

- Artikel
- 5 Kommentare
- Drucken
- Versenden

---

## Scharfe Kritik am Gutachten über Outlet-Center

Von Franziska Feinäugle



Den Einzelhandel in den benachbarten Innenstädten werde der geplante Fabrikverkauf "nicht maßgeblich beeinträchtigen", prophezeit die Analyse. Foto: Archiv/Veigel

Region - Für den Heilbronner Einzelhändler-Vorsitzenden Thomas Gauß ist das Ganze schlicht und ergreifend "ein Witz". Das, was Gauß nicht ernst nehmen kann, ist ein von der Stadt Sinsheim in Auftrag gegebenes Gutachten über die Auswirkungen des geplanten Fabrikverkaufs in den Messehallen: Das geplante Designer-Outlet-Center, hat die Studie des Forschungsinstituts Ecostra ergeben, werde den Einzelhandel in den benachbarten Innenstädten nicht maßgeblich beeinträchtigen.

### Absurd

"Das Ergebnis führt alle Erfahrungen und Berechnungen ad absurdum", kritisiert Gauß. Mit dem gesunden Menschenverstand, so der Stadtinitiative-Chef, könne jeder selbst ausrechnen, was für Auswirkungen die geplanten 10 000 Quadratmeter Ladenfläche haben würden: Mit Erreichbarkeit und Autobahnanschluss habe Sinsheim "beste Voraussetzungen, Kaufkraft aus der Region abzuziehen".

Wie viel Kaufkraft das sein wird, rechnen die Analysten sogar vor: Heilbronn etwa hätte demgemäß mit einem Umsatzminus von 5,3 bis 5,4 Millionen Euro zu rechnen, was 1,5 Prozent Kaufkraftverlust entspräche (wir berichteten).

Zahlen, deren Präzision Heilbronn's Citymanager Jörg Plieschke ebenso fragwürdig findet wie das Vorgehen Sinsheims insgesamt. "Sinsheim weiß genau, dass ein Factory-Outlet-Center dort rechtlich gar nicht möglich ist, versucht aber, das Thema immer wieder neu in die Diskussion zu bringen", so Plieschke. Dass nach der Sommerpause versucht werden soll, das planungsrechtliche Genehmigungsverfahren einzuleiten, sei "eine bodenlose Dreistigkeit".

Auch Helmut Himmelsbach, Oberbürgermeister von Heilbronn und Vorsitzender des Regionalverbands, hinterfragt das Ergebnis des Gutachtens und betont: "An der rechtlichen Situation, dass solche Center nur in Oberzentren zulässig sind, ändert sich nichts."

In einer Zeit, in der nicht mehr innerhalb einer Stadt um Kundschaft gekämpft wird, sondern ganze Regionen einander Kaufkraft abzuwerben versuchen, müssen in die Analyse ohnehin weitere Faktoren einbezogen werden: Zählt man zu den Sinsheimer Zahlenspielen beispielsweise hinzu, dass in Stuttgart bald 50 000 Quadratmeter Handelsfläche dazukommen, "wird es hochdramatisch", sagt Plieschke. Für Heilbronn – und für die Region.

### Zweifelhaft

Deshalb übt auch der Neckarsulmer Händlervorsitzende Thomas Diemer scharfe Kritik am Sinsheimer Gutachten. "Die Kaufkraft, die dort hinfließt, muss irgendwo herkommen", sagt er, "und fehlt anderswo." Zweifelhaft ist das Gutachten für ihn schon deshalb, weil es nicht von neutraler Seite in Auftrag gegeben wurde.

Weitere Artikel zu diesem Thema:

