). Bei den Warenhäusern sind es noch 74 %, beim Lebensmittelhandel 32 %, bei Betrieben mit mehr als 100 Beschäftigten immerhin 96 %.

Nachdem im Februar 15 % der Einzelhandelsbetriebe angaben, wegen der neuen Ladenöffnungszeiten mehr Personal eingesetzt zu haben, davon 57 % Voll- und Teilzeitkräfte, waren es im Oktober noch 6 % aller Unternehmen. Bei den Warenhäusern sind es 16 %, die zusätzlich Beschäftigte eingesetzt haben; davon 49 % auf der Basis geringfügiger Beschäftigung, 17 % als Vollzeitkräfte und 34 % als Teilzeitkräfte.

Nach Standorten haben besonders die Geschäfte in den City- und Fußgängerzonen, den Gewerbe- und Sondergebieten und den Einkaufszentren die neuen Ladenöffnungszeiten genutzt. Insbesondere von den großstädtischen Ballungsräumen berichten dort ansässige Einzelhandelsunternehmen von einer spürbaren Wirkung der abendlichen Öffnungszeiten. Interessant sind auch Hinweise auf Umsatzverschiebungen durch die veränderten Ladenöffnungszeiten, so z. B. Umsatzeinbußen bei den Tankstellen und bei den Discountern, die nicht die verlängerten Öffnungsmöglichkeiten nutzen (s. hier Angaben von A. C. Nielsen).

Der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks hat erklärt, daß durch Ausweitung der Verkaufszeiten vor allem am Sonntagvormittag 5 000 neue Arbeitsplätze (zunächst vorwiegend Teilzeitbeschäftigte und geringfügig Beschäftigte) geschaffen worden sind; die Betriebe konnten auch zu einem erheblichen Teil Mehrumsätze verzeichnen.

Eine Befragung der Mitgliedsunternehmen des Bundesverbandes der Filialbetriebe und Selbstbedienungswarenhäuser (BFS) im Oktober 1997 ergab, daß ein Drittel der Firmen die erreichten Mehrumsätze auf die neuen Ladenöffnungszeiten zurückführt. Ohne die Neuregelung wären Umsatz- und Personalentwicklung eindeutig ungünstiger ausgefallen.

Nach einer Umfrage der Allensbach Demoskopie vom Oktober 1997 ergab sich, daß 23 % der Bevölkerung die neuen Öffnungsmöglichkeiten eher häufig und weitere 50 % gelegentlich nutzen.

Nach Auffassung der Bundesregierung haben die erweiterten Ladenöffnungsmöglichkeiten zu einer gewissen Stabilisierung des Umsatzes trotz einer gegenwärtig noch zu beobachtenden Konsumschwäche beigetragen. Zum Teil sind je nach Standort und Größe

der Unternehmen auch öfFnungsbedingte Umsatzzuwächse zu verzeichnen gewesen. Die Verbraucher nutzen zunehmend die neuen Einkaufsmöglichkeiten.

V. Zur Frage der Ansiedlung und Flächenexpansion

17. Wie hat sich die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung durch den Einzelhandel mit Gütern und Dienstleistungen in den vergangenen zehn Jahren entwickelt?

Zur Beantwortung dieser Frage ist zunächst statistisch auf die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Kategorien der örtlichen Lage aufgrund der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) hinzuweisen. Sie zeigt, daß 1993 mehr als 20 % der Einzelhandelsgeschäfte direkt in Wohngebieten angesiedelt waren (Tabelle 13). Im Lebensmittelbereich, also bei Waren des täglichen Bedarfs, die im allgemeinen eher wohnortnah eingekauft werden, war es sogar knapp ein Drittel. Ein Rückvergleich mit der vorangegangenen Erhebung ist nicht möglich, da seinerzeit eine andere Typisierung der örtlichen Lage verwendet wurde. Der Anteil der Einzelhandelsgeschäfte in sog. Nebengeschäftslagen lag 1985 bei 48 %, im Lebensmittelhandel bei 53 % (Tabelle 14). Unterstellt man, daß es sich hier vor allem um Wohngebiete handelt, so ließe sich daraus schließen, daß der Anteil der wohnungsnah gelegenen Geschäfte insgesamt tendenziell abgenommen hat. Bei der Beurteilung der Qualität der Nahversorgung mit Einzelhandelsgeschäften ist aber zu beachten, daß lokale Defizite z. T. durch ortsungebundene Vertriebsformen wie den Versandhandel und den ambulanten Handel sowie – vor allem in ländlichen Gebieten – durch Eigenversorgung oder Direkteinkäufe beim Erzeuger ausgeglichen werden.

Aufschluß über regionale Unterschiede im Versorgungsgrad liefert vor allem die Verteilung der Einzelhandelsgeschäfte nach Regions- bzw. Kreistypen (Tabelle 15). Es handelt sich hierbei um eine Klassifizierung, die von der Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung festgelegt wird. Die Ergebnisse zeigen, daß die Verteilung der Einzelhandelsverkaufsstellen und der verfügbaren Verkaufsflächen weitgehend mit den entsprechenden Bevölkerungsanteilen übereinstimmt. Zwischen 1985 und 1993 gab es im früheren Bundesgebiet nur geringe Verschiebungen. Die rückläufige Zahl der Lebensmittelgeschäfte hat sich offenbar in allen Gebietstypen prozentual ungefähr gleich ausgewirkt.

18. Wie beurteilt die Bundesregierung in diesem Zusammenhang insbesondere die Sicherung der Versorgung der Bevölkerung im ländlichen Raum?

Aussagen zur Versorgungslage im ländlichen Raum lassen sich auf der Basis der amtlichen Statistik nicht treffen, da entsprechend kleinräumige Auswertungen schon aus Datenschutzgründen nicht möglich sind und rein quantitative Angaben – z. B. auf der Basis Verkaufsfläche je Einwohner – nicht ausreichen.

Hinzu kommt, daß das Einkaufsverhalten der Bevölkerung immer stärker gekennzeichnet ist durch eine hohe Mobilität der Verbraucher und die Neigung zu Einkäufen bei preisgünstigen, großflächigen Anbietern außerhalb des unmittelbaren Wohnumfeldes. Die „Nahversorgungsgeschäfte“ besitzen, auch wenn sie in der Regel keine Konkurrenten in unmittelbarer Nachbarschaft haben, kein Monopol der Nähe. Sie werden von der Mehrzahl der in ihrem Einzugsgebiet wohnenden Verbraucher vielfach nur zur Deckung des „Vergeßlichkeitsbedarfs“ aufgesucht.

Um erneut insgesamt eine Abschätzung der Situation in der Nahversorgung zu erhalten, hat das Bundesministerium für Wirtschaft 1996 eine umfassende empirische Untersuchung über die Versorgung der Bevölkerung mit Einzelhandelsleistungen an die Forschungsstelle für den Handel, Berlin, in Auftrag gegeben. Sie schließt an die Untersuchung zur Versorgungslage der Bevölkerung vor mehr als zehn Jahren an. Wie die Ergebnisse der neuen Studie jetzt vom Juli 1997 zeigen, sehen weder die Verwaltungen noch die in ländlichen Regionen lebenden Verbraucher selbst Versorgungsprobleme. Die Bevölkerung ist überwiegend mit ihren Einkaufsmöglichkeiten zufrieden. Dies gilt sowohl für die alten als auch für die neuen Bundesländer. Die Untersuchung, die sich im wesentlichen auf ländliche Gebiete erstreckte, in denen am ehesten Versorgungsschwierigkeiten zu vermuten sind, diagnostiziert, daß 73 % der Befragten ihre Einkaufsmöglichkeiten als sehr gut bis gut, 20 % als mittelmäßig und selbst in diesen Regionen nur 7 % als schlecht bis sehr schlecht einstufen. Dabei fällt auf, daß tendenziell ältere Verbraucher ihre Einkaufsmöglichkeiten besser als der Durchschnitt beurteilen.

In der Untersuchung wird – wie bereits in der Studie von 1985 – auf die Vielfalt und das starke Gewicht von zusätzlichen Versorgungsmöglichkeiten hingewiesen. Dies betrifft nicht nur die neuen modernen Vertriebsformen, sondern auch die Eigenerzeugung, Verkaufswagen, Tiefkühlheimdienste, landwirtschaftliche Direktvermarkter und nicht zuletzt Formen der Nachbarschaftshilfe, denen auf dem Lande ein hoher Stellenwert zukommt.

Als Gesamtergebnis wird in der Studie festgestellt, daß in den dünnbesiedelten Gebieten selbst bei einem geringen Besatz an stationären Geschäften für die Bevölkerung insgesamt gute Versorgungsmöglichkeiten bestehen. Ein Handlungsbedarf für Maßnahmen von öffentlicher Seite wird nicht gesehen.

Die Bundesregierung teilt diese Einschätzung. Auch sie ist der Meinung, daß die Versorgung der Bevölkerung im ländlichen Raum als gesichert anzusehen ist.

19. Wie beurteilt die Bundesregierung den Trend zur Ansiedlung von Einkaufszentren, von Verbrauchermärkten, sogenannte factory outlet centres und ähnlichen neuartigen Verkaufsformen auf der „Grünen Wiese“?

Welche Auswirkungen haben nach Auffassung der Bundesregierung Mega-Einkaufszentren, z. B. das Oberhausener Centro, auf die umliegenden Regionen?

In der Bundesrepublik Deutschland setzte im Zuge der zunehmenden Motorisierung und Mobilität der Bevölkerung seit den 60er Jahren die Tendenz ein, großflächige Einzelhandelsunternehmen am Rande und außerhalb der Städte anzusiedeln. Diese Tendenz hat sich in den 70er und 80er Jahren deutlich verstärkt. Sehr stark ist sie in den neuen Bundesländern in Erscheinung getreten, in denen seit 1990 eine Fülle von Einzelhandelsverkaufsstellen auf der „Grünen Wiese“ sowohl in den Einkaufszentren verschiedener Größe als auch an anderen Standorten errichtet wurden. Diese Entwicklungen wurden durch günstige Investitionsvoraussetzungen, durch die im Zusammenhang mit der Herstellung der deutschen Einheit noch unbefriedigenden Anwendung des bau- und raumordnungsrechtlichen Instrumentariums und die offenen Vermögensfragen unterstützt. Sie haben zu einer raschen Zunahme von Verkaufsflächen im Einzelhandel und zu einer von den Ansiedlungen in Randlagen geprägten Standortstruktur beigetragen (s. Strukturbegleitende Untersuchung „Entwicklung des Handels in den neuen Bundesländern“ des Ifo-Instituts und der Forschungsstelle für den Handel, Berlin, 11. Bericht 1997). Intensiviert wurde dadurch – nicht nur in den neuen Bundesländern – der „Wettbewerb der Standorte“ besonders im Verhältnis „Innenstadt zur Grünen Wiese“, wobei der Wettbewerb und damit die Entwicklungschancen von ungleichen – für die Innenstädte negativen – Ausgangsbedingungen geprägt sind.

In jüngster Zeit gibt es eine Reihe von Anfragen vor allem großer Investorengruppen, sog. factory-outlet-center in Deutschland anzusiedeln. Hierbei handelt es sich um großflächige Direktvertriebsformen, über die i. d. R. Hersteller Waren zweiter Wahl, aber zunehmend auch reguläre Markenwaren absetzen. Solche factory-outlet-center gibt es verbreitet bereits in den USA, in Frankreich und Großbritannien. Für ein Projekt wurde inzwischen eine grundsätzliche Genehmigung erteilt (Zweibrücken).

Zur Bewertung der Expansion großflächiger Handelsunternehmen an den Peripherien der Städte ist besonders unter Wettbewerbsgesichtspunkten festzustellen, daß diese Verkaufsformen von den Verbrauchern sehr stark aufgrund des breiten preiswerten und verkehrsgünstig erreichbaren Angebots angenommen werden und heute aus dem Spektrum der Handelsformen nicht mehr wegzudenken sind. Die neuen Standorte haben zwar zu einer Belebung des Wettbewerbs, nicht zuletzt auch durch zwischenzeitlich verstärkte Anstrengungen des innerstädtischen Handels, seine Attraktivität zu erhöhen, geführt. Auf der anderen Seite ist es durch Umsatzverlagerungen in den traditionellen innenstädtischen Einkaufsbereichen zu einem verschärften Ausleseprozeß mit dem Ausscheiden insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen im Facheinzelhandel gekommen, die für die Nutzungsvielfalt und damit die Attraktivität der Städte von besonderer Bedeutung sind.

Wesentliche Ansätze zur Verbesserung der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in den Innenstädten sowie wichtige Beiträge zum Ausgleich von ungleichen Wettbewerbsbedingungen zwischen In-

nenstadt und „Grüner Wiese“ enthält die Gemeinsame EntschlieÙung „Innenstädte als Einzelhandelsstandorte erhalten“ der Konferenz der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Minister der Länder sowie der Ministerkonferenz für Raumordnung vom 29. März/21. Juni 1996. Die dargestellten Handlungsansätze und die Hinweise auf die Notwendigkeit der Veränderung rechtlicher und förderungstechnischer Rahmenbedingungen verdeutlichen die z. Z. wesentlichen Handlungserfordernisse auf der Ebene von Raumordnung und Landesplanung sowie der Stadtentwicklung.

Für die Beurteilung der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsprojekte auf ihre Auswirkungen und ihre Zulässigkeit hin wird das bauplanungs- und raumordnungsrechtliche Instrumentarium als ausreichend, insbesondere nach der am 1. Januar 1998 inkrafttretenden Novellierung des Raumordnungs- und Städtebaurechts, angesehen.

Dies gilt auch hinsichtlich der Bewertung sog. factory-outlet-center. Sie unterliegen denselben Anforderungen wie andere große Einzelhandelsprojekte. Mit diesem Instrument können die zuständigen Landes- und Kommunalbehörden insbesondere unter den Gesichtspunkten der Auswirkungen auf die Infrastruktur, die Umwelt und Versorgung sachgerechte Entscheidungen treffen.

In ihrer – bei einer Gegenstimme von Rheinland-Pfalz gefaÙten – EntschlieÙung vom 3. Juni 1997 zu „factory-outlet-center“ hat die unter Vorsitz des Bundesministers für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau tagende Ministerkonferenz für Raumordnung festgestellt, daß das überwiegend hochwertige Sortiment der factory-outlet-center den traditionellen innerstädtischen Einzelhandel der Gemeinden in einem Umkreis von 100 km und mehr beeinflusse. Die Ministerkonferenz hat ferner ihre Auffassung zum Ausdruck gebracht, daß factory-outlet-center außerhalb von Großstädten/Oberzentren nicht zulässig sind. Besonders sorgfältig sei zu prüfen, ob für die beabsichtigten Größenordnungen in Großstädten/Oberzentren Standorte zu ermitteln sind, die negative Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel und die urbane Qualität der Städte ausschließen. Die Ministerkonferenz hat ihre in der Gemeinsamen EntschlieÙung vom 29. März/21. Juni 1996 (GMBL 1996, S. 668) erhobenen Forderungen,

- das Planungsrecht konsequent anzuwenden,
  - Chancengleichheit zwischen Einzelhandel in den Innenstädten und auf der „Grünen Wiese“ wiederherzustellen sowie
  - die Standortqualität in den Innenstädten zu fördern,
- mit dieser EntschlieÙung wiederholt.

Auf die besondere Situation in den neuen Bundesländern ist bereits hingewiesen worden (s. Antwort zu Frage 10). Vielfach wird darauf aufmerksam gemacht, daß inzwischen, gemessen an der vorhandenen Kaufkraft, zu viele großflächige Einzelhandelsunternehmen angesiedelt wurden. Dies wurde forciert durch die Probleme des innerstädtischen Handels, die ungeklärten

Eigentumsfragen, häufig zu hohe Mietvorstellungen und strukturelle Defizite sowie mangelnde Originärurbanität. Hier sollten deshalb insbesondere gegensteuernde Maßnahmen ansetzen. Im übrigen ist davon auszugehen, daß sich die übermäßige Expansion auf der „Grünen Wiese“ in Ostdeutschland zum Teil auch wieder durch den Wettbewerb entspannen wird.

Über die Auswirkungen von sog. MEGA-Einkaufszentren liegen der Bundesregierung keine eigenen Erkenntnisse vor. Letztlich entscheidet auch hier der Markt, d. h. die Verbraucher über den Erfolg und Mißerfolg der in diesen Zentren angesiedelten Einzelhandelsgeschäfte und damit auch über die Auswirkungen auf die umliegenden Regionen.

Speziell für das CentrO in Oberhausen bestätigen die derzeitigen Erkenntnisse und Ergebnisse nach Auskunft des Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes NRW, daß es zwar zu Umsatzverlagerungen in der Region kommen wird, daß diese aber sich in einer Größenordnung bewegen, die keine schädlichen Auswirkungen auf den Einzelhandel in den benachbarten Städten hat. Diese Umsatzrückgänge wurden zwischen 1,4 und 3,8 % prognostiziert und bewegen sich damit im Rahmen der üblichen konjunkturellen Schwankungen.

