

20.01.13 | **Outletcenter**

Wo die guten Schnäppchen auf Sie warten

Preisnachlässe von bis zu 70 Prozent: in Outlet-Centern. Jetzt ist die Auswahl besonders groß: Denn zu Jahresbeginn landen auch die unerwünschten Geschenke in den Regalen der Outlet-Center. *Von Harald Czycholl*

Czycholl

Das ganze Jahr sparen: In Outlets ist das möglich. Hier warten Produktionsüberschüsse, Musterware, Kollektionen der Vorsaison sowie Zweite-Wahl-Produkte auf Käufer.

Preisnachlässe (Link: <http://www.welt.de/111696801>) von bis zu 70 Prozent sind möglich für die Waren, die anderswo nicht über den Ladentisch gegangen sind.

Aktuell ist die Auswahl besonders groß: Denn zu Jahresbeginn landen auch die nicht erwünschten Weihnachtsgeschenke in den Regalen beziehungsweise Online-Shops der Outlet-Center

(Link: <http://www.welt.de/wirtschaft/welt/article111983575/In-diesen-Outlets-gibt-es-die-besten-Schnaeppe>) . Nach dem Fest innerhalb der jeweiligen Frist umgetauschte, einwandfreie Ware findet so den Weg zu den Schnäppchenjägern. Käufer müssen für die satten Rabatte dann allerdings hin und wieder leichte Gebrauchsspuren akzeptieren.

Schnäppchenjagd als Einkaufserlebnis

Modebewusste Schnäppchenjäger sind in den Designer-Outlets richtig. Die beiden meist frequentierten befinden sich in Ingolstadt sowie Wertheim vor den Toren Würzburgs. Ingolstadt Village und Wertheim Village heißen die beiden Rabatt-Tempel, die im Stil von Dörfern errichtet sind, so dass durch die ansprechende Architektur auch das Einkaufserlebnis

(Link: <http://www.welt.de/print/wirtschaft/finanzen/article109546053/Konsumtempel>) bei der Schnäppchenjagd nicht zu kurz kommt.

Auch das Designer Outlet Berlin, knapp eine halbe Stunde von der Hauptstadt entfernt im brandenburgischen Wustermark gelegen, ist wie ein typisches Dorf dieser Region konzipiert. Das ist Kalkül – moderne Outlet-Center wollen mehr sein als gesichtslose Einkaufszentren auf der grünen Wiese: Sie haben die Kunst der Verführung verfeinert.

Wer gemütlich und entspannt durch eine Nostalgiekulisse wandeln und am Dorfbrunnen seinen Kaffee genießen kann, bleibt länger, kauft mehr – und kommt vor allem auch wieder. Zudem wirken Preisnachlässe in einem hochwertigen Ambiente besser. Die Kunden bekommen so nicht das Gefühl, die Markenware werde verramscht.

Rabatt-Tempel bieten enorme Preisnachlässe

Auch in Dortmund, Leipzig, Wolfsburg, in Stuhr bei Bremen sowie im rheinland-pfälzischen Zweibrücken locken die Ausverkäufe renommierter Modelabels wie Esprit, Tom Tailor

(Link: <http://www.welt.de/boerse/aktien/Tom-Tailor-Holding-AG-DE00A0STST2.html>) , Daniel Hechter oder Betty Barclay seit Jahren die preisbewussten Shopper mit immensen Preisnachlässen.

Neu hinzugekommen sind im vergangenen Jahr gleich drei Center: Im schleswig-holsteinischen Neumünster wurde im September Eröffnung gefeiert, in Soltau in der Lüneburger Heide mitten im Städtedreieck Hamburg – Hannover – Bremen öffnete das neue Outlet-Center bereits im August seine Tore. Auch in Ochtrup im Münsterland gibt es seit Sommer ein solches Einkaufsparadies.

Neue Outlet-Center in der Planung

Weitere Center, etwa in Thüringen am Autobahnkreuz Hermsdorf, im rheinland-pfälzischen Montabaur an der ICE-Strecke Frankfurt-Köln oder in der Altstadt von Bad Münstereifel in Nordrhein-Westfalen sind gegenwärtig in Planung.

Das Wiesbadener Marktforschungsunternehmen Ecostra sieht ob der vielen Neueröffnungen den "Marktdurchbruch der Factory Outlet Center auch in Deutschland". Hohe bau- und raumordnungsrechtliche Hürden sowie der zähe Widerstand des Einzelhandels und anderer Interessenverbände hätten die Entwicklung zwar zeitlich verzögern, aber letztlich nicht aufhalten können.

Die Frage ist nicht mehr, ob neue Outlet-Center eröffnet werden – sondern wo: "Es hat sich gezeigt, dass nicht jede Wiese als Standort für ein Factory-Outlet-Center geeignet ist", sagt Ecostra-Geschäftsführer Joachim Will. "Es geht vor allem darum, die aus landes- und regionalplanerischer Sicht geeigneten Standorte zu identifizieren, an denen diese Vertriebsform auch funktionieren kann."

