

Sinsheims Pläne

Sinsheim will ein Factory-Outlet-Center (FOC) ansiedeln. Der Gemeinderat hat daher ein so genanntes Zielabweichungsverfahren beantragt, denn eigentlich verbietet die Landesplanung solche Einrichtungen in Mittelzentren. Zwei Meinungen über Sinn oder Unsinn des Projekts.

PRO

Rolf Geinert
Oberbürgermeister
der Stadt Sinsheim



Fabrikverkaufszentren als besondere Vertriebsform im Textileinzelhandel haben in Deutschland Fuß gefasst. In Berlin, Wertheim oder Zweibrücken sind solche Zentren zum Teil seit über zehn Jahren in Betrieb. Wegen des besonderen Angebots und der Zielgruppe ist den Betreibern eine gute Verkehrsanbindung wichtig. Sowohl die Lage an überregionalen Verkehrsachsen als auch das Warensortiment nehmen Rücksicht auf den Einzelhandel der Bedarfsdeckung. Die Fabrikverkaufszentren müssen sich vom klassischen Einzelhandel unterscheiden, um als touristisches Ziel zu fungieren und den Herstellern von Markenartikeln, die im Fabrikverkaufszentrum anbieten, die Möglichkeit zu lassen, die regulären Waren desselben Herstellers im klassischen Einzelhandel weiterhin abzusetzen.

Ausgehend von diesem Profil ist der Standort Sinsheim zur Ansiedlung eines Fabrikverkaufszentrums besonders geeignet. Sinsheim stellt mit dem Auto & Technik-Museum, der Wirsol Rhein-Neckar-Arena, den Messen und in Kürze dem Hallen- und Wellnessbad einen touristischen Anziehungspunkt mit überregionaler Ausstrahlung dar; alle genannten Einrichtungen sind über die Autobahn leicht zu erreichen.

Die Ergänzung des touristischen Potenzials der Stadt Sinsheim durch Ansiedlung eines Fabrikverkaufszentrums drängt sich auf. Aktuelle Untersuchungen des Freizeitverhaltens zeigen, dass der Stagnation der Einzelhandelsumsätze im klassi-

schen Einzelhandel ein deutliches Wachstum beim Shoppingtourismus gegenüber steht. Ein Fabrikverkaufszentrum in Sinsheim würde über eine Million zusätzlicher Besucher anziehen und damit Sinsheim zu einem der am stärksten besuchten Tourismusstandorte in Deutschland machen. Deswegen bedeutet solch eine Ansiedlung eine nachhaltige Stärkung der touristischen Angebote, aber auch des Einzelhandels in Sinsheim und Umgebung.

Für den Standort spricht, dass es große Überschneidungen im Kundenprofil der vorhandenen touristischen Einrichtungen und eines Fabrikverkaufszentrums gibt. Zudem ist die für ein Fabrikverkaufszentrum notwendige Infrastruktur vorhanden. Das durch ein Fabrikverkaufszentrum hinzukommende Potenzial wird durch ein gemeinsames Marketing auch Branchen außerhalb des Einzelhandels positiv beeinflussen. So zeigen Untersuchungen an Standorten bestehender Fabrikverkaufszentren, dass die Verweildauer der Besucher erhöht wird. Das ist wichtig für das Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe.

Deswegen ist Sinsheim für ein Fabrikverkaufszentrum in besonderem Maße geeignet. Entgegen den Befürchtungen beeinträchtigt das Fabrikverkaufszentrum keine vorhandenen Strukturen, sondern bereichert die Region. Das Standortgutachten beweist, dass deutliche negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in Sinsheim und die umliegenden Orte ausbleiben.



CONTRA

Swen Rubel
Geschäftsführer des
Einzelhandelsverbandes
Nordbaden

Fast jeder weiß, dass der Handel in Deutschland ein immer schwereres Unterfangen ist: Seit über zehn Jahren hat sich der Gesamtumsatz in Deutschland kaum verändert. Gleichwohl sind in den letzten 15 Jahren die Verkaufsflächen um 30 Prozent gewachsen und zwar in der Masse an dezentralen Standorten außerhalb unserer Innenstädte. Die Flächenproduktivität sinkt und in der Folge sind viele mittelständische Händler kaum mehr investitionsfähig. Die Umsatzanteile verschieben sich, raus aus den Innenstädten hin zu den Stadtrandlagen. Eine zunehmende Verödung oder Austauschbarkeit des Angebotes in unseren Innenstädten ist die Folge. Erschwerend wird auch in den kommenden Jahren die Entwicklung beim E-Commerce hinzukommen. Dessen Umsatzanteile werden, ob nun im reinen Distanzgeschäft oder im Rahmen einer Multi- oder Cross-Channel-Strategie, zulasten anderer Marktteilnehmer weiter steigen und die klassische Handelslandschaft weiter unter Druck bringen. Wir wissen schon heute, dass Unternehmen, die im Netz und stationär handeln, kleinere Flächen nachfragen als noch vor zwei, drei Jahren.

Deshalb hat man sich schon vor mehreren Jahren mit viel Mühe daran gemacht, im Landesentwicklungs- und Regionalplan Regeln zu erstellen, um eine ausgewogene Handelsentwicklung zu ermöglichen und unsere Innenstädte vor einem weiteren Bedeutungsverlust, und weiteren Trading Down Effek-

ten und Verödung zu schützen. Denn eigentlich sind sich alle Akteure einig, dass die gewachsenen europäischen Innenstädte mit ihrem Mix aus Handels- und Gastronomiebetrieben, öffentlichen Einrichtungen und Praxen, ihren Plätzen und urbanem Charakter etwas besonders Schützenswertes sind. Deshalb sind diese Regeln auch ein interkommunaler Konsens und in einem zähen Ringen der Kommunalvertreter im Verband Metropolregion Rhein-Neckar entstanden. Wenn Sinsheim jetzt gegen alle Vorgaben versucht, sein FOC durchzudrücken, kündigt die Stadt damit auch eben diesen Solidaripakt auf.

Und dieser Solidaripakt sagt, dass Handel mit innenstadtprägenden Sortimenten nur noch in den Innenstädten angesiedelt werden soll. Textilien und sonstige Bekleidungs-sortimente, wie sie typischerweise in Factory- oder Designeroutlets verkauft werden, gehören deshalb in die Innenstädte. Diese Regeln einzuhalten, ist nicht immer einfach und bedarf im Einzelfall großer Anstrengungen, um sachgerechte Lösungen zu finden. Ein Ansiedlungsvorhaben, das aber so offensichtlich gegen fast alle Vorgaben verstößt, darf nicht genehmigt werden, weil die Regeln dann insgesamt nicht mehr haltbar sind. Wie soll ansonsten in der Zukunft mit viel kleineren Verstößen umgegangen werden? Wir und die Politik haben eine besondere Verantwortung für den Erhalt unserer lebenswerten Innenstädte und nicht die Verwertungsinteressen Einzelner.