

ULRICH HATZFELD/THOMAS SCHRÖDER

Städtebauliche und regionalplanerische Auswirkungen veränderter Ladenschlußzeiten

Kurzfassung

Nach langer und zum Teil sehr emotional geführter Diskussion wurde im Herbst 1989 der sogenannte "Dienstleistungsabend" eingeführt. Seitdem sind nach § 3 des Ladenschlußgesetzes (LSchlG) die Ladenöffnungszeiten donnerstags bis 20.30 Uhr ausgedehnt. Ein zeitlicher Ausgleich soll an den ohnehin schwach frequentierten langen Samstagen in den Sommermonaten stattfinden; die zulässige Ladenöffnungszeit wurde hier auf 16.00 Uhr verkürzt.

Mit der Änderung des Ladenschlußgesetzes fanden die bereits seit der Verabschiedung des Gesetzes im Jahre 1956 anhaltenden Diskussionen und Auseinandersetzungen um dessen Notwendigkeit bzw. dessen angeblich negativen wirtschaftsstrukturellen und versorgungspolitischen Auswirkungen ein (vorläufiges) Ende. Die Stellungnahmen zum LSchlG reichten von der Forderung nach vollkommener Abschaffung über verschiedene Modifikationen bis hin zur Beibehaltung des "notwendigen und erprobten Ordnungsrahmens" (1).

Ausgehend von neueren Befragungen und Zählungen geht der vorliegende Beitrag der Frage nach, welche Auswirkungen der Dienstleistungsabend nun tatsächlich gehabt hat und wie sich die Ausweitung der Verkaufszeiten am langen Donnerstag auf die Städte und Gemeinden ausgewirkt hat.

1. Zur planerischen Relevanz veränderter Ladenschlußzeiten

Die Auseinandersetzungen um die Veränderung der Ladenschlußzeitregelung wurde von Seiten der raumbezogenen Planung mit großem Interesse verfolgt. Dieses Interesse gründet sich auf die Erkenntnis, daß die Bereiche Einzelhandel und Stadtentwicklung in vielfältiger Weise miteinander verbunden sind; die Erfahrung zeigt, daß fast alle grundlegenden Veränderungen im Bereich des Einzelhandels mit erheblichen räumlichen Konsequenzen verbunden sein können. Verändert sich das räumlich-zeitliche Einkaufsverhalten, hat dies auf lange Sicht eine Umwertung von Standortfaktoren im Handel zur Folge, die wiederum eine räumliche Reorganisation der Handelsstandorte verursachen.

Aus regionalplanerischer bzw. städtebaulicher Sicht ist der Dienstleistungsabend vor allem wegen folgender zwei Aspekte von Interesse:

- Für bestimmte städtische Funktionen (in erster Linie Einzelhandel, aber auch öffentliche und private Dienstleistungen) werden zeitliche Strukturen gelockert. Mit der Ausweitung des zeitlichen Rahmens, in dem eine städtische Funktion genutzt werden kann, vergrößern sich die Möglichkeiten für
 - o eine erhöhte Anzahl von verkoppelten urbanen Aktivitäten (z.B. Einzelhandel / Gastronomie / Kultur / öffentliche Dienstleistungen); die Multifunktionalität städtischer Zentren wird gestärkt.

- o eine zeitlich gleichmäßigere Nutzung städtischer Infrastruktur (Abbau von Spitzenbelastungen, Auflösung der zeitlichen Verbindung zwischen Geschäfts- und Arbeits-schluß).
- o einen relativen Bedeutungsgewinn von städtischen Teilbereichen mit hoher Nutzungsbündelung und -mischung (Zentren), da durch potentiell verlängerte Aufenthaltszeiten urbane Qualitäten besser in Wert gesetzt werden können.

- Da die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit des Dienstleistungsabends für verschiedene Betriebsformen bzw. Standortlagen des Handels ausgesprochen unterschiedlich sein wird, kann von einer Umwertung von Standortfaktoren zwischen verschiedenen Lagetypen des Handels ausgegangen werden. Insofern wird die Attraktivitätsverteilung zwischen städtischen (Haupt- und Nebenzentren, dezentrale Lagen) und regionalen Zentren-typen (Ober-, Mittel- und Grundzentren) tangiert.

Im Hinblick auf die räumlichen Auswirkungen der veränderten Ladenöffnungszeiten können aus Sicht der Raumplanung folgende potentiellen Wirkungsbereiche genannt werden:

- Stadtentwicklung/Zentrenstruktur,
- Wohnungsnahe Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen,
- Verkehrliche Wirkungen,
- Stadtqualität und Sicherheit in der Stadt.

2. Neuere empirische Erhebungen und Erkenntnisse

Nach fast zweijährigen Erfahrungen mit dem Dienstleistungsabend liegen inzwischen mehrere, empirisch fundierte Untersuchungen zu den absatzwirtschaftlichen und sonstigen Auswirkungen der Neuregelung vor. Dabei handelt es sich vor allem um folgende Untersuchungen:

- Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG), Köln, hat im November 1989 und im Oktober 1990 Untersuchungen zur Akzeptanz des Dienstleistungsabends in Auftrag gegeben (2). In einer für die Privathaushalte repräsentativen Untersuchung wurden insgesamt 1 083 Haushalte in den alten Bundesländern befragt.
- Zusätzlich führte die BAG im Oktober 1990 Besucherzählungen in Mitgliedsbetrieben durch (ca. 500 Betriebe in 220 Städten); dabei wurden etwa 18 Mio. Besucher gezählt (3).
- Auch der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) hat zu derselben Problematik eine bislang noch nicht vollständig aufbereitete Befragung von Einzelhändlern vorgelegt, die einen Rücklauf von rd. 5 500 Fragebögen erbrachte (4).
- Eine von der Fachhochschule Dortmund herausgegebene Veröffentlichung einer Passantenbefragung verdeutlicht das Besuchsverhalten am langen Donnerstag in der Dortmunder Innenstadt (5).