Angesichts der befürchteten Auswirkungen auf die Innenstädte wird derzeit vom Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau das Oberhausener CentrO neben zehn weiteren Projekten im Rahmen eines Forschungsfeldes zur städtebaulichen Entwicklung von Zentren im Hinblick auf die von ihnen ausgehenden Effekte auf die Städte und Regionen untersucht.

20. Welche Maßnahmen plant die Bundesregierung in diesem Zusammenhang zur Revitalisierung der Innenstädte?
22. Welche Maßnahmen hält die Bundesregierung für geeignet, um über den verkehrlichen Aspekt hinaus eine Belebung der Innenstädte herbeizuführen, und welche Bedingungen müssen insoweit für den innerstädtischen Einzelhandel gewährleistet sein?

Wegen der großen Bedeutung der Städte nicht nur im wirtschaftlichen Bereich mißt die Bundesregierung einer positiven Stadtentwicklung einen hohen Stellenwert zu.

Einen integralen Bestandteil bildet hierfür ein attraktiver, lebendiger, vielfältiger Handel. Städte ohne einen funktionierenden Handel sind ebenso undenkbar wie ein Handel ohne Städte mit einer entsprechenden Wohn- und Lebensqualität und Infrastruktur. Schon historisch hat es eine enge Symbiose zwischen blühendem Handel und blühenden Städten gegeben, und ist die Stadtkultur maßgeblich von den Kaufleuten bzw. Kaufmannschaften geprägt worden. Nicht zuletzt geht es deshalb auch darum, die Städte und den Handel in ihrer Gemeinschaft als ein Teil des kulturellen Erbes zu bewahren und für die Zukunft zu sichern. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der „Revitalisierung“ der Innenstädte in ihrer zentralen Stellung zu.

Die Bundesregierung begrüßt und unterstützt von daher alle Maßnahmen, die wirksam zur Revitalisierung beitragen können, insbesondere in den neuen Bundesländern (s. hierzu auch Antwort zu Frage 10). Sie sind in erster Linie Aufgabe der Bundesländer und Kommunen. Vor allem den Städten und Gemeinden kommt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle zur Erhaltung und Stärkung des innerstädtischen Handels zu. Sie entscheiden nicht nur als Träger der Bauleitplanung mit dem Bauplanungsrecht direkt über die Ansiedlung von Handelsbetrieben, sondern befinden maßgeblich durch ihre Stadtentwicklungspolitik über wichtige Standortfaktoren des Handels.

Die Bundesregierung ist der Auffassung, daß es bei der Politik zur Erhöhung der Attraktivität der Innenstädte nicht um eine Verschlechterung der Bedingungen für das Umland gehen kann. Gerade auch im Interesse des Einzelhandels wird es darauf ankommen, die Bedingungen in den Städten selbst zu verbessern. Dazu zählt vor allem,

- sinnvolle Verkehrskonzepte zu entwickeln bzw. umzusetzen, die sowohl den Individualverkehr als auch den Wirtschafts- und Lieferverkehr einschl. den ruhenden Verkehr und den ÖPNV ausreichend berücksichtigen,
- die Gesichtspunkte des Handels noch stärker in die kommunalen Entscheidungen einzubeziehen, so z. B. durch entsprechende Stadtmarketingmaßnahmen, Koordination der öffentlichen und privaten Investition, den zusätzlichen Flächenausweis in der Bauleitplanung für Handelsobjekte,
- die Sicherheit in den Innenstädten zu erhöhen (s. hierzu Antwort auf die Fragen 22 ff.),
- das Erscheinungsbild der Städte (einschließlich der Maßnahmen im Rahmen des Denkmalschutzes) weiter zu verbessern,
- die Zusammenarbeit und Eigeninitiative vor Ort zu stärken und zu nutzen, so z. B. in Form von Werbegemeinschaften, City-Ringen, Gemeinschaften der Fachhändler,
- die Beiträge der Stadt- und Handelsforschung noch besser zu verzahnen (so z. B. in Form des Städtevergleichs des Instituts für Handelsforschung, Köln),
- für ein attraktives vielfältiges kulturelles Angebot und durch gemeinsame Aktionen für eine lebendige Innenstadt zu sorgen (so z. B. Märkte, Gewerbeschauen, Feste, Wettbewerbe usw.),
- möglichst einheitliche und kundenfreundliche Geschäftszeiten.

Viele Maßnahmen in diesem Sinn werden bereits von den Ländern und Kommunen durchgeführt bzw. gefördert (s. dazu u. a. die Antwort der Bayerischen Staatsregierung zu den schriftlichen Anfragen zur Situation und Perspektiven des Einzelhandels in Bayern vom 26. November/2. Dezember 1996).

Die Bundesregierung trägt im Rahmen ihrer Möglichkeiten zur Verbesserung der Situation in Städten insbesondere durch die Städtebauförderung und die damit zur Verfügung gestellten Mittel bei. Der Forderung, Städtebauförderungsmittel zur nachhaltigen Entwick-

lung von Innenstadtbereichen und Stadtteilzentren mit der städtebaulich lebensnotwendigen Nutzungsmischung von Wohnen, Handel und Gewerbe einzusetzen, wird die mit den Ländern abzuschließende Verwaltungsvereinbarung 1998 mehrfach nachkommen:

- Bei den Förderungsgegenständen wird eine Konzentration der Finanzhilfen auf innenstadtrelevante Förderungsschwerpunkte und eine enge Verzahnung mit dem Einsatz von Wohnungsbauförderungsmitteln angestrebt.
- Zur besonderen Berücksichtigung des Standortes Innenstadt für den Einzelhandel wird der „innenstadtbedingte Mehraufwand für die Herrichtung von Gebäuden und ihres Umfeldes für Handel, Dienstleistungen, innenstadtverträgliches Gewerbe“ als besonders ausgewiesener Fördertatbestand vorgesehen. Dieser Fördertatbestand wurde eingeführt, weil sich Handel und (innenstadtverträgliches) Gewerbe immer mehr aus der Innenstadt zurückziehen und auf der Grünen Wiese niederlassen. Die Förderung soll helfen, dieser Entwicklung entgegenzuwirken, indem sie den Gemeinden die Möglichkeit eröffnet, einen Anreiz für Geschäftsleute zu bieten, sich (wieder) in der Innenstadt niederzulassen. Hierdurch wird der Wirtschaftsstandort Innenstadt nachhaltig gestärkt.

Nicht zuletzt hat die Bundesregierung durch die Erweiterung der Ladenöffnungsmöglichkeiten zum 1. November 1996 einen positiven Beitrag zur Belebung der Innenstädte geleistet. Sie kommt nicht nur dem Einzelhandel, sondern auch der dort ansässigen Gastronomie und den kulturellen Einrichtungen zugute. Mit den neuen Öffnungsmöglichkeiten wird zu einer stärkeren Abkoppelung von Arbeits- und Einkaufszeiten und damit zu einer Verringerung der Verkehrsspitzen beigetragen. Ausdrücklich wird es dem innerstädtischen Facheinzelhandel erlaubt, gemeinsame Empfehlungen über Ladenöffnungszeiten auszusprechen und damit für ein hohes Beteiligungsverhalten zu sorgen.

Die Bundesregierung tritt gerade auch im Hinblick auf die „Revitalisierung der Innenstädte“ für eine vorwärtsgerichtete, den dynamischen Strukturwandel fördernde Politik der Schaffung günstiger Rahmenbedingungen ein. Sie hält es dagegen für nicht sinnvoll, Konzepte in Richtung der Erhaltung bestimmter Strukturen (Vertriebsformen, Standorte usw.) zu entwickeln, die diesen Prozeß aufhalten sollen. Dies gilt z. B. auch für großflächige Einzelhandelsbetriebe. Auch für sie sollte gelten, nicht eine grundsätzliche Verhinderung dieser Betriebsform in den Vordergrund zu rücken, sondern eine sinnvolle und die Innenstädte nicht gefährdende Integration in die Handelslandschaft.

Gerade durch die Änderung des Bau- und Raumordnungsgesetzes, die zum 1. Januar 1998 in Kraft tritt, werden eine Vielzahl von Maßnahmen zur Stärkung der Innenstädte, auch im Verhältnis zur „Grünen Wiese“ wirksam, die hierfür eine ausreichende Grundlage schaffen.

Eine größere Flexibilität für die Innenstadtentwicklung ermöglichen z. B. die durch die Änderung des Baugesetzbuchs vorgesehenen Erleichterungen für mehr Nutzungsmischung sowie die Fortentwicklung der Eingriffsregelung. So führt die Integration der naturschutzrechtlichen Eingriffsregelung unmittelbar in das Bauplanungsrecht zu einer Stärkung der städtebaulichen Planung und zu einer bedarfsgerechten räumlichen Verteilung von Siedlungs- und Ausgleichsflächen. Hierdurch läßt sich eine bessere bauliche Ausnutzung vom Plangebiet in den Innenstädten und Stadtteilzentren erreichen, weil der ggf. aufgrund der Eingriffsregelung erforderliche Ausgleich an anderer Stelle des Gemeindegebietes erleichtert wird.

- 21. Mit welchen Maßnahmen und Initiativen kann nach Auffassung der Bundesregierung angesichts des allgemein wachsenden Verkehrsaufkommens sichergestellt werden, daß die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstädte gewährleistet bzw. verbessert wird?

Die Attraktivität der Innenstadt als Einkaufsstandort hängt letztlich von der Erreichbarkeit auch für den Individualverkehr ab. Es ist die Aufgabe der Kommunen selber, ihre Gestaltungsspielräume zu nutzen und mit planerischen, verkehrstechnischen, baulichen und verkehrslogistischen Maßnahmen die richtige Weichenstellung vorzunehmen. Aufgrund der baulichen Gegebenheiten in der Innenstadt und der oftmals gewünschten städtebaulichen Qualitäten wird es für Einzelhandelsstandorte in manchen Innenstadtlagen immer nur ein begrenztes Stellplatzangebot geben können. Deshalb ist für den innerstädtischen Einzelhandel auch die gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) von besonderer Bedeutung. Verkehrswirksame Maßnahmen sollten möglichst in enger Abstimmung mit allen Beteiligten vor Ort erfolgen, da sie gerade für den Einzelhandel von großer Bedeutung sind.

Nach Auffassung der Bundesregierung werfen massive Restriktionen des motorisierten Individualverkehrs häufig eher Probleme auf als zur Lösung der Mobilitätsprobleme beizutragen. Ziel einer sachgerechten Verkehrspolitik muß das Nebeneinander von motorisiertem Individualverkehr und einem möglichst attraktiven ÖPNV-Angebot sein. Auch der Fahrrad- und Fußgängerverkehr muß bei der Suche nach sachgerechten Lösungen einbezogen werden.

Die Bundesregierung hilft den Betroffenen dabei mit Forschungsprojekten, vor allem aber mit Finanzhilfen, die den Ländern zur Verbesserung der Verkehrsverhältnisse für Investitionen des kommunalen Straßenbaus und des ÖPNV nach dem Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz und dem Regionalisierungsgesetz zur Verfügung gestellt werden. Insgesamt erhalten die Länder in diesem Rahmen über 15 Mrd. DM jährlich. Die Entscheidung über die konkrete Verwendung der Mittel liegt dabei bei den Ländern.

VI. Zu Kriminalität und Einzelhandel

- 23. Wie beurteilt die Bundesregierung die steigende Anzahl von Massendelikten, unter anderem Ladendiebstähle, mit Blick auf die Situation des Einzelhandels, insbesondere in den innerstädtischen Bereichen?

Die Bundesregierung betrachtet mit Sorge die hohe Zahl von Delikten und die steigende Tendenz zur Gewaltanwendung. Durch den Ladendiebstahl ist der Einzelhandel hiervon sehr direkt betroffen.

Die Fallentwicklung beim Ladendiebstahl sowie bei dem Diebstahl unter erschwerenden Umständen in/ aus Warenhäusern, Verkaufsräumen und Selbstbedienungsläden zeigt nach der Polizeilichen Kriminalstatistik seit 1993 unterschiedliche Tendenzen:

schwerer Diebstahl (Einbruch) in Warenhäusern, Verkaufsräumen, Selbstbedienungsläden – ohne Ladendiebstahl –			Ladendiebstahl – insgesamt –	
Jahr	erfaßte Fälle	Steigerung in %	erfaßte Fälle	Steigerung in %
1993	101 494	–	670 965	–
1994	87 355	– 13,9	585 671	– 12,7
1995	83 760	– 4,1	614 312	4,9
1996	77 178	– 7,9	656 339	6,8

Von 1993 auf 1994 gingen die Fallzahlen beim Ladendiebstahl, vermutlich u. a. auch als Folge der Asylrechtsänderungen, deutlich zurück. Bei schwerem Warenhausdiebstahl setzte sich dieser Rückgang bis 1996 fort. Beim Ladendiebstahl gab es in den letzten beiden Berichtsjahren wieder einen Anstieg.

Über die Entwicklung speziell in den Innenstädten gibt es keine statistischen Angaben. Gewisse Hinweise ergeben sich allerdings aus den Umfragen der BAG.

Der durch den Diebstahl angerichtete Schaden wird in der Polizeilichen Kriminalstatistik nur für die angezeigten Fälle erfaßt, bei denen das gestohlene Gut in der Regel wiedererlangt wurde. Außerdem sind die bei Einbrüchen angerichteten Sachschäden nicht berücksichtigt.

Danach entwickelten sich die Schadenssummen beim Ladendiebstahl insgesamt in der Bundesrepublik Deutschland seit 1993 wie folgt:

Ladendiebstahl – insgesamt –		
Jahr	vollendete Fälle	Schadenssumme in Mio. DM
1993*	569 738	80,0
1994	580 809	92,5
1995	609 009	71,9
1996	650 339	73,7

\* 1993 nur alte Länder mit Gesamt-Berlin.

Die Höhe des echten Schadens bei den nichtangezeigten Fällen dürfte die statistisch erfaßte Schadenssumme um ein Vielfaches übertreffen. Für das Dunkelfeld bei Ladendiebstahl gibt es (empirisch nicht belegte) Schätzungen von 90 % der Taten. Der HDE schätzt den Wert der gestohlenen Waren auf etwa 4,5 Mrd. DM pro Jahr und konstatiert eine Verlagerung zum Diebstahl von teuren Artikeln wie Parfüms, Armbanduhrn oder CD. Jedes der 2 500 deutschen Kaufhäuser büße täglich 3 CD ein, wodurch sich allein in diesem Bereich ein Diebstahlsverlust von etwa 56 Mio. DM im Jahr ergebe.

An der Spitze der gestohlenen Waren liegen nach HDE Kosmetika mit 21 % vor Textilien (12 %), Elektroartikeln (9 %), Drogeriebedarf und Schmuck (je 7 %), Lebensmittel und Tabak (je 5 %), Sportartikel, Werkzeuge, Autozubehör, Rundfunkartikel, Spielwaren und Spirituosen (je 3 %).

Der HDE weist in Übereinstimmung mit der Polizeilichen Kriminalstatistik darauf hin, daß es sich um immer jüngere Täter handelt. Immer häufiger rückten außerdem Tätergruppen in die Geschäfte ein und räumten ganze Regale leer. Die Gewalttätigkeit gestellter Täter nehme zu.

Die Bundesregierung sieht über den angerichteten materiellen Schaden hinaus auch die erhebliche Beeinträchtigung und persönliche Belastung der Ladeninhaber und des Verkaufspersonals, die Täter zu stellen und „dingfest“ zu machen. Hinzu kommt der immense erhebliche zusätzliche Aufwand für Sicherheitsmaßnahmen und deren Handhabung, der vom HDE auf 1,5 Mrd. DM jährlich geschätzt wird. Die Bundesregierung ist deshalb der Auffassung, daß aufgrund dieser gravierenden Auswirkungen für den Einzelhandel der „Ladendiebstahl“ nicht verharmlost bzw. bagatellisiert werden darf. Sie wird sich von daher auch allen politischen Forderungen nach einer „Entkriminalisierung“ widersetzen.

- Wie beurteilt die Bundesregierung die Auswirkungen der über reine Eigentumsdelikte wie Ladendiebstähle hinausgehenden Kriminalitätsentwicklung, etwa Beschaffungskriminalität im Zusammenhang mit Drogenkonsum oder die generelle Zunahme von Gewalt im öffentlichen Straßenraum, Behinderung und Belästigung von Passanten usw., auf die Situation des Einzelhandels?

