

Die Planung eines Factory Outlet Centers als städtebauliche Revitalisierungsmaßnahme in Königswinter – Chancen und Probleme

Problemzusammenhang und Ausgangssituation:

Das Factory-Outlet-Center – kurz FOC genannt – ist als eine Sonderform der Shopping-Center einzuordnen. Die ersten FOC mit Pionierfunktion entstanden bereits vor mehr als vierzig Jahren in den USA. Erstmals wurde ein Factory-Outlet-Center 1974 in Pennsylvania (Reading) eröffnet. Während sich in den gesamten USA das neue betriebswirtschaftliche Konzept mit großem Zuspruch etablierte, verbesserte und expandierte, wurde dieses auf dem europäischen Absatzmarkt erstmals 1984 in Frankreich getestet. Dennoch blieb der erwartete Boom in Europa aus. Erst durch Investitionen amerikanischer Firmen in FOC-Projekte 1988 in Großbritannien geriet die neuartige Betriebsform in den Fokus der Aufmerksamkeit. Im Hinblick auf Deutschland zeigte sich eine eher verhaltene Etablierung neuer Projekte. Trotz einer hohen Leistungsfähigkeit entstand verhältnismäßig spät (1995/96) das erste deutsche Factory-Outlet-Center (vgl. hierzu FÜRST et al., 2004: 45-52). Zahlreiche Stimmen von Kritikern und Gegnern des Einzelhandelskonzepts bestreiten bis heute ihren Standpunkt und führen zu straffen Auflagen in Politik und Stadtplanung. Genau an dieser Stelle setzt der Diskurs um die Etablierung neuer FOCs in Deutschland ein, der das Thema so spannend gestaltet. Nicht nur auf medialer, sondern auch auf regionaler, gesellschaftlicher und politischer Ebene werden positive sowie negative Folgen diskutiert.

Das Fallbeispiel für die anstehende Bachelorarbeit bezieht sich auf die Planung eines Factory Outlet Centers in der Stadt Königswinter. Das rechtsrheinisch gelegene Mittelzentrum grenzt im Westen und Norden an das Stadtgebiet des Oberzentrums Bonn. Durch seine Zweiteilung in Hang- und Tallage ergeben sich zwei unterschiedlich zu fördernde Ortsteile. Während Oberpleis eine deutlich positive Entwicklung kennzeichnet, ergeben sich in der Altstadt von Königswinter negative Tendenzen. Die Altstadt verliert primär durch zunehmende Leerstände

an Attraktivität, sodass sich der Einkauf der Bürgerinnen und Bürger Königswinters in umliegende Städte verlagert. Sanierungsarbeiten zugunsten der Tourismusförderung – beispielsweise am Drachenfels – haben bereits stattgefunden und wirken dem Abwärtstrend entgegen. Damit die Kaufkraft innerhalb der Region um Bonn nicht weiterhin abfließt, sind Projekte zur Wirtschafts- und Tourismusförderung notwendig. Ein solches Projekt stellt das aktuell diskutierte Factory Outlet Center der Retail Development Group dar (Vgl. STADT- UND REGIONALPLANUNG, 2004: 21ff.).

FOCs – teilweise auch Fabrikverkaufszentren genannt – sind eine betriebswirtschaftliche Sonderform der Shopping-Center. Meist werden sie auf freien Grünflächen am Stadtrand konzipiert oder in neu errichteten Gebäudeeinheiten implementiert. Ihre Produktpaletten unterscheiden sich gegenüber den traditionellen Shopping-Centern durch Ware zweiter Wahl, sogenannte Überschussware oder Ware aus einer vorherigen Saison. Die Schwerpunkte liegen auf der Textil-, Schuh- sowie Sportartikelbranche. Abgerundet wird das Angebot durch gastronomische Einrichtungen. Die Anzahl der Geschäfte liegt zwischen sechzig und hundert, wobei es auch Abweichungen geben kann (vgl. SHOPPING CENTER REPORT, 2013: 9). In Königswinter sollen eine alte Industriefläche sowie zwei weitere Flächen zu einem Outlet Center konzipiert und umstrukturiert werden. Dabei bestehen die Schwierigkeiten u.a. darin, eine geeignete Verkehrsführung, genügend Parkplätze und eine Umschreibung des Flächennutzungsplans zu berücksichtigen. Zudem soll das Factory Outlet Center zur Revitalisierung der Altstadt beitragen. Damit der potenzielle Kunde die Altstadt in seine Tagestour miteinbezieht, sollen nur vereinzelt gastronomische Angebote innerhalb des FOCs geschaffen werden.