Akzeptanz durch die Bevölkerung

Im Verlauf des ersten Jahres, in dem der Dienstleistungsabend angeboten wurde, haben etwa 16 Mio. Verbraucher mindestens einmal von dem neuen Angebot Gebrauch gemacht. Für etwa ein Fünftel der befragten Haushalte ist der Dienstleistungsabend zu einer Einrichtung geworden, die diese nicht mehr missen möchten (6).

Auffällig ist die starke Zunahme der Beteiligung von 24 % der Befragten im Jahre 1989 auf 33 % im Jahr 1990 (7); am stärksten haben von dieser Zunahme die Verbrauchermärkte profitiert.

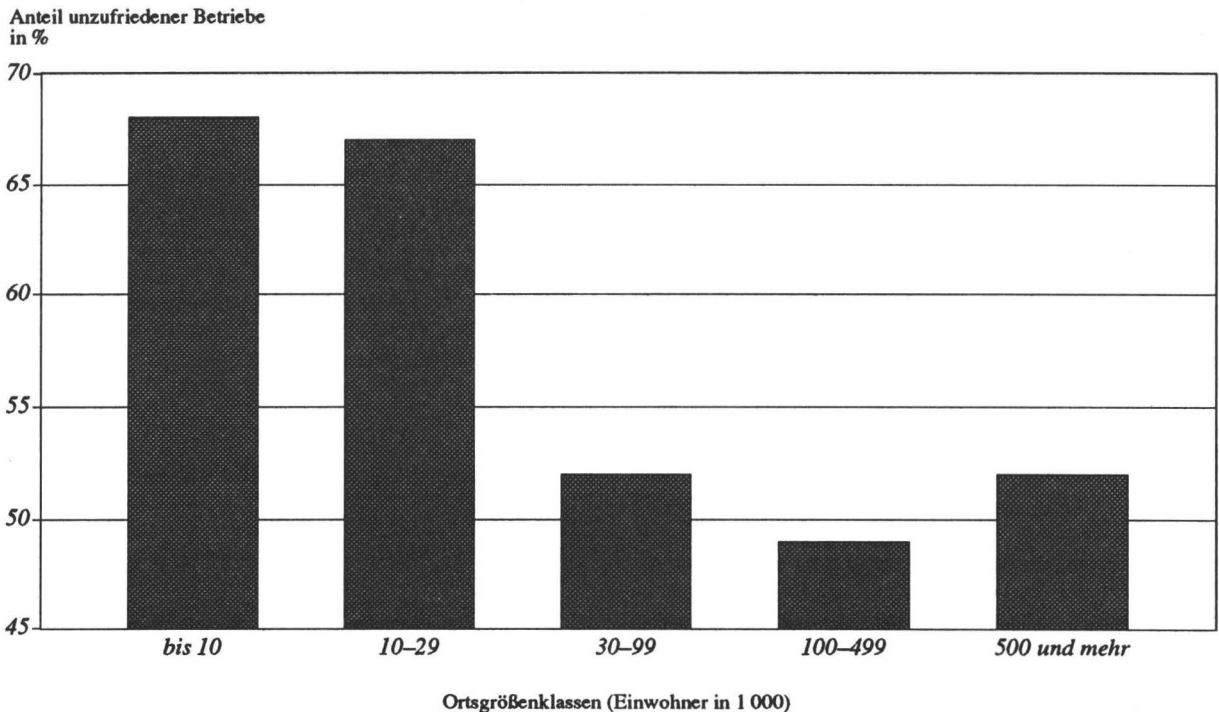
Die Mehrzahl der Besucher nutzt den Dienstleistungsabend lediglich zum Einkaufen (61 %), während 37 % zusätzlich in eine Gaststätte oder ein Café gehen. Nur ein kleiner Teil geht nach Geschäftsschluß noch ins Kino (4 %) oder ins Theater (1 %); bei dieser Gruppe handelt es sich in erster Linie um jüngere, besser

ausgebildete und gut verdienende Verbraucherschichten (8). Der Dienstleistungsabend ist von Anfang an ein reiner Kaufabend geblieben (9).

Räumliche Differenzierung

Regional betrachtet sind die Besucherzahlen in den Großstädten offenbar am höchsten, während der ländliche Raum sowie kleine und mittlere Gemeinden nicht so stark frequentiert wurden. Obwohl keine statistischen Informationen zu den absoluten Nutzungszahlen vorliegen, wird die Vermutung ungleich verteilter Besucherströme durch eine Befragung gestützt, in der die Zufriedenheit der Einzelhändler mit der Kundenfrequenz, differenziert nach Ortsgrößenklassen, ermittelt wurde (vgl. Abb. 1).

Abbildung 1:
Zufriedenheit von Einzelhändlern mit der Kundenfrequenz am Dienstleistungsabend,
differenziert nach Ortsgrößenklassen