Der Bundesregierung ist bekannt, daß auch die „übrige Kriminalitätsentwicklung“ besonders in den Innenstädten zu einer zunehmenden Beunruhigung im Einzelhandel führt, in der eine zusätzliche z. T. erhebliche Beeinträchtigung gesehen wird. Im einzelnen ist zu diesem Bereich folgendes festzustellen:

Die Entwicklung der in der Bundesrepublik Deutschland aufgeklärten Fälle, die nach polizeilicher Erkenntnis von „Konsumenten harter Drogen“ begangen wurden, zeigt nachfolgende Tabelle für die Straftaten insgesamt und für den Ladendiebstahl:

Jahr	Straftaten insgesamt aufgeklärte Fälle		Ladendiebstahl insgesamt aufgeklärte Fälle		%ualer Anteil Ladendiebstahl an Straftaten insgesamt
	Konsument harter Drogen	Steigerung in %	Konsument harter Drogen	Steigerung in %	
1993	173 429	–	33 447	–	19,3
1994	166 334	– 4,1	31 215	– 6,7	18,8
1995	202 447	21,7	39 881	27,8	19,7
1996	220 900	9,1	42 529	6,6	19,3

Nach einem Rückgang von 1993 bis 1994 stiegen die Zahlen deutlich an. Ladendiebstahl ist zweifellos ein wichtiger Bereich der Beschaffungskriminalität Drogenabhängiger. Immerhin ein Fünftel der erfaßten Ladendiebstähle stehen damit im Zusammenhang.

Zum Aspekt der Gewalt als Massendelikt im öffentlichen Straßenraum zeigt die Polizeiliche Kriminalstatistik, wie aus nachfolgender Tabelle abzulesen ist,

folgende Entwicklung: Bei den Fällen von Handtaschenraub ergibt sich seit 1994 eine fast gleichbleibende Zahl. Beim sonstigen Straßenraub und bei gefährlicher/schwerer Körperverletzung im öffentlichen Raum zeigt sich seit 1994 eine sehr stark ansteigende Tendenz, die nach den Opferzahlen vor allem männliche Jugendliche und Heranwachsende trifft, seltener dagegen die Erwachsenen:

Jahr	Handtaschenraub		sonstige Raubüberfälle auf Straßen, Wegen oder Plätzen		gefährliche und schwere Körperverletzung auf Straßen, Wegen oder Plätzen	
	erfaßte Fälle	Steigerung in %	erfaßte Fälle	Steigerung in %	erfaßte Fälle	Steigerung in %
1993	7 916	–	25 865	–	30 501	–
1994	7 057	– 10,9	25 450	– 1,6	29 114	– 4,5
1995	7 156	1,4	29 503	15,9	32 867	12,9
1996	7 126	– 0,4	31 824	7,9	35 414	7,7

Die genauen Tatörtlichkeiten und Tatzeiten können allerdings der Statistik nicht entnommen werden, so daß keine Aussage darüber möglich ist, inwieweit diese Fälle das Käuferverhalten in der Innenstadt beeinträchtigen.

Ebenso liegen der Bundesregierung keine Daten über „Behinderung und Belästigung“ von Passanten, wie z. B. durch aggressives Betteln vor. Aussagen dazu können daher ebenfalls nicht getroffen werden. Es liegt aber nahe, daß derartige Mißstände sich nicht gerade positiv auf den innerstädtischen Einzelhandel auswirken.

25. Wie beurteilt die Bundesregierung die in der Praxis der Strafverfolgungsbehörden zu beobachtende Entwicklung, Verfahren wegen Eigentumsverletzungen im Bereich sogenannter Bagatelldelikte entsprechend – bundesweit nicht einheitlicher – Richtlinien generell gemäß den §§ 153, 153 a StPO einzustellen, und wie hält sie eine solche Praxis mit der Gesetzgebungskompetenz des Bundes für das Strafrecht für vereinbar?

Das Legalitätsprinzip, d. h. die rechtliche Verpflichtung der Staatsanwaltschaft als Ermittlungs- und Anklagebehörde, bei Anhaltspunkten für das Vorliegen einer Straftat ein Ermittlungsverfahren durchzuführen und bei hinreichendem Tatverdacht die öffentliche Klage zu erheben, gilt nicht ohne Ausnahme. Seine Einhaltung um jeden Preis – so z. B. auch bei sog. Bagatelldelikten – würde im Ergebnis zu einer Überbelastung der Strafrechtspflege führen, die somit ihrem Auftrag nicht mehr in der erforderlichen Weise nachkommen könnte. Das Gesetz durchbricht daher das Legalitätsprinzip in einer Reihe von Fällen, in denen die Staatsanwaltschaft nach pflichtgemäßem Ermessen von der Erhebung der öffentlichen Klage absehen kann; insoweit gilt das Opportunitätsprinzip. Eine wichtige Durchbrechung des Legalitätsprinzips zugunsten des Opportunitätsprinzips enthalten die Vorschriften über die Einstellung des Verfahrens (§§ 153 ff. StPO).

Nach § 153 Abs. 1 StPO kann z. B. die Staatsanwaltschaft (ggf. mit Zustimmung des für die Eröffnung des Hauptverfahrens zuständigen Gerichts) von der Verfolgung absehen, wenn die Schuld des Täters gering ist und ein öffentliches Interesse an der Strafverfolgung fehlt. § 153 a Abs. 1 StPO erfordert für die vorläufige Einstellung, daß das öffentliche Interesse an der Strafverfolgung durch die Erfüllung von Auflagen bzw. Weisungen beseitigt werden kann und die Schwere der Schuld des Täters der Einstellung nicht entgegensteht.

Die Weite dieser Merkmale birgt naturgemäß die Gefahr einer ungleichmäßigen Handhabung durch die Praxis in sich. Es ist daher grundsätzlich sachgerecht und aus Gründen der Rechtsgleichheit und damit materiellen Gerechtigkeit sogar geboten, auf eine Vereinheitlichung der Handhabung dieser Einstellungsmöglichkeiten hinzuwirken.

Dieser Zielsetzung dienen die sog. Kleinkriminalitätserlasse der Landesjustizverwaltungen. Sie stellen aber nur Richtlinien für den Regelfall dar, die eine abweichende Sachbehandlung nach den Besonderheiten des Einzelfalles nicht ausschließen.

Der Bundesregierung liegen keine Erkenntnisse vor, daß in der Praxis eine – als bedenklich zu bewertende – Handhabung besteht, unabhängig von den Umständen des Einzelfalles Verfahren wegen sog. Bagatelldelikte generell nach den §§ 153, 153 a StPO einzustellen.

26. Welche Erkenntnisse liegen der Bundesregierung derzeit zu den Wirkungen des sogenannten Bochumer Modells vor, wonach bei Eigentumsdelikten, insbesondere Diebstahl und Handtaschenraub, die Täter bereits am Tag ihrer Ergreifung durch die Strafjustiz verurteilt werden?

Das sog. Bochumer Modell ist eines von verschiedenen Modellen, die in den Ländern zur verstärkten Anwendung des beschleunigten Verfahrens entwickelt worden sind. Diese Modelle befinden sich sämtlich noch im Stadium der Erprobung, so daß abschließende Erfahrungen noch nicht vorliegen.

Nach Mitteilung der Landesjustizverwaltung Nordrhein-Westfalen lassen sich die Ziele und Vorzüge des in Bochum praktizierten beschleunigten Verfahrens wie folgt zusammenfassen:

- Garantie eines zügigen Verfahrensabschlusses,
- erhebliche Ersparnis an Ermittlungsaufwand und -kosten,
- sichere Identitätsfeststellung des Täters in der Hauptverhandlung,
- optimale Erinnerungsfähigkeit der Zeugen,
- pädagogische und abschreckende Wirkung durch tatzeitnahes Urteil,
- Stärkung des Sicherheitsgefühls beim Bürger,
- Vertrauensbildung in die Funktionsfähigkeit der Rechtspflege.

27. Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung, auf eine verstärkte Anwendung des mit dem am 1. Dezember 1994 in Kraft getretenen Verbrechensbekämpfungsgesetz eingeführten beschleunigten Verfahrens hinzuwirken und die Aufnahme der Tätigkeit des ebenfalls mit diesem Gesetz geschaffenen zentralen staatsanwaltschaftlichen Verfahrensregisters zu beschleunigen?

Die Bundesregierung mißt dem Grundsatz der „Verfahrensbeschleunigung“ bei der Verbrechensbekämpfung große Bedeutung bei.

Auf Vorschlag des Bundesministeriums der Justiz haben die Landesjustizverwaltungen deshalb eine Arbeitsgruppe zur Optimierung des beschleunigten Verfahrens eingesetzt, die binnen kurzer Frist einen Bericht erarbeitet hat. Dieser Bericht enthält für die Praxis hilfreiche Empfehlungen, um Vorbehalte gegen die Durchführung des beschleunigten Verfahrens abzubauen. Diesem Zweck dienen auch die von den Landesjustizverwaltungen organisierten Dienstbesprechungen. Erste Erfolge haben sich bereits eingestellt.

Die Realisierung des länderübergreifenden zentralen staatsanwaltlichen Verfahrensregisters (ZStV) erfolgt gemäß §§ 474, 476 Abs. 5 StPO auf der Grundlage der mit Zustimmung des Bundesrates ergangenen Errichtungsanordnung vom 7. August 1995 (BAnz Nr. 163) durch den Bund, vertreten durch den Generalbundesanwalt beim Bundesgerichtshof. Einzelheiten der Errichtung sind in organisatorisch-technischen Leitlinien geregelt, die im Laufe des Jahres 1996 nach schwierigen Verhandlungen mit den Ländern unter Einigung auf technische Standards einvernehmlich erstellt wurden. Am 15. November 1996 wurde der Zuschlag für die Verfahrensrealisierung erteilt. Die Arbeiten sind umgehend aufgenommen worden und schreiten planmäßig voran.

Mit der Inbetriebnahme des Gesamtsystems ist allerdings erst 1999 zu rechnen, da die Arbeiten während der Errichtungsphase einem engen abgestimmten Zeitplan folgen.

Die Bundesregierung hat keine Möglichkeit, um eine Inbetriebnahme des Systems vor diesem Termin zu realisieren. Die Länder und sonstigen gesetzlich vorgesehenen Nutzer bereiten auf der Grundlage der organisatorisch-technischen Leitlinien für diesen Zeitpunkt die Betriebsaufnahme vor. Aufgabe der Bundesländer ist es dabei insbesondere, neben der Übermittlung der für die Auskunft geeigneten Verfahrensdaten zeitgerecht die Systeme bereitzuhalten, die für die Anlieferung der Daten zum Bundeszentralregister und den Auskunftsbetrieb Anfang des Jahres 1999 erforderlich sind.

#### VII. Zu Umweltfragen

28. Sind nach den bisher vorliegenden Erfahrungen mit der Umsetzung kooperativer Entsorgungssysteme, wie dem Dualen System Deutschland, Wettbewerbsbeschränkungen verbunden, welcher Art sind diese gegebenenfalls und welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung, um die

Lösung eines möglicherweise bestehenden Zielkonfliktes zwischen Umwelt- und Wettbewerbspolitik herbeizuführen?

Bei der Erfüllung von Rücknahme- und Verwertungs-pflichten für gebrauchte Produkte oder Verpackungen ergibt sich regelmäßig dann ein Spannungsverhältnis zwischen Umwelt- und Wettbewerbspolitik, wenn die Wahrnehmung der Entsorgungsverantwortung nicht individuell durch die einzelnen Unternehmen erfolgt, sondern kooperative Lösungen für eine größere Zahl von Unternehmen oder ganze Branchen angestrebt werden. Wie die Erfahrungen zeigen, besteht bei solchen Kooperationen Bedarf darauf zu achten, daß dem Wettbewerb genügend Raum gelassen wird.

Wettbewerbsprobleme stellen sich nicht nur bei privatwirtschaftlichen Lösungen mit Hilfe von Selbstverpflichtungen der Wirtschaft, sondern in ähnlicher Weise auch bei staatlichen Rahmenvorgaben durch Verordnung. Auch in diesem Fall müssen bei der konkreten Ausgestaltung der Entsorgungssysteme wettbewerbliche Prinzipien in möglichst weitem Umfang zur Geltung kommen. Kooperative Systeme sind aus wettbewerbspolitischer und -rechtlicher Sicht grundsätzlich möglich, jedoch sind die Grenzen des nationalen (GWB) und europäischen Wettbewerbsrechts (EG-Vertrag) zu beachten.

Nach Auffassung der Bundesregierung stellen Selbstverpflichtungen gegenüber starren ordnungsrechtlichen Vorgaben das flexiblere umweltpolitische Instrument dar. Sie stimulieren durch größere Gestaltungsräume das Eigeninteresse der Betroffenen bei deren Suche nach optimalen kosteneffizienten Lösungen zur Erreichung des vorgegebenen umweltpolitischen Ziels.

Nach Auffassung der Monopolkommission sind im Umweltschutz privatrechtliche Wettbewerbsbeschränkungen hinzunehmen, wenn ein gesetzlich gewollter Zweck verfolgt wird und das eingesetzte Mittel erforderlich ist, um ihn zu erreichen.

Im Zuge der GWB-Reform soll durch eine ergänzende Freistellungsklausel ein klar konturierter, nach wettbewerblichen Kriterien begrenzter Rahmen geschaffen werden, der es ermöglicht, auch Unternehmenskooperationen im Umweltbereich, unter bestimmten Voraussetzungen vom Kartellverbot freizustellen.

Das umweltpolitische Instrument der Selbstverpflichtung bedeutet keineswegs eine Rücknahme der Verantwortung des Staates für eine der Gesamtgesellschaft verpflichteten Umweltpolitik. Die Bundesregierung prüft in jedem Einzelfall, ob durch die Selbstverpflichtung das von ihr gesetzte umweltpolitische Ziel erreicht wird oder zusätzliche Maßnahmen erforderlich werden.

Die Bundesregierung bewertet die Selbstverpflichtung der Wirtschaft für die Altauverwertung als ein positives Beispiel in diesem Sinne. Den notwendigen ordnungsrechtlichen Rahmen, um diese Selbstverpflichtung zum Tragen kommen zu lassen, setzte die Bundesregierung mit der Altauverordnung. Die Ver-

ordnung gewährleistet einen freien – von der Automobilindustrie unabhängigen – Marktzutritt für alle Anbieter von Verwertungsleistungen, sofern sie bestimmte gesetzlich vorgegebene Bedingungen erfüllen.

Die Bundesregierung hat mit dem von ihr beschlossenen Entwurf einer Novelle der Verpackungsverordnung die Voraussetzung zur Einführung von mehr Wettbewerb bei der Entsorgung und Verwertung von Verpackungen geschaffen. Zu den wettbewerbsfördernden Elementen gehören insbesondere die Verpflichtung zur Ausschreibung von Entsorgungsleistungen durch kollektive Systeme, die Aufhebung der sog. Schnittstelle Null und die Gleichrangigkeit von stofflicher und energetischer Verwertung von Verkaufsverpackungen aus Kunststoff. Nach Ablehnung des von der Bundesregierung beschlossenen Entwurfs durch den Bundesrat im April 1997 hat die Bundesregierung mit Zustimmung des Deutschen Bundestages einen neuen Entwurf vorgelegt, der den Forderungen der Länder dort nachkommt, wo das Ziel der Novelle – mehr Wettbewerb in der Entsorgungswirtschaft – nicht gefährdet wird.

29. Warum wurden die Ergebnisse der im Juli 1996 vom ifo-Institut vorgelegten Studie „Förderung ökologisch sinnvoller Getränkeverpackungen“ im derzeit laufenden Novellierungsverfahren der Verpackungsverordnung nicht berücksichtigt, und welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung gegebenenfalls in anderer Weise aus den Ergebnissen dieser ifo-Studie?

Die beim Ifo-Institut in Auftrag gegebene Studie sollte unabhängig von dem laufenden Novellierungsverfahren zur Verpackungsverordnung Erkenntnisse über alternative Förderinstrumente bringen.

Der Endbericht der Studie „Förderung ökologisch sinnvoller Getränkeverpackungen“ wurde vom Ifo-Institut im Dezember 1996, also nach dem ersten Entwurf zur „Verpackungs-Novelle“ vorgelegt. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, daß Lizenzen oder Abgaben die am besten geeigneten Instrumente zur Förderung ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackungen darstellen. Mit Abstrichen werden auch einer generellen Pfandregelung Vorteile zuerkannt.

Eine Entscheidung darüber, ob ein Lizenz- oder Abgabenmodell gegenüber der geltenden Rechtslage vorzuzugwürdig ist, ist bislang noch nicht getroffen.

Darüber hinaus ist eine Einbeziehung dieser Instrumente in den Novellierungsentwurf der Verpackungsverordnung aufgrund rechtlicher Gründe (Abgabe) bzw. der Komplexität der Regelung (Lizenzen) nicht kurzfristig zu realisieren. In der Novelle VerpackVO wird daher an dem bisherigen Instrumentarium zur Förderung ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackungen festgehalten.

