

Studienreihe

***Wirtschaftsrechtliche
Forschungsergebnisse***

Band 20

ISSN 1435-683X

In der Studienreihe ***Wirtschaftsrechtliche Forschungsergebnisse*** werden neue wissenschaftliche Arbeiten aus dem Bereich des Wirtschaftsrechts veröffentlicht.

Verlag Dr. Kovač

Henrike Maier

Factory Outlet Center

- eine für Deutschland neue Vertriebsform

Verlag Dr. Kovač

VERLAG DR. KOVAČ

Arnoldstraße 49 · 22763 Hamburg · Tel. 040 - 39 88 80-0 · Fax 040 - 39 88 80-55

E-mail vdk@debitel.net · Internet www.verlagdrkovac.de

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Maier, Henrike:

Factory Outlet Center : - eine für Deutschland neue
Vertriebsform / Henrike Maier. – Hamburg : Kovač, 2001
(Studienreihe wirtschaftsrechtliche Forschungsergebnisse ; Bd. 20)
Zugl.: Konstanz, Univ., Diss., 2001

ISSN 1435-683X
ISBN 3-8300-0423-0

© VERLAG DR. KOVAČ in Hamburg 2001

Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, fotomechanische Wiedergabe, Aufnahme in Online-Dienste und Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträgern wie CD-ROM etc. nur nach schriftlicher Zustimmung des Verlages.

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Recyclingpapier „RecyStar“
(Nordic Environmental Label – Blauer Engel – DIN ISO 9706)

Inhalt

Vorwort	11
Abkürzungen	13
Einleitung	17
1. Grundlagen.....	21
1.1. Begriffserklärung	21
1.2. Abgrenzung des Factory Outlet Centers vom bloßen Factory Outlet Vertrieb	23
1.3. Entwicklung in den USA	24
1.4. Prognose der Entwicklung für Deutschland	26
1.5. Verkaufsflächenzahl	29
1.6. Bevorzugte Standorte von Betreibern	30
1.7. Bekannte Standorte in Deutschland	31
2. Bauplanungsrechtliche Einordnung	33
2.1. Definierung als Einzelhandel	33
2.2. Abgrenzung des Einkaufszentrums vom großflächigen Einzelhandel § 11 Abs. 3 Satz 1 und 2 BauNVO	34
2.2.1. Bundesverwaltungsgerichtliche Einordnung eines Einkaufszentrums.....	34
2.2.2. Kritische Auseinandersetzung mit der Einordnung eines Factory Outlet Centers als „Einkaufszentrum“	35
3. Bauplanungsrechtliche Zulässigkeit.....	38
3.1. Im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplans § 30 Abs. 1 BauGB	38
3.1.1. Baunutzungsverordnung von 1962.....	38
3.1.2. Baunutzungsverordnung von 1968.....	40
3.1.3. Baunutzungsverordnung von 1977.....	41
3.2. Im Geltungsbereich des einfachen Bebauungsplans § 30 Abs. 3 BauGB	43

3.3. Im unbeplanten Innenbereich § 34 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 7 bzw. § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 BauNVO.....	43
3.4. Im unbeplanten Innenbereich § 34 Abs. 1 BauGB.....	44
3.4.1. Das Merkmal „Einfügen“	44
3.4.2. Kritische Auseinandersetzung mit den Bezugspunkten des Merkmals „Einfügen“	45
3.4.3. Kritische Würdigung eines etwaigen Gebotes auf Beseitigung genehmigungsfähiger Zustände bei Verstoß gegen die Ziele der Raumordnung und Landesplanung.....	47
3.5. Im Außenbereich § 35 BauGB	49
3.6. Exkurs: Raumordnungsrechtliche Einordnung eines Factory Outlet Centers im bereits überplanten Gebiet bzw. im unbeplanten Innenbereich	50
4. Positive Bauleitplanung.....	52
4.1. Gründe für die Schaffung von Baurecht	52
4.1.1. Wirtschaftliche Gesichtspunkte.....	52
4.1.2. Steuerrechtliche Anknüpfungen	54
4.2. Mittel für die Schaffung von Baurecht	57
4.2.1. Der herkömmliche und vorhabenbezogene Bebauungsplan.....	57
4.2.2. Bestandteile des vorhabenbezogenen Bebauungsplans § 12 BauGB	58
4.2.2.1. Vorhaben- und Erschließungsplan.....	59
4.2.2.2. Durchführungsvertrag.....	60
4.2.3. Tatsächliche und rechtliche Bewertung des Instituts des vorhabenbezogenen Bebauungsplans	61
5. Grundsätze und Zielbestimmungen der Bauleitpläne, des Raumordnungs- und Umweltverträglichkeitsprüfungsverfahrens	63
5.1. Aufgaben der Bauleitplanung § 1 Abs. 1 und Abs. 5 BauGB	63
5.2. Doppelspuriges Planungsverfahren § 1 Abs. 2 BauGB	64
5.3. Grundsatz der Erforderlichkeit § 1 Abs. 3 BauGB.....	65
5.4. Anpassungspflicht an die Ziele der Raumordnung und Landesplanung § 1 Abs. 4 BauGB	66