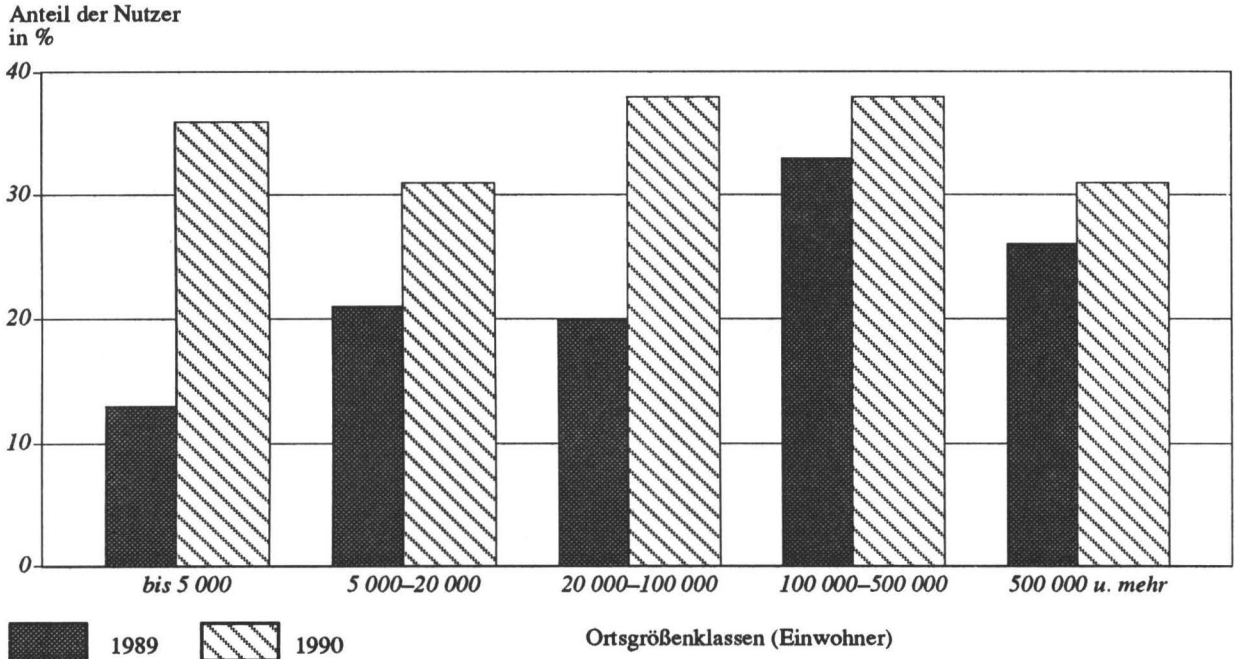


Quelle: Weitz, Robert (HDE): Ein Jahr Dienstleistungsabend – wem hat er was gebracht? Vortragsmanuskript o.O., o.J., S. 17, eigene Darstellung.

Wenngleich die Großstädte am langen Donnerstag bevorzugte Einkaufsziele darstellen, ist der Anteil derjenigen Haushalte, die den Dienstleistungsabend nutzen, in Groß- und Kleinstädten

annähernd gleich hoch. Bemerkenswert ist darüber hinaus, daß die anfängliche Zurückhaltung der Bewohner kleinerer Gemeinden schnell nachgelassen hat (vgl. Abb. 2).

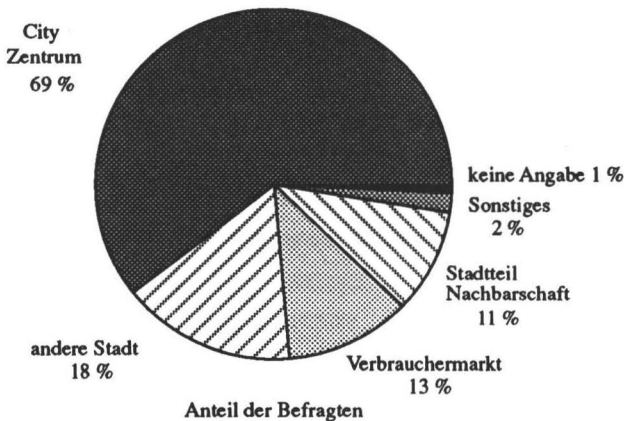
Abbildung 2:
Herkunft der Kunden des Dienstleistungsabends
nach Orten unterschiedlicher Größen 1989 und 1990 im Vergleich



Quelle: IFAV: Der Dienstleistungsabend. Erfahrungen nach einem Jahr. Manuskript. Köln, November 1990, S. 6, eigene Darstellung.

Sehr differenzierte Informationen liegen hinsichtlich der innerstädtischen Verteilung der Besucherströme am langen Donnerstag vor (vgl. Abb. 3):

Abbildung 3:
Bevorzugte Besuchsziele am Dienstleistungsabend



Quelle: IFAV: Der Dienstleistungsabend. Erfahrungen nach einem Jahr. Tabellenband. Manuskript. Köln, November 1990, S. 19, eigene Darstellung.

- Etwa sieben von zehn Personen, die den langen Donnerstag nutzen, besuchen die Stadtzentren (10).
- Erst mit deutlichem Abstand folgen die Standorte auf der grünen Wiese.

- Den Stadtteilzentren und "Nachbarschaftsläden" kommt lediglich eine geringe Bedeutung zu.
- Fast jeder Fünfte nutzt den Dienstleistungsabend, um in eine andere Stadt zu fahren.

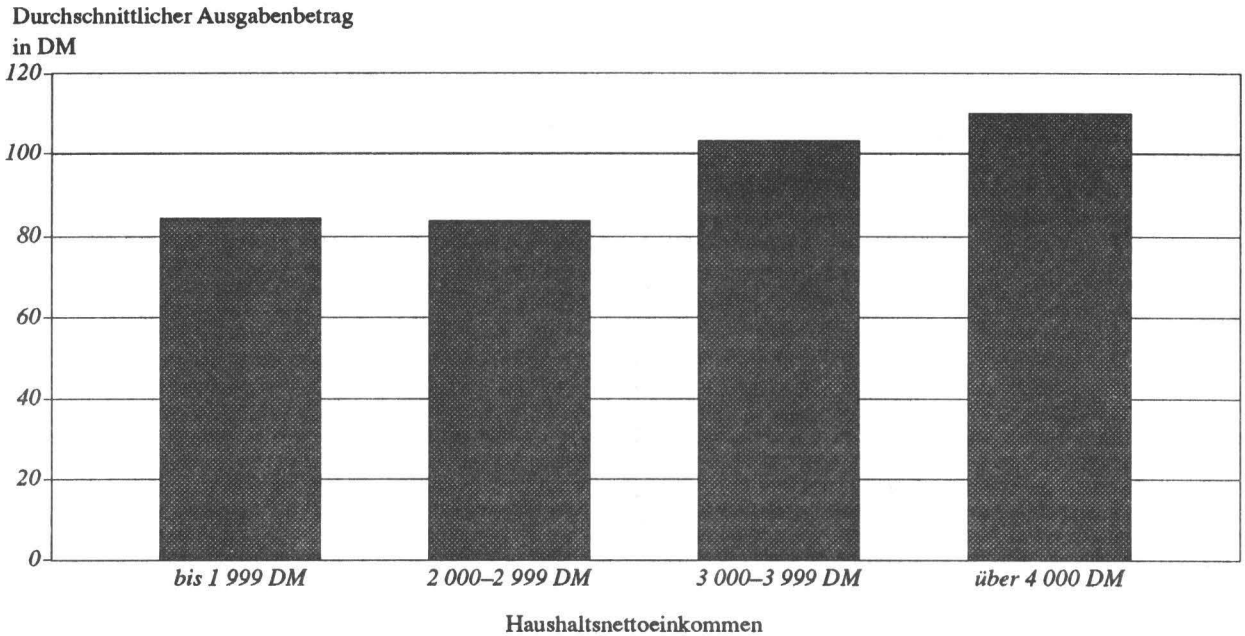
Zunächst kann also festgehalten werden, daß der Dienstleistungsabend zu einer verstärkten Nutzung schon bestehender Einzelhandelsagglomerationen, insbesondere der Innenstädte von Großstädten sowie der nichtintegrierten Verbrauchermarktstandorte, führt. Die Tatsache, daß fast jeder Fünfte am Dienstleistungsabend in eine andere Stadt fährt, kann als Hinweis darauf verstanden werden, daß die Nutzer des langen Donnerstags relativ große Einkaufsentfernungen in Kauf nehmen.

