

Jetzt kauft auch Heino im Outlet-Center ein

In der mittelalterlichen Fußgängerzone von Bad Münstererifel eröffnet ein Outlet-Center – das ist überall im Trend und bringt die Kai

BAD MÜNSTEREIFEL, 15. August. Heino darf in Bad Münstererifel nicht fehlen. Begleitet von Donnerschüssen, schneidet der Schlagensänger gemeinsam mit dem Bürgermeister und den Investoren das orangefarbene Band durch. Mehrmals wurde der Start verschoben, jetzt öffnet das „City Outlet Center Bad Münstererifel“ seine Tore. Die Aufmerksamkeit ist groß: Zahlreiche Kamerateams tummeln sich um die besten Plätze, Hunderte von Besuchern wohnen der Zeremonie bei. Schon am Vormittag sind auch die neu geschaffenen Parkplätze im Zentrum voll, weit vor der Stadt werden die Autos auf Behelfsflächen geleitet und die Insassen per Bus-Shuttle weiterbefördert.

Die Kurstadt in der Eifel verfügt über ein Novum – das erste innerstädtische Outlet-Center Deutschlands. Nicht auf der grünen Wiese findet die Schnäppchenjagd hier statt, sondern mitten im historischen Stadtkern mit seinen vielen Fachwerkhäusern, der Ertl und der hoch gelegenen Burg. Das Outlet-Center, das Preisnachlässe von 30 bis 70 Prozent auf Vorjahres- oder Musterkollektionen verspricht, besteht aus 19 sanfteren Ladenlokalen entlang der malerischen Fußgängerzone sowie weiteren sieben Geschäften in einem nahegelegenen Neubau unweit der Stadtmauer. Einige wenige Ladendlokale sind noch nicht belegt, angeblich gibt es Marken, die erst die Eröffnung abwarten wollen. Eingezogen sind die gängigen Modakanbieter.

Große Rabattschilder sucht man vergebens, das Design der Outlet-Läden ist dezent. Welche Geschäfte zum Center gehören, lässt sich anhand der einheitlichen, grauen Schilder und der Markisen mit

dem kleinen Outlet-Logo erkennen: Im Wendeckhaus, dem ältesten Fachwerkhaus der Stadt mit kunstvollen Holzschnitzereien an der Fassade, etwa bietet die Marke Bassetti Heimtextilien an, nebenan gibt es Kindermode und gegenüber italienische Schuhe. Umgeben sind die Outlet-Geschäfte von einer Reihe altingesessener Betriebe – einem Friseur, einem Weinhändler, einem Bestatter, einem Haushaltswarenladen, aber auch einem Ein-Euro-Laden, einem Restaurant oder einem Eiscafé.

Von einem „Flickenteppich“ spricht Joachim Will, Experte für Outlet-Center und Geschäftsführer der Wiesbadener Ecoستا GmbH, angesichts der verstreut angesiedelten Läden: „Die Frage ist, ob die Kunden das Konzept verstehen.“ Auch seien Themen wie Sicherheit, Sauberkeit und Marketing unter diesen Voraussetzungen schwieriger zu handhaben als in den herkömmlichen Outlet-Centern. „Das ist ein Experiment und noch nicht in trockenen Tüchern“, sagt Will. Einen „vierversprechenden Ansatz“ glaubt wiederum Marco Atzberger, Mitglied der Geschäftsleitung beim Kölner EHI Retail Institute, zu erkennen. Viele Kleinstädte plagen das Problem eines wegreichenden Einzelhandels: Die Verbraucher kaufen lieber in Metropolen, Einkaufszentren oder online ein. Befremdlich findet er allerdings, „dass eine Stadt so massiv auf das Thema Preis setzt“.

Für Alexander Büttner (CDU), den Bürgermeister der hochverschuldeten Stadt, ist das Outlet-Center eine „Jahrhunderchance“ zur Lösung der strukturellen Probleme. Wer sich unter den loka-



Shoppin in der Provinz: Einkaufserlebnis in der Eifel

Foto: WAZ Foto / Matthias Graben

len Geschäftsleuten u auch hier viel vom schwingung zu hören. Seit det der rund 18 000 Ein Kurort unter den Sparsa Gesundheitswesen. K weg, in der Innenstadt mehr Läden leer. „Es w storbenes Städtchen“, s nerin. „Jetzt setzen wir i geres Publikum.“ 250 n sowie eine Million zus – das entspräche einer soll das Outlet-Center beschern. Ob die Stac Gewerbesteuer profitie Bürgermeister keine f wagen, leisten die im Ci nen Marken ihre Abgab am Stammsitz.

