

27. Jan. 2010

MEINE MEINUNG – GASTKOMMENTAR AUS SINSHEIM

# Ein Outlet-Center in Sinsheim – Chance oder Risiko?

Ein Beitrag des BAZ-Gastautors Lorenz Glück

Die Unternehmerfamilie Layher plant für das leerstehende Sinsheimer Messe- glände die Umnutzung in ein Factory Outlet Center (FOC). Das geplante FOC Sinsheim soll auf 10 000 Quadratme- tern zwischen 50 und 60 Mar- kenshops beherbergen, in welchen die Hersteller Wa- renrückgänge aus dem Ein- zelhandel und Zweite-Wahl- Ware anbieten. Realistische Schätzungen gehen von jähr- lich 1 000 000 Kunden im FOC Sinsheim aus. Es entste- hen 400 Arbeitsplätze.

Der Bau des FOC erfordert eine Gesamtinvestition von rund 40 Millionen Euro. In Deutschland gibt es derzeit acht FOC. Der deutsche Markt gilt bei einer Anzahl von 20 bis 25 solcher Center als gesättigt, wobei FOC als reine Nischenprodukte zäh- len. Bekannte FOC sind in unserer Region vor allem Zweibrücken und Wertheim. Die Betreiber solcher Center suchen bewusst Randlagen außerhalb der Ballungsge- biete als Standort. Eine gute Erreichbarkeit und die Nähe zu touristischen Attraktio- nen zählen zu den Vorausset- zungen eines erfolgreichen FOC. Das verwundert nicht, wenn man bedenkt, dass der Einkauf im FOC nicht der täglichen Bedarfsdeckung dient.

Der Einkauf im FOC gilt als Freizeitbeschäftigung: Ein- kaufs- oder Shoppingtouris- mus sind die Schlagwörter. Dabei werden Fahrzeiten



Lorenz Glück. Bild: red

von bis zu 90 Minuten von den Kunden in Kauf genom- men. Sinsheim gilt allgemein als hervorragender Standort für ein FOC.

FOC sind nicht unumstrit- ten. Es bestehen Ängste bei den Einzelhändlern in In- nenstadtlagen. Die attrakti- ve Konkurrenz auf der grü- nen Wiese führe zum ausblu- ten der Innenstädte. Mit der uns eigenen Gründlichkeit gilt Deutschland als das FOC- feindlichste Land in Europa. Gemessen an der FOC-Ver- kaufsfläche in Relation zur Bevölkerungszahl rangiert Deutschland derzeit auf dem Niveau von Rumänien. Nachgewiesen sind die nega- tiven Auswirkungen eines FOC allerdings bislang nicht. Im Gegenteil: In Wertheim spricht man derzeit offen über die dritte Ausbaustufe, nachdem schon die zweite Ausbaustufe keine Wider- sprüche hervorgerufen hat.

Wertheim freut sich jähr- lich über rund 200 000 Besu- cher in der Innenstadt, die ohne ein Outlet wohl kaum wüssten, wo Wertheim geo- grafisch einzuordnen ist. Die Innenstädte von Frankfurt am Main oder Würzburg ha- ben an Attraktivität nichts eingeüßt.

Übersetzt auf Sinsheim ist daher bei der erwähnten Größenordnung nicht mit ei- ner Verödung Mannheims oder Heidelbergs zu rech- nen, so schmeichelhaft die- ser Gedanke auch für die Kraichgaumetropole sein mag. Aber auch die benach- barten Ortszentren haben bei genauer Betrachtung nichts zu befürchten. Das Angebot im FOC ist keine echte Konkurrenz. Das Ange- bot an Designermarken in Orten wie Waibstadt oder Meckesheim ist heute schon stark begrenzt. Genauso we- nig ist zu erwarten, dass etwa die Neckargemünder fortan Bekleidung statt vor Ort nur noch in Sinsheim einkaufen.

Für die relevanten Kunden aus der Region bestünde al- lerdings zukünftig die Wahl zwischen Sinsheim und Viernheim oder Mannheim. Bei allem Verständnis für die erfolgreiche Lobbyarbeit vor allem der großen Einzel- händler hoffen wir deshalb auf eine lebhafte Diskussion des FOC und wünschen uns, dass dieselbe sachlich, auf belastbaren Fakten beru- hend geführt wird. Wenn es gelingt, die Kirche im Dorf zu lassen, kommt das FOC nach Sinsheim!