Konsumverhalten

Das Publikum des Dienstleistungsabends wird der IFAV-Untersuchung zufolge als "konsuminteressiert und konsumfähig" charakterisiert. Es sind wiederum die jüngeren, die berufstätigen, die besser ausgebildeten, die besser verdienenden Verbraucher aus Großstädten, die auch häufiger als andere den Dienstleistungsabend genutzt haben (11). Nach den Erhebungen des HDE handelt es sich bei den Besuchern am Dienstleistungsabend jedoch zu großen Teilen um "Sehpublikum" (Anteile zwischen 47 % und 56 %); lediglich an Standorten am Stadtrand überwiegen "kaufreudige" Kunden (12). Zu ähnlichen Einschätzungen gelangen auch die anderen empirischen Untersuchungen.

Bevorzugt werden am Donnerstagabend Bekleidung und Lebensmittel eingekauft (13). Dabei zeigt sich in allen Branchen eine schwache Tendenz zu höherwertigen Waren (14). Dennoch werden am langen Donnerstag vergleichsweise niedrige Beträge ausgegeben: Der Ausgabendurchschnitt beträgt etwa 100 DM (15) (vgl. Abb. 4).

Abbildung 4:
Durchschnittlicher Ausgabenbetrag am Dienstleistungsabend 1990



Quelle: IFAV: Der Dienstleistungsabend. Erfahrungen nach einem Jahr. Tabellenband. Manuskript. Köln, November 1990, S. 18, eigene Darstellung.

Beteiligung des Einzelhandels

Im vierten Quartal 1990 beteiligten sich etwa 10 % der Einzelhändler am Dienstleistungsabend, wobei eine rückläufige Tendenz zu beobachten ist. Zu Beginn des langen Donnerstags, im

4. Quartal 1989, hatte noch etwa ein Viertel aller Einzelhandelsbetriebe teilgenommen (16).

Die räumliche Verteilung der Beteiligung korrespondiert naturgemäß mit den bereits beschriebenen Besucherströmen (vgl. Abb. 5).

Abbildung 5:
Zufriedenheit von Einzelhändlern mit der Kundenfrequenz am Dienstleistungsabend,
differenziert nach Geschäftslagen



Quelle: Weitz, Robert (HDE): Ein Jahr Dienstleistungsabend – wem hat er was gebracht? Vortragsmanuskript, o.O., o.J., S. 17, eigene Darstellung.

Einkaufsmöglichkeiten finden sich am langen Donnerstag vorwiegend "an den Standorten, an denen der Verbraucher den Kaufabend angenommen hat. Dies sind die Standorte mit starker Zusammenballung von Einzelhandelsbetrieben:

- die City-Lagen der Großstädte (66 % der Betriebe, die auch künftig noch am Kaufabend teilnehmen),
- die Stadtrandlagen (Grüne Wiese) der Mittel- und Oberzentren (10 %),
- die Randgebiete der Innenstädte (13 %) sowie
- die zusammenhängend erbauten Einkaufszentren, Passagen und Galerien (53 % der dort beheimateten Betriebe)" (17).

Sehr gering ist die Beteiligung bei den Nachbarschaftsläden (18).

Der HDE kommt zusammenfassend zu dem Schluß, daß der Dienstleistungsabend "erstens die Sogwirkung der gewachsenen Handelszentren erhöht, in mindestens gleichem Umfang aber auch die Attraktivität der zusammenhängend erbauten Einkaufszentren, Galerien und Passagen sowie der Handelsagglomerationen in Stadtrandlagen und auf der grünen Wiese. Betriebe in den Einkaufszentren und den Stadtrandlagen waren ... sogar zufriedener als die City-Betriebe. Alle drei Standorttypen haben aus den Stadtteilzentren und aus dem Umland der Oberzentren Kraft abgezogen ..." (19). Allerdings haben diese Auswirkungen bislang nicht – u.a. weil 1990 ein sehr umsatzstarkes Jahr war – zu Veränderungen in der Einzelhandelsversorgung der benachteiligten Standorte geführt.

