

Klartext Nr. 14/2015
17.11.2015



Bürgerinitiative Lennep e.V.
c/o Peter Lange
Rader Straße 110
42897 Remscheid

E-Mail: buergerinitiative-lennep@web.de

McArthur Glen oder wie man mit vielen Worten fast nichts sagt!

Am 08.11.2015 hat der RGA Henning Balzer von McArthur Glen zum geplanten Outlet befragt. Unterzieht man seine Äußerungen einer näheren Prüfung stellt man schnell fest, dass der Gehalt seiner Antworten ziemlich dürftig ist. Wir haben seine Aussagen unter „Kommentar BI“ unten kurz kommentiert. Leider werden solche ausführlichen Interviews überwiegend mit Outlet-Befürwortern geführt, so dass den Lesern mehrheitlich eine eher einseitige Sicht der Dinge präsentiert wird. Dieses Verhalten der Presse bedauert die BI Lennep als Vertreter vieler interessierter Remscheider Bürgerinnen und Bürger sehr, da hierdurch ein unausgewogenes Gesamtbild geschaffen wird.

Das Gespräch für den RGA führte Gerhard Schattat

Erst will Wuppertal ein großes Factory Outlet-Center bauen, jetzt kommt Solingen hinzu, das in den Clemens-Galerien auf rund 9000 Quadratmetern ein Outlet einrichten will. Es soll im Herbst 2016 mit 40 Läden in einem bereits existierenden Ladenzentrum eröffnet werden. Es geht jedenfalls schon wesentlich früher an den Start als Lennep, hat „die Nase“ vorn. Der RGA hat Henning Balzer, den Entwicklungschef des DOC-Investors McArthur Glen dazu befragt.

Herr Balzer, wie schätzen Sie die Situation ein? Nehmen sich die Outlet-Center dann nicht gegenseitig die Kunden weg? Oder wäre das Bergische Städtedreieck sogar als das Outlet-Dreieck Deutschlands zu vermarkten und könnte gerade noch mehr Kunden anziehen?

Henning Balzer: Wir sind vom Erfolg des Designer Outlet Remscheid überzeugt. Das von McArthur Glen geplante Center in Remscheid wird das einzige Designer Outlet in der Region werden. Und mit dem Mix aus begehrten Luxus-, Designer- und Lifestylemarken sowie dem architektonischen Konzept im Village-Stil sprechen wir nicht nur Kunden aus der Region an

Kommentar BI: Per Definition gibt es die Spezies Designer Outlet Center überhaupt nicht, es handelt sich hier um einen Phantasienamen von McArthurGlen. Das Outlet Zweibrücken nennt sich ehrlicher Weise FOC und bietet zu einem großen Teil identische Marken an wie McArthur Glen in seinen Outlets. Ob der architektonische Village-Stil einen Vorteil gegenüber Wuppertal birgt, kann bei der Witterung im Bergischen Land getrost bezweifelt werden. In Salzburg betreibt McArthur Glen ein Outlet, das nicht im Village- Stil erbaut wurde. Die Frage Village-Stil oder nicht ist wohl zu vernachlässigen. Mit drei Outlets könnte das Bergische Land zur Edelresterampe von NRW werden.

Wie kommen Sie zu dieser Prognose?

Balzer: Aus der Erfahrung mit unseren anderen Center wissen wir, dass unsere Center von nationalen und internationalen Shoppingtouristen besucht werden, die ihren Einkaufsbummel bei uns bereits vor Antritt ihrer Reise fest einplanen. Und auch in Lennep erwarten wir internationale Touristen, die ihre Reise nach Köln oder Düsseldorf mit einem Shoppingbummel bei uns verbinden. Davon profitieren Lennep, Remscheid und die bergische Region.

Kommentar BI: Genauso gut könnten die Kunden Wuppertal buchen, dort können Touristen sich gleichzeitig die berühmte Schwebbahn anschauen. Für die umkämpften chinesischen Kunden ist Wuppertal außerdem wegen Friedrich Engels interessanter als Lennep. Die Betreiber in Wuppertal werden ihre Werbung ebenfalls entsprechend platzieren. Wie die Region genau langfristig vom Outlet profitieren soll, erwähnt Herr Balzer nicht. Probleme wie die Entwicklung der Innenstadt von Remscheid werden konsequent ausgeklammert.