Die Bundesregierung verfolgt weiterhin die Förderung ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackungen. Die Entscheidung über die konkrete Vorgehensweise wird

nach Abschluß der Prüfung der o. a. Instrumente sowie gesamtökologischer Untersuchungen, deren Ergebnis im Frühjahr 1998 erwartet wird, erfolgen. Dabei bleibt weiter der Verlauf des Vertragsverletzungsverfahrens seitens der EG-Kommission gegenüber der geltenden deutschen Regelung zu berücksichtigen.

- VIII. Zur Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion
30. Wie sieht die Bundesregierung die Rolle des Einzelhandels im Zusammenhang mit der Währungsumstellung von Deutsche Mark auf EURO?

Dem Einzelhandel fällt bei der Währungsumstellung von DM auf Euro eine besondere Rolle zu. Durch den täglichen Kontakt mit den Verbrauchern übernimmt er eine wichtige Funktion bei der Aufklärung und Information über den Umstellungsprozeß und damit für die Akzeptanz des WWU-Projekts in der Bevölkerung. Als Schnittstelle zwischen Verbrauchern und Kreditwirtschaft kann der Einzelhandel insbesondere einen maßgeblichen Beitrag für einen raschen und reibungslosen Umtausch von Euro-Banknoten und -münzen gegen DM-Banknoten und -münzen leisten.

Auch die EG-Kommission sieht den Handel bei der Einführung des Euro als einen der am „stärksten betroffenen“ Bereiche mit ausschlaggebender Bedeutung für die Verteilungskette an. Wie sie im Grünbuch „Handel“ von 1996 (deutsche Fassung S. 18) zum Ausdruck bringt, wird den Händlern die wichtige Aufgabe zufallen, den Konsumenten den Euro zu „verkaufen“ und die Bürger mit der neuen Währung vertraut zu machen. „Viele Bürger der EU werden ihre ersten praktischen Erfahrungen mit dem Euro beim Einkaufen sammeln.“

31. Wie beurteilt die Bundesregierung die im Einzelhandel befürchteten Probleme und Kostenbelastungen durch die parallele Geltung der nationalen und der gemeinsamen europäischen Währung während einer gegebenenfalls längeren Übergangsphase, insbesondere bei der Verwendung von Bargeld?

Mit der Einführung einer gemeinsamen europäischen Währung erhält der Handel übersichtlichere Beschaffungs- und Absatzmärkte sowie eine erleichterte Abwicklung des Zahlungsverkehrs mit Unternehmen in den Teilnehmerstaaten. Auf der anderen Seite entstehen ihm aber durch die Umstellung des Vertrags-, Finanz- und Rechnungswesens nicht unerhebliche Kosten. Durch den direkten Kontakt zum Verbraucher werden die Kosten der Währungsumstellung für den Einzelhandel wesentlich höher eingeschätzt als für produzierende Wirtschaftsbereiche. Negativ betroffen wäre der Einzelhandel von einer längeren Übergangsphase, mit DM und Euro nebeneinander als gesetzliches Zahlungsmittel. Hier gäbe es ganz erhebliche Probleme besonders beim Einscannen der nummerierten Artikel, bei der Rechnungserstellung und durch das

Führen von separaten Kassen. Gerade diese Kosten werden für kleine und mittlere Betriebe proportional als sehr viel höher angesehen als für größere Unternehmen. Der Einzelhandel fordert deshalb aus guten Gründen die Umstellung von DM auf Euro zu einem bestimmten Stichtag (Big Bang).

32. Sieht die Bundesregierung dabei insbesondere die Notwendigkeit einer doppelten Preisauszeichnung in EURO/Deutsche Mark?

Das Bundesministerium für Wirtschaft hat zur Frage der doppelten Preisauszeichnung bereits im August 1996 eine Anhörung der Verbände durchgeführt. Dabei haben die Vertreter des Handels auf die erheblichen Investitions- und Betriebskosten einer doppelten Preisauszeichnung hingewiesen. Die Verbraucherseite forderte ausreichende Preistransparenz und Unterstützung der Bürger bei der Gewöhnung an den Euro. Die Bundesregierung strebt zur Preisauszeichnung nicht eine perfektionistische Regelung an, sondern will ein praktikables und kostengünstiges Verfahren entwickeln. Doppelte Preisauszeichnung sollte dort vermieden werden, wo sie zu überhöhten Kosten führt. Gemeinsam mit der Wirtschaft und den Verbrauchern soll die Preistransparenz im Zuge der Umstellung auf den Euro gewährleistet werden. Im übrigen ist der Handel aufgefordert, sich zu verpflichten, den Verbraucher nachhaltig zu informieren, um das Vertrauen in die „Euro-Preise“ und deren Verhältnis zu den nationalen Preisen zu stärken.

33. Wird sich die Bundesregierung gegebenenfalls dafür einsetzen, die Umstellung der Zahlungsmittel auf einen Schlag (Big Bang) vorzunehmen?

Die Verordnung des EU-Ministerrates zur Einführung des Euro bestimmt, daß die nationalen Banknoten und Münzen spätestens sechs Monate nach dem Ende der Übergangszeit ihre Eigenschaft als gesetzliches Zahlungsmittel verlieren und bis zu dieser Zeit parallel neben den Euro-Banknoten und -münzen umlaufen können. Dieser Zeitraum kann durch nationale Gesetzgebung verkürzt werden. Es ist das Interesse der Bundesregierung, die Belastungen aus einem etwaigen doppelten Bargeldumlauf so gering wie irgend möglich zu halten. Sie prüft u. a., wie weit die Phase verkürzt werden kann. Diese Prüfung erstreckt sich auch auf die Frage einer Umstellung der Zahlungsmittel zu einem Stichtag. Dabei müssen natürlich auch die Gesichtspunkte anderer Wirtschaftsbereiche und nicht zuletzt der Verbraucher angemessen berücksichtigt werden.

- IX. Zur Bedeutung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien für den Einzelhandel

34. Welche Chancen und Risiken ergeben sich nach Ansicht der Bundesregierung aus dem zunehmenden Vertrieb mittels elektronischer Medien wie Fernsehen, CD-Rom oder Internet?

Die Anwendung elektronischer Informations- und Kommunikationstechniken wird generell immer mehr zu einer der entscheidenden Antriebskräfte für die Entwicklung in Richtung der Globalisierung der Märkte. Dies führt zu tiefgreifenden Änderungen der Marktstrukturen, der betrieblichen und organisatorischen Abläufe von und zwischen Unternehmen sowie zu neuen Möglichkeiten der Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden und mit der öffentlichen Verwaltung. Der Vertriebsbereich ist dabei in besonderem Maße betroffen.

Diese strukturellen Herausforderungen erfordern ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit der Unternehmen, um sich im internationalen Wettbewerb behaupten zu können. Sie bieten auf der anderen Seite jedoch auch neue Chancen. Der elektronische Geschäftsverkehr wird zu einem der zentralen Anwendungsfelder der neuen Informations- und Kommunikationstechniken.

Durch die neuen elektronischen Medien eröffnen sich Kosteneinsparungs- und Produktivitätsspielräume, neue und flexible Vertriebs- und Absatzformen und nicht zuletzt neue Produktpotentiale und Märkte. Auch kleine und mittlere Unternehmen erhalten dadurch die Chance, sich weltweit zu präsentieren, überkommene Marktbegrenzungen zu durchbrechen und sich mit neuen Produkten, Dienstleistungen und Märkten im globaler werdenden Wettbewerb zu behaupten.

Die Bundesregierung hat die Nutzungspotentiale, Handlungsfelder und einen Aktionsplan umfassend in ihrem Bericht „Info 2000 Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“ dargestellt. Das Bundesministerium für Wirtschaft bereitet gegenwärtig im follow up hierzu eine Initiative „Electronic Commerce“ vor. In dieser Initiative sollen die verschiedenen Handlungsfelder der nächsten Jahre mit dem Ziel aufgezeigt werden, die Ausgangsbedingungen der deutschen Wirtschaft für eine schnelle Aufnahme des „elektronischen Geschäftsverkehrs“ durch ein breites Bündel kohärenter Maßnahmen und Plattformen für die Verhandlungen auf europäischer und internationaler Ebene zu schaffen. Vor allem geht es darum, durch Information, Schulung und Beratung besonders mittelständische Unternehmen für die neuen Geschäftsmöglichkeiten zu sensibilisieren.

35. Wie beurteilt die Bundesregierung die durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien gegebenenfalls zu erwartenden Strukturverschiebungen im Einzelhandel?

Sieht sie Auswirkungen auf die dem Einzelhandel vorgelagerten Betriebsabläufe, wie die Warenwirtschaft und das Verhältnis von Lieferant und Handel?

Die Informations- und Kommunikationstechniken werden mittel- und längerfristig auch die Strukturen und

die Funktionen des Handels erheblich verändern. Besonders im Einsatz der neuen „Multimedia-Systeme“ werden erhebliche Chancen, für einen Teil der Unternehmen des stationären Einzelhandels aber auch Risiken gesehen. Wegen der großen Bedeutung für die zukünftige Entwicklung im Handel hat das Bundesministerium für Wirtschaft eine Studie speziell zu den Auswirkungen der Entwicklungen im interaktiven Multimedia-Bereich auf den Handel durchführen lassen. Die Gutachter der Scientific-Consulting, Köln, kommen dabei zu folgenden wichtigen Ergebnissen:

- Der Handel muß sich auf eine weitgehende Markttransparenz bezüglich der aktuellen Produkte, Preise und Konditionen einstellen. Dabei sind „virtuelle Händler“ aufgrund der günstigen Kostenstruktur in der Lage, z. T. günstigere Preise anzubieten.
- Durch die erhöhte Transparenz wird es erheblich einfacher als bisher, einheitlich durchgeführte Funktionen voneinander zu trennen. Produktpräsentation, Auftragsannahme und Bearbeitung, Kundendienst, Zustellung und Inkasso können dadurch leichter von spezialisierten Subunternehmen übernommen werden.
- Die Globalisierung des Handels wird beschleunigt. Die Zahl der weltweit agierenden Unternehmen wird zunehmen. Die Anbieter sind immer weniger auf einen verbrauchernahen Standort angewiesen. Immer stärker wird dadurch die Unternehmenstätigkeit „internationalisiert“.
- Die Internet-Dienste werden von den zeitlich bestehenden Beschränkungen durch die Ladenöffnungszeiten entkoppelt.
- Tendenzen zur Ausschaltung von Handelsstufen können eine neue Größenordnung und Qualität bekommen; z. B. können Großhändler oder Importeure ebenso wie Hersteller sehr viel leichter direkt an Endverbraucher liefern. Hinzu kommt ein zunehmendes Gewicht elektronisch agierender Marketingorganisationen.
- Insgesamt dürften sich die Chancen und Risiken beim Strukturwandel in etwa ausgleichen. Der Erfolg hängt nur bedingt von der Unternehmensgröße ab. Chancen werden allerdings nur für die Unternehmen bestehen, die möglichst von Anfang an an der Entwicklung der sich bietenden Möglichkeiten teilnehmen.

Der Gutachter Schulte Hillen geht davon aus, daß der Anteil aller Formen des Online- und Teleshopping am Einzelhandelsumsatz in Europa in den nächsten zehn Jahren etwa 5 bis 10 % des Einzelhandelsumsatzes betragen wird. Diese Entwicklung wird als „nicht lebensbedrohend für den Einzelhandel insgesamt“ angesehen. Sie könnte aber die wirtschaftliche Existenz einzelner Unternehmen vor allem in Branchen negativ berühren, in denen der elektronische Handel besonders einfach zu realisieren ist und z. T. von anderen Anbietern wahrgenommen wird. Das Ausmaß und die Bedeutung dieser Veränderungen wird sehr vom Verhalten der Verbraucher abhängen, das sich bisher nur schwer abschätzen läßt.

Die Bundesregierung teilt insgesamt diese Einschätzung. Auch sie sieht in dem Multimedia-Einsatz eine große Herausforderung, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen im Handel. Dabei sind nicht nur die möglichen Veränderungen im „in store“ (z. B. „virtuelle Kioske“) und vor allem „out store“ (Teleshopping, Home-shopping) Bereich zu sehen, sondern auch die Auswirkungen auf den Unternehmensbereich selbst. Dies betrifft besonders die unternehmerischen Erfolgsfaktoren Marktkenntnisse, Angebot, Präsenz und Leistungserbringung, die von den neuen Möglichkeiten der Telekommunikation und Informatik z. T. erheblich beeinflußt werden. Die Veränderungen beziehen sich dabei nicht nur auf das Sammeln und Auswerten von Markt-(Kunden-)Daten, das Data-mining in bezug auf Sortimente und Marketing, sondern zunehmend auch auf den Datenaustausch und das enge Zusammenwirken zwischen Händler und Produzenten, um Konsumbedürfnisse besser, schneller und kostengünstiger zu erfüllen (so z. B. durch „Efficient Consumer Response“-Systeme – ECR). Sie erlangen eine immer größere Bedeutung.

Die Bundesregierung ist aufgrund dieser Entwicklung der Auffassung, daß auch die kleinen und mittleren Unternehmen im Handel frühzeitig in die Lage versetzt werden müssen, sich mit den neuen Nutzungsmöglichkeiten vertraut zu machen und – wenn möglich – aktiv zu nutzen. Besondere Möglichkeiten werden hier im regionalen Bereich, in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und im Rahmen von Kooperationen gesehen. Die Bundesregierung hat insbesondere durch das Telekommunikations- und das „Multimedia“-Gesetz die Voraussetzungen geschaffen, daß kleine und mittlere Unternehmen die gleichen Chancen hinsichtlich Kosten, Technik, Standort bei der Anwendung der neuen Techniken haben wie größere Betriebe. Gerade der Handel ist wegen seiner besonderen Bedeutung auch integraler Bestandteil der Initiative „Elektronik Commerce“.

36. Wie beurteilt die Bundesregierung die zunehmende Verbreitung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs durch Kreditkarten, Scheckkarten-Terminals am point of sale und neuerdings der elektronischen Geldbörsen auf die Wettbewerbssituation des kleinen und mittelständischen Einzelhandels?

Mit der zunehmenden Akzeptanz bargeldloser Zahlungsmittel gerät der Einzelhandel immer mehr in die „Quasi“-Pflicht, solche Zahlungsmittel zu akzeptieren, um vornehmlich bargeldlos zahlende Kunden nicht an die Konkurrenz zu verlieren. Die Kosten für die einzelnen Transaktionen sind in der Regel für große und kleine Handelsunternehmen gleich. Durch die Beschaffung der erforderlichen Hard- und Software und Installation der Anschlüsse sind die kleinen und mittleren Unternehmen jedoch schon aufgrund der Fixkosten proportional höher belastet. Diese relativ festen Kosten müssen von den kleinen Betriebsformen bei wesentlich niedrigeren Umsätzen getragen werden, als es bei größeren Betrieben der Fall ist.

37. Welche Auffassung vertritt die Bundesregierung in diesem Zusammenhang zu dem in Kreditkartenbedingungen gewöhnlich enthaltenen, in Schweden jedoch seit 1994 als wettbewerbswidrig untersagten, Verbot, die an das Kreditinstitut abzuführenden Gebühren dem Kunden in Rechnung zu stellen?

Das Kreditkartengeschäft basiert auf der Grundidee, dem Inhaber einer Kreditkarte gegen deren Vorlage die Inanspruchnahme von Leistungen von Handels- und Dienstleistungsunternehmen (Vertragsunternehmen) ohne Barzahlung zu ermöglichen.

Von den international tätigen großen Kreditkartenorganisationen wird dabei eine Provision gegenüber den Vertragsunternehmen branchen- und umsatzabhängig in Form eines Disagios, gegenüber Karteninhabern einmal jährlich und unabhängig von der Kartenumsatzhöhe erhoben. Nach den mit Kreditkartengesellschaften geschlossenen Verträgen sind Vertragsunternehmen insbesondere zum bargeldlosen Geschäftsabschluß mit Kreditkarteninhabern verpflichtet. Um den mit Kreditkarte zahlenden Kunden nicht schlechter als den Barzahler zu stellen, enthalten diese Verträge die Verpflichtung für Vertragsunternehmen, keine gesonderten Entgelte für die bargeldlose Zahlung mittels Kreditkarte zu fordern (sog. Preisaufschlagsverbot). Die Prüfung der kartellrechtlichen Zulässigkeit des Preisaufschlagsverbots durch nationale Kartellbehörden hat bisher zu keiner einheitlichen Bewertung geführt: In Schweden, Großbritannien und der Niederlande ist das Preisaufschlagsverbot als wettbewerbswidrig qualifiziert und eine Freistellung vom jeweiligen nationalen Kartellverbot verweigert worden. In Dänemark ist die Anwendung des Verbotes für inländische Kreditkarteninhaber für unzulässig erklärt worden, während die französische Kartellbehörde die entsprechende Klausel wettbewerbsrechtlich als zulässig ansieht, weil sie die Verbreitung der Kreditkarten als bargeldloses Zahlungsmittel fördert.