Aber nicht alle sehe ein Allheilmittel. M „Stoppt den Ausverka hat Ralf Pannen seit 20 sengemeinschaft Stad gen das Outlet-Center § machen drei ortsans ihre Pläne bekannt, f Euro Gebäude in der l kauen, zu renovieren u ter zu vermieten: Geo schäftsführer des Texti Ley, Diplom-Kaufmar heim und Marc Bruch den Mobilfunkdienstlei gründet hat und heute rat vorsitzt.

Wie viel Geld tatsäc jekt geflossen ist, wolle Genannt wird nur noch Millionenbetrag“. Der :

Outlet-Center ein

sifel eröffnet ein Outlet-Center – das ist überall im Trend und bringt die Kaufhäuser ins Schwitzen

FAZ 16.08.2014



Shoppin in der Provinz: Einkaufserlebnis in der Eifel

Foto WAZ Foto/ Mathias Graben

len Geschäftsleuten umhört, bekommt auch hier viel vom erhofften Aufschwung zu hören. Seit Jahrzehnten leidet der rund 18 000 Einwohner zählende Kurort unter den Sparanstrengungen im Gesundheitswesen. Kurgäste blieben weg, in der Innenstadt standen immer mehr Läden leer. „Es war ein altes, ausgestorbenes Städtchen“, sagt eine Einwohnerin. „Jetzt setzen wir auf ein neues, jüngeres Publikum.“ 250 neue Arbeitsplätze sowie eine Million zusätzliche Besucher – das entspricht einer Verdoppelung – soll das Outlet-Center Bad Münsterfeifel beschieren. Ob die Stadt auch in puncto Gewerbesteuer profitiert? Da will der Bürgermeister keine genaue Prognose wagen, leisten die im City Outlet vertretenen Marken ihre Abgaben doch vor allem am Stammsitz.

Aber nicht alle sehen in dem Projekt ein Allheilmittel. Mit Parolen wie „Stopp den Ausverkauf unserer Stadt“ hat Ralf Pannen seit 2011 in der Interessengemeinschaft Stadtentwicklung gegen das Outlet-Center gekämpft. Damals machten drei ortsansässige Investoren ihre Pläne bekannt, für 45 Millionen Euro Gebäude in der Innenstadt aufzubauen, zu renovieren und als Outlet-Center zu vernieten: Georg Cruse, Mitgeschäftsführer des Textilhändlers Robert Ley, Diplom-Kaufmann Rainer Harzheim und Marc Brucherseifer, der einst den Mobilitätsdienstleister Drillich gegründet hat und heute dessen Aufsichtsrat vorsitzt.

Wie viel Geld tatsächlich in das Projekt geflossen ist, wollen sie nicht sagen. Genannt wird nur noch ein „zweistelliger Millionenbetrag“. Der 51 Jahre alte Pan-

nen, Dozent an der örtlichen Fachhochschule für Rechtspflege, hält das Outlet-Center für „einen Strohhalm, an dem man sich klammert wie früher an Heino“. Alternativen seien nicht geprüft, die Bürger nicht befragt worden, der Stadt drohe eine Blechlawine. Zwar Sorge das Center jetzt für Aufmerksamkeit, in drei bis vier Jahren werde das Interesse der Kundschaft aber erlahmen, fürchtet er. Zumal in der Region weitere Outlet-Center in Planung sind, etwa in Königswinter bei Bonn und in Grafschaft in Rheinland-Pfalz. Eine große Konkurrenz sehen Skeptiker auch in den Schnäppchenzentren im belgischen Maasmechelen und dem niederländischen Roermond, wohin die Kunden auch an jedem Sonntag pilgern können.

Für das City Outlet in Bad Münsterfeifel ist die Frage der Sonntagsöffnung „noch in der Prüfung“, wie Thomas Reichenauer, Geschäftsführer des Betreibers ROS Retail Outlet Shopping, zurückhaltend formuliert. Als von Touristen frequentierte Kurstadt nutzt Bad Münsterfeifel eine Sonderregelung, nach der die Anbieter von ortstypischen Waren, Artikeln zum sofortigen Verzehr, Tabakwaren und Blumen ihre Geschäfte an bis zu 40 Sonntagen und Feiertagen im Jahr öffnen dürfen. Ob Mode unter den Begriff „ortstypisch“ fällt, dürfte strittig sein. Das Outlet-Center hat bisher nur jene vier verkaufsoffenen Sonntage angekündigt, wie sie jeder Stadt in Kombination etwa mit Stadtfesten erlaubt sind. Eine „politische Debatte“ in Düsseldorf zu den Ladenöffnungszeiten fordert Bürgermeister Büttner. Aber: Auch die anderen zehn deutschen Outlet-Center dürfen sonntags nicht öffnen. CHRISTINE SCHARENBRUCH