



Euskirchen -

## Stadtmarketingverein

# „Einkaufs-Disneyland“ in der Kurstadt?

Von Peter W. Schmitz

**Die Angst geht um beim Euskirchener Stadtmarketingverein. „Zeus“ befürchtet einen Umsatzrückgang in Euskirchen in Höhe von „fünf Prozent plus x“. Der Verein wehrt sich weiter vehement gegen das Millionen-Projekt.**

Die Angst geht um beim Euskirchener Stadtmarketingverein. „Zeus“ blickt vom Euskirchener Mittelzentrum voller Sorge in die zwölf Kilometer entfernte kleine Kurstadt, die wegen des geplanten „Fashion Centers“ nachhaltig aus dem Dornröschenschlaf geweckt werden dürfte. „Zeus“-Vizevorsitzender Edgar Eschweiler befürchtet gar ein „Einkaufs-Disneyland“ in der Kurstadt und eine „Bedrohung für die gesamte Region“. Dessen Kollege Günter Blauen hat erkannt, dass die Investoren „auf Zeit spielen“ und Hans-Peter Neußer forderte in puncto der in Bad Münstereifel möglichen Sonntagsöffnung „gleiches Recht für alle“.

„Zeus“ wehrt sich weiter vehement gegen das in der Kurstadt geplante Millionen-Projekt, das der Stadtmarketingverein beharrlich „Outlet-Center“ nennt. Die von den Euskirchener Geschäftsleuten zur Pressekonferenz eingeladenen Landtagskandidaten glänzten freilich bis auf Angela Kalnins (Grüne) durch Abwesenheit. Eschweiler erklärte, die Politiker seien wegen paralleler Termine leider unabhkömmlich.

SPD-Kreischef und Landtagskandidat Uwe Schmitz hatte immerhin seinen Stellvertreter Thilo Waasem geschickt. Der erklärte, wie auch Kalnins, dass den Kreispolitikern bei dieser Entscheidung die Hände gebunden seien. Dies sei Sache der Stadt Bad Münstereifel.

### Etikettenschwindel befürchtet

Kalnins gab sich wenige Tage vor der Landtagswahl diplomatisch. Sie bemängelte zwar das offenbar selbstverordnete Schweigegelübde der Investoren („Die haben die Katze noch nicht aus dem Sack gelassen.“), sah aber auch den positiven Effekt für Bad Münstereifel. Denn dort würden immerhin die Leerstände beseitigt und die Stadt durch restaurierte Gebäude aufgewertet.

In Euskirchen befürchtet man einen „Etikettenschwindel.“ Im Gegensatz zu den Ankündigungen der Investoren sei in der Kurstadt kein „Fashion Center“, sondern definitiv ein „Factory Outlet-Center“ geplant. Untermauert wird diese Hypothese laut Blauen durch „Informationen, die wir von unseren Lieferanten bekommen haben“.

Die hätten berichtet, dass die Kurstadt-Investoren mit dem Outlet-Magnaten „Mc Arthur Glen“ verhandelten. In der Pressemitteilung von „Zeus“ heißt es: „Hier (in Bad Münstereifel, d. Red.) soll analog zu den anderen Standorten in ganz Europa eine Vermarktungsmaschinerie von abgeschriebener textiler Altware ins Leben gerufen werden.“ Verhandlungen mit „Mc Arthur Glen“, hatte Modezentrums-Investor Georg Cruse wie bereits berichtet auf Anfrage der Rundschau dementiert: „Hier wird offenbar auf breites Halbwissen und Vermutungen gesetzt.“

### Kein klassisches Outlet-Center auf der grünen Wiese

Cruse hatte auch beklagt, dass er zur „Zeus“-Pressekonferenz keine Einladung erhalten habe: „Wir hätten da ja durchaus helfen können.“ Kreisstadt-Geschäftsmann Dieter Eller warnte die Münstereifeler Nachbarn jedenfalls vor dem „erhöhten

Verkehrsaufkommen und der damit verbundenen Feinstaub-Belastung“, die das Mode-Zentrum mit sich bringen werde. Bei der von den Investoren angegebenen Kundenzahl von einer Million pro Jahr sei täglich mit bis zu 18 000 Einkäufern zu rechnen: „Da müssen Parkplätze und Straßen gebaut werden.“

Blauen geht davon aus, dass vier Fünftel der Kunden aus der unmittelbaren Nähe anreisen würden: „Dies hätte gravierende Auswirkungen auf die Nachbarkommunen. Wir rechnen in Euskirchen mit einem Einnahmeverlust in Höhe von fünf Prozent plus x.“ Für die „Fashion Center“-Betreiber prognostizierte Blauen indes einen Umsatz von „40 bis 50 Millionen Euro pro Jahr“.

SPD-Mann Thilo Waasem betonte, dass es sich in Bad Münstereifel ja um kein „klassisches Outlet-Center auf der grünen Wiese“ handle. Ob es dann auch eine Abstimmungspflicht mit den Anrainer-Kommunen geben müsse, sei juristisch nicht eindeutig. Waasem geht aber davon aus, dass für das Kurstadt-Projekt das normale Baurecht greife.

### **„Dann wollen wir auch an Sonntagen verkaufen“**

Blauen räumte ein, dass das „Fashion Center“ eine clevere Geschäftsidee sei. So gebe es bereits acht Outlet-Center in Deutschland. 15 weitere stünden in der Warteschleife. Dies sei jedoch ein zum Teil jahrelanger Prozess: „In Bad Münstereifel geht das alles blitzschnell.“

Zudem wurmt „Zeus“ der in der Kurstadt mögliche Verkauf an 40 Sonn- und Feiertagen im Jahr. Bad Münstereifel sei ein touristischer Magnet und ein Ort der Ruhe, so Eschweiler. Da passe der Sonntagsverkauf nicht ins Konzept, zumal dort keine für eine Kurstadt typischen Dinge wie etwa Bademäntel verkauft würden.

Der SPD-Kreistagsabgeordnete Waasem bestätigte, dass Modeartikel nicht auf der Sortimentsliste stehen, die in Kurstädten sonntags verkauft werden dürfen. Dies könne auch nicht durch den Hinweis revidiert werden, dass Münstereifel einst eine Gerberstadt gewesen sei.

„Dann wollen wir auch an Sonntagen verkaufen“, spaßte Eschweiler, „denn Euskirchen war schließlich eine bedeutende Tuchmacherstadt.“

Artikel URL: <http://www.rundschau-online.de/euskirchen/stadtmarketingverein--einkaufs-disneyland--in-der-kurstadt-,15185862,16267642.html>

Copyright © Kölnische Rundschau