Das hört sich gut an. Lässt sich das noch unterfüttern?

Balzer: Das Interesse unserer Markenpartner an unserem Designer Outlet in Remscheid ist sehr groß. Als Marktführer mit 21 Center in ganz Europa und Kanada haben wir seit der Eröffnung unseres ersten Centers vor circa 20 Jahren hervorragende Beziehungen zu mehr als 1000 der national und international führenden Marken aufgebaut. Durch diese gewachsenen Beziehungen können wir unseren Kunden die Vielfalt an Luxus-, Designer- und Lifestylemarken aus den Bereichen Fashion, Sport und Haushalt anbieten, für die sie uns schätzen.

Kommentar BI: Was das Interesse der Markenpartner angeht, äußert sich der potentielle Wuppertaler Betreiber genauso. Nicht zu vernachlässigen ist, dass Wuppertal 30.000qm Verkaufsfläche plant, Remscheid wäre das kleine Center nebenan, dieser Sachverhalt könnte Überlegungen zur Erweiterung des Lennep Outlet auf den heutigen Kaufpark-Bereich auslösen.

Sie wollten möglichst das Weihnachtsgeschäft 2017 mitnehmen, ist das noch zu halten? Der Bebauungsplan soll ja erst, verspätet, in der ersten Jahreshälfte 2016 beschlossen werden. Und mit Klagen ist auch noch zu rechnen.

Balzer: Unser Konzept für ein Designer Outlet Remscheid mit 20.000 Quadratmetern und Platz für 125 Shops national und international begehrt Marken steht. Die Planungen sind sehr weit fortgeschritten und wir gehen davon aus, Ende 2017 die ersten Kunden in Lennep begrüßen zu können.

Kommentar BI: Hier zeigt sich, wer in diesem Planungsprozess den Takt vorgibt, nicht der OB, nicht der Rat und schon gar nicht die Bürger, Herr Balzer möchte das Outlet Ende 2017 eröffnen, daraus ergibt sich für die Erfüllungsgehilfen von Stadtverwaltung und Politik der weitere Zeitplan. Schnelligkeit geht vor Gründlichkeit!

Wann werden die gestalterischen Neuplanungen des „Village“ vorgestellt? Und was haben wir dort zu erwarten?

Balzer: Derzeit arbeiten wir daran, die bestehenden Planungen fort zu entwickeln und gehen davon aus, die neuen Planungen noch im November dem Rat der Stadt Remscheid und der Öffentlichkeit vorzustellen.

Kommentar BI: Diese Entwicklung, die einem wesentlichen Teil Lenneps (ca. 70.000qm) ein ganz anderes Gesicht geben wird, findet im Geheimen fernab jeden Bürgerwillens statt. Gerüchteweise wurde jetzt ein neues Architekturbüro beschäftigt, die Gründe hierfür sind nicht bekannt. Die Bürger haben lediglich im Rahmen einer sogenannten „Zukunftswerkstatt“ die Möglichkeit bei der Gestaltung des Übergangs vom Outlet zur Altstadt mitzuwirken. Damit ist McArthur Glen zumindest aus der Verantwortung wenn die Altstadt nicht wie versprochen profitiert.

Vom Maasmachelen Village, das nicht von McArthur Glen geführt wird, sind negative Nachrichten zu hören. Maasmechelen Village empfängt jährlich sogar drei Millionen Gäste, mehr als für Lennep prognostiziert. Laut der flämischen Fachzeitschrift für Retail-Handel „De Tijd“ ist aber allein 2014 ein Verlust von 24,5 Millionen Euro aufgelaufen. Besitzer Value Retail decke den Liquiditätsbedarf des Outlet-Center noch bis zum Juni 2016. Zeichnet sich hier ein grundsätzliches Problem für Outlet-Center ab oder sind das spezifische Probleme von Maasmechelen?

