

Lautsprecher

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **27 (2014)**

Heft 6-7

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Lautsprecher

Eine Geburtstagsadresse für Lidl

Aldi und Lidl überziehen das Land mit Filialen. Sie bauen heitere Baracken mit vielen Parkplätzen. Lidl Schweiz feiert seinen fünften Geburtstag.

Auguri, auguri – Gratulation zum fünften Geburtstag. Mich fasziniert, wie Sie sich, Herr Lidl, in nur fünf Jahren Zuneigung in einem Land haben beschaffen können, wo Migros und Coop so volkstümliche Institutionen sind wie die Kirche und die Schule und uns zu gutem Preis in schöner Güte viel mehr schon herbeischaffen, als wir brauchen können. Und ich bin etwas erstaunt, dass die Schweizerinnen und Schweizer in der Agglomeration, die an der Urne wuchtig gegen Euch Fremde stimmen, bei Ihnen als Deutschen frohgemut einkaufen. Ausgrenzung und -schaffung gilt nicht rundum, sondern nur je nach dem. Immerhin.

«Auf Dauer günstiger», ruft mir Ihr sechseckiges Reklameschild zu. Ihr Versprechen ist dank Ihres gut geölten Servicedesigns möglich. 48,9 Milliarden Euro Umsatz weltweit – da steckt Können dahinter. Doch wir beide wissen, dass «auf Dauer günstiger» auch auf Kosten anderer geht. Ein Beispiel: Die Hühner, deren Schenkel bei Ihnen nur knapp sieben Franken pro Kilo kosten und erst noch XXL gross und «mild, hot & spicy» mariniert sind, mussten in einer Fabrik leben. Ich weiss, dass Sie auch Fleisch aus vertretbarer Tierhaltung zu bieten haben. Ich wünsche Ihnen zum Geburtstag, dass Sie alle Umweltschäden und Seelenkosten von Tierfabriken in Ihre Kalkulation einrechnen – Sie werden dann nur noch Fleisch aus vertretbarer Haltung verkaufen.

Drei Gebote

Wir beide wissen, dass Ihr Ruf «auf Dauer günstiger» nicht nur wegen Ihres logistischen Könnens und Ihrer Macht als Einkäufer funktioniert, sondern auch wegen des städtebaulichen Prinzips, auf dem ihre Läden ruhen. Ich meine damit nicht das Barackendesign Ihrer bald hundert Filialen. Das mag ich, denn es strahlt eine unkomplizierte Nüchternheit aus. Es ist ein Gegenentwurf zu den teils überdrehten Auftritten ihrer Konkurrenz, auch wenn Ihrem Seriendesign da und dort etwas Liebe zum Detail gut täte und ihm Minergie-P wohl anstünde. Solches ist «auf Dauer günstiger». Ich meine mit dem städtebaulichen Prinzip Ihre Raumplanung. Seit Sie 2009 ihre ersten Schweizer Filialen eröffnet haben, missachten Sie drei Gebote vernünftiger Planung. Ihre Läden an den Sied-

lungsrändern fressen erstens für das bescheidene Ladenhaus und den grossen Parkplatz Kulturland auf. Mehr als 150 Hektaren haben Sie mittlerweile von Wiese in Ladenland verwandelt. Sie fördern zweitens konsequent das Wachstum unnötigen Autoverkehrs. Und Sie tragen drittens mit dazu bei, die Dorfkerne und Innenstädte zu veröden. Denn wo Sie sich niederlassen, geht ein Laden im Ortskern nieder. Ich weiss, ihre Konkurrenten tun dasselbe wie Sie. Das ist kein Trost.

Schnell haben Sie als Ausländer gelernt, wie Schweizer Raumpolitik funktioniert. So gelingt es Ihnen und der Migroscoopmediamarkt-Koalition meistens, die Gemeinde- und Kantonsräte politisch und gerichtlich auszubremsen, wenn die sich dagegen wehren, wie Sie Land verschleissen und Autoverkehr produzieren. Von Appenzell bis Baselland, von Luzern bis in die Waadt ging der Hosenlupf meist zu Ihren Gunsten aus. Bisher. Ihnen kommen die seit Jahren überholte Planung von Gewerbebezonen und die Beton-Koalition von SVP-FDP-CVP entgegen. Bemerkenswert aber ist: Je mehr Filialen Sie auf die grüne Wiese stellen, desto mehr geben die Schweizer anderen Ausländern die Schuld daran, dass pro Sekunde ein Quadratmeter ihres geliebten Vaterlands verschwindet.

Drei Ratschläge

Neulich sah ich allerdings Zuversicht leuchten. Sie preisen an, dass Sie den Mindestlohn von 4000 Franken eingeführt haben. Leider haben Sie die Schweizerinnen und Schweizer nicht überzeugt, solchen Mindestlohn allen Leuten im Land zu gewähren. Ich freue mich, dass Sie zeigen, dass «auf Dauer günstiger» nicht vorab dank miserabler Löhne funktioniert. Und so bin ich denn auch gestrotzt, dass Sie bald Städtebau und Raumplanung machen, die «auf Dauer günstiger sind». Folgen Sie dazu meinen drei Ratschlägen: Bereichern Sie erstens die Dorfkerne und Innenstädte mit Läden statt die grüne Wiese zu verbauen. So sparen Sie zweitens viel Geld für Parkplätze und das Ihrer Kunden für den Autoverkehr, und lassen Sie drittens Ihrer Charta von «Verantwortung gegen Mensch, Natur und Gesellschaft» Taten folgen. So werden Sie «auf die Dauer noch günstiger». Köbi Gantenbein ●



Köbi Gantenbein ist Chefredaktor von Hochparterre.