In Deutschland konzentriert sich die Diskussion der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit des Preisaufschlagsverbotes in Kreditkartenverträgen im wesentlichen auf die Frage, ob diese Klausel gegen das Preisbindungsverbot des § 15 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) verstößt. Die von Gerichten in dieser Frage getroffenen Entscheidungen waren auf bestimmte Einzelfälle bezogen und geben für das allgemeine Universalkreditkartengeschäft nichts her.

Die Bundesregierung selbst hat bisher keinen hinreichenden Anlaß gesehen, das Preisaufschlagsverbot in typischen Universalkreditkartensystemen nach § 15 GWB zu beanstanden. Dabei ist zu berücksichtigen, daß das von den Kartengesellschaften geforderte Disagio in Deutschland aus Gründen des verschärften Wettbewerbs der Kreditkartensysteme untereinander seit Jahren rückläufig ist. Zudem wird die Kreditkarte zunehmend ohne Kreditierungsfunktion ausgegeben und hat insoweit eine eher der Scheckkarte (ec-Karte) vergleichbare Funktion.

38. Welche Haltung nimmt die Bundesregierung zu der von der EU-Kommission angekündigten Initiative zu einer europaweiten Regelung für Kartenzahlungen ein?

Die Bundesregierung unterstützt das Vorhaben der Kommission, einen Richtlinienvorschlag zur Beaufsichtigung der Herausgeber elektronischen Geldes zu erarbeiten. Die Herausgeber sollten nach Auffassung der Bundesregierung im gesamten EWR-Raum aufsichtlichen Mindeststandards unterliegen. In Deutschland wird die Herausgabe elektronischen Geldes ab dem 1. Januar 1998 der Aufsicht durch das Bundesaufsichtsamt für Kreditwesen unterstellt.

## Tabellenteil

Statistisches Bundesamt

Tabelle 1

Anlage 1

Unternehmen und Arbeitsstätten im Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen  
Früheres Bundesgebiet

Wirtschaftszweig	Unternehmen			Arbeitsstätten		
	insgesamt		Veränd.	insgesamt		Veränd.
	1993 <sup>1)</sup>	1985		1993	1985	
	Anzahl		%	Anzahl		%
Eh. mit Waren verschiedener Art	29 523	47 229	-37,5	51 070	67 865	-24,7
Eh. mit Waren verschied. Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel	26 696	43 214	-38,2	46 242	61 480	-24,8
Eh. mit Waren verschied. Art, Hauptr. Nichtnahrungsmittel	2 827	4 015	-29,6	4 828	6 385	-24,4
Fach-Eh. mit Nahrungsmitteln, Getränken, Tabakwaren	33 987	30 283	12,2	43 719	39 495	10,7
Apotheken; Facheinzelh. mit med., orthopäd. und kosmet. Artikeln	23 117	24 098	-4,1	30 256	27 941	8,3
Sonstiger Facheinzelhandel	170 674	152 915	11,6	205 281	181 279	13,2
Eh. mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren	52 329	55 781	-6,2	71 865	71 366	0,7
Eh. mit Möbeln, Einr.gegen- ständen und Hausrat a.n.g.	18 291	17 881	2,3	20 515	19 967	2,7
Eh. m. elekt. Haushalts-, Rund- funk-, Fernsehgeräten usw.	17 053	15 949	6,9	18 769	17 815	5,4
Eh. m. Metallw., Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	7 892	5 819	35,6	8 954	6 576	36,2
Eh. m. Büchern, Zeitungen, Zeitschr., Schreibwaren u. ä.	9 456	9 648	-2,0	10 779	10 968	-1,7
Sonst. Facheinzelhandel a.n.g.	65 653	47 837	37,2	74 399	54 587	36,3
Einzelhandel nicht in Verkaufsr.	71 507	61 477	16,3	71 680	61 927	15,7
Insgesamt	328 808	316 002	4,1	402 006	378 507	6,2

1) Einschließlich Berlin.

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 2

Ladengeschäfte im Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen  
Neue Länder (einschließlich Berlin-Ost)

Wirtschaftszweig	Ladengeschäfte			Veränd. %
	insgesamt		Anzahl	
	1993 a)	1988 b)		
Eh. mit Waren verschiedener Art	14 649	28 044	-47,8	
Eh. mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel	13 370	27 270	-51,0	
Eh. mit Waren verschied. Art, Hauptrichtung Nichtnahrungsmittel	1 279	774	65,2	
Fach-Eh. mit Nahrungsmitteln, Getränken, Tabakwaren	11 853	19 603	-39,5	
Apotheken; Facheinzelh. mit med., orthopäd. und kosmet. Artikeln	5 105	2 638	93,5	
Sonstiger Facheinzelhandel	39 362	22 393	75,8	
Eh. mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren	12 681	9 072	39,8	
Eh. mit Möbeln, Einr.gegenständen und Hausrat a.n.g.	3 992	2 359	69,2	
Eh. mit elektr. Haushalts-, Rundfunk-, Fernsehgeräten usw.	3 957	1 196	230,9	
Eh. mit Metallw., Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	2 902	2 782	4,3	
Eh. m. Büchern, Zeitungen, Zeitschr., Schreibwaren u.ä.	2 952	1 658	78,0	
Sonst. Facheinzelhandel a.n.g.	12 878	5 326	141,8	
Insgesamt	70 969	72 678	-2,4	

Quelle: a) Handels- und Gaststättenzählung,  
b) Zählung der Arbeitsstätten im Einzelhandel der DDR 1988.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 3

Unternehmen im Einzelhandel nach Größenklassen  
Früheres Bundesgebiet

Unternehmen	Unternehmen im Einzelhandel				
	1993 <sup>1)</sup>		1985		Veränd. 1993/1985
	Anzahl	%	Anzahl	%	%
mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM					
25 000 – 50 000	25 336	7,7	28 427	9,0	-10,9
50 000 – 100 000	29 288	8,9	32 963	10,4	-11,1
100 000 – 250 000	60 790	18,5	70 434	22,3	-13,7
250 000 – 500 000	59 847	18,2	62 049	19,6	-3,5
500 000 – 1 Mio.	52 888	16,1	47 195	14,9	12,1
1 Mio. – 2 Mio.	36 850	11,2	30 326	9,6	21,5
2 Mio. – 5 Mio.	23 419	7,1	13 668	4,3	71,3
5 Mio. – 10 Mio.	5 302	1,6	3 406	1,1	55,7
10 Mio. – 25 Mio.	2 526	0,8	1 681	0,5	50,3
25 Mio. – 50 Mio.	710	0,2	499	0,2	42,3
50 Mio. – 100 Mio.	332	0,1	252	0,1	31,7
100 Mio. – 250 Mio.	251	0,1	149	0,0	68,5
250 Mio. – 1 Mrd.	201	0,1	126	0,0	59,5
1 Mrd. und mehr	56	0,0	27	0,0	107,4
Neugründungen	31 012	9,4	24 800	7,8	25,0
mit ... bis ... Beschäftigten					
1 – 2	156 536	47,6	161 417	51,1	-3,0
3 – 5	98 161	29,9	93 147	29,5	5,4
6 – 9	42 076	12,8	36 026	11,4	16,8
10 – 19	21 911	6,7	17 469	5,5	25,4
20 – 49	7 175	2,2	5 594	1,8	28,3
50 – 99	1 542	0,5	1 204	0,4	28,1
100 – 199	640	0,2	568	0,2	12,7
200 – 499	384	0,1	330	0,1	16,4
500 – 999	177	0,1	136	0,0	30,1
1 000 und mehr	206	0,1	111	0,0	85,6
Insgesamt	328 808	100	316 002	100	4,1

1) Einschließlich Berlin.

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 4

Arbeitsstätten im Einzelhandel nach Größenklassen  
Früheres Bundesgebiet

Arbeitsstätten	Arbeitsstätten im Einzelhandel				
	1993 <sup>1)</sup>		1985		Veränd. 1993/1985
	Anzahl	%	Anzahl	%	%
mit einem Umsatz von ... bis unter ... DM					
unter 25 000	2 373	0,6	1 935	0,5	22,6
25 000 – 50 000	26 356	6,5	30 061	7,9	-12,3
50 000 – 100 000	31 501	7,7	30 040	9,5	-12,6
100 000 – 250 000	69 954	17,1	81 759	21,6	-14,4
250 000 – 500 000	74 263	18,2	74 753	19,7	-0,7
500 000 – 1 Mio.	69 404	17,0	57 299	15,1	21,1
1 Mio. – 2 Mio.	48 191	11,8	37 521	9,9	28,4
2 Mio. – 5 Mio.	35 544	8,7	22 627	6,0	57,1
5 Mio. – 10 Mio.	12 145	3,0	7 666	2,0	58,4
10 Mio. – 25 Mio.	6 022	1,5	3 264	0,9	84,5
25 Mio. – 50 Mio.	1 332	0,3	889	0,2	49,8
50 Mio. – 100 Mio.	595	0,1	410	0,1	45,1
100 Mio. – 250 Mio.	232	0,1	136	0,0	70,6
250 Mio. – 1 Mrd.	36	0,0	25	0,0	44,0
1 Mrd. und mehr	7	0,0	3	0,0	133,3
Neugründungen	30 241	7,4	24 119	6,4	25,4
mit ... bis ... Beschäftigten					
1 – 2	180 119	44,1	187 393	49,5	-3,9
3 – 5	127 526	31,2	111 990	29,6	13,9
6 – 9	55 393	13,6	44 045	11,6	25,8
10 – 19	29 231	7,2	22 890	6,0	27,7
20 – 49	11 804	2,9	9 019	2,4	30,9
50 – 99	2 590	0,6	1 820	0,5	42,3
100 – 199	994	0,2	793	0,2	25,3
200 – 499	427	0,1	445	0,1	-4,0
500 – 999	87	0,0	88	0,0	-1,1
1000 und mehr	25	0,0	24	0,0	4,2
Insgesamt	408 196	100	378 507	100	7,8

1) Einschließlich Berlin.

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 5

Anteil des Einzelhandels (a) an der Bruttowertschöpfung (in %)  
Früheres Bundesgebiet

Jahr	Anteil an der Bruttowertschöpfung (unbereinigt)
1985	4,2
1986	4,2
1987	4,3
1988	4,3
1989	4,3
1990	4,4
1991	4,6
1992	4,4
1993	4,4
1994	4,2
1995	/
1996	/

(a) Einschließlich Kraftfahrzeughandel und Tankstellen.

Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 6

Anteil des Einzelhandels (a) am Privaten Verbrauch (in %)  
Früheres Bundesgebiet \*

Jahr	Anteil am Privaten Verbrauch
1985	42,8
1986	42,5
1987	42,7
1988	42,6
1989	43,0
1990	44,5
1991	44,7
1992	43,4
1993	41,8
1994	40,4
1995	40,0
1996	39,3

(a) Einschließlich Kraftfahrzeughandel und Tankstellen.

\* 1995 und 1996: Deutschland.

Quelle: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen.

Statistisches Bundesamt  
VIII C - 20/30

Tabelle 7

Erwerbstätige im Einzelhandel nach Stellung im Beruf  
Ergebnisse des Mikrozensus  
Meßzahlen (%) 1985 = 100  
Früheres Bundesgebiet

Jahr	Erwerbstätige insgesamt	Davon					Darunter	
		Selbständige			Mith. Familienangehörige	Abhängige	darunter:	Teilzeitbeschäftigte <sup>1)</sup>
		zusammen	ohne	mit			Auszubildende	
Beschäftigte(n)								
Insgesamt								
1985	100	100	100	100	100	100	100	100
1986	102,4	99,9	95,1	103,3	104,2	102,8	100,6	103,1
1987	101,5	97,6	92,5	101,4	79,9	102,8	110,7	102,6
1988	105,9	99,3	94,1	103,1	88,4	107,6	98,4	113,1
1989	105,2	96,5	88,4	102,4	81,0	107,4	94,5	114,1
1990	112,0	100,3	91,4	106,7	81,0	114,9	84,4	135,9
1991	112,3	103,8	94,8	110,3	71,7	114,9	75,4	143,5
1992	115,8	101,7	88,9	111,0	73,9	119,5	65,9	146,6
1993	114,7	102,1	88,8	111,8	71,2	118,1	65,5	150,2
1994	117,6	107,1	95,8	115,3	75,9	120,6	56,5	154,9
1995*)	116,2	103,7	96,1	109,2	79,0	119,5	54,3	159,9
Männer								
1985	100	100	100	100	100	100	100	100
1986	103,9	101,4	89,7	108,1	92,4	104,9	104,7	112,5
1987	101,7	100,7	92,5	105,3	83,3	102,2	108,9	110,4
1988	104,6	102,5	94,3	107,2	75,8	105,6	99,2	130,4
1989	102,7	99,1	86,8	106,0	74,2	104,2	95,1	123,9
1990	107,9	102,3	93,9	107,0	93,9	109,9	90,1	162,9
1991	106,2	105,1	100,9	107,5	89,4	106,7	81,8	187,5
1992	110,2	104,7	90,8	112,5	93,9	112,3	69,0	198,6
1993	108,9	104,5	91,8	111,6	97,0	110,5	70,3	193,2
1994	115,4	110,3	100,7	115,6	101,5	117,2	69,2	215,0
1995*)	110,8	106,2	102,1	108,5	112,1	112,4	65,9	249,3
Frauen								
1985	100	100	100	100	100	100	100	100
1986	101,5	97,5	100,9	93,8	106,3	101,8	98,5	102,6
1987	101,4	92,9	92,4	93,5	79,3	103,1	111,7	102,2
1988	106,7	94,4	93,9	95,1	90,6	108,6	97,9	112,2
1989	106,6	92,6	90,1	95,2	82,2	109,0	94,1	113,6
1990	114,4	97,3	88,8	106,2	78,8	117,4	81,3	134,6
1991	116,0	101,7	88,4	115,8	68,6	119,0	71,9	141,2
1992	119,1	97,1	86,8	108,0	70,4	123,0	64,1	144,0
1993	118,1	98,5	85,6	112,1	66,8	121,9	62,5	148,0
1994	118,9	102,2	90,5	114,5	71,5	122,2	49,8	151,9
1995*)	119,4	99,9	89,6	110,7	73,3	123,0	48,2	155,3

\*) Bis 1994 erfolgte die wirtschaftsfachliche Zuordnung nach der Systematik der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1979, Fassung für den Mikrozensus ab 1983 (MZ 83), ab 1995 gilt die Klassifizierung der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1993 (WZ 93), basierend auf der Systematik der Wirtschaftszweige in den Europäischen Gemeinschaften (NACE Rev. 1). Ein Vergleich der Ergebnisse der Wirtschaftsabteilung „Einzelhandel (WZ 93 Position 52 ohne 527: Einzelhandel ohne Handel mit KFZ, ohne Tankstellen und ohne Reparatur v. Gebrauchsgütern)“ mit den Vorjahren ist nur eingeschränkt möglich.

1) Personen mit einer normalerweise geleisteten Arbeitszeit bis 35 Stunden.

Zeichenerklärung: - = nichts vorhanden; / = keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug.

