

Exposé zur Diplomarbeit

von Gregor THOMAS

betreut von Dr. Jan GLATTER



Vorläufiger Titel der Diplomarbeit

„Outlet Shopping mit Charme“?

Konzeption und Gründung des City Outlets Bad Münstereifel.

Problemstellung

Das Einzelhandelskonzept der sogenannten Factory Outlet Center, kurz FOC, gibt es im Ausland bereits seit ca. vier Jahrzehnten. Als Pionierregionen hierfür gelten die angelsächsisch geprägten Länder. Der wirtschaftlicher Erfolg dieses Standorttyps veranlasste viele Staaten, die planungsrechtlichen Grundlagen für die Ansiedlung von FOCs zu schaffen (PITTROFF 1999: A 3). Deutschland gilt für das Konzept als einer der attraktivsten Standorte, denn der Markt ist nach Analyse von Investoren noch nicht vollständig gesättigt. Gegenwärtig werden mehrere Projekte geplant (HOFMANN 2011: 40).

Grund für die zögerliche Entwicklung der Factory Outlet Center in Deutschland ist der gesellschaftliche, wirtschaftliche und mitunter auch politische Widerstand. Zwar garantieren die Factory Outlet Center einerseits einen potenziellen wirtschaftlichen Erfolg für eine Region, andererseits ist aber deren Umsetzung auf vielen Ebenen mit Risiken und negativen Folgen verbunden. Diese und weitere Chancen und Risiken des Konzeptes sollen in der angestrebten Diplomarbeit beleuchtet werden.

Die hier dafür zur Untersuchung gewählte Gemeinde Bad Münstereifel, in der ein solches Outlet Center geplant ist, ist in seinem historischen Altstadt kern ein mittelalterlich geprägtes „Kleinod“ (STADT BAD MÜNSTEREIFEL) in der nördlichen Eifel. Mit etwa 18.400 Einwohnern (IT NRW) liegt sie ca. 50 Kilometer südlich von Köln und etwa 60 Kilometer südöstlich von Aachen. Sie gilt als ruhiges und beschauliches Städtchen, geprägt durch teilweise denkmalgeschützte Fachwerkhäuserfassaden. Berühmt ist die Gemeinde für ihre nahezu vollständig erhaltene restaurierte historische Stadtmauer, innerhalb dieser ca. 6.000 Menschen leben. Umgeben ist Bad Münstereifel vom Münstereifeler Wald; einem beliebten Ausflugsziel für Wanderbegeisterte und Naturfreunde. Die Erft, die den Ort durchfließt, hat in der Nachbargemeinde Nettersheim ihren Ursprung. Mit diesem Charakteristikum weist Bad Münstereifel einen ganz eigenen Charme auf und ist deshalb überregional bekannt. Der lokale Einzelhandel ist durch Einkommen aus dem Tourismus geprägt. In dieser Branche ist die Stadt einer der regionalen Hauptakteure (WAASEM 2012). Seit Jahren ist jedoch die finanzielle Lage der

Stadt angespannt (SCHMITZ 2011). Die Anzahl der Kurgäste ist zurückgegangen und die Stadt weist eine hohe Leerstandsquote im Einzelhandel auf (GEGO 2013).

In Bad Münstereifel soll erstmalig, und damit als Pilotprojekt, ein Factory Outlet Center in die vorhandene innerstädtische Gebäudestruktur integriert werden. Problematisch dabei ist jedoch, dass gängige Factory Outlet-Konzepte in ehemaligen Fabrikgebäuden oder in künstlich angelegten „Städtchen“ mit Einzelhandelsgeschäften auf der grünen Wiese am Stadtrand oder in der Peripherie angesiedelt sind. Da das Vorhaben nicht den klassischen Kriterien der gängigen Factory Outlet Center entspricht, wird es derzeit offiziell auf seiner Internetpräsenz vielmehr als *City Outlet Bad Münstereifel* bezeichnet (CITY OUTLET BAD MÜNSTEREIFEL). In journalistischen Artikeln wird das Projekt darüber hinaus *Eifel City Outlet* oder kurz ECO genannt. Die Eröffnung soll laut offizieller Internetpräsenz zum Spätsommer 2013 erfolgen. Die verantwortlichen Investoren haben zur Verwirklichung dieses Projekts bereits viele in der historischen Altstadt leer stehende Gebäude erworben. Die politischen Entscheidungsträger der Stadt erhoffen sich hohe Einnahmen (ZUMBÉ 2011). Wie zu erwarten stieß und stößt aber ein Vorhaben solcher Dimension mit seinen potentiellen Folgen auf Widerstand. Die Proteste reichen von der örtlich bestehenden Bürgerschaft bis hin zu kommunal nahegelegenen Kommunen wie Meckenheim oder Rheinbach, die in dem Projekt eine Gefahr für die eigene Wirtschaft sehen (O. V. 2013).