Zielsetzungen, Fragestellungen und Methoden

Ziel meiner Bachelorarbeit soll sein, eine erste Analyse der Ausgangssituation und Planung im Zuge der FOC-Verhandlungen aufzustellen und auszuwerten. Welche Akzeptanzbereitschaft zeigen Personen aus Königswinter, Touristen und der umliegende Einzelhandel? Ferner beinhaltet dies die Aufnahme aller bereits beschlossenen Sanierungsmaßnahmen und der Darstellung des Projektes. Vorab steht dessen Analyse im Fokus: Welche Maßnahmen müssen für eine Umsetzung des Projekts seitens der Stadt getroffen werden? Wie reagieren die Bürger, Anwohner und Einzelhändler auf die Planungen? Nach der Aufnahme der aktuellen Lage können potenzielle Folgen analysiert werden. Dazu wird eine qualitative Durchführung und Bewertung von Umfragen aus den Bereichen Gesellschaft, Investoren, dem Einzelhandel, Wirtschaftsförderung und der Stadtplanung herangezogen. Methodisch werden diese Frage-

stellungen mittels einer Umfrage weiter differenziert. Kartierungen im Zuge der geplanten FOC-Flächen sollen die möglichen Veränderungen veranschaulichen. Abschließend liegt eine qualitative und quantitative Auswertung aller Daten vor, die eine erste Einschätzung zum Erfolg des Projekts sowie zum Verkehrskonzept zulassen. Um die Ergebnisse besser einschätzen zu können, wird ggf. ein Vergleich zu dem bereits bestehenden FOC der Retail Development Group in Ochtrup hergestellt.

Wissenschaftliche Relevanz und Forschungsstand

Die Thematik der Bachelorarbeit ist der Subdisziplin Einzelhandelsgeographie, der Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und der geographischen Konsumforschung zuzuordnen. Besonders „die Veränderung im Konsum- und Verbraucherverhalten“, „technische und rechtliche Neuerungen“ sowie „neue Vermarktungsstrategien“ führen zu einem Wandel in der Angebotsform des Einzelhandels (vgl. FÜRST et al., 2004: 30). Es ist demzufolge eine wichtige Aufgabe der Marktforschung sowie der oben genannten Disziplinen, auf die Veränderungen einzugehen und neue Konzepte zu entwickeln. Factory Outlet Center werden besonders im Rahmen der englischsprachigen Literatur behandelt. Demzufolge gibt es zahlreiche Publikationen aus den USA sowie aus Großbritannien. Hingegen gibt es nur wenige Forschungsergebnisse aus Deutschland. Auch aus diesem Grund gelten FOCs als zukunftsfähiger Forschungsgegenstand mit großem Potenzial innerhalb der Bundesrepublik.

vorläufige Literaturliste

BINDER, T. u. S. JUNG et al. (2013): EHI Shopping Center Report 2013. Neueröffnungen, Planungen, Revitalisierungen sowie Factory-Outlet-Center. (Hrsg.): EHI Retail Institute GmbH. Köln.

BUCHSTEINER, S. (2010): Aktuelle Entwicklungen auf dem europäischen und deutschen Factory Outlet Markt. In: Wirtschaftsgeographie der Humboldt-Universität zu Berlin. Berichte des Arbeitskreises Geographische Handelsforschung. (Hrsg.): Aktuelle Trends im Einzelhandel. Berlin.

FÜRST, D. u. H. J. KUJATH et al. (Hrsg.) (2004): Raumplanerische Herausforderungen durch Veränderung in Handel, Logistik und Tourismus. Forschungs- und Sitzungsberichte. (Verlag der ARL) Hannover.

NUFER, G. u. D. SIEBER (Hrsg.) (2009): Factory Outlet Stores – ein Trend in Deutschland? In: Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management. ESB Business School. Reutlingen.

STADT- UND REGIONALPLANUNG (Hrsg.) (2004): Vorbereitende Sanierungsuntersuchung Königswinter-Altstadt. Köln.

Internetquellen

KÖNIGSWINTER: Planen und Bauen
http://www.koenigswinter.de/de/planen_bauen.html

Zeitungsartikel des General Anzeiger vom 05.11.2013 – 27.03.2014