Abbildung 6:
Veränderung der Ertragslage durch den langen Donnerstag

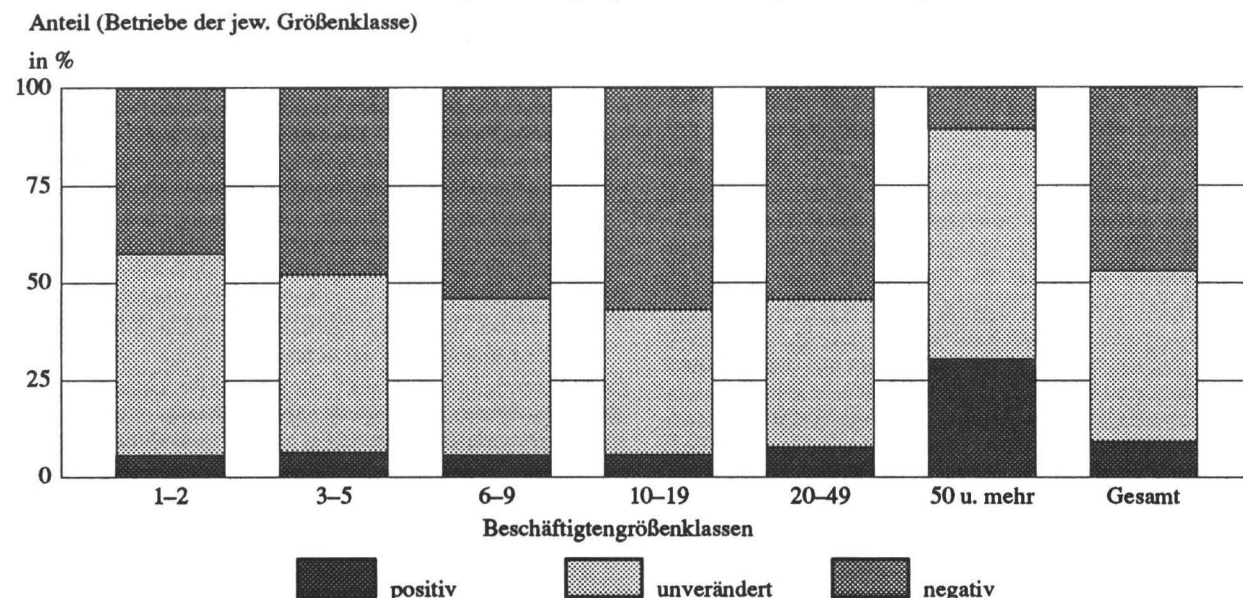
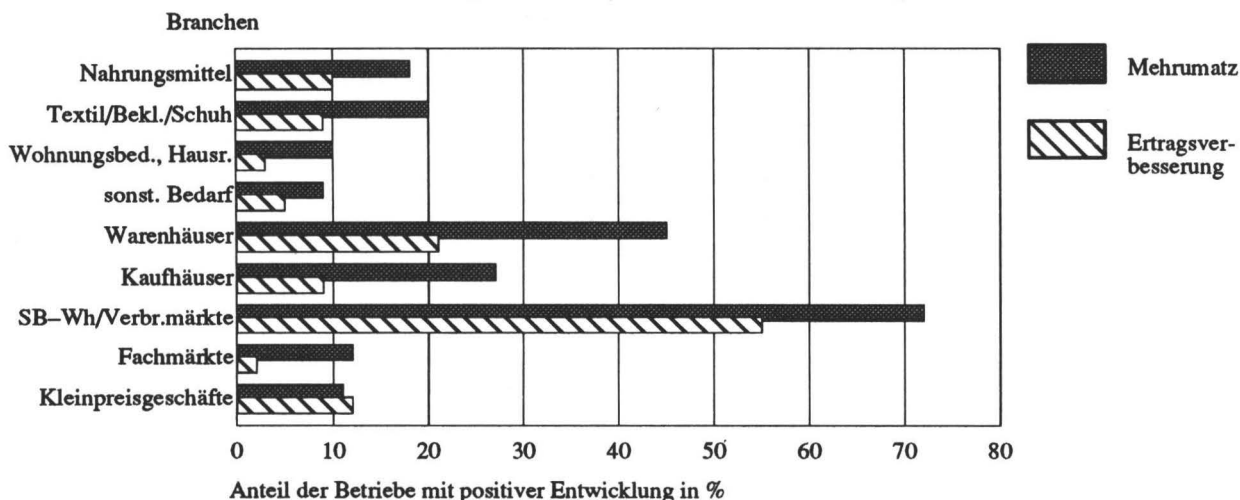


Abbildung 7:
Mehrumsatz und Ertragsverbesserung durch die Teilnahme am Kaufabend?



Die Ertragslage der Einzelhandelsbetriebe hat sich durch den Dienstleistungsabend – so die HDE-Befragung weiter – nicht verbessert (20). Insgesamt wurde kein meßbarer Mehrumsatz erzielt, da die Verbraucher wegen der verlängerten Ladenöffnungszeiten nicht mehr Geld ausgeben. Auch Umsatzumverteilungen zugunsten der am Dienstleistungsbedarf öffnenden Betriebe hat es in drei Viertel aller Fälle nicht gegeben. Dagegen hat sich bei mehr als der Hälfte der teilnehmenden Betriebe wegen der höheren Kosten die Ertragslage verschlechtert. Nur etwa 10 % der öffnenden Betriebe konnten ihre finanzielle Situation verbessern (vgl. Abb. 6 und 7).

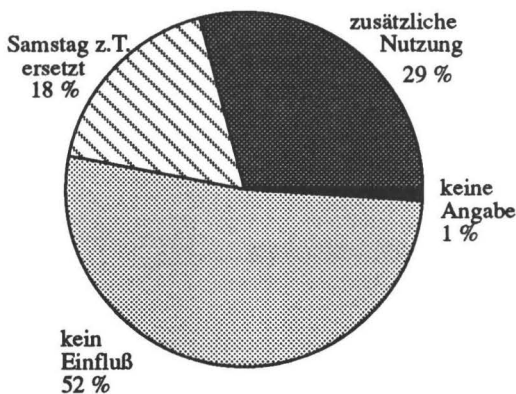
Die betriebsformenspezifische Differenzierung zeigt, daß große Betriebe in stärkerem Maße vom Dienstleistungsabend profitieren als kleine. Mehr als die Hälfte der Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten konnten im Zusammenhang mit dem Dienstleistungsabend ihren Umsatz steigern, ein Drittel dieser Gruppe auch den Ertrag. "Der Kaufabend hat sich . . . zu einem Zusatzgeschäft für die großen City-Warenhäuser, die großen Bekleidungshäuser und die SB-Warenhäuser entwickelt" (21).