5.5. Raumordnungsverfahren	68
5.5.1. Notwendigkeit und Reichweite der Durchführung	68
5.5.2. Vertikale Planungshierarchie	69
5.5.3. Einzubeziehende Faktoren.....	70
5.5.4. Ziele der Raumordnung im Sinne des § 1 Abs. 4 BauGB und im Raumordnungsverfahren.....	72
5.5.4.1. Ausweisung in den Entwicklungsplänen, -programmen der Länder	72
5.5.4.2. Festschreibungen in den Entschlüssen und deren rechtliche Qualifizierung.....	76
5.5.4.3. Rechtliche Einordnung der sog. „Ziele“ in den Landesentwicklungsplänen bzw. -programmen.....	78
5.5.4.4. Verfassungswidrigkeit des Kongruenzgebotes als Zulässigkeitsbegrenzung von Factory Outlet Centern auf Oberzentren.....	82
5.5.4.4.1. Unvereinbarkeit mit Art. 12 GG.....	82
5.5.4.4.2. Unvereinbarkeit mit Art. 28 GG.....	83
5.5.4.4.3. Ergebnis	85
5.5.4.5. Die an das Kongruenzgebot gekoppelten Gebote der Integration und zu verhindernde Beeinträchtigung	86
5.5.4.6. Rechtsschutz.....	88
5.6. Umweltverträglichkeitsprüfung.....	90
5.6.1. Erfordernis der Durchführung	90
5.6.2. Grundsätzliches zu Gegenstand, Verfahren und Ergebnis.....	90
5.6.3. Kritische Würdigung der praktischen Auswirkungen des zusätzlichen Erfordernisses der Umweltverträglichkeitsprüfung für bestimmte Vorhaben.....	93
5.6.4. Rechtsschutz	94
5.7. Abwägungsgebot § 1 Abs. 6 BauGB	95
5.7.1. Grundsätzliches	95
5.7.2. Einzelne Belange	96
5.7.3. Wettbewerbsneutralität des Bauplanungsrechts	98
5.7.4. Abstimmungsgebot § 2 Abs. 2 BauGB	99
5.7.4.1. Sachlicher und örtlicher Schutzbereich	99

