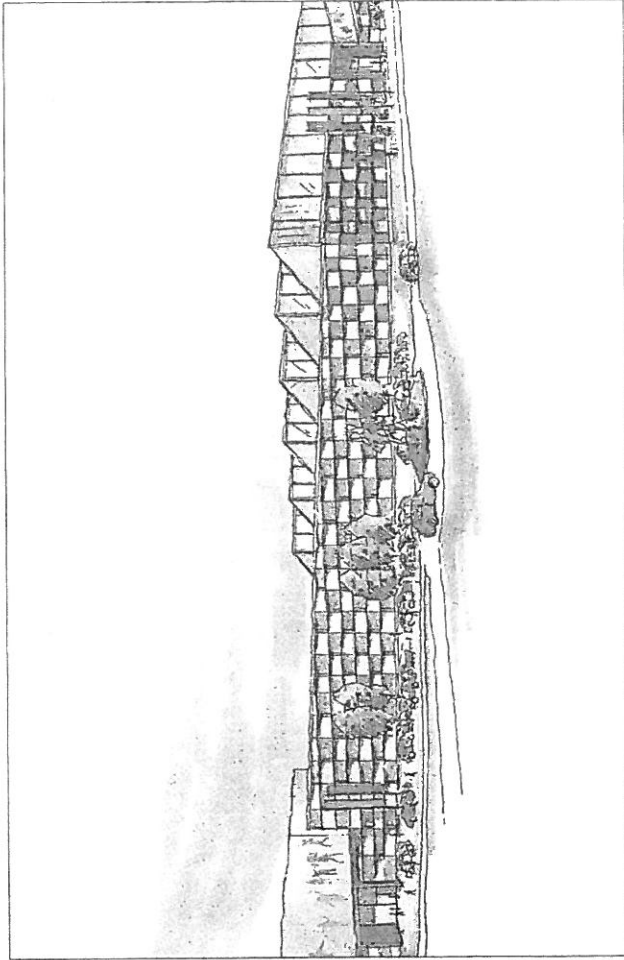


„Einzelhandel wird nicht beeinträchtigt“

Forschungsinstitut „ecotra“ stellte Studie zum geplanten Outlet Center vor – Befürchtete Umsatzeinbußen in Sinsheim am größten



Sinsheim. (wolk) Das geplante Designer Outlet Center (DOC) auf dem Gelände der Messe an der Neulandstraße wird den Einzelhandel in den benachbarten Innenstädten nicht maßgeblich beeinträchtigen. Zu diesem Ergebnis kommt jedenfalls eine umfangreiche Studie des Wiesbadener Forschungsinstituts „ecotra“, die gestern im Rathaus vorgestellt wurde. Das Gutachten ist als Grundlage für eine Entscheidung über die Zulassung des Outlets durch das Land Baden-Württemberg gedacht.

„Die Befürchtungen vor massiven Umsatzeinbußen des lokalen Einzelhandels sind unbegründet“, fasste Joachim Will, Geschäftsführer des Wiesbadener Instituts und Studienleiter, die Ergebnisse des Gutachtens zusammen. „Unsere Berechnungen zeigen, dass durch ein Outlet Center die Umsätze der lokalen Einzelhandels zwar leicht zurückgehen können. Aber dies liegt im Rahmen der üblichen konjunkturellen Schwankungen und wird größtenteils durch die in dieser Region steigenden Bevölkerungszahlen sowie steigende Kaufkraft ausgeglichen.“

Für Sinsheim haben die Experten Umsatzeinbußen von rund 5,6 Millionen Euro im Jahr (- 3,7 Prozent) errechnet. In Bad Rappenau-Stadt kamen 800 000 Euro (- 3,7 Prozent) und für Eppingen-Stadt etwa 600 000 Euro (- 3,9 Prozent) heraus. Für die „Auswirkungsanalyse zur möglichen Ansiedlung eines DOC in Sinsheim“ untersuchte Will Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft sowie

Produktions- und Verkaufspotential mit touristischen Einrichtungen der wirtschaftlich ohnehin dynamischen Region Rhein-Neckar auf Vorstellbar seien mehrtägige Angebote für Touristen, die neben Burg (Steinsberg) und Museumsbesichtigungen, Wandertouren und Besuchen von Freizeitparks wie Tripsdrill auch einen Einkaufstag im Marken-Outlet erleben wollten.

Beurteilung des örtlichen Einzelhandels ausschließen“, erlaubte Berater Will. In der zweitgrößten Stadt des Landes werden auf einer Gesamt-Verkaufsfläche von 600 000 Quadratmeter annähernd zwei Milliarden Euro umgesetzt. Das Sinsheimer DOC bietet eine Verkaufsfläche von lediglich 10 000 Quadratmeter mit etwa 50 Läden und ist damit im Vergleich zu anderen DOC wie Wertheim oder Zweibrücken ein Drittel bis zur Hälfte kleiner. Für das Sinsheimer Outlet rechnet Will mit einer Umsatzeinbuße von 76,3 Millionen Euro, wenn man „den maximal

Ein Teil der Sinsheimer Zukunft? Auf dem Gelände der ehemaligen Messehallen an der Neulandstraße plant die Familie Layher ein „Designer Outlet Center“ (DOC). Eine Grafik davon existiert schon. Grafik: ecotra

„Sinsheim wird viel kleiner“

LOKALREDAKTION SINSHEIM
So erreichen Sie die Lokalredaktion:
Tel. Redaktion: 0 72 61 - 94 40 30
Fax Redaktion: 0 72 61 - 94 40 39
E-Mail: red-sinsheim@rnz.de

ÜBRIGENS...
Sinsheim bohrt ein ganz dickes Brett
Von Wolfgang Kirchfeld

Man mag die Zahlen des „ecotra“-Gutachtens zum Designer Outlet Center auf dem ehemaligen Messengelände in Sinsheim und die daraus gezogenen Schlüsse bewerten wie man will. Zweifelt man nicht, fest: Zum einen muss die Stadt jede Chance - zumal einmalige - zur Steigerung ihrer Attraktivität nutzen im immer schärfer werdenden Wettbewerb der Kommunen, also das Outlet versuchen anzuziehen, um auf Dauer konkurrenzfähig zu bleiben. Es ist aber auch sicher, dass die Durchsetzung des Projekts dem Wohl eines ganz dicken Bretts gleichkommt - trotz positiver Zahlen.