Zielsetzung

Das Ziel dieser Diplomarbeit ist es, den bereits stattfindenden Prozess der Konzipierung und Implementierung des City Outlets Bad Münstereifel bis zur offiziellen Eröffnung im Spätherbst 2013 wissenschaftlich zu begleiten. Dabei wird möglichst zeitnah eine Bestandsaufnahme im Anfangsstadium erstellt, um die noch im Ursprungszustand vorhandene Gebäude- und Nutzungsstruktur zu dokumentieren und einen Vergleich mit den Veränderungen in Folge der Errichtung des City Outlets zu ziehen.

Mit der Diplomarbeit soll eine wissenschaftlich fundierte Datengrundlage für mittel- bis langfristige Betrachtungen des Vorhabens geschaffen werden, an denen, je nach Ergebnis, weiter angeknüpft werden kann.

Die Untersuchung gliedert sich in folgende Teilfragen:

1. Welche Veränderungen ergeben sich aufgrund der Implementierung des City Outlets für die Gebäude- und Nutzungsstruktur in der historischen Altstadt von Bad Münstereifel?
2. Wie sind das betriebswirtschaftliche Konzept und die Planung des City Outlet in Bad Münstereifel organisiert?
3. Was charakterisiert den Diskurs um die City Outlet-Planungen in Bad Münstereifel?
4. Für welche Aspekte der räumlichen Entwicklung lassen sich Folgen skizzieren?

5. Welche allgemeinen wissenschaftlichen Erkenntnisse lassen sich aus dem City Outlet in Bad Münstereifel für die geografische Handelsforschung und kritische Konsumforschung ableiten?

Forschungsbezug

Forschungen zum Thema Factory Outlet Center wurden bereits in Bezug zur geografischen Einzelhandelsforschung, zur Untersuchung touristischer Themenwelten, aber auch der Konsumforschung durchgeführt. Auch in der Immobilienforschung wird das Konzept und seine Auswirkungen häufig thematisiert.

Die Literaturrecherche in den bekanntesten wissenschaftlichen deutschsprachigen Datenbanken spiegelt indes den Beginn der ersten Factory Outlet Center vor ca. 13 Jahren in Deutschland wider. Zu dieser Zeit wurden vermehrt Fachzeitschriftenaufsätze und Analysen, allgemeiner und beispielhafter Natur, angefertigt. Hierbei unterscheidet die Forschungsliteratur zwischen einzelnen Ländern. Deutschsprachige Fachliteratur ist vergleichsweise weniger vorhanden. Zur Outlet Center-Lage in den USA oder Großbritannien existiert hingegen mehr Fachliteratur.

In Bezug auf das City Outlet Bad Münstereifel existiert bislang (Stand Mai 2013) keine fachgerechte wissenschaftliche Literatur. Im Laufe der Anfertigung der Diplomarbeit wird jedoch regelmäßig geprüft, ob parallel neue wissenschaftliche Aufsätze entstehen. In einem aktuellen Zeitschriftenartikel von HOFMANN (2012: 41) im Fachmagazin "Immobilien-Wirtschaft" wird das Projekt kurz beschrieben und als innerstädtisches Konzept, welches dem Outlet Center im baden-württembergischen Metzingen ähnelnd, vorgestellt. Auf die Frage, inwiefern dieser Vergleich zutreffend ist, wird in der Arbeit genauer eingegangen. Neben diesem Zeitschriftenartikel sind nach Recherche auch mehr oder weniger knappe Erwähnungen im Wirtschaftsmagazin DEAL, im Deutschen Architektenblatt, bei der Internetpräsenz der ecostra GmbH als auch im Handelsjournal zum Vorhaben zu finden.

