

# **Factory Outlet Center – Ein neuer Angriff auf die City**

## **Eine Streitschrift**

von Walter Brune

1. Auflage Juni 2014

© 2014 IZ Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft, Wiesbaden

eine Beteiligung der  Mediengruppe

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und der Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Lektorat: Thomas Hilsheimer

Layout/Satz: Yvonne Orschel

Druck: W. Kohlhammer Druckerei GmbH + Co. KG, Stuttgart

Papier: 115 g/m<sup>2</sup> Perigord FSC

ISBN 978-3-940219-24-4

# Inhalt

Christoph von Schwanenflug: Seine Sache ist die Stadt .....	7
Anmerkungen zu diesem Buch .....	11
Factory Outlet Center (FOC) – Ursprung und Entwicklung .....	13
Eine Sonderform des Shoppingcenters .....	19
Von wegen „Fabrikverkauf“! .....	28
Etikettenschwindel „Design“ .....	31
Die Kehrseite der Medaille .....	35
Warum ein FOC so attraktiv für Investoren ist .....	39
Umsetzungsstrategie – Der Schwindel mit dem Einzugsgebiet .....	43
Versprechungen und Hoffnungen .....	45
Verkaufsflächen: Planung und Realität .....	49
Achtung Gutachter! .....	53
Wie Entwickler eine Stadt erobern – ein Insiderbericht .....	57
Der Niedergang unserer Kulturstädte? .....	65
Wie reagiert die Politik? .....	69
Die Zukunft der Shoppingcenter und der FOC .....	73
Perspektiven für innenstadtverträgliche Einkaufszentren .....	79

Anhang 1: Factory Outlet Center in Deutschland und im grenznahen Ausland .....	83
Anhang 2: Einkaufstempel und ihre Auswirkungen – Ausgewählte Presseberichte	
Dankwart Guratzsch: Die perverse Tyrannei der Einkaufstempel .....	86
Christoph Pagel: Oberhausen – Die Stadt, die von innen stirbt .....	92
Anhang 3: Fallbeispiel Duisburg-Marxloh .....	94
Ruth Vierbuchen: Das geplante FOC in Duisburg wirft seinen Schatten auf die City .....	99
Roland Günter: Wüstung in Duisburg? .....	103
Auszüge aus einem öffentlichen Brief der niederrheinischen Industrie- und Handelskammer Duisburg, Wesel, Kleve zu Duisburg zur Ansiedelung eines Factory Outlet Centers (FOC) in Obermarxloh an die Mitglieder des Ausschusses für Wirtschaft, Stadtentwicklung und Verkehr der Stadt Duisburg .....	108
Auszüge aus dem Gutachten des Büros Junker + Kruse – Stadtforschung, Planung, Dortmund vom Juni 2010, erstellt im Auftrag der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer Duisburg, Wesel, Kleve zu Duisburg .....	110
Anhang 4: Belegungspläne des FOC Roermond – dort vertretene Markenhersteller .....	115
Literatur .....	119
Abbildungsverzeichnis .....	120

# Seine Sache ist die Stadt

von Christoph von Schwanenflug,  
Redakteur, Immobilien Zeitung

Walter Brune wird in zwei Jahren 90 Jahre alt. Er hat keine Zeit zu verlieren. Immer wieder drängte er, dass sein Buch „Factory Outlet Center – Ein neuer Angriff auf die City“ schnell erscheinen müsse. Am besten noch im Februar 2014, denn da stünden in Nordrhein-Westfalen wichtige Entscheidungen zu einigen FOC-Projekten an. Remscheid-Lennep, Duisburg, Königswinter – Brune würde am liebsten jedem Bürgermeister, der sich mit dem Gedanken an ein FOC trägt, sein Buch persönlich überreichen.

Dass das Buch etwas später fertig geworden ist, als Walter Brune sich das gewünscht hat, liegt daran, dass es eine für die Immobilien Zeitung untypische Publikation ist. „Factory Outlet Center“ ist kein Fachbuch im klassischen Sinne, obwohl es von einem Fachmann geschrieben wurde. Es ist eher eine Streitschrift. Es steht wie Brunés Bücher „Angriff auf die City“ und „Die verschobene Stadtmitte“ in der Tradition der „J'accuse“-Literatur. Es wurde aus dem Geist der Empörung geschrieben. Factory Outlet Center, so wie sie heute in Deutschland gebaut werden, sind in Walter Brunés Augen Stadtzerstörer. Sie ziehen aus den urbanen Zentren Umsatz ab, auf den diese angewiesen sind, um sich gegen den außerstädtischen Einzelhandel und den Onlinehandel zu behaupten. Sie täuschen den Kunden und sie sind architektonisch gesehen ein Witz.