Im Herbst schon konnte der Gemeinderat ein Zielabweichungsverfahren beantragen, um die zahlreichen planungsrechtlichen Hürden anzugehen. Je nach Widerstand auf den verschiedenen Ebenen konnte es dann zwischen - im Idealfall - einem und acht Jahren dauern, bis das Outlet in der Neulandstraße eröffnet werden kann - wenn überhaupt. Nicht nur jedoch Menge reibungslos abzuwickeln, sondern auch alle maßgeblichen politischen Kräfte haben sich bisher dagegen ausgesprochen, angefangen beim Ministerpräsidenten. Und nicht zuletzt scheint am Beispiel DOC in der Metropolregion ein Streit zwischen den großen Zentren Mannheim, Heidelberg und Ludwigshafen auf der einen Seite und dem Emporkömmling Sinsheim zu entbrennen, den man nicht unterschätzen sollte.

Schlieflich ist auch noch nicht so recht klar, wie die Bevölkerung der Kraichgau-Metropole zum DOC steht.

DOC auch eine Hoffnung für gesamte Region

OB Rolf Geinert und Lorenz Glück hoffen nun auf eine sachliche Diskussion – „Kaufkraft hier halten“

Sinsheim. (wok) „Hier profitiert die ganze Region samt Hotellerie und Gastronomie“, kommentierte OB Rolf Geinert die Ergebnisse der „ecostra“-Studie, die gestern vorgestellt wurde (s. obigen Bericht). „Auch Arbeitsplätze entstehen durch den Betrieb eines Outlet Centers“, so das Stadtoberhaupt. Im Wertheimer DOC fanden mehr als 700 Menschen einen Arbeitsplatz. Über 70 Prozent der Stellen dort sind sozialversicherungsspflichtig und unbefristet.

„Ich habe natürlich Verständnis für die Befürchtungen meiner Kollegen aus der Nachbarschaft“, erläutert Geinert weiter. „Jetzt gibt es aber harte Fakten, die aufzeigen, dass diese Ängste unbegründet sind. Nunmehr erwarte ich eine sachliche Diskussion um das Designer Outlet Center.“ Syndikus Lorenz Glück, der die Eigentümer des Messegeländes Sinsheim, die Familie Layher, bei diesem

Vorhaben vertritt, plädiert an die Landesbehörden auf der Grundlage des Gutachtens, „auf faire Weise unser Vorhaben zu prüfen.“ Der Rechtsanwalt sieht wenig Grund, warum das Land Baden-Württemberg dem Messegelände die neue Nutzung verwehren sollte.

„Der lokale Einzelhandel wird laut dem Gutachten nicht beeinträchtigt und bleibt erhalten. Der Standort direkt an der Autobahnausfahrt neben dem Technikmuseum, dem Stadion und künftig zusätzlich einem der größten Freizeitbäder Deutschlands, ist ideal. Uns liegen mehrere eindeutige Interessensbekundungen international erfahrener Betreiber von Outlet Centern vor. Da war sogar die Rede davon, dass es sich hier um einen der besten Standorte für ein DOC in ganz Europa handelt“, erklärt er.

Meist deutlich größer dimensionierte De-

signer Outlet Center als in Deutschland entstehen im Elsass direkt an der Grenze, so in Roppenheim und bald auch in Colmar. Zudem stehen auch in der Schweiz derartige Center in Grenznähe. „Wir können doch nicht tatenlos zusehen, wie Kaufkraft aus dem Land fließt und uns ein nem in ganz Europa herrschenden Trend verschließen. Das kann nicht im Interesse der Verbraucher sein“, bekräftigt der Rechtsanwalt.

Bereits seit Sommer vergangenen Jahres ist das 30 000 Quadratmeter große Gelände der Messe verwaist, die dort bisher beheimateten Messen sind abgewandert. Für 40 Millionen Euro soll dort in den nächsten Jahren ein Designer Outlet Center mit etwa 50 Shops entstehen, in denen Premium-Hersteller Kleidung, Sportartikel und Lederwaren aus Überhangproduktion oder Saison-Restbeständen zu Schnäppchenpreisen direktvertrieben.

STICHWORT

Was ist ein Designer Outlet Center (DOC)?

Designer Outlet Center sind eine Weiterentwicklung der klassischen Fabrikverkaufsflächen. Hersteller oder autorisierte Einzelhändler vertreiben in verschiedenen Ladeneinheiten Auslaufmodelle, Überschussproduktion oder Zweitehandl-Produkte direkt an den Endkunden. Die Preise müssen mindestens 25 Prozent unter dem Ladenverkaufspreis liegen. Koordination, Organisation und das Marketing erfolgen durch ein Centermanagement.

Die ursprünglich aus den USA stammenden DOC etablierten sich ab Mitte der 1980er Jahre in Europa. Die meisten DOC gibt es mit 40 Standorten in Großbritannien. Italien hat 25 DOC und steht somit an zweiter Stelle in Europa.

Deutschland bildet mit lediglich sechs Standorten in der Relation zu Kaufkraft und Einwohneranzahl bislang das europäische Schlusslicht.

24/05 Juli 2010 NZ