Die Aktualität des Projekts zwingt zu anderweitiger Quellenauswertung. Diese reicht von Zeitungsartikel (die meisten im Kölner Stadt-Anzeiger, gefolgt von der Kölnischen Rundschau, dem General Anzeiger und dem Wochenspiegel) über die offizielle Homepage des City-Outlets bis hin zu Meinungsäußerungen der Gegner des Projektes. Das Vorhaben veranlasste eine Gruppe von Gegnern zur Gründung einer Bürgerinitiative, die sich unter dem Namen „Interessengemeinschaft (IG) Stadtentwicklung“ zusammengefunden hat. Sie verfügen über eine ausführliche Internetseite mit gesammelten Pressenachrichten. Somit erfordert die beschriebene und eher dünne Quellenlage qualitativ geführte Interviews.

Vorgehensweise

Folgende Schritte sollen die Arbeitsziele mit der Beschreibung von anzuwendenden Methoden verknüpfen:

1. Bestandsaufnahme der Gebäude- und Nutzungsstruktur

Im Rahmen der Bestandsaufnahme werden für die historische Altstadt von Bad Münstereifel die baulichen und gewerblichen Strukturen der Ausgangssituation erhoben, welche in regelmäßigen Abständen wiederholt werden. Erfasst werden der bauliche Zustand, die Fassadenstruktur, die Erdgeschoss- und die Wohnnutzung.

2. Betriebswirtschaftliches Konzept des City Outlets

Dieses Teilziel widmet sich dem Konzept des Outlet(center)s. Das in Bad Münstereifel geplante Projekt wird mit den gängigen Outlet-Typen verglichen. Weiterhin wird die betriebswirtschaftliche Organisation eines solchen Konzepts, aber auch die Planung und Koordination mit den verantwortlichen Akteuren in Bad Münstereifel untersucht. Dabei werden auch die Merkmale eine Rolle spielen, durch die sich Bad Münstereifel von den bisherigen Factory Outlet-Standorten unterscheidet.

3. Der Diskurs um die City Outlet-Planungen

Der Diskurs über das Vorhaben ist allgegenwärtig und vielschichtig. Einer zu Beginn überregionalen Reflektion folgt die regional mediale Berichterstattung und sie konzentriert sich sowohl auf die Befürworter, d.h. die Investoren, die lokale Politik, die ortsansässigen Gewerbetreibenden als auch auf die Opposition in Form der bereits erwähnten IG Stadtentwicklung. Mit den relevanten Akteuren vor Ort werden betriebswirtschaftliche Experteninterviews durchgeführt, die die Arbeit nach Auswertung und Analyse auf eine qualitative Basis bringen und so die relevanten Fragen klären werden. Somit wird folglich der akteursbezogene Diskurs beleuchtet und die allgemeine Wahrnehmung angesprochen.

4. Folgen der Implementierung des City Outlets

Dieser Untersuchungsschritt dient der Bewertung und kritischen Reflektion, der positiven wie negativen Folgen des City Outlets. Dabei werden Veränderungen auf das Erscheinungsbild auf Ebene der Geschäfte, welche jenseits der Planung des Factory Outlet Centers existieren und auf Ebene der Umwelt betrachtet.

5. Theoretische Reflektion und Generalisierung

Das in Bad Münstereifel geplante City Outlet stellt eine neue Spielart der Outlet-Center bzw. der thematisierten Einkaufswelten dar. In einer theoretischen Reflektion soll dieses Konzept aus der Perspektive der allgemeinen Konsumkritik diskutiert werden. Darüberhinaus wird versucht, eine neue gültige Definition des Pionierprojekts City Outlet Bad Münstereifel zu entwickeln, die sich beispielsweise in STEINECKES (2009) Erlebnis- und Konsumwelten einordnen lassen kann.