---

- Artikel
- 3 Kommentare
- Drucken
- Versenden

## FOC schadet Heilbronner Einzelhandel nicht

Von Peter Boxheimer

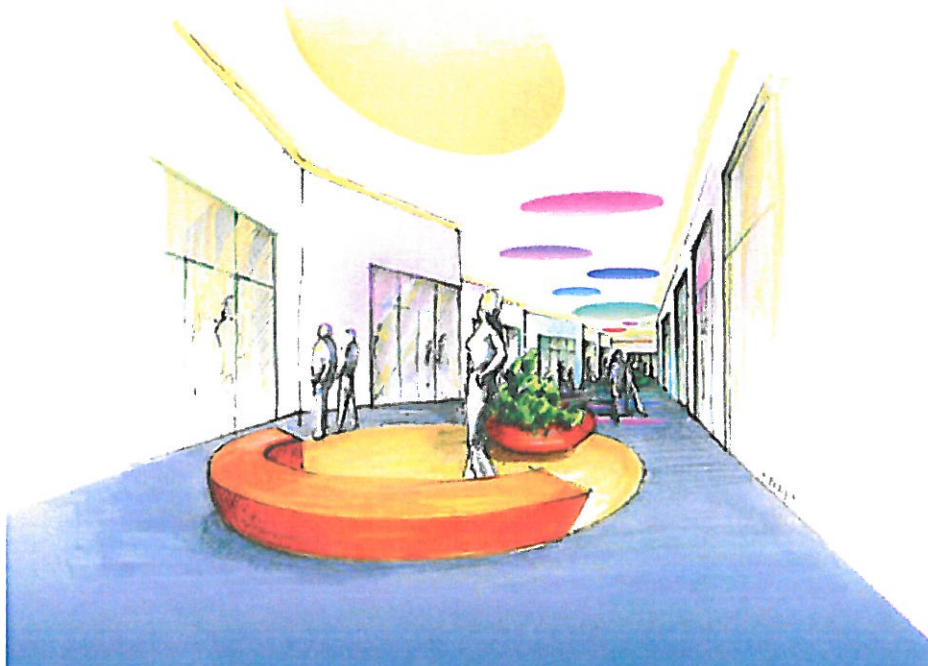


*So könnte ein Fabrikverkauf in den Sinsheimer Messehallen von außen aussehen. Angestrebt werden 10.000 Quadratmeter Verkaufsfläche mit dem Schwerpunkt Bekleidung und Sportartikel.*

Sinsheim - Die Phalanx der Gegner reicht von der Metropolregion Rhein-Neckar über Eppingen, Bad Rappenau und Heilbronn bis zu Ministerpräsident Stefan Mappus. Ihnen will die Stadt Sinsheim jetzt mit Argumenten entgegentreten. Ein von ihr in Auftrag gegebenes umfangreiches Gutachten kommt zu dem Ergebnis, dass das geplante Designer Outlet Center auf dem Messegelände den Einzelhandel in den benachbarten Innenstädten nicht maßgeblich beeinträchtigen werde. Laut der Studie des Wiesbadener Forschungsinstituts Ecostra sind die Auswirkungen „als verträglich zu bewerten“.

### Details

Auf den Tisch gelegt wurden am Freitag im Sinsheimer Rathaus die Details zum vorgesehenen Fabrikverkauf: Danach wird eine Verkaufsfläche von 10.000 Quadratmetern angestrebt. Davon sollen knapp zwei Drittel auf Bekleidung und Sportartikel entfallen. 1500 Quadratmeter sind für Schuhe und Lederwaren vorgesehen, 2000 für sonstige Sortimente wie Glas, Porzellan, Haushaltsartikel, Schmuck und Uhren. „Wir denken an zirka 50 Markenjobs – nicht mehr und nicht weniger“, erläuterte Lorenz Glück, Syndikus der Familie Layher, der die nicht mehr genutzten Messehallen gehören.



### Umsatzverluste

Welche Auswirkungen hätte eine solche Einkaufsadresse? Annähernd 5000 Läden im potenziellen Einzugsgebiet haben die Wiesbadener Experten untersucht – von der kleinsten Boutique bis zum städtischen Kaufhaus. Entsprechend detaillierte Zahlen legten sie vor. So hat Heilbronn durch das Outlet Center mit einem jährlichen Umsatzabzug von 5,3 bis 5,4



Millionen Euro zu rechnen, was einer Umverteilungsquote von 1,5 Prozent entspricht.

Aus Bad Rappenau fließen demnach 700.000 bis 800.000 Euro (3,7 Prozent) ab, aus Eppingen 500.000 bis 600.000 Euro (3,9 Prozent). Naturgemäß am stärksten betroffen wäre die Sinsheimer Innenstadt: Hier müssten die Einzelhändler mit Einbußen von 3,7 bis 3,8 Millionen Euro oder 5,6 Prozent rechnen.

Kein Erdbeben Erst bei einem Schwellenwert von zehn Prozent Umsatzminus gehe die Rechtssprechung von Beeinträchtigungen aus, argumentiert Ecostra. „Es wird rundherum kein Erdbeben geben“, folgerte Rechtsanwalt Glück.



*Ein Vorteil für den Fabrikverkauf auf dem Messegelände wäre die direkte Anbindung an die Autobahn Mannheim – Heilbronn. Innerhalb von 90 Autominuten rund um den Standort wohnen 9,8 Millionen Menschen.*

Sinsheims Oberbürgermeister Rolf Geinert sieht das Projekt sogar als „touristischen Leuchtturm“, von dem die Nachbarschaft profitieren könne. Wenn Menschen durch den Fabrikverkauf Sinsheim ansteuerten, müssten gemeinsam Anstrengungen unternommen werden, diese zum Wiederkommen zu animieren und hier einige Tage zu verbringen. Eppingen als Fachwerk- und Bad Rappenau als Kurstadt könnten da mit Pfunden wuchern, die Sinsheim nicht habe. „Für den Kraichgau begeistern und dadurch Kaufkraft in der Region zu binden“ – das ist für den Rathauschef eine Chance, die ein Outlet Center eröffnet.