Langer Donnerstag als Ersatz für den langen Samstag?

Die Besucherströme des langen Donnerstags setzen sich zum Teil aus Personen zusammen, die ansonsten den langen Samstag genutzt haben (22); jedoch ist der lange Samstag hinsichtlich der Besucherzahlen nach wie vor bedeutender als der Dienstleistungsabend. Ein knappes Drittel der Verbraucher nutzt den langen Donnerstag zusätzlich zum Samstag, nur bei 18 % hat er ihn ersetzt. 52 % gaben an, daß er keinen Einfluß hat. Nur 13 % der Befragten störte die Verkürzung des langen Samstags in den Sommermonaten, 79 % dagegen war sie gleichgültig (23).

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt die Befragung in der Dortmunder Innenstadt: Nur eine Minderheit von 14 % geht am langen Samstag jetzt nicht mehr in die Stadt. Der Rest nutzt ihn immer noch oder hat ihn nie genutzt. 67 % aller Befragten gaben an, daß sich durch den langen Donnerstag ihre Einkaufstage nicht verschoben haben (24).

Abbildung 8:
Dienstleistungsabend und langer Samstag



Quelle: IFAV: Der Dienstleistungsabend. Erfahrungen nach einem Jahr. Tabellenband. Manuskript. Köln, November 1990, S. 23, eigene Darstellung.

3. Auswirkungen des Dienstleistungsabends aus städtebaulicher Sicht

Auf der Basis der genannten empirischen Erhebungen können nun die Auswirkungen des Dienstleistungsabends auf die räumliche Entwicklung abgeschätzt werden:

1) Auswirkungen auf die Stadtentwicklung/Zentrenstruktur

Die Untersuchungen belegen eindeutig, daß durch den Dienstleistungsabend bereits bestehende Handelsagglomerationen in den Cities der Großstädte und auf der grünen Wiese zu Lasten der Stadtteilzentren und Nachbarschaftsläden begünstigt werden. Im regionalen Maßstab fördern die neuen Öffnungszeiten bzw. die durch diese Öffnungszeiten bedingten Einkaufsgewohnheiten die Oberzentren. Innerhalb der Cities werden durch die überproportionale Begünstigung größerer Warenhäuser, Textilkaufhäuser und überregional tätiger Filialisten die 1a-Lagen gegenüber den 1b-Lagen weiter aufgewertet, was aus planerischer Sicht kaum sinnvoll erscheint.

Unter den gegebenen Bedingungen (Polarisierung des Einzelhandelsangebots in den Hauptzentren der Großstädte sowie an nicht-integrierten Standorten) ist eine solche räumliche Zentralisierungstendenz ohne Frage nicht wünschenswert, da es in den "überagglomerierten" Zentren leicht zu Überlastungserscheinungen und im übrigen Bereich zur Unterversorgung mit wohnungsnahen Versorgungseinrichtungen kommen kann. Der im Handelsbereich bereits schon heute stark ausgeprägte Stadt-/Land-Gegensatz verstärkt sich. Auch eine relative Bevorteilung der nicht-integrierten Standorte von Verbraucher- und Fachmärkten ist angesichts der inzwischen weitgehend restriktiven Genehmigungspraxis für solche Standorte durch die Gemeinden kaum wünschenswert.

2) Wohnungsnah Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen

Der Dienstleistungsabend hat sowohl in struktureller als auch in räumlicher Hinsicht konzentrationsfördernde Wirkungen auf den Einzelhandel; damit ergeben sich zwangsläufig negative Auswirkungen auf die wohnungsnah Versorgung sowie die Angebotssituation im schwach verdichteten ländlichen Raum. Daß eine solche Wirkung nicht unmittelbar erkennbar ist, liegt zum einen an der bisher nur marginalen Änderung der bestehenden Ladenschlußzeitregelung, zum anderen an dem insgesamt überaus positiven Konjunkturverlauf in den vergangenen Jahren.

3) Auswirkungen des Dienstleistungsabends auf die Verkehrssituation

Über das an langen Donnerstagen vorherrschende Verkehrsverhalten liegen keine unmittelbaren Erkenntnisse vor. Die Abschätzung der verkehrlichen Auswirkungen müssen sich daher auf Plausibilitätsüberlegungen stützen.

Soweit der lange Donnerstag einen Teil der Einkaufsaktivitäten, die sich bisher am langen Samstag vollzogen, substituiert, trägt er zur Entzerrung der an Samstagen besonders ausgeprägten Verkehrsspitzen im Einkaufsverkehr bei.

Ein weiterer Entlastungseffekt im Bereich des motorisierten Verkehrs ist deshalb anzunehmen, weil der Dienstleistungsabend vor allem das Einkaufsziel Großstadtcity begünstigt und damit zu einer besseren Auslastung von zentrenbezogenen öffentlichen Massenverkehrsmitteln beiträgt. Auf der anderen Seite nutzt ein Drittel der Verbraucher den Dienstleistungsabend zusätzlich zum langen Samstag, was auf eine Erhöhung von Einkaufsfrequenzen (wenn auch nur durch "Schaukunden") und damit zusätzliche Verkehrserzeugung hindeutet.

