

Verkaufsflächenüberschreitung von IKEA / Skurrile Definition der Verkaufsfläche: Flächenwahn treibt seltsame Blüten...

(Salzburg, 9. Juli 2013)

Seit Monaten macht die „Plattform gegen den Flächenwahn im Bundesland Salzburg“ gegen die geplanten Verkaufsflächenenerweiterungen von Europark, IKEA und McArthurGlen Designer Outlet (DOC) mobil. Nun stellt sich heraus, dass bei den Behörden von Stadt und Land bereits seit 2 Jahren bekannt ist, dass IKEA die höchstzulässige Gesamtverkaufsfläche von 15.000m² „möglicherweise“ überschritten hat. Das bedeutet, dass Teile des Möbelmarktes bereits im Jahr 2003 als Schwarzbau errichtet wurden.

Diesen unfassbaren Zustand nimmt die „Plattform gegen Flächenwahn“ zum Anlass neuerlich und vehement den Stopp neuer Verkaufsflächen außerhalb von Orts- und Stadtkernen einzufordern. Das Beispiel „IKEA“ zeigt die Profitgier eines Konzerns, der mittels „Scheibchentaktik“ seine Erträge weiter maximiert. Die Chancengleichheit zwischen Wirtschaftsstandorten in Zentren gegenüber Einkaufsdestinationen an der Peripherie erscheint weiterhin nicht mehr gegeben.

Noch offen ist das Ausmaß der Verkaufsflächenüberschreitung von IKEA. Denn trotz eindeutiger Gesetzeslage sind sich die Behörden von Stadt und Land uneinig darüber, ob der Restaurantbereich zur Verkaufsfläche zählt oder nicht. Grotesk, haarsträubend, vor allem aber besorgniserregend sieht die „Plattform gegen Flächenwahn“ diesen Umstand. Denn sollte sich die Rechtsmeinung der Stadt durchsetzen, wonach das IKEA-Restaurant nicht zur Verkaufsfläche gehört, hätte dies ungeheuerliche Folgen. Alle Einkaufszentren könnten umgehend im Ausmaß Ihrer Gastronomie zusätzliche Verkaufsflächen errichten und würden die „Flächenwahn-Problematik“ weiter verschärfen. Die „Plattform gegen Flächenwahn“ fordert, dass die Gastronomieflächen jedenfalls als Verkaufsfläche gerechnet werden, so wie das auch die Raumplanungsabteilung des Landes sieht.

*Die „**Plattform gegen den Flächenwahn im Bundesland Salzburg**“ ist ein überparteilicher Zusammenschluss aus über 100 vorausdenkenden Tourismus- und Stadtmarketingorganisationen, Werbegemeinschaften und Salzburger Unternehmen, die sich für regionale Lebensqualität und lebendige Orts- und Stadtkerne einsetzt. Die Initiatoren sind SBS – die Pongauer Einkaufmeile, Plusregion Köstendorf Neumarkt Straßwalchen, Stadtmarketing Saalfelden und Tourismusverband Salzburger Altstadt. www.flaechenwahn.at