

Edelreich versus Ideenreich

(CH-Wigoltingen) Im Frühling 2011 sollen die Tore des Thurgauer Factory-Outlet-Center „Edelreich“ geöffnet werden. Doch vor allem Konstanz, zusammen mit Singen, Radolfzell und Stockach erheben beim Gemeinderat Wigoltingen Einsprache gegen den Gebäudekomplex. Und die Schweizer sind wiederum empört darüber, daß sich die deutsche Seite so vehement dagegen stellt. Zumal bei vergleichbaren Handelsansiedlungen im Deutschen, die Auswirkungen auf die nachbarschaftlichen Handelsbeziehungen bislang keine große Rolle spielten. Neuere Untersuchungen zeigen indes, daß das Factory Outlet große Auswirkungen auf deutsche und schweizer Nachbarstädte haben wird. Neben allem Kanonendonner dies- und jenseits der Grenzen, gilt es, sich den Fakten zu stellen, wenn der Pulverdampf erst mal verraucht sein wird. Ideenreich gehen daher die verschiedenen Gemeinden schon jetzt gegen das Edelreich vor.

In Wigoltingen, einer Thurgauer Gemeinde mit ca. 2.100 Einwohnern, die bis vor Kurzem höchstens Gourmets bekannt war, die dort zum meistdekorierten Ostschweizer Koch pilgerten, soll es gebaut werden, das größte Factory-Outlet-Center der Schweiz mit dem verführerischen Namen „Edelreich“ (akzent berichtete mehrfach).



Rund 20 km von Konstanz entfernt, neben Frauenfeld und nicht allzu weit von Winterthur. In der letzten Ausbaustufe III kann es eine Gesamtverkaufsfläche von 30.000 Quadratmetern und damit Platz für 90 bis 120 Geschäfte bieten, 300 neue Arbeitsplätze würden so geschaffen werden. Das Geschäftsmodell basiert auf vornehm formuliert „Smart-Shopping“ oder „Schnäppchenjägern“ die „hochwertige Markenartikel mit Rabatten zwischen 30 bis 70 Prozent“ kaufen sollen. Outlet ist die gängige Bezeichnung für einen Fabrikverkauf. Der Hersteller verkauft seine eigenen Produkte, meistens Auslaufmodelle, direkt an den Endabnehmer, ohne den Zwischenhändler zu berücksichtigen. Dadurch können die Produkte sehr viel günstiger verkauft werden. Bis jetzt gibt das Factory-Outlet-Center „Edelreich“ zwar noch keine Mieternamen bekannt, betont aber ganz klar, dass es sich nur um exquisite nationale und internationale

Markennamen handeln wird. Konventionelle Marken, wie es sie teilweise in den größeren Einkaufszentren wie dem „Lago“ gibt, werden im „Edelreich“ nicht vertreten sein. Hier sollen Produkte in hochwertiger Umgebung stilgerecht verkauft werden. Das ganze in einer faszinierenden Architektur verpackt, bestehend aus drei runden Gebäuden, die mit einem breiten Vordach und durchgängiger Glasfassade miteinander verbunden sind und so „optimal in die schöne Landschaft integriert“ werden. Daher auch der Name „Edelreich“. Doch nicht alle sehen nur „Edles“ in dem Projekt.

Besucher und Umsatzreich: Bis zu 20.000 Menschen in 10.000 Autos lassen an die 110 Mio. Euro im Edelreich

„In der Spitze rund 15.000 bis 20.000 Besucher pro Tag“ erwartet etwa eine aktuell in Auftrag gegebene GMA-Studie (zum Vergleich: das LAGO ins Konstanz wird von im Schnitt 25.000 Besuchern frequentiert!). Kommen sollen diese mit bis zu 10.000 PKW – eine ziemliche Blechlawine also, die sich über die „schöne Landschaft“ wälzen wird.

Die jährlichen Umsatzerwartungen korrespondieren mit den drei geplanten Ausbaustufen wie folgt: bei 10.000 m² Verkaufsfläche um ca. 40 Mio. €, bei 20.000 m² um 75 Mio. € und sollten in Ausbaustufe III dann 30.000 m² realisiert werden, bei knapp 110 Mio. €

(zum Vergleich: Das entspricht ca. 1/5 des gesamten Konstanzer Handelsaufkommens!). Was, so konstatiert das Gutachten, auch die vor allem betroffene Stadt sein wird. Übrigens zusammen mit Kreuzlingen, die exakt gleich stark in Mitleidenschaft gezogen werden wird. Das nahe Frauenfeld wird ähnlich wie das gleich strukturierte Radolfzell mit seinem dann auf 10 000 m² erweiterten Outlet Seemaxx, weniger stark betroffen sein, denn die relevanten Textil-Handelsflächen sind ohnehin zu klein. Immerhin ein Vorteil, des bislang bestehenden Wettbewerbsnachteils: man hat weniger zu verlieren! Daher wird es auch für Stockach nicht allzu ernst (bzw. wenn dann ist es das schon lange!). Doch Singen mit seinem starken Textilhandel und auch Winterthur werden vor allem von der Ausbaustufe III mit 30.000 m² stärker betroffen sein.