5.7.4.2. Rechtsschutz.....	101
5.7.4.3. Tendenz der Rechtsprechung	104
5.7.4.3.1. Einzelne Entscheidungen.....	104
5.7.4.3.2. Stellungnahme zu dieser Tendenz.....	108
5.7.5. Vermeidung und Ausgleich der zu erwartenden Eingriffe in Natur und Landschaft § 1 a Abs. 2 Nr. 2 BauGB	111
5.7.5.1. Begriff.....	111
5.7.5.2. Folgen.....	113
5.7.5.3. Bewältigung	114
5.8. Exkurs: Besonderheiten bei der Ansiedlung eines Factory Outlet Centers in Grenzgebieten.....	115
6. Gewährleistung einer bestmöglichen Verträglichkeit von Factory Outlet Centern.....	117
6.1. Einzelne Festsetzungen im Bebauungsplan	117
6.2. Kritische Auseinandersetzung mit der Reichweite der einzelnen Festsetzungen	119
6.3. Städtebauliche Verträge	120
6.3.1. Rechtsnatur	120
6.3.2. Kritische Auseinandersetzung mit der Anwendbarkeit und Reichweite städtebaulicher Verträge	120
6.3.3. Konkrete Vertragsfestsetzungen am Beispiel Wertheim-Bettingen.....	122
6.3.4. Stellungnahme zu diesen Festsetzungen	123
7. Bauordnungs- und Ladenöffnungsrecht	125
7.1. Abgrenzung des Bauordnungs- vom Bauplanungsrecht.....	125
7.2. Stellplatzerrichtung	125
7.3. Ladenschlußgesetz.....	127
8. Vertrags- und wettbewerbsrechtliche Einordnungen.....	129
8.1. Abgrenzung zum Öffentlichen Recht	129
8.2. Generalklausel § 1 UWG	131
8.2.1. Voraussetzungen	131
8.2.2. Direkte Konkurrenz des Herstellers zum Einzelhandel.....	134

8.2.3. Differenzierung zwischen Großhändler- und Herstellerdirektverkauf	137
8.2.4. Vertragsverhältnis zwischen Einzelhändler und Hersteller.....	138
8.2.4.1. Formen der Vertriebsgestaltung	138
8.2.4.2. Vertrags- und Vertrauensbruch seitens des Herstellers.....	139
8.2.4.2.1. Wettbewerbsverbot	140
8.2.4.2.2. Aufklärungsverpflichtung.....	142
8.2.4.3. Wettbewerbsrechtliche Folgen eines Vertragsverstößes	145
8.2.4.4. Kündigungsrecht des Einzelhändlers.....	146
8.2.4.5. Haftung des zwischengeschalteten Großhändlers.....	147
8.2.5. Verhältnis des direkt vertreibenden Herstellers zum Handelsvertreter und Vertragshändler	148
8.2.5.1 Besonderheiten der selbständigen kaufmännischen Hilfspersonen	148
8.2.5.2. Höchstrichterliche Einordnung des Vertragsverhältnisses	150
8.2.5.3. Stellungnahme zu dieser Rechtsprechung	151
8.2.5.4. Wettbewerbsrechtliche Auswirkungen eines Vertragsverstößes	154
8.3. Irreführende Werbung § 3 UWG	154
8.3.1. Voraussetzungen	154
8.3.2. Art des Bezuges oder der Bezugsquelle	155
8.3.2.1. Unterschiedliche Werbeträger	155
8.3.2.2. Begriff des Herstellers	155
8.3.2.3. Auseinanderfallen von Produktions- und Vertriebsstätte.....	158
8.3.3. Preisbemessung.....	160
8.3.4. Betriebsbezeichnung	162
8.4. Verkauf durch Hersteller an letzte Verbraucher § 6 a UWG	164
8.5. Weitere Normen mit wettbewerbsrechtlichen Wirkungen	166
8.5.1. Rabattgesetz	166
8.5.1.1. Zeitlicher Geltungsbereich.....	166
8.5.1.2. Inhaltlicher Geltungsbereich	167

8.5.2. Preisangabenverordnung	168
8.5.3. Ladenschlußgesetz	169
8.6. Wettbewerbsbeschränkung	170
8.7. Vertragsverhältnis zwischen Betreiber und Hersteller	171
8.7.1. „Besonderes“ Mietverhältnis	171
8.7.2. Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs	172
8.7.3. Kritische Stellungnahme	173
9. Zusammenfassung	175
10. Ausblick	179
Literaturverzeichnis	182
Literatur mit Verfasserangaben	182
Literatur ohne Verfasserangaben	197

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 2000/2001 von der Rechts-, Wirtschafts- und Verwaltungswissenschaftlichen Sektion – Fachbereich Rechtswissenschaft – der Universität Konstanz als Dissertation angenommen. Sie wurde im September 2000 abgeschlossen. Die mündliche Prüfung fand am 06.02.2001 statt. Aktuelle Ereignisse und Literatur konnten teilweise bis Januar 2001 berücksichtigt werden.