Neue Handelsform wird von den Kunden angenommen

Ein Großteil der derzeitigen Center wirtschaftet auf einer soliden ökonomischen Basis, sagt Sven Buchsteiner, Handelsexperte beim Immobiliendienstleister CB Richard Ellis. "Dies ist ein klares Zeichen für die hohe Akzeptanz der Handelsform bei den Konsumenten und ist positiv für den deutschen Markt."

Beim Handelsverband Deutschland (HDE) sieht man die Entwicklung naturgemäß weniger positiv, machen Outlet-Center doch den Einzelhändlern in den Innenstädten schwer zu schaffen. Es dürfe für Outlet-Center in den Ansiedlungsregelungen keine Ausnahmen geben, fordert Michael Reink, Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik beim HDE. "Es darf nicht sein, dass für die Eröffnung von Factory-Outlet-Centern auf der grünen Wiese in einigen Landesentwicklungsplänen besonderes Recht geschaffen wird."

Die Center sollten nach den gesetzlichen Regularien des großflächigen Einzelhandels beurteilt werden. "Die dezentralen Standorte widersprechen eindeutig den ansonsten beschriebenen Zielen der Landesplanung in den Bundesländern", sagt Reink.

Erste Billig-Börsen haben sich auch im Internet etabliert

Verbrauchern dürften solche politischen Auseinandersetzungen herzlich egal sein – schließlich lässt sich durch Outlet-Center ein prall gefüllter Kleiderschrank realisieren, ohne dass gleich ein größeres Loch in der Haushaltskasse entstehen muss. Dabei muss man nicht unbedingt zum Shoppen in die Provinz fahren, um zu sparen – oft reichen auch ein paar Klicks vom heimischen Computer aus.

Online-Shops wie etwa dress-for-less.de übertragen das Outlet-Prinzip ins Internet. Vor allem auch die technikbegeisterten Schnäppchenjäger kommen online auf ihre Kosten.

Der Navigationsgeräte-Hersteller TomTom etwa bietet in seinem Online-Outlet-Shop (tomtom.com) generalüberholte Geräte zu reduzierten Preisen an. Um die 30 Prozent Rabatt auf den herkömmlichen Verkaufspreis sind hier möglich.

Restposten technischer Geräte zum Sonderpreis

Auch der Lautsprecher-Produzent Teufel unterhält einen Internet-Fabrikverkauf (teufel.de/outlet.html) und bietet dort Restposten, Versandrückläufer, Auslaufmodelle und B-Ware zum Sonderpreis feil, genau wie der japanische Elektronikriese Sony (Link: <http://www.welt.de/boerse/aktien/Sony-Corp-JP343500009.html>) (outlet.sony.de). Die Elektronikette Saturn betreibt einen Outlet-Store bei Ebay (ebay.de/saturn).

Einige Hersteller betreiben auch klassische stationäre Fabrikverkäufe: Medion etwa, bekannt durch seine Elektronikangebote beim Discounter Aldi, unterhält in Essen einen Outlet-Store. Der Hama-Schnäppchenmarkt befindet sich im bayrischen Monheim in der Nähe von Ingolstadt. Einen Fabrikverkauf des Computerherstellers Fujitsu-Siemens (Link: <http://www.welt.de/boerse/aktien/Siemens-AG-DE007236101.html>) gibt es in München. Und günstige Blackberry-Handys finden sich in Metzingen.

Überhaupt ist Metzingen, rund 30 Kilometer südlich der Schwaben-Metropole Stuttgart gelegen, so etwas wie das Mekka aller Schnäppchenjäger: Über 60 Outlet-Stores gibt es in der 20.000-Einwohner-Stadt. Von Mode über Elektroartikel bis zu Schmuck wird hier praktisch alles vergünstigt angeboten.

Das Konzept stammt aus den USA

Das Factory-Outlet-Konzept stammt ursprünglich aus den USA und schwappte ab den 80er-Jahren nach Europa. Seit den 90er-Jahren gibt es auch in Deutschland Outlet-Stores, die Vertriebsform gewinnt hierzulande zunehmend an Popularität. In Factory Outlets verkaufen die Hersteller ihre Produkte in Eigenregie, ohne den Umweg über Zwischenhändler.

Aus diesem Grund – und auch weil die Transportwege in der Regel erheblich kürzer sind – sind die Produkte dort günstiger als im herkömmlichen Einzelhandel

(Link: <http://www.welt.de/themen/einzelhandel/>) . Zudem werden in Outlet-Stores oftmals Produkte aus der Vorsaison, Auslaufmodelle, Überschussware sowie B-Ware mit leichten Fabrikationsfehlern mit teils immensen Rabatten abverkauft.