Quelle: Mikrozensus.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 8

Beschäftigte in Arbeitsstätten des Einzelhandels nach Wirtschaftszweigen  
Früheres Bundesgebiet

Wirtschaftszweig	Beschäftigte		
	insgesamt		Veränderung
	1993	1985	
	Anzahl		%
Eh. mit Waren verschiedener Art	706 387	701 225	0,7
Eh. mit Waren verschied. Art, Haupttrichtung Nahrungsmittel	519 568	490 084	6,0
Eh. mit Waren verschied. Art, Haupttr. Nichtnahrungsmittel	186 819	211 141	-11,5
Fach-Eh. mit Nahrungsmitteln, Getränken, Tabakwaren	164 479	123 200	33,5
Apotheken; Facheinzelh. mit med., orthopäd. und kosmet. Artikeln	198 430	151 567	30,9
Sonstiger Facheinzelhandel	1 101 986	877 402	25,9
Eh. mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren	433 578	396 094	9,5
Eh. mit Möbeln, Einr. gegen- ständen und Hausrat a.n.g.	159 447	125 536	27,0
Eh. m. elekt. Haushalts-, Rund- funk-, Fernsehgeräten usw.	98 455	84 618	16,4
Eh. m. Metallw., Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	77 196	33 149	132,9
Eh. m. Büchern, Zeitungen, Zeitschr., Schreibwaren u.ä.	52 843	45 808	15,4
Sonst. Facheinzelhandel a.n.g.	283 467	192 197	47,5
Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen	210 893	188 427	11,9
Insgesamt	2 385 175	2 041 821	16,8

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt  
VIII C - 20/30

Tabelle 9a

Erwerbstätige im Einzelhandel nach Qualifikation  
Ergebnisse des Mikrozensus  
Früheres Bundesgebiet

Merkmal	Insgesamt		Männer		Frauen	
	1000	%	1000	%	1000	%
1985						
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	2 337	100,0	868	100,0	1 469	100,0
Davon:						
Abschluß an allgemeinbildenden Schulen						
Volks-(Haupt-)schulabschluß	1 611	68,9	563	64,9	1 047	71,3
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	552	23,6	212	24,4	341	23,2
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	175	7,5	93	10,7	81	5,5
Beruflicher Ausbildungsabschluß						
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	1 577	67,5	571	65,8	1 006	68,5
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	126	5,4	97	11,2	29	2,0
Fachhochschulabschluß	20	0,9	14	1,6	6	0,4
Hochschulabschluß	51	2,2	28	3,2	22	1,5
In schulischer oder beruflicher Ausbildung	162	6,9	57	6,6	105	7,1
Ohne beruflichen Ausbildungsabschluß	358	15,3	87	10,0	271	18,4
Ohne Angabe	44	1,9	15	1,7	29	2,0
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	581	24,9	28	3,2	553	37,6
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 450 DM	86	3,7	/	/	84	5,7
1987						
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	2 373	100,0	882	100,0	1 491	100,0
Davon:						
Abschluß an allgemeinbildenden Schulen						
Volks-(Haupt-)schulabschluß	1 558	65,6	548	62,1	1 010	67,7
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	609	25,7	225	25,5	384	25,8
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	206	8,7	109	12,3	97	6,5
Beruflicher Ausbildungsabschluß						
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	1 613	68,0	580	65,7	1 033	69,3
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	122	5,1	94	10,6	28	1,9
Fachhochschulabschluß	22	0,9	15	1,6	8	0,5
Hochschulabschluß	62	2,6	33	3,8	29	1,9
In schulischer oder beruflicher Ausbildung	187	7,9	65	7,4	122	8,2
Ohne beruflichen Ausbildungsabschluß	337	14,2	85	9,6	252	16,9
Ohne Angabe	30	1,2	11	1,3	18	1,2
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	597	25,2	31	3,5	566	38,0
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 450 DM	89	3,8	/	/	87	5,8
1989						
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	2 458	100,0	891	100,0	1 567	100,0
Davon:						
Abschluß an allgemeinbildenden Schulen						
Volks-(Haupt-)schulabschluß	1 553	63,2	525	58,9	1 028	65,6
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	661	26,9	244	27,4	417	26,6
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	245	10,0	123	13,8	122	7,8
Beruflicher Ausbildungsabschluß						
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	1 716	69,8	591	66,3	1 125	71,8
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	141	5,7	108	12,1	34	2,2
Fachhochschulabschluß	24	1,0	16	1,8	8	0,5
Hochschulabschluß	65	2,6	34	3,8	31	2,0
In schulischer oder beruflicher Ausbildung	160	6,5	55	6,2	104	6,6
Ohne beruflichen Ausbildungsabschluß	322	13,1	77	8,6	245	15,6
Ohne Angabe	30	1,2	11	1,2	19	1,2
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	663	27,0	35	3,9	629	40,1
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 450 DM	87	3,5	/	/	84	5,4

Statistisches Bundesamt  
VIII C - 20/30

Tabelle 9a

Erwerbstätige im Einzelhandel nach Qualifikation  
Ergebnisse des Mikrozensus  
Früheres Bundesgebiet

Merkmal	Insgesamt		Männer		Frauen	
	1000	%	1000	%	1000	%
1993						
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	2 680	100,0	945	100,0	1 735	100,0
Mit Angabe des Abschlusses an allgemeinbildenden Schulen	2 358	88,0	817	86,5	1 541	88,8
Volks-(Haupt-)schulabschluß	1 421	53,0	446	47,2	975	56,2
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	649	24,2	234	24,7	416	24,0
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	288	10,7	138	14,6	150	8,7
Mit Angabe des beruflichen Ausbildungsabschlusses	1 942	72,5	704	74,6	1 237	71,3
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	1 709	63,8	556	58,9	1 153	66,5
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	127	4,7	89	9,4	38	2,2
Fachhochschulabschluß	34	1,3	23	2,4	11	0,6
Hochschulabschluß	72	2,7	37	3,9	35	2,0
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	873	32,6	54	5,7	819	47,2
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 600 DM	206	7,7	11	1,2	196	11,3
1995						
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	2 716	100,0	961	100,0	1 754	100,0
Mit Angabe des Abschlusses an allgemeinbildenden Schulen	2 556	94,1	899	93,5	1 657	94,4
Volks-(Haupt-)schulabschluß	1 506	55,5	476	49,5	1 031	58,8
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	706	26,0	256	26,6	450	25,6
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	344	2,7	167	17,4	177	10,1
Mit Angabe des beruflichen Ausbildungsabschlusses	2 123	78,2	770	80,1	1 353	77,1
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	1 846	68,0	596	62,0	1 250	71,3
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	146	5,4	100	10,4	46	2,6
Fachhochschulabschluß	48	1,8	29	3,0	19	1,1
Hochschulabschluß	83	3,0	45	4,6	38	2,2
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	929	34,2	70	7,3	860	49,0
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 600 DM	214	7,9	10	1,1	204	11,6

Zeichenerklärung: / = keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug ist.

\*) Für die Jahre 1991 bis 1995 hat der Gesetzgeber die Fragen zur Aus- und Weiterbildung von der Auskunftspflicht ausgenommen. Die Merkmale sind deshalb in ihrer Aussagekraft eingeschränkt.

Statistisches Bundesamt  
VIII C - 20/30

Tabelle 9b

Erwerbstätige im Einzelhandel nach Qualifikation  
Ergebnisse des Mikrozensus  
Meßziffern (%) 1985 = 100  
Früheres Bundesgebiet

Merkmal	Ins- gesamt	Männer	Frauen
1985			
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	100	100	100
Davon:			
Abschluß an allgemeinbildenden Schulen			
Volks-(Haupt-)schulabschluß	100	100	100
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	100	100	100
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	100	100	100
Beruflicher Ausbildungsabschluß			
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	100	100	100
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	100	100	100
Fachhochschulabschluß	100	100	100
Hochschulabschluß	100	100	100
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	100	100	100
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 450 DM	100	100	100
1987			
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	101,5	101,6	101,5
Davon:			
Abschluß an allgemeinbildenden Schulen			
Volks-(Haupt-)schulabschluß	96,7	97,3	96,4
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	110,4	106,3	112,6
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	117,6	117,0	119,8
Beruflicher Ausbildungsabschluß			
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	102,3	101,5	102,7
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	96,8	96,8	96,9
Fachhochschulabschluß	112,0	103,6	131,7
Hochschulabschluß	122,4	119,3	131,8
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	102,8	110,7	102,4
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 450 DM	103,8	/	103,3
1989			
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	105,2	102,6	106,7
Davon:			
Abschluß an allgemeinbildenden Schulen			
Volks-(Haupt-)schulabschluß	96,4	93,3	98,2
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	119,7	115,1	122,3
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	140,0	132,3	150,6
Beruflicher Ausbildungsabschluß			
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	108,8	103,5	111,8
Fachhochschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	111,9	111,3	117,2
Fachhochschulabschluß	120,0	114,3	133,3
Hochschulabschluß	127,5	121,4	140,9
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	114,1	125,0	113,7
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 450 DM	101,2	/	100,0

Zeichenerklärung: / = keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug ist.

Statistisches Bundesamt  
VIII C - 20/30

Tabelle 9b

Erwerbstätige im Einzelhandel nach Qualifikation\*)  
Ergebnisse des Mikrozensus  
Meßziffern (%) 1985 = 100  
Früheres Bundesgebiet

Merkmal	Ins- gesamt	Männer	Frauen
1993			
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	114,7	108,8	118,1
Mit Angabe des Abschlusses an allgemeinbildenden Schulen			
Volks-(Haupt-)schulabschluß	88,2	79,2	93,1
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	117,6	110,1	121,9
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	164,5	148,2	185,3
Mit Angabe des beruflichen Ausbildungsabschlusses			
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	108,4	97,4	114,7
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	100,6	91,6	130,7
Fachhochschulabschluß	168,0	160,7	185,0
Hochschulabschluß	140,8	131,8	158,6
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	150,3	193,6	148,1
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 600 DM	.	.	.
1995			
Erwerbstätige im Einzelhandel insgesamt	116,2	110,8	119,4
Mit Angabe des Abschlusses an allgemeinbildenden Schulen			
Volks-(Haupt-)schulabschluß	93,5	84,5	98,5
Realschulabschluß (Mittlere Reife)	127,8	120,8	131,8
Fachhochschulreife / allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur / Fachabitur)	196,5	179,7	218,1
Mit Angabe des beruflichen Ausbildungsabschlusses			
Abschluß einer Lehr-/Anlernausbildung einschl. Praktikum	117,1	104,4	124,3
Fachschulabschluß (einschl. Meister, Techniker)	116,1	103,2	159,3
Fachhochschulabschluß	239,5	208,6	311,7
Hochschulabschluß	161,8	159,6	171,8
Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel insgesamt	160,0	249,3	155,4
dar.: mit einem monatl. Nettoeinkommen unter 600 DM	.	.	.

Zeichenerklärung: / = keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug ist.  
  . = kein Nachweis vorhanden.

\*) Für die Jahre 1991 bis 1995 hat der Gesetzgeber die Fragen zur Aus- und Weiterbildung von der Auskunftspflicht ausgenommen. Die Merkmale sind deshalb in ihrer Aussagekraft eingeschränkt.

Quelle: Mikrozensus.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 10

Beschäftigte im Einzelhandel nach Unternehmensgrößenklassen  
Früheres Bundesgebiet

Unternehmen	Beschäftigte im Einzelhandel						
	1993 <sup>1)</sup>			1985			Veränd. 1993/1985
	Anzahl	%	% ku	Anzahl	%	kum	%
mit einem Umsatz							
von ... bis unter ...							
25 000 – 50 000	34 217	1,3	1,3	38 683	1,8	1,8	-11,5
50 000 – 100 000	46 602	1,8	3,1	51 862	2,4	4,3	-10,1
100 000 – 250 000	126 421	4,8	7,9	147 149	6,9	11,2	-14,1
250 000 – 500 000	180 431	6,9	14,8	193 298	9,1	20,3	-6,7
500 000 – 1 Mill.	240 556	9,2	24,0	230 483	10,8	31,1	4,4
1 Mio. – 2 Mio.	260 321	9,9	33,9	234 260	11,0	42,1	11,1
2 Mio. – 5 Mio.	276 105	10,5	44,4	188 673	8,9	51,0	46,3
5 Mio. – 10 Mio.	131 438	5,0	49,4	98 825	4,6	55,6	33,0
10 Mio. – 25 Mio.	130 273	5,0	54,4	103 126	4,8	60,5	26,3
25 Mio. – 50 Mio.	78 251	3,0	57,4	66 333	3,1	63,6	18,0
50 Mio. – 100 Mio.	80 163	3,1	60,4	69 040	3,2	66,8	16,1
100 Mio. – 250 Mio.	127 291	4,9	65,3	84 106	4,0	70,8	51,3
250 Mio. – 1 Mrd.	286 856	10,9	76,2	168 629	7,9	78,7	70,1
1 Mrd. und mehr	522 388	19,9	96,2	386 223	18,2	96,9	35,3
Neugründungen	100 622	3,8	100	66 295	3,1	100	51,8
mit ... bis ... Beschäftigten							
1 – 2	232 436	8,9	8,9	244 451	11,5	11,5	-4,9
3 – 5	372 084	14,2	23,1	349 328	16,4	27,9	6,5
6 – 9	298 747	11,4	34,5	254 702	12,0	39,9	17,3
10 – 19	281 303	10,7	45,2	224 534	10,6	50,4	25,3
20 – 49	205 498	7,8	53,0	161 058	7,6	58,0	27,6
50 – 99	103 856	4,0	57,0	82 168	3,9	61,9	26,4
100 – 199	86 726	3,3	60,3	77 927	3,7	65,5	11,3
200 – 499	120 048	4,6	64,9	103 227	4,9	70,4	16,3
500 – 999	122 969	4,7	69,6	94 400	4,4	74,8	30,3
1 000 und mehr	798 268	30,4	100,0	535 190	25,2	100,0	49,2
Insgesamt	2 621 935	100	100	2 126 985	100	100	23,3

1) Einschließlich Berlin.

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 11

Unternehmen und Umsatz im Einzelhandel nach Umsatzgrößenklassen  
Früheres Bundesgebiet

Unternehmen mit einem Umsatz von . . . bis unter . . . DM	Unternehmen				Umsatz			
	1993 <sup>1)</sup>		1985		1992 <sup>1)</sup>		1984	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Mio. DM	%	Mio. DM	%
25 000 – 50 000	25 336	7,7	28 427	9,0	869	0,1	932	0,2
50 000 – 100 000	29 288	8,9	32 963	10,4	2 137	0,3	2 427	0,6
100 000 – 250 000	60 790	18,5	70 434	22,3	10 275	1,6	11 865	2,9
250 000 – 500 000	59 847	18,2	62 049	19,6	21 553	3,4	22 167	5,4
500 000 – 1 Mio.	52 888	16,1	47 195	14,9	37 153	5,8	33 176	8,1
1 Mio. – 2 Mio.	36 850	11,2	30 326	9,6	51 766	8,1	41 829	10,2
2 Mio. – 5 Mio.	23 419	7,1	13 668	4,3	68 808	10,8	40 190	9,8
5 Mio. – 10 Mio.	5 302	1,6	3 406	1,1	36 264	5,7	23 340	5,7
10 Mio. – 25 Mio.	2 526	0,8	1 681	0,5	38 008	6,0	25 358	6,2
25 Mio. – 50 Mio.	710	0,2	499	0,2	24 506	3,8	16 998	4,2
50 Mio. – 100 Mio.	332	0,1	252	0,1	23 106	3,6	17 443	4,3
100 Mio. – 250 Mio.	251	0,1	149	0,0	38 392	6,0	23 000	5,6
250 Mio. – 1 Mrd.	201	0,1	126	0,0	106 879	16,7	55 222	13,5
1 Mrd und mehr	56	0,0	27	0,0	168 891	26,5	91 241	22,3
Neugründungen	31 012	9,4	24 800	7,8	9 516	1,5	4 112	1,0
Insgesamt	328 808	100	316 002	100	638 123	100	409 300	100

1) Einschließlich Berlin.

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 12

Unternehmen und Umsatz im Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen und Umsatzgrößenklassen  
Früheres Bundesgebiet<sup>1)</sup>

Unternehmen mit einem Umsatz von . . . bis unter . . . DM	Unternehmen			Umsatz		
	1993			1992		
	Anzahl	%	% kum.	Mio. DM	%	% kum.

