

# Kölner Stadt-Anzeiger

Wirtschaft - 04.08.2012

## Angst vor dem Dauer-Schlussverkauf



Das Outlet-Center in Ochtrup bei Münster.

Foto: dpa

Von Evelyn Binder

**Viele Ladeninhaber in den Innenstädten fürchten um ihre Umsätze. Ihre Angst - wenn mehr Outlet-Center entstehen blutet die City aus.**

Sie versprechen nicht weniger als ein ganzes Jahr lang Schlussverkauf: "Immer 30 bis 70 Prozent billiger", "HOOOOT SALE" oder eine "5-Sterne-Shopping-Erfahrung". Ein knappes Dutzend echter Factory-Outlet-Center (FOC) mit einer Verkaufsfläche von mehr als 180 000 Quadratmetern gibt es nach Angaben des Kölner "EHI Retail Institute" derzeit in Deutschland.

Es wären viel mehr, wäre die Genehmigungspraxis nicht so restriktiv. "Deutschland gilt als einer der wichtigsten Märkte für Outlet-Betreiber", sagt Rainer Pittroff vom Kölner Handelsforschungsinstitut EHI.

NRW sei als das bevölkerungsreichste Bundesland besonders interessant. Doch bislang existiert hier nur ein großes Fabrikverkaufszentrum, das viele Shops mit Überschüssen aus der Produktion bündelt: das Euregio Outlet Center in Ochtrup. Das Center vergrößert gerade seine Verkaufsfläche erheblich - von 3500 auf 17 000 Quadratmeter mit dann 65 statt 18 Shops. Ab Ende August firmiert es unter FOC Ochtrup. Bei diesem Outlet-Center soll es nach dem Willen der rot-grünen Landesregierung auch bleiben. Dafür werden gerade die rechtlichen Voraussetzungen geschaffen.

Die alten Regelungen wurden vom Verfassungsgerichtshof NRW 2009 kassiert, ein neuer "Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum Landesentwicklungsplan NRW" wird gerade erarbeitet. In Kraft tritt die neue Regelung nach Auswertung der bis Anfang Oktober laufenden öffentlichen Beteiligung voraussichtlich Anfang 2013. Bis dahin könne laut Staatskanzlei kein Projekt schnell noch durchgepeitscht werden.

Dabei haben Planer längst neue Einkaufstempel in Duisburg, Remscheid und Werl entworfen: In Duisburg plante die Düsseldorfer German Development Group, den Standort Remscheid hatte McArthur Glen ins Auge gefasst, das Eifel-City-Outlet in Bad Münstereifel ist schon im Bau.

Vierorts ist die Reaktion des örtlichen Einzelhandels und der Industrie- und Handelskammern die gleiche: Von einem "Frontalangriff auf die Innenstädte" ist die Rede, von "Kaufkraftabsaugern", vom Ausbluten der City.

Etablierte Händler fürchten, dass ihre Stammkunden ausbleiben und die neuen Kunden auf dem Weg zum Outlet einen Bogen um sie machen - zumal knapp hinter der Grenze in Roermond oder Maasmechelen die Konkurrenz sogar sonntags öffnen darf. Mit den früheren Outlets - Läden, die meist direkt an die Produktionsstätten angegliedert waren - haben die neuen Outlets wenig gemein: Sie wollen einen "Erlebniseinkauf" bieten. Die nachgebauten Gassen im Center Maasmechelen sollen "die Handwerkerarchitektur von Limburg widerspiegeln". Das Ochtruper Center will "an die typisch münsterländische Bauweise" erinnern.

Doch "immer bis zu 70 Prozent billiger"? Werbung und Wirklichkeit stimmen oft nicht überein. Billiger als im Schlussverkauf sind die Teile meist nicht, die Online-Konkurrenz wächst: Markenhersteller vertreiben Überschüsse inzwischen längst selbst mit großen Abschlägen über Shopping-clubs wie Limango, brands4friends oder vente privee.

Die Angebotsstruktur sei in den Outlet-Centern eine andere als im City-Einzelhandel, sagt Handels-Experte Pittroff: Viele ausländische Hersteller haben dort reine Markenshops, bekannte Einzelhändler finde man nur selten. Verkauft werden 1b-Ware, Restbestände, Retouren und Ware der letzten Saison mit Rabatten gegenüber der Preisempfehlung - was immer die wert ist. Großstädter finden dort oft Shops, wie sie sie aus der Innenstadt kennen: Mexx, Hilfiger, Marc O'Polo, Nike. Und bald auch in Bad Münstereifel.

Artikel URL: <http://www.ksta.de/wirtschaft/angst-vor-dem-dauer-schlussverkauf,15187248,16800950.html>

Copyright © 2012 Kölner Stadtanzeiger