Abschließend ist zu erwähnen, dass der geplante Eröffnungstermin des City Outlets Bad Münstereifel im Spätsommer 2013 bisher nicht sicher ist (Stand Mai 2013). Es ist daher in einem potenziellen Szenario denkbar, dass es zu einer dritten Verschiebung des Eröffnungs-

termins seitens der Investorengruppe des Vorhabens kommt (GEGO 2013). Ein weiteres Szenario wäre das Scheitern des Gesamtvorhabens. Die genannten Szenarien können zu grundlegenden Veränderungen des Zeitplans und der vorläufig groben Gliederung führen und folglich die Entwicklung der Diplomarbeit insgesamt beeinflussen. Sollte eines der Szenarien eintreffen, könnte die Untersuchung und Erörterung von Gründen für die Verschiebung bzw. das Scheitern in den Fokus rücken. Trotzdem kann man davon ausgehen, dass nach all der kontroversen Entwicklung des Vorhabens ein solches Szenario nicht im Interesse der beteiligten Akteure liegen dürfte und der Imageschaden beträchtlich sein könnte.

Zeitplan

Zeit	Phase	Gegenstand
April	Recherchephase	Literaturrecherche sowie Informations- und Datenbeschaffung
20. Mai	1. Bestandsaufnahme	Erste Dokumentation zur aktuellen Lage/ Aufstellung der vorhandenen Einzelhandelsstruktur
Mai	Exposé	Ausarbeitung des Konzeptionsentwurfs der Diplomarbeit und Rücksprachehaltung
Anfang Juni	Anmeldungsphase	Anmeldung der Diplomarbeit
Juni bis Juli	Methode	Kontaktaufnahme, Durchführung und Transkription der Experteninterviews
August	Analysephase	Umsetzung der Ergebnisse
20. August	2. Bestandsaufnahme	Zweite Dokumentation der aktuellen Lage und Untersuchung möglicher Veränderungen
September	Eröffnung	Geplante Eröffnung des City Outlets Bad Münstereifel
September bis Oktober	Theoriephase	Theoretische Einordnung der Ergebnisse
20. November	3. Bestandsaufnahme	Dritte Dokumentation der aktuellen Lage und Untersuchung möglicher Veränderungen
Oktober bis Dezember	Auswertungsphase	Auswertung und Abgabe der Arbeit

Vorläufige grobe Gliederung der Diplomarbeit

1. Einleitung
 - 1.1 Problemstellung
 - 1.2 Ziel der Untersuchung
2. Forschungsgegenstand Bad Münstereifel
 - 2.1 Lage
 - 2.2 Merkmale und Charakteristika
 - 2.3 Einteilung Bad Münstereifels zu Untersuchungszwecken
 - 2.4 Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit
 - 2.5 Einzelhandelsstruktur
3. Konzeption Factory Outlet Center
 - 3.1 Definition
 - 3.2 Abgrenzungen zu anderen Immobilientypen
 - 3.3 Typen und Spielarten von Factory Outlet Centern
4. Methodik
 - 4.1 Ergebnisse der qualitativen Interviews mit den wichtigsten Akteuren
 - 4.2 Quantitative Daten und Fakten zum Vorhaben
5. Erkenntnisse für die geografische Handelsforschung und kritische Konsumforschung
 - 5.1 Das City Outlet Bad Münstereifel aus der Perspektive der Konsumkritik
 - 5.2 Das City Outlet Bad Münstereifel als Spielball der Erlebnis- und Konsumwelten
 - 5.3 Definitorische Einordnung des Forschungsgegenstandes in die Theorie
6. Zusammenfassung und Ausblick