Balzer: Zur Situation anderer Outlet Center können wir keine Auskunft geben. Wie schon erwähnt, sind wir vom Erfolg des Designer Outlet Remscheid überzeugt. Auch weil das von McArthur Glen geplante Center in Remscheid das einzige Designer Outlet in der Region werden wird. Alle Center, die von McArthur Glen in den letzten 20 Jahren gebaut wurden, laufen erfolgreich. Für den Erfolg unseres Konzeptes spricht auch die Erfahrung, die wir in den letzten 20 Jahren und mit 21 Center sammeln konnten. Mit mehr als 600 000 Quadratmetern Outlet-Einzelhandelsfläche, mehr als jeder andere Betreiber, sind wir Europas führender Entwickler, Eigentümer und Betreiber.

Kommentar BI: Es wird die falsche Behauptung wiederholt, das Outlet in Lennep wäre das einzige DOC in der Region. Zu Maasmelchelen äußert sich Herr Balzer verständlicherweise nicht. Er schließt eine solche Entwicklung für McArthur Glen aus, die Begründung dafür ist dünn. Die Konkurrenz nimmt zu, und das Konzept kann sich letztlich schnell Zeit verbrauchen. Man darf nicht vergessen, dass für die hohen Gewinne der Modebranche in erster Linie durch die überwiegend miese Bezahlung der Produktionsarbeiter/innen, die Missachtung von Umwelt- und Sicherheitsstandards sowie den billigen Transportkosten zustande kommen. Dies gilt ausdrücklich auch für die sogenannten Edelmärkte. Zur Zeit gibt es viele Kampagnen wie zum Beispiel „Clean-Clothes“ die eine Verbesserung der Produktionsbedingungen weltweit anstreben. Hätten diese Kampagnen Erfolg würden die Renditen in der Modebranche sinken.

Sie gehen also davon aus, dass Ihr Konzept weiterhin trägt?

Balzer: Die Nummer 1 sind wir auch für unsere Markenpartner. Bereits zum dritten Mal in Folge wurde McArthur Glen 2014 zum besten europäischen Betreiber von Outlets gewählt. Anlass war der von den Marktforschungsunternehmen ecostra und Magdus, steht für Europäisches Observatorium für Outlet-Center, durchgeführte FOC Performance Report. Auch die diesjährige Auszeichnung unserer Center in Neumünster und Noventa di Piave mit dem angesehenen European Shopping Centre Awards des International Council of Shopping Centers (ICSC) belegt den immensen Erfolg unserer Center.

Kommentar BI: Sieh an, sieh an im FOC- und nicht im DOC Performance Report wurden McArthur Glen Center ausgezeichnet. Eine schlüssige Antwort darauf, warum das Konzept zukunftsfähig ist, bleibt Herr Balzer schuldig.

Schaut man sich das Outlet in Ochtrup an, sieht McArthur Glen allerdings alt aus, auf nur 11.500qm Verkaufsfläche werden dort stolze 2 Millionen Besucher pro Jahr begrüßt, McArthur Glen rechnet in Lennep auf 20.000qm Verkaufsfläche mit max. lediglich 2,5 Millionen Besuchern im gleichen Zeitraum (Kunden werden pro qm berechnet). Nach der Erweiterung auf 20.000 qm Verkaufsfläche, rechnet man in Ochtrup sogar mit 4 Millionen Besuchern pro Jahr. Eine solche Entwicklung wird für Remscheid ausgeschlossen, sonst würde das aktuelle Verkehrsgutachten von einer viel zu geringen Anzahl von zusätzlichen Kfz ausgehen und wäre schlicht falsch. Oder wurden die bisher in der Verkehrsuntersuchung und Auswirkungsanalyse angenommenen nur 2, 5 Millionen Besucher/Jahr nur deshalb gewählt, weil derzeit noch die Verträglichkeit des DOC Remscheid-Lennep mit den Nachbargemeinden nachgewiesen werden muss?