Aufgrund der Tatsache, daß der Dienstleistungsabend vornehmlich in größeren Städten erfolgreich ist, die Nutzer aber im gleichen Maße aus kleineren Städten kommen, kann darüber hinaus auf eine durch den Dienstleistungsabend bewirkte Verlängerung der durchschnittlichen Einkaufsentfernungen geschlossen werden. Da zusätzlich das Einkaufsmuster "Familieneinkauf" vorherrscht, ist von einer verstärkten Nutzung des Pkw's beim Einkauf (Veränderung des Modal-split) auszugehen. Eine solche Tendenz erhält durch die überproportionale Förderung der autokundenorientierten Verbraucher- und Fachmärkte eine nochmalige Verstärkung.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß sich im Bereich der verkehrlichen Wirkungen des Dienstleistungsabends verkehrsmindernde Faktoren (Entzerrung, One-stop-shopping, stärkere Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel) mit verkehrserzeugenden Faktoren (höhere Einkaufsfrequenzen und -entfernungen) überlagern. Hinsichtlich der Saldierung dieser Effekte besteht noch Forschungsbedarf.

- 4) *Auswirkungen auf Stadtqualität und Sicherheit in der Stadt*
Immerhin ein Drittel der Nutzer des Dienstleistungsabends bleiben auch nach dem Einkauf noch in der Stadt, wobei die Mehrzahl eine Gaststätte besucht. Der Dienstleistungsabend trägt insofern zu einer verstärkten Nutzung der Innenstadt und der dortigen urbanen Qualitäten bei.

Verlängerte Ladenöffnungszeiten und dadurch bewirkte größere Einkaufsentfernungen erhöhen die Wahlmöglichkeiten der Kunden. Einkaufsstandorte mit hohen städtebaulichen Qualitäten erlangen damit wahrscheinlich zusätzliche Wettbewerbsvorteile.

Bezüglich der Wirkungen des Dienstleistungsabends auf die Sicherheit in der Stadt liegen keine Erkenntnisse vor. Wenn gleich bei höherem Nutzungsgrad der Innenstädte von einem tendenziell höheren Maß der Sicherheit auszugehen ist, ist entgegenzuhalten, daß die Aufenthaltszeit durch die bisherige Ladenschlußzeitregelung lediglich marginal vergrößert wurde. Außerdem sind die Einkaufszonen im Regelfall nicht die Stadträume mit den größten Sicherheitsproblemen. Schon eher relevant erscheint die Sicherheit der im Einzelhandel (zu großen Teilen weiblichen) Beschäftigten. Hier dürften deutliche Verschlechterungen eingetreten sein.

Fazit

Selbst wenn die empirischen Grundlagen zur Beurteilung der raumrelevanten Auswirkungen des Dienstleistungsabends lückenhaft sind, kann auf der Basis der genannten Untersuchungen zumindest festgehalten werden, daß die städtebaulichen Implikationen ambivalent sind, sicher jedoch nicht so positiv ausfallen, wie dies in der planungsbezogenen Diskussion zu Beginn des Dienstleistungsabends erwarten ließ. Die Berechtigung der veränderten Ladenschlußzeitregelung auf raumplanerische Argumente zurückzuführen zu wollen, erscheint nicht gerechtfertigt.

Dennoch besteht an der Fortsetzung des Dienstleistungsabends kein Zweifel, eher ist sogar eine weitere Liberalisierung der Regelung wahrscheinlich. Vor diesem Hintergrund muß es Ziel der Stadtplanung sein, die in städtebaulicher Hinsicht negativen Auswirkungen der bestehenden oder einer zukünftigen Regelung zu minimieren. Dazu sind jedoch neue Konzepte erforderlich, die

vor allem die Bereiche Raumordnung und Landesplanung (Förderung von Klein- und Mittelzentren; städtebauliche Maßnahmen in weniger attraktiven Oberzentren sowie deren Nebenzentren), Verkehrsplanung (Verhinderung nicht notwendiger motorisierter Individualverkehre, Verlagerung auf Massenverkehrsmittel usw.) und Einzelhandelsplanung (Förderung der Nahversorgungsstandorte, weitere restriktive Genehmigungspraxis für nicht-integrierte Standorte) umfassen.

Anmerkungen

- (1)
Vgl. zu den sehr ausdifferenzierten Diskussionen: *Alles, Roland*: Ladenschluß. Welche Verbraucher- und Händlergruppen eine Veränderung wollen. In: *Absatzwirtschaft* (1983) 12, S. 40–49; *Diehl-Thiele, Peter*: Rütteln an den Ladenschlußzeiten. Die Bundesregierung will das 30 Jahre alte Gesetz etwas lockern. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 7.2.1986, Sonderseite; *Glaubitz, Jürgen*: Feierabend statt Dienstleistungsabend. In: o.V.: *Dienst am Kunden? Der Handel zwischen Flexibilisierung und Ladenschluß*. – Hamburg 1987, S. 15–27; Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE): *HDE-Thesen zum Dienstleistungsabend*. – Köln, Oktober 1990; o.V.: *Dienst am Kunden? Der Handel zwischen Flexibilisierung und Ladenschluß* (mit Beiträgen von *Gerlach, Gerhard* u.a.) – Hamburg 1987; o.V.: *Unheilige Allianz von Verbandsinteressen*. In: *Der Spiegel* 41 (1987) Nr. 51 vom 14.12.1987, S. 73–88; o.V.: *Unheilige Allianzen*. In: *Wirtschaftswoche* Nr. 23 vom 30.5.1986, S. 66–76; *Piepenbrock, Hartwig* (Hrsg.): *Ladenschluß kontrovers*. Beiträge zur aktuellen Diskussion. – Stuttgart 1984; *Schmidt, Axel*; *Kayser, Gunter*: Erfahrungen mit dem Dienstleistungsabend. = ifm-Materialien Nr. 73. – Bonn: Institut für Mittelstandsforschung 1990; *Schmidt-Axel*; *Kayser, Gunter*: *Ladenschluß international*. Das deutsche Ladenschlußgesetz im Lichte ausländischer Erfahrungen. = Schriften zur Mittelstandsforschung. – Stuttgart 1986, Nr. 10 NF; *Stehn, Jürgen*: *Das Ladenschlußgesetz – Ladenhüter des Einzelhandels? Eine Analyse im Lichte ausländischer Deregulierungserfahrungen*. = Kieler Diskussionsbeiträge. – Kiel (1987) 128; *Zellekens, Hermann-Josef*: *Ladenschluß und kein Ende?* In: *Die Betriebswirtschaft* 41 (1981) H. 1, S. 23–28