Neben allen, die mir auf dem Weg zur Promotion zur Seite standen, gilt mein besonderer Dank Herrn Professor Dr. jur. Dieter Lorenz, Konstanz, für die Förderung während meines gesamten Studiums und die Betreuung dieser Arbeit.

Danken möchte ich auch Frau Professorin Dr. jur. Astrid Stadler, Konstanz, für die sofortige Bereitschaft zur Erstellung des Zweitgutachtens.

Meine Verbundenheit gilt zudem Herrn Professor Dr. jur. Martin Burgi, Bochum, der mich seit vielen Jahren auf meinen beruflichen Stationen wohlwollend begleitet und mir den entscheidenden Impuls für die Auseinandersetzung mit dem Thema Factory Outlet Center gab.

Ebenfalls danken möchte ich Herrn Dr. rer. pol. Joachim Will, Ludwigsburg/Wien, für die unkomplizierte Zurverfügungstellung von Materialien und Hintergrundinformationen.

Schließlich sehe ich das Zustandekommen der Arbeit auch als Verdienst von Herrn Rechtsanwalt Peter Depré, Mannheim, an, der stets an mich geglaubt hat und es mir ermöglichte, die Wissenschaft mit der Praxis zu vereinen. Ihm gebührt mein aufrichtiger Dank.

Eine große Hilfe war die frühe Durchsicht der Entwürfe durch meine Eltern Else und Helmut Maier, Herrenberg, und die daraus resultierenden anregenden Diskussionen.

Auch die gründlichen rechtlichen und formalen Anmerkungen von Frau Ass. jur. Kirsten Herlan, Karlsruhe, waren besonders wertvoll. Verbunden bin ich zudem Frau Ass. jur. Karin Sigel für ihre vielfältigen Ratschläge. Ihnen möchte ich ebenso danken wie meinen Brüdern Dr. phil. Gerald Maier, Rottenburg a. N., und Dr. rer. oec. Friedbert Maier, Saarbrücken, die mich in allen EDV- und Organisationsfragen umfassend beraten und betreut haben.

An die von diesen Seiten erfahrene Unterstützung denke ich gerne zurück.

Meinen Eltern Else und Helmut
– danke für alles!

Abkürzungen

(ohne Gesetze und im Text erklärte Begriffe)

a. A.	anderer Ansicht
a. d. W.	an der Weinstraße
a. F.	alte Fassung
a. M.	am Main
Abs.	Absatz
ÄndG	Änderungsgesetz
AÖR	Archiv des öffentlichen Rechts
Ausg.	Ausgabe
Az.	Aktenzeichen
B. v.	Beschluß vom
BauR	Baurecht
BayVBl.	Bayerische Verwaltungsblätter
BB	Betriebs-Berater
BBauBl	Bundesbaublatt
Bd.	Band
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in Zivilsachen
BNN	Badische Neueste Nachrichten
BRS	Baurechtssammlung
BT	Bundestag
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
BVerwGE	Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts
BW	Baden-Württemberg
BWGZ	Die Gemeinde. Zeitschrift für die Städte und Gemeinden für Stadträte
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
c. i. c.	culpa in contrahendo
DB	Der Betrieb
d. h.	das heißt

Diss.	Dissertation
DÖV	Die Öffentliche Verwaltung
DVBl.	Deutsches Verwaltungsblatt
Erg. Lief.	Ergänzungslieferung
ESVGH	Entscheidungssammlung des Hessischen und des Württembergisch-Badischen Verwaltungsgerichts- hofes
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
e.V.	eingetragener Verein
EWiR	Entscheidungen zum Wirtschaftsrecht
f., ff.	folgend, folgende Seite(n)
Fn.	Fußnote
FS	Festschrift
GBI.	Gesetzblatt
GewArch	Gewerbearchiv
ggf.	gegebenenfalls
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
GRUR Int.	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht In- ternationaler Teil
GV, GVBl., GVOBl.	Gesetz- und Verordnungsblatt
Hdb.	Handbuch
Hrsg.	Herausgeber
HS	Halbsatz
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
IBR	Immobilien- & Baurecht
i. d. F.	in der Fassung
i. V. m.	in Verbindung mit
JA	Juristische Arbeitsblätter
JuS	Juristische Schulung
KG	Kammergericht
LG	Landgericht
LKV	Landes- und Kommunalverwaltung
m. Anm.	mit Anmerkung
m. Bspr.	mit Besprechung
m. w. N.	mit weiteren Nachweisen
MuW	Markenschutz und Wettbewerb
NJW	Neue Juristische Wochenschrift