Es gibt Leute, die das anders sehen, Kunden zum Beispiel. Aber muss man alles, was der Kunde mag, nur deshalb gut finden? Kunden finden ja auch Autos gut, dennoch ist der Autoverkehr in den Ausmaßen, die er heute angenommen hat, vielleicht der größte Umwelt- und Stadtzerstörer unserer Zeit. Es kommt immer auf den Standpunkt an. So ist es auch bei dem Buch von Walter Brune. Streitschriften sind nicht dazu da, Recht zu haben. Sie sollen eine Debatte anstoßen und Menschen zum Nachdenken bringen.



Als Walter Brune 1926 geboren wurde, sahen Städte und Einzelhandel in Deutschland anders aus. Es gab keine Supermärkte, keine Discounter, keine Baumärkte und keine Einkaufszentren. Autos waren etwas für Auserwählte. Ein großer Teil der Waren, und das gilt auch für Textilien, wurde in Deutschland hergestellt. Oft existierte noch die Einheit aus Produktion und Verkauf in einem Gebäude. Seitdem hat sich die Erde ein paarmal gedreht. In einem Fernsehbericht über C&A und H&M hieß es unlängst, dass eine Jeans, bis sie alle Produktionsschritte rund um den Globus durchlaufen hat und schließlich in Deutschland im Laden liegt, 50.000 Kilometer zurückgelegt hat. Ein C&A-Sprecher wurde gefragt, warum das Unternehmen auf ein „Made in ...“-Etikett an seiner Ware verzichtete. Weil man nicht mehr eindeutig sagen könne, aus welchem Land das Produkt stamme, war seine Antwort. Dann sollen sie eben alle Länder draufschreiben, würde Brune wahrscheinlich sagen.



In einer Welt, in der nicht mehr klar ist, wo etwas herkommt und wer für etwas verantwortlich ist, plädiert Walter Brune für strenge Gesetze. „Ein totales Verbot des Verkaufs zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche wäre nötig“, schreibt er auf Seite 71. Dies ist eine Extremposition, aber sie zeigt, in welchem Geist dieses Buch geschrieben ist. Brune ist es ernst mit seiner Sache. Seine Sache ist die Stadt. „Es ist an der Zeit, in Deutschland ebenso wie in anderen europäischen Ländern ein Bewusstsein für die Besonderheiten und Merkmale der Städte in Europa zu schaffen“ (Seite 79). Dem ist nichts hinzuzufügen.

Wiesbaden, im April 2014

# Anmerkungen zu diesem Buch

Wenn man als Architekt und Städteplaner über einen Zeitraum von 60 Jahren innerstädtische Kaufhäuser und Einkaufszentren planen und ausführen durfte und in der Endphase dieser Tätigkeit auch selbst die wirtschaftliche Verantwortung von Einkaufszentren übernahm, hat man sich einen Erfahrungsschatz über die Auswirkungen großer Einzelhandelsprojekte angeeignet. Diese Kenntnisse verpflichten mich, städtebauliche Fehlentwicklungen, die ich vielleicht deutlicher als weniger erfahrene Beteiligte erkenne, anzumahnen.

In ganz Europa, aber besonders in Deutschland gibt es über Jahrhunderte entstandene, hochkulturell geprägte Innenstädte. Der Handel ist der belebende Faktor einer Innenstadt. Diesen aus der Innenstadt zu verbannen bedeutet den Niedergang der Urbanität und die Gefährdung der Attraktivität einer Stadt. Ich fühle mich aufgerufen, solche folgenschweren Veränderungen der Lebenswelt und Lebensqualität der meisten Bürger – soweit es mir möglich ist – durch kritische Beobachtung und qualifizierte Analysen öffentlich zu machen, um damit eine Änderung der Entwicklung zu bewirken. Die heute bestehenden, nicht in die Innenstadt integrierten Einkaufszentren haben die urbane Qualität vieler Städte bereits zerstört. Nun erscheint auch auf dem deutschen Einzelhandelsmarkt ein neues Konstrukt mit noch verheerenderer Wirkung auf die nahegelegene Innenstadt – das Factory Outlet Center (FOC).

Mehr als zehn solcher Zentren sind in Deutschland bisher in Betrieb genommen worden. Experten erwarten in naher Zukunft bis zu 31 weitere FOC. Bevor 31 Städte ihre innerstädtische Qualität und Urbanität verlieren, soll mein Buch allen Beteiligten die Zusammenhänge mit dem sogenannten „Fabrikverkauf“ und die verheerende Wirkung der FOC deutlich machen. Aber es soll – beruhend auf meiner Erfahrung – auch ein Weg aufgezeigt werden, der Investoren die Möglichkeit gibt, auch auf diesem Gebiet gutes Geld zu verdienen, ohne dabei eine Innenstadt zu zerstören.

Düsseldorf, im Dezember 2013

Walter Brune





*Welcome to Wertheim Village – hier ist es schön,  
hier kauft man ein, nur hereinspaziert!*