## Einzelhandel mit Waren verschiedener Art

25 000 – 50 000	807	2,7	2,7	29	0,0	0,0
50 000 – 100 000	1 687	5,7	8,4	126	0,1	0,1
100 000 – 250 000	5 142	17,4	25,9	891	0,4	0,4
250 000 – 500 000	6 124	20,7	46,6	2 214	0,9	1,3
500 000 – 1 Mio.	5 968	20,2	66,8	4 189	1,7	3,0
1 Mio. – 2 Mio.	3 626	12,3	79,1	5 011	2,0	5,0
2 Mio. – 5 Mio.	2 539	8,6	87,7	7 880	3,2	8,1
5 Mio. – 10 Mio.	909	3,1	90,8	6 289	2,5	10,7
10 Mio. – 25 Mio.	465	1,6	92,4	6 978	2,8	13,5
25 Mio. – 50 Mio.	123	0,4	92,8	4 231	1,7	15,1
50 Mio. – 100 Mio.	68	0,2	93,0	4 825	1,9	17,1
100 Mio. – 250 Mio.	76	0,3	93,3	12 091	4,8	21,9
250 Mio. – 1 Mrd.	129	0,4	93,7	73 868	29,6	51,5
1 Mrd. und mehr	38	0,1	93,8	116 645	46,7	98,2
Neugründungen	1 822	6,2	100,0	4 493	1,8	100,0
Zusammen	29 523	100	100	249 760	100	100

## Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptr. Nahrungsmittel

25 000 – 50 000	671	2,5	2,5	25	0,0	0,0
50 000 – 100 000	1 500	5,6	8,1	112	0,1	0,1
100 000 – 250 000	4 589	17,2	25,3	795	0,4	0,5
250 000 – 500 000	5 629	21,1	46,4	2 036	1,0	1,5
500 000 – 1 Mio.	5 515	20,7	67,1	3 878	1,9	3,4
1 Mio. – 2 Mio.	3 381	12,7	79,7	4 681	2,4	5,8
2 Mio. – 5 Mio.	2 318	8,7	88,4	7 221	3,6	9,4
5 Mio. – 10 Mio.	817	3,1	91,5	5 636	2,8	12,2
10 Mio. – 25 Mio.	362	1,4	92,8	5 308	2,7	14,9
25 Mio. – 50 Mio.	83	0,3	93,1	2 803	1,4	16,3
50 Mio. – 100 Mio.	53	0,2	93,3	3 847	1,9	18,2
100 Mio. – 250 Mio.	66	0,2	93,6	10 665	5,4	23,6
250 Mio. – 1 Mrd.	116	0,4	94,0	67 467	33,9	57,5
1 Mrd. und mehr	31	0,1	94,1	80 225	40,3	97,8
Neugründungen	1 565	5,9	100,0	4 448	2,2	100,0
Zusammen	26 696	100	100	199 146	100	100

## Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptr. Nichtnahrungsmittel

25 000 – 50 000	136	4,8	4,8	3	0,0	0,0
50 000 – 100 000	187	6,6	11,4	14	0,0	0,0
100 000 – 250 000	553	19,6	31,0	96	0,2	0,2
250 000 – 500 000	495	17,5	48,5	178	0,4	0,6
500 000 – 1 Mio.	453	16,0	64,5	311	0,6	1,2
1 Mio. – 2 Mio.	245	8,7	73,2	330	0,7	1,8
2 Mio. – 5 Mio.	221	7,8	81,0	660	1,3	3,1
5 Mio. – 10 Mio.	92	3,3	84,3	653	1,3	4,4
10 Mio. – 25 Mio.	103	3,6	87,9	1 670	3,3	7,7
25 Mio. – 50 Mio.	40	1,4	89,3	1 428	2,8	10,6
50 Mio. – 100 Mio.	15	0,5	89,8	977	1,9	12,5
100 Mio. – 250 Mio.	10	0,4	90,2	1 426	2,8	15,3
250 Mio. – 1 Mrd.	13	0,5	90,7	6 401	12,6	28,0
1 Mrd. und mehr	7	0,2	90,9	36 420	72,0	99,9
Neugründungen	257	9,1	100,0	46	0,1	100,0
Zusammen	2 827	100	100	50 614	100	100

1) Einschließlich Berlin.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 12

Unternehmen und Umsatz im Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen und Umsatzgrößenklassen  
Früheres Bundesgebiet<sup>1)</sup>

Unternehmen mit einem Umsatz von . . . bis unter . . . DM	Unternehmen			Umsatz		
	1993			1992		
	Anzahl	%	% kum.	Mio. DM	%	% kum.
<b>Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken, Tabakwaren</b>						
25 000 – 50 000	1 332	3,9	3,9	47	0,2	0,2
50 000 – 100 000	2 041	6,0	9,9	150	0,6	0,7
100 000 – 250 000	6 048	17,8	27,7	1 053	3,9	4,7
250 000 – 500 000	8 421	24,8	52,5	3 070	11,5	16,2
500 000 – 1 Mio.	7 962	23,4	75,9	5 546	20,8	36,9
1 Mio. – 2 Mio.	3 644	10,7	86,6	4 905	18,4	55,3
2 Mio. – 5 Mio.	1 357	4,0	90,6	3 951	14,8	70,1
5 Mio. – 10 Mio.	253	0,7	91,4	1 690	6,3	76,4
10 Mio. – 25 Mio.	111	0,3	91,7	1 686	6,3	82,7
25 Mio. – 50 Mio.	39	0,1	91,8	1 244	4,7	87,4
50 Mio. – 100 Mio.	10	0,0	91,9	612	2,3	89,7
100 Mio. – 1 Mrd.	11	0,0	91,9	2 031	7,6	97,3
1 Mrd. und mehr	0	0,0	91,9	0	0,0	97,3
Neugründungen	2 758	8,1	100,0	722	2,7	100,0
Zusammen	33 987	100	100	26 707	100	100
<b>Apotheken; Facheinzelhandel mit med., orthopäd. und kosmet. Erzeugnissen</b>						
25 000 – 50 000	343	1,5	1,5	12	0,0	0,0
50 000 – 100 000	415	1,8	3,3	30	0,1	0,1
100 000 – 250 000	1 184	5,1	8,4	206	0,4	0,5
250 000 – 500 000	1 259	5,4	13,8	459	0,9	1,4
500 000 – 1 Mio.	2 421	10,5	24,3	1 871	3,8	5,2
1 Mio. – 2 Mio.	8 686	37,6	61,9	13 023	26,3	31,5
2 Mio. – 5 Mio.	7 077	30,6	92,5	19 642	39,7	71,2
5 Mio. – 10 Mio.	411	1,8	94,3	2 640	5,3	76,6
10 Mio. – 25 Mio.	63	0,3	94,6	892	1,8	78,4
25 Mio. – 50 Mio.	11	0,0	94,6	349	0,7	79,1
50 Mio. – 100 Mio.	3	0,0	94,6	228	0,5	79,5
100 Mio. – 1 Mrd.	9	0,0	94,7	2 483	5,0	84,5
1 Mrd. und mehr	4	0,0	94,7	6 862	13,9	98,4
Neugründungen	1 231	5,3	100,0	790	1,6	100,0
Zusammen	23 117	100	100	49 487	100	100
<b>Sonstiger Einzelhandel</b>						
25 000 – 50 000	8 862	5,2	5,2	316	0,1	0,1
50 000 – 100 000	13 759	8,1	13,3	1 014	0,4	0,6
100 000 – 250 000	34 734	20,4	33,6	5 910	2,5	3,0
250 000 – 500 000	34 660	20,3	53,9	12 477	5,2	8,3
500 000 – 1 Mio.	31 313	18,3	72,3	22 000	9,2	17,5
1 Mio. – 2 Mio.	18 631	10,9	83,2	25 695	10,8	28,3
2 Mio. – 5 Mio.	10 783	6,3	89,5	32 239	13,5	41,8
5 Mio. – 10 Mio.	3 118	1,8	91,3	21 422	9,0	50,8
10 Mio. – 25 Mio.	1 551	0,9	92,2	23 257	9,8	60,6
25 Mio. – 50 Mio.	424	0,2	92,5	14 667	6,2	66,7
50 Mio. – 100 Mio.	197	0,1	92,6	13 649	5,7	72,5
100 Mio. – 250 Mio.	131	0,1	92,7	19 755	8,3	80,8
250 Mio. – 1 Mrd.	50	0,0	92,7	22 215	9,3	90,1
1 Mrd. und mehr	8	0,0	92,7	20 784	8,7	98,8
Neugründungen	12 453	7,3	100,0	2 834	1,2	100,0
Zusammen	170 674	100	100	238 234	100	100

1) Einschließlich Berlin.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 12

Unternehmen und Umsatz im Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen und Umsatzgrößenklassen  
Früheres Bundesgebiet<sup>1)</sup>

Unternehmen mit einem Umsatz von . . . bis unter . . . DM	Unternehmen			Umsatz		
	1993			1992		
	Anzahl	%	% kum.	Mio. DM	%	% kum.
Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen)						
25 000 – 50 000	13 992	19,6	19,6	465	0,6	0,6
50 000 – 100 000	11 386	15,9	35,5	816	1,1	1,7
100 000 – 250 000	13 682	19,1	54,6	2 215	3,0	4,7
250 000 – 500 000	9 383	13,1	67,7	3 334	4,5	9,2
500 000 – 1 Mio.	5 224	7,3	75,1	3 547	4,8	14,0
1 Mio. – 2 Mio.	2 263	3,2	78,2	3 132	4,2	18,3
2 Mio. – 5 Mio.	1 663	2,3	80,5	5 097	6,9	25,2
5 Mio. – 10 Mio.	611	0,9	81,4	4 223	5,7	30,9
10 Mio. – 25 Mio.	336	0,5	81,9	5 194	7,0	37,9
25 Mio. – 50 Mio.	113	0,2	82,0	4 016	5,4	43,3
50 Mio. – 100 Mio.	54	0,1	82,1	3 791	5,1	48,5
100 Mio. – 250 Mio.	31	0,0	82,1	4 327	5,9	54,3
250 Mio. – 1 Mrd.	15	0,0	82,2	8 501	11,5	65,8
1 Mrd. und mehr	6	0,0	82,2	24 599	33,3	99,1
Neugründungen	12 748	17,8	100,0	677	0,9	100,0
Zusammen	71 507	100	100	73 934	100	100

1) Einschließlich Berlin.

Quelle: Handels- und Gaststättenzählung 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 13

Ladengeschäfte und Verkaufsflächen im Einzelhandel nach der örtlichen Lage  
Deutschland

Örtliche Lage	Ladengeschäfte		Verkaufsfläche		
	am 30. April 1993				
	insgesamt	Anteil	insgesamt	Anteil	je Laden- geschäft
	Anzahl	%	1 000 qm	%	qm

## Einzelhandel mit Nahrungsmitteln

Zentrum der Gemeinde	42 988	37,3	9 269	32,9	216
Fußgängerzone	7 960	6,9	1 204	4,3	151
übrige Innenstadt	35 028	30,4	8 065	28,6	230
Nebenzentrum der Gemeinde	26 396	22,9	6 368	22,6	241
Fußgängerzone	2 059	1,8	349	1,2	169
übriges Nebenzentrum	24 337	21,1	6 018	21,3	247
Wohngebiet	36 426	31,6	6 040	21,4	166
Außerhalb geschlossener Besiedlung	3 622	3,1	2 189	7,8	604
Sonstige Lage	5 752	5,0	4 348	15,4	756
Zusammen	115 184	100	28 214	100	245

## Einzelhandel insgesamt

Zentrum der Gemeinde	196 314	48,9	36 009	41,1	183
Fußgängerzone	50 567	12,6	10 898	12,4	216
übrige Innenstadt	145 747	36,3	25 111	28,6	172
Nebenzentrum der Gemeinde	92 465	23,0	18 529	21,1	200
Fußgängerzone	9 178	2,3	1 499	1,7	163
übriges Nebenzentrum	83 287	20,8	17 030	19,4	204
Wohngebiet	83 010	20,7	10 830	12,4	130
Außerhalb geschlossener Besiedlung	9 098	2,3	5 854	6,7	643
Sonstige Lage	20 408	5,1	16 431	18,7	805
Zusammen	401 295	100	87 652	100	218

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 14

Ladengeschäfte und Verkaufsflächen im Einzelhandel nach der örtlichen Lage  
Früheres Bundesgebiet

Örtliche Lage	Ladengeschäfte		Verkaufsfläche		
	am 29. März 1985				
	insgesamt	Anteil	insgesamt	Anteil	je Laden- geschäft
	Anzahl	%	1 000 qm	%	qm

## Einzelhandel mit Nahrungsmitteln

In Gemeinden mit Vororten	55 173	56,9	10 890	57,1	197
in der Innenstadt	30 547	31,6	6 018	31,6	196
Hauptgeschäftslage	13 009	13,4	2 867	15,0	220
Nebengeschäftslage	17 638	18,2	3 152	16,5	179
in einem Vorort	24 526	25,3	4 873	25,6	199
Hauptgeschäftslage	10 410	10,7	2 323	12,2	223
Nebengeschäftslage	14 116	14,6	2 548	13,4	181
In Gemeinden ohne Vororte	40 124	41,4	7 241	38,0	180
Hauptgeschäftslage	20 991	21,6	4 040	21,2	192
Nebengeschäftslage	19 133	19,7	3 201	16,8	167
Außerhalb geschlossener Ortschaften	1 691	1,7	924	4,8	546
Zusammen	96 988	100	19 056	100	196

## Einzelhandel insgesamt

In Gemeinden mit Vororten	191 539	61,3	36 833	62,7	192
in der Innenstadt	124 785	39,9	24 634	41,9	197
Hauptgeschäftslage	61 035	19,5	14 289	24,3	234
Nebengeschäftslage	63 750	20,4	10 345	17,6	162
in einem Vorort	66 754	21,4	12 199	20,8	183
Hauptgeschäftslage	32 115	10,3	6 615	11,3	206
Nebengeschäftslage	34 639	11,1	5 584	9,5	161
In Gemeinden ohne Vororte	117 269	37,5	19 626	33,4	167
Hauptgeschäftslage	65 975	21,1	11 257	19,2	171
Nebengeschäftslage	51 294	16,4	8 370	14,2	163
Außerhalb geschlossener Ortschaften	3 785	1,2	2 321	3,9	613
Zusammen	312 593	100	58 780	100	188

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

Statistisches Bundesamt

Tabelle 15

Bevölkerung, Ladengeschäfte und Verkaufsflächen im Einzelhandel nach Regions- und Kreistypen  
Früheres Bundesgebiet

Regions-/Kreistyp	Wohnbevölkerung		Ladengeschäfte			Verkaufsfläche		
	insgesamt	Anteil	insgesamt	Anteil	je 10 000 Einwohner	insgesamt	Anteil	je 10 000 Einwohner
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	1 000 qm	%	qm
1993								
Regionen mit großen Verdichtungsräumen	36 161 953	55,4	179 172	54,3	50	39 953	53,0	1 105
Kernstädte	17 287 937	26,5	90 436	27,4	52	20 133	26,7	1 165
Hochverdichtete Kreise	12 050 907	18,5	56 390	17,1	47	12 794	17,0	1 062
Verdichtete Kreise	4 969 526	7,6	23 620	7,2	48	5 001	6,6	1 006
Ländliche Kreise	1 853 583	2,8	8 726	2,6	47	2 025	2,7	1 092
Regionen mit Verdichtungsansätzen	18 793 297	28,8	95 055	28,8	51	22 600	30,0	1 203
Kernstädte	3 436 615	5,3	19 033	5,8	55	5 439	7,2	1 583
Verdichtete Kreise	10 878 836	16,7	53 119	16,1	49	12 205	16,2	1 122
Ländliche Kreise	4 477 846	6,9	22 903	6,9	51	4 956	6,6	1 107
Ländlich geprägte Regionen	10 333 984	15,8	55 686	16,9	54	12 877	17,1	1 246
Verdichtete Kreise	5 452 291	8,4	27 949	8,5	51	6 933	9,2	1 272
Ländliche Kreise	4 881 693	7,5	27 737	8,4	57	5 944	7,9	1 218
Insgesamt	65 289 234	100	329 913	100	51	75 431	100	1 155
1985								
Regionen mit großen Verdichtungsräumen	33 883 927	55,5	171 501	54,9	51	32 271	54,9	952
Kernstädte	16 366 890	26,8	90 237	28,9	55	17 053	29,0	1 042
Hochverdichtete Kreise	11 190 347	18,3	50 876	16,3	45	9 883	16,8	883
Verdichtete Kreise	4 608 529	7,5	22 309	7,1	48	3 878	6,6	841
Ländliche Kreise	1 718 161	2,8	8 079	2,6	47	1 457	2,5	848
Regionen mit Verdichtungsansätzen	17 530 619	28,7	88 038	28,2	50	16 992	28,9	969
Kernstädte	3 314 473	5,4	17 948	5,7	54	4 287	7,3	1 293
Verdichtete Kreise	10 047 966	16,5	48 211	15,4	48	9 051	15,4	901
Ländliche Kreise	4 168 080	6,8	21 879	7,0	52	3 654	6,2	877
Ländlich geprägte Regionen	9 634 810	15,8	53 054	17,0	55	9 505	16,2	987
Verdichtete Kreise	5 053 451	8,3	26 196	8,4	52	5 043	8,6	998
Ländliche Kreise	4 581 359	7,5	26 858	8,6	59	4 462	7,6	974
Insgesamt	61 049 256	100	312 593	100	51	58 768	100	963

Quelle: Handels- und Gaststättenzählungen 1985 und 1993.

## Anlage 2

**Stellungnahme  
der Bundesregierung zum Grünbuch „Handel“**

Die EG-Kommission hat die Mitgliedstaaten und die Verbände zum Grünbuch „Handel“ zur Stellungnahme bis Ende Mai 1997 aufgefordert. Die Bundesregierung hat ihrerseits ebenfalls insbesondere von den Bundesländern, den deutschen Handelsverbänden, dem Deutschen Industrie- und Handelstag (DIHT) eine Reihe von Stellungnahmen eingeholt. Eine erste Erörterung des Grünbuchs hat inzwischen auch im Wirtschaftsausschuß des Deutschen Bundestages stattgefunden, und der Bundesrat hat eine Stellungnahme abgegeben. Auf der Grundlage dieser Stellungnahmen und der Erörterungen und der eigenen Bewertung vertritt die Bundesregierung zum Grünbuch folgende Auffassung:

Die Bundesregierung sieht in der Vorlage des Grünbuchs „Handel“ durch die Kommission der Europäischen Gemeinschaften einen Ansatzpunkt zur Darstellung der Bedeutung des Handels als zweitgrößtem Wirtschaftszweig in der EU, seiner Weiterentwicklung und den wichtigsten Herausforderungen, denen sich der Handel künftig gegenübersehen wird. Insofern stellt das Grünbuch eine nützliche Diskussionsgrundlage dar, wie sich bereits in der intensiven Erörterung in Deutschland gezeigt hat. Jedoch bedürfen die Aussagen im Grünbuch und insbesondere die handels- und wettbewerbspolitischen Schlußfolgerungen im einzelnen einer kritischen Würdigung. Dabei wird von Seiten der Bundesregierung nur auf die Hauptaspekte hingewiesen:

1. Das Grünbuch erhebt den Anspruch, den Handel insgesamt in der EU darzustellen. Auffallend ist aber, daß überwiegend Aussagen über die Entwicklung im Einzelhandel erfolgen. Auf die Entwicklung des Großhandels, seine besondere Stellung und Bedeutung und Zukunftsprobleme wird kaum eingegangen. Der Bereich der Handelsvermittlung wird überhaupt nicht berücksichtigt, obwohl er mit rd. 500 000 Unternehmen in der EU und einem vermittelten Umsatz von rd. 900 Mrd. Ecu nicht unbedeutend ist.