Literaturliste

- BUCHSTEINER, S. (2010): Aktuelle Entwicklungen auf dem europäischen und deutschen Factory Outlet Center Markt In: Geographische Handelsforschung. H. 27, S. 36-37.
- BUNDESAMT FÜR BAUWESEN UND RAUMORDNUNG (BBR) (Hrsg.) (2000): Factory Outlet Center – Arbeitspapiere. H. 2/2000. Bonn.
- ERNST, K. (2006): Standortsteuerung durch kommunale Landesplanung und kommunale Bauleitplanung. Hoheitliche Einflussnahme auf die Standortwahl Privater, dargestellt am Beispiel der Factory Outlet Center. Schriften zum Öffentlichen Recht Band 1047. Berlin.
- HOFMANN, S. (2012): Raus aus der Nische. Factory-Outlet-Center. In: Immobilien-Wirtschaft: das Fachmagazin für Management, Recht und Praxis. Jg. 2012, Nr. 11, S. 40-41.
- NUFER, G. und D. SIEBER (2009): Factory Outlet Stores: Ein Trend in Deutschland? In: Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management. Jg. 2009, H. 2.
- PITTRUFF, R. (1999): Factory-Outlet-Center in Großbritannien und anderen europäischen Ländern. Köln.
- PITTRUFF, R. (2009): Factory-Outlet-Center 2008. Köln.
- PITTRUFF, R. (2012): Chancen und Perspektiven. In: EHI (Hrsg.). Shopping Center 2012 - Neueröffnungen, Planungen, Revitalisierungen. S. 120-125.
- SOMMER, S. (2012): Factory Outlet Center im Aufwind. In: EHI (Hrsg.). Shopping Center 2012 - Neueröffnungen, Planungen, Revitalisierungen. S. 126-127.
- STEINECKE, A. (2000): Erlebnis- und Konsumwelten. München.
- STEINECKE, A. (2009): Themenwelten im Tourismus. Marktstrukturen, Marketing-Management, Trends. München.
- VOGEL, L. (2003) Projektentwicklung von Factory Outlet Centern: Eine akzeptanztheoretische Untersuchung. Schriften zur Immobilienökonomie, 22. Müller. Köln.
- WILL, J. (2012): Factory Outlet Center in Deutschland und Europa. In: ZENTES, J. et al (Hrsg.): Handbuch Handel. Strategien – Perspektiven – internationaler Vergleich. S. 351-373.

Internetquellen:

- CITY OUTLET BAD MÜNSTEREIFEL: Über uns. <http://www.cityoutletbadmuenstereifel.com/de/ueber-uns/> (letzter Abruf: 17.04.2013).
- GEGO, M. (2013): Wann wird aus Bad Münstereifel ein Outlet-Center? In: Aachener Zeitung. <http://www.aachener-zeitung.de/lokales/region/wann-wird-aus-bad-muenstereifel-ein-outlet-center-1.552856> (letzter Abruf: 16.05.2013).
- IT NRW: Bevölkerung im Regierungsbezirk Köln (Stand: 30.06.2012). http://www.it.nrw.de/statistik/a/daten/amtlichebevoelkerungszahlen/rp3_juni12.html (letzter Abruf: 14.05.2013).
- O. V. (2013): Meckenheimer Verbund übt Kritik. In: Blick aktuell - Die Heimatzeitung. <http://www.blick-aktuell.de/meckenheim/Meckenheimer-Verbund-uebt-Kritik-6603.html> (letzter Abruf: 14.05.2013).
- SCHMITZ, P.W. (2011): Hier tut sich was! In: Kölnische Rundschau. <http://www.cdu-badmuenstereifel.de/hier-tut-sich-was.html> (letzter Abruf: 14.05.2013).
- STADT BAD MÜNSTEREIFEL: Sehenswürdigkeiten. http://www.badmuenstereifel.de/seiten/kur_erholung/sehenswuerdigkeiten/hs_Sehen_swuerdigkeiten.php (letzter Abruf: 14.05.2013).
- WAASEM, T. (2012) <http://thilowaasem.wordpress.com/2012/07/19/wirtschaftsfaktor-tourismus-net-beitritt-ist-wichtig> (letzter Abruf: 15.05.2013).
- ZUMBÉ, G. (2011): Shopping-Meile von Tor zu Tor. In: Kölner Stadt-Anzeiger. <http://www.cdu-badmuenstereifel.de/hier-tut-sich-was.html> (letzter Abruf: 14.05.2013).