



Das mittelalterliche Kleinod: Bad Münstereifel ist auch heute schon ein beliebtes Ausflugsziel.

Foto Bildagentur Huber

FAZ Montag 31.12.2012

Auf Schnäppchenjagd im historischen Stadtkern

csc. BAD MÜNSTEREIFEL, 30. Dezember. Geradezu euphorisch gestimmt ist Günter Portz, der seit 36 Jahren das Printhenhaus Portz in Bad Münstereifel führt: „Das Projekt ist die Rettung für die Stadt“, glaubt er. Seit Ende der neunziger Jahre gehe es mit dem einst florierenden Kurort in der Eifel bergab. Grund seien vor allem die Sparmaßnahmen im Gesundheitswesen: „Viele alteingesessene Geschäfte mussten aufgeben, die Leerstände wurden immer größer.“ Vom Spätsommer kommenden Jahres an hofft Portz auf Belebung für die Stadt und neue Kundschaft für sein Café.

Ende August wollen drei ortsansässige Investoren in den alten Fachwerkhäusern Deutschlands erstes Factory-Outlet-Center in einer gewachsenen Innenstadt eröffnen. Auf 12 500 Quadratmetern Verkaufsfläche sollen Markenhersteller Bekleidung, Sportartikel, Schuhe und Accessoires zu Schnäppchenpreisen anbieten. Rund 30 Geschäfte – Namen von Mietern werden noch nicht genannt – sollen in sanierte Ladenlokale entlang der 800 Meter langen historischen Fußgängerzone einziehen. Weitere neun Geschäfte werden in einem Neubau unweit der Stadtmauer untergebracht. Erwartet wird eine Verdoppelung der Touristenzahl auf 2 Millionen im Jahr, vor allem aus dem Groß-

Im Eifel-Kurort Bad Münstereifel soll das erste Outlet-Center in einer gewachsenen Innenstadt entstehen.

raum Köln, Bonn und Düsseldorf sollen Kunden angelockt werden. „Hier ist alles echt, hier ist nichts künstlich errichtet worden“, sagt Investor Georg Cruse. Der mittelalterliche Stadtkern, die nahe gelegene Burg, die leise dahin plätschernde Erft – all das sieht er als Mehrwert gegenüber den Konkurrenten auf der grünen Wiese etwa im belgischen Maasmechelen oder im münsterländischen Ochtrup, wo das bisher einzige Outlet-Center Nordrhein-Westfalens steht.

Auf 400 neue Arbeitsplätze hofft Bürgermeister Alexander Büttner (CDU), der das Projekt als Jahrhundertchance für die seit vier Jahren mit einem Nothaus halt operierende Stadt bezeichnet. Neue Besucherkreise wolle man anziehen – „eine modeaffine Zielgruppe“. Auch für den bestehenden Einzelhandel verspricht er sich mehr Frequenz: „An den Wochenenden tobt hier der Bär, unter der Woche ist tote Hose.“ Tatsächlich sind an einem trüben Vormittag im Dezember kaum

Menschen auf den kopfsteingepflasterten Gassen unterwegs.

45 Millionen Euro wollen die Initiatoren in das Outlet-Center investieren, wie Cruse berichtet. Der Achtvierzigjährige ist Mitgeschäftsführer des Euskirchener Textilfilialisten Robert Ley und vertritt das Vorhaben nach außen. Er wohnt in Bad Münstereifel ebenso wie seine Geschäftspartner, der Diplom-Kaufmann Rainer Harzheim und Marc Brucherseifer, Gründungsmitglied und Aufsichtsratsvorsitzender des Mobilfunkdienstleisters Drillisch AG. Als große Herausforderung räumt Bürgermeister Büttner die Bewältigung des zusätzlichen Verkehrsaufkommens ein. Bei diesem Thema scheint es unter den 18 500 Einwohnern auch die meisten Bedenken zu geben. Geplant sind die Einrichtung eines Parkleitsystems und die Aufstockung der Zahl der Parkplätze um 1000 auf dann 2200. Nahe der Altstadt sollen drei Parkhäuser und ein ebenerdiges Parkdeck entstehen.

Befürchtungen, das Erscheinungsbild der Stadt könnte unter den Schnäppchenanbietern leiden, weist Büttner von sich: „Wir wollen hier keine Dauer-Kirmes.“ Bauliche Veränderungen müssten mit der Denkmalpflege abgestimmt werden, zudem gebe es eine Gestaltungssatzung: „Wir werden alles dafür tun, dass es gedie-

gen bleibt.“ Zwar müsse es ein einheitliches Erscheinungsbild geben, um die Outlet-Geschäfte erkennbar zu machen, sagt Cruse: „Aber keiner darf große Rabattschilder aufhängen.“ Gegenwind bekommt das Projekt aus Nachbarstädten wie Rheinbach und Euskirchen, die Umsatzverluste fürchten. Kritisiert werden in diesem Zusammenhang vor allem die Öffnungszeiten am Sonntag. Als von Touristen besuchte Kurstadt profitiert Bad Münstereifel von einer Sonderregelung des nordrhein-westfälischen Ladenöffnungsgesetzes: An bis zu 40 Sonn- und Feiertagen dürfen die Geschäfte acht Stunden lang aufmachen, wenn sie ortstypische Waren, Artikel zum sofortigen Verzehr, frische Früchte, Blumen, Tabakwaren oder Zeitungen verkaufen.

Ob Mode als ortstypisch gilt, dürfte zumindest fraglich sein. Cruse verweist auf die Tradition als Tuchmacher- und Gerberstadt und gibt sich zuversichtlich: „Wir gehen nicht davon aus, dass der Sonntag als Verkaufstag wegfällt.“ Einen Leidtragenden des Großprojekts gibt es schon, den Schlagersänger Heino. Als der Mietvertrag für sein Café gegenüber dem Rathaus im Mai auslief, musste er Platz für eines der geplanten Outlet-Geschäfte machen. Jetzt bietet er im oberhalb der Altstadt gelegenen Kurhaus seine legendäre Haselnusstorte an.