NJW-RR	Neue Juristische Wochenschrift – Rechtsprechungs-Report/Zivilrecht
Nr./Nrn.	Nummer/Nummern
NuR	Natur und Recht
NVwZ	Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht
NVwZ-RR	Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht – Rechtsprechungs-Report
NW	Nordrhein-Westfalen
NWStGB	Nordrhein-Westfälischer Städte- und Gemeindebund
NWVBl.	Nordrhein-Westfälische Verwaltungsblätter
OLG	Oberlandesgericht
OLGR	Oberlandesgericht Rechtsprechungs-Report
OVG	Oberverwaltungsgericht
OVGE	Entscheidungen der Oberverwaltungsgerichte für das Land Nordrhein-Westfalen in Münster sowie für die Länder Niedersachsen und Schleswig-Holstein in Lüneburg
Pkt.	Punkt
pVV	positive Vertragsverletzung
Rdnr.	Randnummer
RGZ	Entscheidungen des Reichsgerichts in Zivilsachen
RP	Rheinland-Pfalz
Rspr.	Rechtsprechung
SächsVBl	Sächsische Verwaltungsblätter
sog.	sogenannte (n, r)
st. Rspr.	ständige Rechtsprechung
Thür	Thüringen
u. a.	unter anderem
U. v.	Urteil vom
UPR	Umwelt- und Planungsrecht
VBlBW	Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg
VerwArch	Verwaltungsarchiv
VG	Verwaltungsgericht
VGH	Verwaltungsgerichtshof
vgl.	vergleiche
WiVerw	Wirtschaft und Verwaltung
WM	Wertpapier-Mitteilungen
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis

WuB	Entscheidungssammlung zum Wirtschafts- und Bankrecht
WuR	Wirtschaftsverwaltungs- und Umweltrecht
WuW	Wirtschaft und Wettbewerb
WuW/E	Wirtschaft und Wettbewerb Entscheidungssammlung zum Kartellrecht
WWW	World Wide Web
z. B.	zum Beispiel
ZfBR	Zeitschrift für Baurecht
ZMR	Zeitschrift für Miet- und Raumrecht
ZUM	Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht

„Mit Factory Outlet Centern drängt derzeit eine für Deutschland neue Betriebsform des Einzelhandels auf den Markt, welche die bislang konsequenteste Verbindung von Discountprinzip und Erlebniseinkauf darstellt.“¹

Einleitung

Im Laufe der Jahrhunderte hat sich die deutsche Verkaufskultur stetig verändert. Insoweit ist sie dem Wechselspiel von Angebot und Nachfrage unterworfen, das von gesellschaftlichen Entwicklungen wie Massenproduktionsverfahren, Erreichbarkeit, Zahlungsfähigkeit, neuzeitlich auch dem Marketing und vielen anderen Faktoren abhängig ist.

Während im Zeitalter der Autarkie Herstellung und Verbrauch in einer Hand lagen,² die Stufe des Vertriebes also völlig überflüssig war, und sich auch später bei der Etablierung des Handels oftmals Produktion und Verkauf noch vereinen ließen,³ wurde im Zeitalter der Industrialisierung⁴ die Zwischenform des Vertriebes erforderlich, um dem mit gesteigerter Produktion verbundenen erhöhten Absatz Rechnung tragen zu können.

Bei Großunternehmen vollzog sich folglich die Trennung von Herstellung, dem Verkauf an Zwischenhändler und schließlich der Weitergabe an

1 Vogels/Will, GMA-Grundlagenuntersuchung, S. 134. Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) mit Sitz in Ludwigsburg wurde im Oktober 1997 vom Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, vertreten durch das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, beauftragt, eine Grundlagenuntersuchung zum Betriebstyp Factory Outlet Center zu erstellen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung wurden veröffentlicht und werden an verschiedenen Stellen der Arbeit zitiert.