Als zu undifferenziert erscheint auch die Darstellung nach Vertriebsformen, Betriebs- und Geschäftstypen und Umsatz- bzw. Unternehmensgrößen. Gerade bei den Vertriebsformen und Geschäftstypen hat sich eine erhebliche Dynamik entwickelt. Expandiert haben insbesondere die Bereiche SB-Warenhäuser, Discounter, Fachmärkte. Abgenommen hat dagegen die Bedeutung des Facheinzelhandels und kleinerer Verkaufsstellen.

Zu wenig Beachtung findet auch die unterschiedliche Strukturentwicklung in den einzelnen EU-Staaten und zum Teil in den Regionen, so daß ein „Durchschnittsvergleich“ kaum Aussagekraft hat.

2. Neben der Fokussierung des Grünbuchs zu sehr auf den Einzelhandel ist festzustellen, daß das Grün-

buch Handel sehr stark auf das inhabergeführte Einzelhandelsunternehmen mit einer intensiven Anbindung an den lokalen Markt sozusagen als Idealtypus eines Handelsunternehmens abstellt. Damit in Zusammenhang steht die starke Hervorhebung seiner sozio-kulturellen Funktion und seines „Wertes“ an sich. Auf die bedeutende Rolle von mittleren und großen Handelsunternehmen insbesondere für die Effizienz des gesamten Distributionssystems wird nur unzureichend eingegangen. Damit wird die vielfältige Realität des Handels mit seinen sehr unterschiedlichen Geschäfts- und Betriebstypen nicht entsprechend abgebildet. Aus dieser Schwerpunktsetzung ergeben sich handels- und wettbewerbspolitische Folgerungen, die sich mehr auf die Erhaltung von kleinen, inhabergeführten Einzelhandelsunternehmen als auf eine dynamische Weiterentwicklung im Handel beziehen, in dem auch kleine und mittlere Unternehmen ihre Chancen haben.

3. Die Darstellung und die Aussagen zur Konzentration (Nr. 18 ff.) können nicht befriedigen; sie sind oft zu vage, widersprüchlich und zu undifferenziert. Dabei wäre es notwendig gewesen, eine sorgfältige Analyse der Konzentrationsvorgänge, z. B. auch nach Bereichen, Ursachen und Auswirkungen voranzustellen, bevor politische Schlußfolgerungen getroffen werden. Enorme Schwierigkeiten ergeben sich bereits bei der Erfassung der Konzentration durch die Einbeziehung der Kapital- und Konzernverflechtungen. Erhebliche Unterschiede bestehen zwischen den einzelnen Branchen in den Food- und Non-Food-Bereichen, der Großhandel weist z. B. in Deutschland bisher eine sehr geringe Konzentration auf. Außerdem haben vielfältige Ursachen zur Konzentration beigetragen (von der immer stärkeren Verbreitung des SB-Prinzips über die gestiegene Mobilität bis hin zum preisbewußten Verbraucherverhalten).

Bei den Auswirkungen der Konzentration wird im Grünbuch eher auf mögliche als auf tatsächliche Entwicklungen hingewiesen, so auf die Gefährdung des Wettbewerbs, befürchtete Nachteile für die Verbraucher (der Verbraucher tendenziell als „Opfer“ der Marktentwicklung). So wird im Grünbuch auch auf die eigentliche Frage, ob trotz Konzentration insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel noch funktionsfähiger Wettbewerb stattfindet, nicht eingegangen. Sie ist z. B. für Deutschland eindeutig zu bejahen. In Deutschland ist der Wettbewerb gerade im Einzelhandel besonders intensiv, vergleichsweise niedrig sind die Umsatzrenditen. Der Verbraucher hat nicht nur durch sein Nachfrageverhalten diese Entwicklung entscheidend beeinflusst, sondern profitiert deutlich von ihr.

Kritisch ist auch die Darstellung zu den Auswirkungen der Konzentration auf die Herstellerseite zu sehen (steigende Nachfragemacht des Handels). Sie wird häufig überschätzt, sie ist außerdem je nach Produkt bzw. Produktgruppe differenziert zu

- beurteilen (s. Vielzahl der Produkte, z. T. ist die Konzentration auf der Angebotsseite, so z. B. bei Nahrungsmittelherstellern noch größer). Die Rolle von Einkaufsvereinigungen in diesem Zusammenhang wird ebenfalls sehr einseitig und z. T. unzutreffend beschrieben (als „Belastung“ der Beziehung zwischen Herstellern und Händlern).
4. Bei der Darstellung der Entwicklung eines unabhängig organisierten Handels (Nr. 23 ff.) wird zu wenig auf die hilfreiche Rolle von Einkaufskooperationen bzw. Kooperationen hingewiesen. Gerade in ihnen sind sehr viele mittelständische Facheinzelhandelsunternehmen als Mitgliedsfirmen organisiert, die sich sonst im Wettbewerb kaum oder nicht behaupten könnten. Je nach Intensität der Liefer- und Leistungsbeziehungen zwischen den Mitgliedsunternehmen und den Kooperationszentralen haben sich sehr verschiedenartige Systeme herausgebildet. Die Einkaufskooperationen haben – zwar unterschiedlich – dabei in den letzten Jahren ihr Funktionsprofil, insbesondere durch eine stärkere Anbindung der Mitgliedsunternehmen und stärkere Aktivitäten auf der Absatz- bzw. Marketingseite, durch die Entwicklung eigener Handelsmarken, aber auch durch Steigerung des Eigengeschäfts der Gruppenzentrale verändert. Immer stärker tragen größere Handelskooperationen auch ihrer veränderten Rolle dadurch Rechnung, indem sie sich „internationalisieren“, so durch Zusammenarbeit mit anderen Kooperationen in anderen europäischen Staaten, durch Akquisition neuer Mitgliedsunternehmen bzw. durch Gründung eigener Vertriebsgesellschaften in diesen Ländern.
  5. Die zunehmende Tendenz des grenzüberschreitenden Handels in der EU wird nicht hinreichend dargestellt. Richtig ist zwar, daß der Binnenhandel nach wie vor weitgehend „local business“ bleiben wird mit starken lokalen und regionalen Bezügen. Dennoch richten sich die Unternehmen immer stärker im Zuge der „Europäisierung“ bzw. „Globalisierung“ der Märkte international aus. Dies gilt nicht nur traditionell für den Bereich des Groß- und Außenhandels und der Handelsvermittlung, sondern zunehmend auch für den Einzelhandel, sowohl auf der Beschaffungs- als auch auf der Absatzseite. Durch diese zunehmende Europäisierung des Ein- und Verkaufs – inzwischen auch in Richtung von Mittel- und Osteuropa – wird nicht nur das Maß der Konzentration in den einzelnen Staaten relativiert, sondern auch der Distributionswettbewerb durch neue Marktteilnehmer verstärkt. Von dieser Entwicklung profitiert nicht zuletzt der Verbraucher. An dieser Entwicklung sind zwar bisher vornehmlich größere besonders filialisierte Handelsunternehmen beteiligt, immer stärker nutzen aber auch Kooperationsgruppen die Möglichkeiten international präsent zu sein. Durch die immer stärkere Beteiligung auch von den Kooperationsgruppen ergibt sich so die Möglichkeit, daß auch die kleinen und mittleren Unternehmen an dieser Entwicklung partizipieren. Um so wichtiger erscheint, daß grenzüberschreitende Hemmnisse abgebaut bzw. beseitigt werden, so z. B. im steuerlichen Bereich,
  - im Marktzugang, bei Genehmigungsverfahren (s. auch Nr. 55 und 56). Hierin sollte von daher auch ein besonderer Schwerpunkt der Politik der EG gesetzt werden.
  6. Bei der Darstellung der neuen Herausforderungen des Binnenhandels (Nr. 53 ff.) werden auch von der Bundesrepublik Deutschland die Nutzung der neuen Techniken insbesondere der Multimediaeinsatz, die Einführung des Euro und die verstärkte Berücksichtigung von Verbraucherbelangen als sehr bedeutsam angesehen. Was die Aussagen zur „ländlichen Umgebung“ bzw. dem „städtischen Umfeld“ anbetreffen, so ist die Bundesregierung der Auffassung, daß sie zu sehr unter dem Gesichtspunkt der Erhaltung traditioneller Strukturen stehen, statt auch hier den heutigen Marktgegebenheiten und insbesondere dem veränderten Verbraucherverhalten ausreichend Rechnung zu tragen. Hinzu kommt, daß gerade in diesen Bereichen eine ausreichende Analyse der Entwicklung fehlt; um so mehr wäre es verfrüht, schon jetzt Defizite oder Mängellagen erkennen zu wollen und Maßnahmen zu ihrer Beseitigung vorzusehen. Die Bundesregierung läßt z. Z. eine Untersuchung zur aktuellen Einschätzung der Nahversorgungssituation in Deutschland erstellen, um über eine hinreichende empirische Basis zu verfügen.
- Bisher jedenfalls hat sich der räumliche Strukturwandel im Handel in Deutschland ohne größere Probleme bei der Versorgung der Bevölkerung insgesamt vollzogen. Mit hoher Flexibilität stellten sich die Angebotsseite wie auch die Verbraucher auf die neuen Gegebenheiten ein. Hinzuweisen ist besonders auf den verstärkten Einsatz von mobilen Verkaufsstellen, die Übernahme von Versorgungsfunktionen durch andere Anbieter, wie z. B. Tankstellen, Gastwirtschaften, Metzgereien. Auch spielt das geänderte Konsumentenverhalten mit einer deutlichen Präferenzverlagerung zu verkehrsgünstig gelegenen Einkaufsmöglichkeiten mit einem breiten preiswerten Angebot eine wichtige Rolle. Dies gilt im übrigen auch für städtische Bereiche, wo ebenfalls keine gravierenden Versorgungsprobleme in Deutschland, wie z. B. in Nummer 86 ausgeführt, aufgetreten sind.
7. Bei den Maßnahmen der EU-Mitgliedstaaten und der EG im Bereich des Handels (Nr. 37 ff.) ist für die Bundesregierung besonders wichtig, daß sich die Maßnahmen und Aktionen der Kommission im Einklang mit dem Subsidiaritätsprinzip bewegen. Darauf weist die Kommission zwar selbst hin (Nr. 103), allerdings trägt sie dem nicht in ausreichendem Maße Rechnung. So ist z. B. nicht erkennbar, worin die von der Kommission festgestellte Notwendigkeit, eine integrierte Politik zur Städteförderung zu entwickeln, bestehen soll. Die für erforderlich gehaltenen städteplanerischen Maßnahmen können vielmehr auf nationaler Ebene ausreichend verwirklicht werden. Ein transnationaler Bezug ist hier nicht erkennbar. Gleiches gilt auch für geplante Aktivitäten für den ländlichen Raum, zumal es hier Tendenzen gibt, sie mit einem besonderen Be-

standsschutz für bestimmte Einzelhandelseinrichtungen zu verbinden. Damit wird die Gefahr gesehen, die Grundlage für Markteingriffe und Erhaltungssubventionen zu schaffen. Eine solche Politik wird von der Bundesregierung nicht nur aus grundsätzlichen Erwägungen, sondern auch von den Ergebnissen her abgelehnt. Eine strukturkonservierende Politik kann mittel- und längerfristig nur zu Lasten der Verbraucher gehen. Nicht geteilt werden kann hierzu auch die Auffassung, daß solche Maßnahmen sich unter beschäftigungspolitischen Gesichtspunkten rechtfertigen ließen, so u. a. mit dem Hinweis, daß es sich bei jedem dritten kleinen und mittleren Unternehmen um ein Handelsunternehmen handelt. Denn gerade die kleinen und mittleren Unternehmen im Handel haben in den letzten Jahren eher Marktanteilsverluste hinnehmen müssen und sind auf Rationalisierung um so mehr angewiesen. Durch sie die Beschäftigung sichern zu wollen, hieße von daher, ihnen zusätzliche Hilfen in Aussicht zu stellen bzw. zu gewähren. Dies kann keine sinnvolle zukunftsgerichtete Politik sein.

#### Zusammenfassung

1. Die Bundesregierung hält – trotz nützlicher Ansatzpunkte – die deskriptive Analyse insgesamt für nicht ausreichend. Die Entwicklung des Binnenhandels in seiner ganzen Breite und Vielfalt, in seiner Stellung zu anderen Wirtschaftsbereichen und in der differenzierten Strukturentwicklung und dem Wettbewerb wird nicht hinreichend dargestellt. Immer noch gibt es hier erhebliche definitorische, statistische Schwierigkeiten und erhebliche nationale Besonderheiten. Zu relativieren sind schon von daher eine Reihe von Aussagen und Schlußfolgerungen, die die EG-Kommission trifft.
2. Die deskriptive Analyse spricht dennoch wichtige Handlungsfelder für die Zukunft an. Auch die Bundesregierung ist der Auffassung, daß einzelne sehr viel stärker in der EG-Politik ihren Niederschlag finden sollten. Der Handel sollte vor allem in denjenigen Gemeinschaftspolitikfeldern noch stärker Berücksichtigung finden, in denen wichtige Rahmendaten geschaffen werden, wie z. B. in der Verbraucherschutz-, Umweltschutz-, Wettbewerbs- und Steuerpolitik. Wichtige Ziele für den Handel sind auch die Deregulierung und der Abbau hemmender und kostenerhöhender Vorschriften. Umso mehr sollten hier die Akzente einer „Binnenhandelspolitik“ der Kommission gesetzt werden, für den Handel einen möglichst günstigen allgemeinen politischen Rahmen zu schaffen. Dies wird im Grünbuch nicht hinreichend klar; zumindest lassen einige Passagen des Grünbuchs vermuten, daß damit eher die Basis für Eingriffe zur „Marktgestaltung“ und für Kompetenzverlagerungen geschaffen werden soll. Die Erhaltung und Schaffung konkurrenzfähiger Unternehmen sowie eines funktionierenden Wettbewerbs kann jedoch nicht durch eine Bestandswahrung von z. T. veralteten Strukturen, sondern nur durch möglichst freien Wettbewerb und möglichst große Transparenz erreicht werden. Dies sollte von daher auch klare politische Zielsetzung der EG-Kommission in einer Politik für den Binnenhandel sein.
3. Nicht nur unter Subsidiaritätsgesichtspunkten werden Ansätze einer EG-spezifischen Bereichspolitik für den Handel, d. h. eine Sektorpolitik für einen besonderen Wirtschaftsbereich zu betreiben, abgelehnt. Dies schließt auch spezifische Fördermaßnahmen ein. Hierin wird die Gefahr gesehen, für den Handel eine „Sonderrolle“ zu begründen, die sich nicht rechtfertigen läßt. Dies gilt auch für die Erstellung eines „Weißbuchs“ für den Handel, ebenfalls für eine eventuelle Erweiterung von Artikel 130 EG-Vertrag, so u. a. um „Handel und Gewerbe“, wie dies bei der Sitzung des Ausschusses für Handel und Vertrieb am 11. April 1997 z. T. gefordert wurde. Der Handel sollte allerdings an den bestehenden EG-Fördermaßnahmen voll partizipieren können und in die KMU-Politik der EG-Kommission als integraler Bestandteil einbezogen werden. Die Maßnahmen im Rahmen der Initiative Commerce 2000 sollten fortgesetzt werden, allerdings auch weiterhin eindeutig ausgerichtet auf die technologische und strukturelle Verbesserung von kleinen und mittleren Unternehmen des Handels.
4. Die Bundesregierung ist bereit, mit der EG-Kommission in eine vertiefte Diskussion zu allen Aspekten, die den Handel besonders betreffen, einzutreten. Auch sie ist der Ansicht, daß dem Handel schon aufgrund seiner gesamtwirtschaftlichen Bedeutung in der Politik gebührend Rechnung zu tragen ist. Auf nationaler Ebene wird von daher ebenfalls ein intensiver Dialog mit den Bundesländern und Verbänden gepflegt. Verbessert und vertieft werden sollte vor allem wieder der Meinungsaustausch im Ausschuß der Regierungssachverständigen für Handel und Vertrieb. Seine Aufgabe sollte dabei besonders sein, mitzuhelfen, für den Handel gute zukunftsgerichtete Rahmenbedingungen zu schaffen.