- (2)
Vgl. dazu: IFAV: *Der Dienstleistungsabend*. Erfahrungen nach einem Jahr. Bericht über eine empirische Untersuchung im Auftrag der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V., Köln. Manuskript. – Köln, Dezember 1990; IFAV: *Der Dienstleistungsabend*. Erfahrungen nach einem Jahr. Tabellenband. Manuskript. – Köln, November 1990; IFAV: *Der Dienstleistungsabend*. Erfahrungen nach einem Jahr. Kurzfassung eines Berichtes über eine empirische Untersuchung im Auftrag der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V., Köln. Manuskript. – Köln, November 1990. Vgl. auch die Veröffentlichung in den BAG-Nachrichten: o.V.: Jeder dritte Verbraucher nutzt die Möglichkeit zum Geschäftsbummel. Zweite IFAV-Befragung zum langen Donnerstag. In: *BAG-Nachrichten* 30 (1990) H. 12, S. 12–14. Inhaltlich bezogen sich die Befragungen auf folgende Merkmale: Nutzung des Donnerstag-Abend. Besuchszwecke (Handel/Gastronomie/Kultur usw.), Ausgabebeträge, bevorzugte Einkaufsziele (City/Nebenzentren usw.), bevorzugte Sortimente (Bekleidung usw.), Beteiligung der Behörden am Dienstleistungsabend (Einschätzung der Haushalte), Verschiebung von Einkäufen vom langen Samstag auf den Dienstleistungsabend.

- (3)
Vgl. *Gebauer, E.*: Ergebnisse der BAG-Kundenzählung im Oktober 1990. Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. – Köln 10.12.1990, Presseinformation 30/90

- (4)
Vgl. *Weitz, Robert*: Ein Jahr Dienstleistungsabend – wem hat er was gebracht? Vortragsmanuskript, o.O., o.J. Die Befragung richtet sich auf folgende Merkmale: Zufriedenheit mit der Kundenfrequenz, Reaktion der Einzelhändler auf die Kundenfrequenz, Kundenverhalten am Kaufabend, sortimentspezifisches Einkaufsverhalten am Kaufabend, Kaufverhalten nach Standorten, Zufriedenheit der Arbeitnehmer im Handel, Veränderung der Ertragslage der teilnehmenden Betriebe, Mehrumsatz und Ertragsverbesserung durch die Teilnahme am Kaufabend.
- (5)
Vgl. *Laufner, Wolfgang; Faelske, Daniela*: Der Dienstleistungsabend in der Dortmunder Innenstadt aus Verbrauchersicht. Eine empirische Untersuchung. = Schriftenreihe am Fachbereich Wirtschaft, Fachhochschule Dortmund. – Dortmund (1991) H. 5. Gefragt wurde nach folgenden Bereichen: Einstellung der Verbraucher zur Änderung der Ladenöffnungszeiten, Nutzer und Nutzungsgründe, Veränderung der Einkaufsgewohnheiten und -frequenzen durch den langen Donnerstag, Besuchsmuster am Dienstleistungsabend, Einkaufsbeträge, bevorzugte Sortimente am Dienstleistungsabend, Verkehrsmittelwahl/Parkverhalten; Anzahl der Befragten: 193
- (6)
Vgl. IFAV: Der Dienstleistungsabend. Erfahrungen nach einem Jahr. Tabellenband, Tabelle 14
- (7)
Vgl. ebenda, S. 4
- (8)
Vgl. IFAV: Der Dienstleistungsabend. Erfahrungen nach einem Jahr. Tabellenband, Tabelle 14
- (9)
Weitz, Robert (HDE): Ein Jahr Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 3
- (10)
Vgl. auch *Gayer, Hartmut; Noll, Lothar*: Langer Donnerstag: Nur in der City brummt der Laden. Ein Jahr Dienstleistungsabend im Westen. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Nr. 231 vom 4.10.1990; o.V.: City-Lagen sind Gewinner des langen Donnerstags. In: Handelsblatt, Nr. 239 vom 12.12.1990, S. 10; o.V.: Alles in Bewegung. Ladenschluß: Der Kaufabend verlagert Umsätze in die Innenstädte. In: Wirtschaftswoche, Nr. 7 vom 9.2.1990, S. 41 ff.; *Schumacher, H.*: Ladenschluß: Der Kaufabend verlagert sich in die Innenstädte. In: Wirtschaftswoche 44 (1990) H. 7, S. 41–46
- (11)
IFAV: Der Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 7
- (12)
Weitz, Robert (HDE): Ein Jahr Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., Tabelle 5
- (13)
Vgl. IFAV: Der Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 15
- (14)
Weitz, Robert (HDE): Ein Jahr Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., Tabellen 3 und 4
- (15)
Vgl. IFAV: Der Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 11
- (16)
Vgl. *Weitz, Robert* (HDE): Ein Jahr Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 4
- (17)
Ebenda, S. 5
- (18)
Ebenda, S. 10
- (19)
Ebenda, S. 9
- (20)
Ebenda, S. 10
- (21)
Ebenda, S. 10; *Klein, Petra*: Abendvorstellung für viele beendet. Die Zahl der sich am Kaufabend beteiligenden Firmen nahm weiter ab. In: LZ-Journal Nr. 46 vom 16.11.1990, S. J4; o.V.: Abendkauf als ein Stück Lebensqualität. Warenhäuser und Einkaufszentren möchten ihn nicht missen. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 236 vom 13./14.1990, S. 35
- (22)
Vgl. IFAV: Der Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 20
- (23)
Ebenda, S. 20
- (24)
Laufner, Wolfgang; Faelske, Daniela: Der Dienstleistungsabend . . . , a.a.O., S. 13 und S. 20

Dr. Ulrich Hatzfeld
Thomas Schröder
c/o Hatzfeld – Junker
Stadtforschung und -planung
Markt 5
4600 Dortmund 1