2 Vgl. hierzu die Ausführungen von Droege, Deutsche Wirtschafts- und Sozialgeschichte, S. 28f., der darstellt, daß Mitte des 12. Jahrhunderts mit der auf die Dreifelderwirtschaft zurückzuführenden verbesserten Produktivität und der Entstehung von Märkten erstmals Überschüsse der bäuerlichen Produktion verkauft wurden.

3 Wobei auch in der Zeit des Merkantilismus der Kaufmann die Rohstoffe zur Fertigung von Waren lieferte und die fertigen Produkte wieder abnahm, um sie zu vertreiben, vgl. insoweit Droege, Deutsche Wirtschafts- und Sozialgeschichte, S. 126f.. Diese Stellung als Rohstofflieferant und Händler führte zu einer Abhängigkeit der eigentlichen Hersteller.

4 Zur Industrialisierung in Deutschland ausführlich: Engelsing, Sozial- und Wirtschaftsgeschichte Deutschlands, S. 143ff..

den Endverbraucher. Der Einzelhandel als letztes Glied in dieser Kette war geboren.

Durchbrechungen in diesem System gab es seit jeher an verschiedenen Stellen. So sind Direktverkäufe an Mitarbeiter seitens des Herstellers gang und gäbe; auch wurde in den letzten Jahren vermehrt der Fabrikverkauf⁵ als Annex zum Produktionsbetrieb als Möglichkeit wahrgenommen, schwer verkäufliche Ware an den Letztverbraucher abzusetzen.

In der Gesamtschau stellten diese Ausnahmen aber keine wirkliche Gefährdung der zuvor aufgezeigten Vertriebswegeverteilung dar.

Erst mit der aus den USA stammenden Betriebsform des Factory Outlet Centers wurden Stimmen laut, die hierin eine ernsthafte Gefahr für die bei uns in Deutschland bewährte und etablierte Einzelhandelskultur erblickten.⁶

Anlaß zu dieser Arbeit bot demnach die zumeist emotional geführte Diskussion und spannungsgeladene Atmosphäre, die zwischen Betreibern und Herstellern auf der einen und dem Einzelhandel auf der anderen Seite besteht, wenn das Thema Factory Outlet Center zur Sprache kommt.

Das Ziel der Arbeit ist es, Probleme, die mit der Ansiedlung eines Factory Outlet Centers sowohl in bauplanungs-, raumordnungs-, vertrags- und wettbewerbsrechtlicher Hinsicht verbunden sind, möglichst umfassend aufzuzeigen. Hierbei sollen vor allem etablierte schlagwortartige Thesen, die auch in der politischen Diskussion verwandt werden, einer sachgerechten rechtlichen Lösung zugeführt werden. Ob tatsächlich von vornherein bestimmte Zulassungshindernisse für Factory Outlet Center bestehen,⁷

5 Als bekannteste Beispiele hierfür in Deutschland gelten die Einrichtungen der Firmen Esprit in Ratingen, Hugo Boss in Metzingen, Puma in Nürnberg, Salamander in Kornwestheim, Trigema in Burladingen, WMF in Geislingen.

6 So finden sich seitens der Interessenvertreter des Einzelhandels Schlagwörter wie „Verödung der Innenstädte“ sowie Förderung der Strukturen einer „Zweiklassengesellschaft“ als Folge der Etablierung von Factory Outlet Centern, vgl. BAG, Positionspapier, S. 2ff..

7 Wie z. B. die Aussage „Factory Outlet Center sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig“. Vgl. hierzu den Fortschreibungsentwurf des Landesentwicklungsplans BW sowie die Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung vom 3.6.1997, Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, Entschließungen der Ministerkonferenz für Raumordnung 1993-1997, S. 47f. unter Pkt. 6, wonach „Factory Outlet Center außerhalb von Großstädten/Oberzentren nicht zulässig sind“.

oder ob diese Betriebsform nicht vielmehr anhand des bestehenden normierten Rechts und der ergänzenden Rechtsprechung in das gewöhnliche Gefüge eingeordnet werden kann, wird Ergebnis dieser Untersuchung sein.