Kein Wunder, daß die deutschen Städtevertreter der Meinung sind, der Kanton Thurgau „habe mit der Bauabwilligung die geltende kantonale Raumordnung“ verletzt. Man beruft sich auf neue Agglomerationsabsprachen, die vor allem im Hinblick auf Umweltbelange, Einspruchsmöglichkeiten vorsehen – auch über die Grenzen hinweg. Bei drei bis zehntausend Fahrzeugen mehr am Tag sind diese nicht von der Hand zu weisen.

In Baden-Württemberg wäre eine vergleichbare Ansiedlung wohl unzulässig, da die „wirtschaftlichen Rückwirkungen“ bereits bei der Ausbaustufe mit



20.000 m² zu negative Auswirkungen auf das Umland haben. Doch auch die Thurgauer Rechtslage ist nicht eindeutig: so wurde im Dezember 2009 die Überarbeitung des kantonalen Richtplans genehmigt, worin vorgesehen ist, dass Einkaufszentren in diesem Ausmaß nur in kantonalen Zentren gebaut werden dürfen. Der Richtplan lässt aber Ausnahmen für kleinere Gemeinden zu, wenn sie verkehrstechnisch optimal erschlossen sind. Dies trifft auf Wigoltingen zu. Denn Wigoltingen verfügt neben dem Autobahnanschluss über einen Bahnhof, von dem aus die Kunden das Factory-Outlet-Center in nur wenigen Gehminuten erreichen können. Mit dem Zug ist man von Zürich aus in 51 Minuten oder von Konstanz aus in 44 Minuten in Wigoltingen.

Es ist mit erheblichen Auswirkungen zu rechnen – Leerstände in umliegenden Städten sind die Folge

Die Studie dazu: „Der Standort ist siedlungsmäßig integriert, knüpft aber keinesfalls an bestehende, integrierte Einzelhandelslagen an.“ Im Klartext: es ist eine künstliche Attraktion die nicht gewachsene Verkehrsstrukturen nutzt, sondern neue schaffen wird. „Der räumliche Umgriff verdeutlicht, dass rund 70 % der Kunden aus Teilräumen stammen, die üblicherweise keinesfalls auf diesen Standort als Einkaufsplatz orientiert sind“.

Die Studie stellt denn auch unmissverständlich fest: „In allen untersuchten Kommunen ist bei Realisierung von 30.000 m² zusätzlicher Verkaufsfläche in den relevanten Sortimentsbereichen mit erheblichen, strukturgefährdenden Auswirkungen zu rechnen. Insbesondere im Oberzentrum Konstanz sowie im benachbarten Kreuzlingen würde die bisher attraktive und stabile Situation des innenstädtischen Einzelhandels empfindlich gestört werden. Zahlreiche Geschäftsaufgaben und daraus resultierende Leerstände wären die Folge. Lediglich in Winterthur bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte gerade noch im wettbewerbsüblichem Rahmen. Jedoch ist auch in Winterthur v.a. im Bekleidungs- und Schuhsortiment mit den Aufgaben von Einzelhändlern zu rechnen. Auch die Auswirkungen auf schweizer Städte bewegen sich v.a. in den umliegenden Städten Frauenfeld und Kreuzlingen schon bei der Realisierung der zweiten Ausbaustufe auf einem kritischen Niveau, sodass es zumindest fraglich ist, ob der dort ansässige Detailhandel die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte verkraften wird.“

Doch es wird wohl – trotz aller gerechtfertigten Bedenken – zur Ansiedlung kommen. Die Hoffnungen ruhen daher auf insgesamt mehr Konsumenten und Touristen die durch das Edelreich in unsere Gegend gelockt werden und auch Absteher in umliegende Städte machen sollen. Und auf der Wandlungs- und Anpassungsfähigkeit des Handels auf deutscher – und schweizer Seite gleichermaßen, die sich dem neuen Wettbewerb stellen müssen.

Denn die Städte können gegenüber der Ansiedlung auf der „grünen Wiese“ schließlich mit unvergleichlichen Einkaufs-Charme punkten: als Mischung aus historisch gewachsenen und sukzessive ergänzten und ausgebauten Handels- und Gastronomieangeboten sind sie in jedem Falle reicher an Bummel-Flair, Auswahl und Möglichkeiten. Und auch an ideenreichen Unternehmern.

Am Ende entscheidet ohnehin der Kunde – und hier beginnt der edle Wettstreit schon heute.

Weitere Infos: www.edelreich.ch

TEXT: YVONNE AEBLI, MARKUS HOTZ