Mit dem Gutachten im Rücken will Sinsheim nach der Sommerpause das planungsrechtliche Genehmigungsverfahren einleiten. „Die Zahlen sind sehr eindrucksvoll“, findet der OB. Er hofft mit dieser Grundlage auf eine neue Diskussionskultur und wünscht sich, dass „die eine oder andere Barriere aufgebrochen wird“.

### **Standort-Fragen**

„Outlet ist ein Nischenmarkt innerhalb des Einzelhandels“, sagt Ecostra-Chef Joachim Will. Es gehe um eine touristische Attraktion und nicht um eine tägliche Bedarfsdeckung, meint Rechtsanwalt Lorenz Glück. „Hier ist ein Markt, und der wird auch bedient werden“, erwartet Will. Offen sei nur die Frage der Standorte. Von den Niederlanden bis nach Tschechien siedelten sich in den Nachbarstaaten Fabrikverkäufe an der deutschen Grenze an. „Wir verlieren Kaufkraft ins Ausland“, warnt Layher-Syndikus Glück.

Schon allein von seiner Lage her biete sich Sinsheim für einen Fabrikverkauf an, findet Will: eine mittelgroße Stadt, weit genug entfernt von den benachbarten Oberzentren, verkehrsgünstig gelegen an der Ost-West-Achse A 6, mit einem Einzugsgebiet, in dem viele Menschen leben. Dazu kämen bundesweit bekannte Einrichtungen, ergänzt Projektleiter Jan Schwarze: die Auto- und Technik-Museum und die Rhein-Neckar-Arena.

### **Stichwort: Designer Outlet Center**

Sie sind eine Weiterentwicklung der klassischen Fabrikverkaufsflächen. Hersteller oder autorisierte Einzelhändler vertreiben in verschiedenen Ladeneinheiten Auslaufmodelle, Überschussproduktion oder Zweite-Wahl-Produkte direkt an den Endkunden. Die Preise müssen mindestens 25 Prozent unter dem Ladenverkaufspreis liegen. Koordination, Organisation und Marketing übernimmt ein Centermanagement.

Die ursprünglich aus den USA stammenden DOC etablierten sich ab Mitte der 1980-er Jahre in Europa. Die meisten Center gibt es mit 40 Standorten in Großbritannien. Italien hat 25 und steht somit kontinental an zweiter Stelle. Deutschland bildet mit lediglich sechs Standorten in der Relation zu Kaufkraft und Einwohneranzahl bislang das europäische

Schlusslicht.

Auffällig ist nach Angaben von Ecostra-Geschäftsführer Joachim Will, dass sich die Hauptzielgruppe geändert hat: weg von Familien, hin zu Touristen. red

## Weitere Artikel zu diesem Thema:

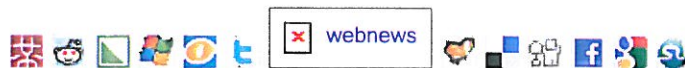
- [Scharfe Kritik am Gutachten über Outlet-Center](#)

23.07.2010

[Jetzt zwei Wochen die Tageszeitung testen!](#)

[drucken](#) [versenden](#) [kommentieren](#)

SocialBookmarks



## Das könnte Sie auch interessieren

### Kreisbrandmeister: „Das packt keine normale Wasserversorgung“

Löwenstein - Sieben Wehren beteiligten sich am verzweifelten Kampf gegen die Flammen. Probleme bereitete die Wasserversorgung. Warum gab es zu wenig... [mehr](#)



### Gratis Ratgeber zur Neukundengewinnung

Nutzen Sie unseren Ratgeber "Die BESTEN Methoden NEUE KUNDEN ZU GEWINNEN" um Ihren Geschäftserfolg zu steigern. [mehr](#)



ANZEIGE

### Großbrand in Löwenstein: Stadt unter Schock

Löwenstein - Großbrand in der Ortsmitte von Löwenstein. Vier Gebäude sind betroffen. Über 200 Feuerwehrleute sind momentan im Einsatz. Der Brand... [mehr](#)



### Arena-Tunnel ist für Polizei eine Engstelle

Sinsheim - Nach der Tragödie von Duisburg richten sich viele Blicke auf die Sicherheit von Fußgängerunterführungen, die bei Großereignissen von... [mehr](#)



powered by plista