Im ersten Teil der Arbeit soll zunächst auf den Begriff des Factory Outlet Centers eingegangen werden, der aus der US-amerikanischen Wirtschaft stammt. Dabei werden die Anfänge und neuzeitlichen Entwicklungen dieser Betriebsform in ihrem Mutterland dargestellt und eine Prognose für das Verbraucherverhalten und die damit verbundene mögliche Etablierung für den Standort Deutschland erstellt.

Die Teile zwei bis sechs sind eng miteinander verbunden und bilden den Schwerpunkt der öffentlich-rechtlichen Untersuchung der Arbeit. Hier wird der Versuch unternommen, eine umfassende bauplanungsrechtliche Zulässigkeits- und Zulassungsprüfung von Factory Outlet Centern, eingebettet in das erforderliche Raumordnungs- und Umweltverträglichkeitsprüfungsverfahren, vorzunehmen.

Im zweiten Teil wird die Auseinandersetzung mit der bundesverfassungsgerichtlichen Rechtsprechung zum Einkaufszentrum im Vordergrund stehen.

Sodann wird im dritten Teil auf die Fälle der bestehenden Verpflichtung einer Gemeinde zur Zulassung eines Factory Outlet Centers eingegangen, während im vierten Teil die positive Bauleitplanung, also die Schaffung von Baurecht für ein solches Center mit den zur Verfügung stehenden unterschiedlichen Mitteln erörtert wird.

Der im Anschluß hieran zu untersuchende fünfte Teil ist in Aufbau und Inhalt der umfangreichste der öffentlich-rechtlichen Darlegungen. In ihm sollen die einzelnen Grundsätze und Ziele der erforderlichen Planung aufbereitet und kritisch analysiert werden. In diesem Zusammenhang wird bewußt das erforderliche Raumordnungsverfahren innerhalb des Anpassungsgebots des § 1 Abs. 4 BauGB⁸ behandelt, da insoweit Überschneidungen beim Begriff der „Ziele der Raumordnung“ gegeben sind.

Der sechste Teil ist rechtsgestalterisch angelegt. Anhand des konkreten Beispiels der Planung eines Factory Outlet Centers auf der Gemarkung der baden-württembergischen Stadt Wertheim sollen die Möglichkeiten der Minimierung negativer Effekte bei zugleich zu erreichender Maximierung

8 Baugesetzbuch (BauGB) vom 8.12.1986, BGBl. 1986 I, S. 2253, i. d. F. vom 27.8.1997, BGBl. 1997 I, S. 2141, berichtigt am 16.1.1998, BGBl. 1998 I, S. 137.

der positiven Haupt- und Nebenwirkungen eines Factory Outlet Centers dargestellt werden.

Die Darstellung des Bauordnungs- und Ladenöffnungsrechts im siebten Teil ist lediglich als Abriß zu verstehen, da ein Factory Outlet Center insofern keinen Unterschied zu anderen Verkaufs-Großprojekten aufweist.

Die im achten Teil geführte Auseinandersetzung mit dem Wettbewerbsrecht gilt als Abrundung der Arbeit, insbesondere auf der Grundlage, daß die zuvor vorgenommenen öffentlich-rechtlichen Untersuchungen vom Grundsatz der Wettbewerbsneutralität geprägt sind. In diesem Abschnitt wird insbesondere auf die beim Betrieb eines Factory Outlet Centers einschlägigen Normen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, auf wettbewerbsrechtliche Nebengesetze sowie die zivilrechtliche Ausgestaltung der zwischen den einzelnen Beteiligten bestehenden Vertragsverhältnisse eingegangen.

Im neunten Teil der Arbeit werden die Ergebnisse der gesamten Untersuchung zusammengefaßt.

Der abschließende Ausblick soll den Bogen zum ersten Teil der Arbeit spannen, in dem bereits Prognosen für die Entwicklung der Betriebsform des Factory Outlet Centers in Deutschland angestellt wurden. Nach der sowohl anhand bereits vorhandener Beispiele und Entscheidungen sowie abstrakt vorgenommenen rechtlichen Darstellung der Einordnung und Zulassung von Factory Outlet Centern sollen diese Prognosen nunmehr verifiziert und konkretisiert werden.