



# Lokal-Thema

## Flaniermeile mit Obergeschoss: So soll das FOC in Montabaur aussehen



■ **Montabaur.** Die Computergrafik zeigt, wie das Factory-Outlet-Center (FOC) in Montabaur aussehen soll. Der Baubeginn ist auf Sommer 2013 terminiert. FOC-Besucher sind meist kaufkraftstarke Kunden, die mehr

erwarten als eine Ansammlung von Geschäften, die preisreduzierte Markenartikel anbieten. Sie wollen einen Urlaubstag mit der Familie oder mit Freunden verbringen, einen Kaffee trinken, ein Eis schlucken oder

gemütlich essen gehen. Perfektioniert hat dieses Konzept die Firma Value Retail mit ihren Villages, die es unter anderem bei Würzburg und Ingolstadt gibt. Diese sind wie kleine Ferienorte angelegt. Zwar ist das

Grundstück in Montabaur dafür zu klein. Aber die Immobilienfirma Sket will durch eine offen angelegte Bauweise das gleiche Ambiente auch mit einem mehrgeschossigen Gebäude erreichen. aj

### Kolumne

Anna Lampert über Sinn und Unsinn des Outleteinkaufs



## Kostspieliger Tagesausflug

Mal ehrlich: Knapp 400 Kilometer und eine Tankfüllung hin und zurück zum Fabrikverkauf – für ein paar T-Shirts? Eigentlich ziemlich verrückt. Aber auch ich erliege immer wieder der Anziehungskraft von Outlet-Centern und ihren großen Schildern mit den überdimensionalen Prozentzeichen darauf. Und immer mal wieder habe ich hinterher im Schlussverkauf in der Innenstadt feststellen müssen: Ich hätte das Paar Schuhe, die Hose oder die Strickjacke zum selben Preis oder nur wenige Euro teurer auch hier erwerben können. Ganz schön dumm, sich stundenlang stundenlang ins Auto zu setzen und teuren Sprit zu verbrauchen. Aber die Schnäppchenjagd in der heimischen Fußgängerzone ist dann eben doch nicht das Gleiche: Es fehlt dieses Ausflugsgefühl, diese gemeinsame Reise zum gemütlichen Einkauf, die einem die Outlet-Center an den Stadträndern oder mitten in der Pampa vermitteln. An einem fremden Ort die Geschäfte erkunden, Rabattschilder, wohin man sieht, gemütlich im Restaurant des Outlet-Dörfchens sitzen und bei der Bestellung einfach mal nicht auf die Preise gucken – das gehört daheim nicht zur Tagesordnung. Da ist es egal, wenn man unterm Strich gar nichts gespart hat, weil das Geld, das man sich durch die Prozente beim Einkauf sparte, für den Trip zum Fabrikverkauf draufgegangen ist. Weil man so wenig Passendes unter der angebotenen Ware der Vorsaison gefunden hat, dass sich die lange Reise eigentlich gar nicht lohnte hätte. Oder weil man gekauft hat, was man genau genommen gar nicht braucht, aber wenn man schon mal da ist... Steigt man am Ende des Tages doch nur mit ein paar T-Shirts wieder ins Auto und fährt die lange Strecke zurück nach Hause – man hat doch irgendwie das Gefühl, ein Schnäppchen gemacht zu haben. Und man hatte in jedem Fall einen schönen Ausflug, eine kleine Auszeit vom Alltag daheim.

# Einkaufstouristen auf Schnäppchenjagd

**Wirtschaft** Unsere Zeitung hat das Wertheim Village besucht – Mehr als zwei Millionen Besucher shoppen jährlich in den Geschäften

Von unseren Redakteuren Andreas Jöckel und Anna Lampert

■ **Wertheim/Montabaur.** In zwei Jahren soll der Fabrikverkauf im ICE-Park in Montabaur eröffnen – wir haben das Factory-Outlet-Center (FOC) Wertheim Village bei Würzburg besucht, das dem im Westerwald geplanten Vorhaben sehr ähnlich ist, was Konzept und Zielgruppen betrifft.

Die romantischen Sonnengelben und orangefarbenen Gebäude mit ihren spitzen Türmen sieht man schon von Weitem von der Autobahn 3 aus. Verschnörkelte Laternen und in Form geschnitzte Buchsbäume stehen vor den kleinen Häuschen im Wertheim Village. Man schwindelt wie durch einen Freizeitpark. Ausflugsatmosphäre. Kein Gedränge wie in der Fußgängerzone daheim, aber trotzdem schön an der frischen Luft und nicht wie in einem Kaufhaus“, freut sich die betütelte Christine Wolf aus Ludwigsburg bei Stuttgart. „Und dann auch noch alles zu reduzierten Preisen!“

Das Factory-Outlet-Center (FOC), das in Montabaur gleich neben dem ICE-Bahnhof bis 2014 entstehen soll, wird aufgrund der kleineren Grundstücksfläche etwas puristischer werden: keine Türme, keine Schnörkel. Geradlinige weiße Bauten, mehrgeschöckig, mit viel Glas und Galerien zum Bummeln an der frischen Luft. Die Verkaufsfläche insgesamt ist mit 10000 Quadratmetern etwas kleiner veranschlagt als die in Wertheim.

Des optischen Unterschiedes zum Trotz: Das Sortiment, so informiert Michael Mille von der Immobilienfirma Sket in Montabaur im Gespräch mit unserer Zeitung, wird dem des Wertheimer Fabrikverkaufs sehr ähnlich sein. Zum größten Teil Bekleidung, vor allem internationale Nobelmarken, zwischen durch Schmuck-, Sport- und Haushaltsboutiquen, wie wir sie aus unseren Innenstädten kennen, und ein breites gastronomisches Angebot. Durch die sehr offene Bauweise ist trotz des mehrgeschöckigen Bauwerks das Ambiente einer dörflichen Flaniermeile entstehen.

2,2 Millionen Besucher hat das Wertheimer Outlet mit diesem Konzept im vergangenen Jahr angezogen. Die Betreiberfirma Value Retail erwartet in diesem Jahr eine Steigerung auf 2,5 Millionen. Auf bis zu zwei Millionen Besucher pro Jahr hofft ab 2014 auch Stable International, die das FOC in Montabaur betreiben wird.

Bei unserem Besuch in Wertheim sind an einem normalen Wochentag viele kaufkraftstarke Kunden unterwegs. „Eintach ein Traum“, finden Melanie Williams und Claudia Baumeister aus Ulm und recken ihre unzähligen Einkaufstüten in die Höhe. Auf dem Heimweg von Frankfurt haben Mutter und Tochter das Wertheimer Outlet-Dorf vor einem Jahr entdeckt und jetzt zum Ziel eines gemeinsamen Ausflugs deklariert. „Vier Paar Schuhe für 216 Euro!“, grinsen die beiden Frauen stolz. Vorbeifahrende Reisende anzie-

hen, das will man künftig auch im Westerwald. Und mit der Lage des geplanten FOC an der A3 zwischen Köln und Frankfurt und direkt am Montabaurer ICE-Bahnhof stehen die Chancen auf Shoppingtouristen wirklich nicht schlecht. Eine durch die Betreiberfirma in Auftrag gegebene Marktanalyse hat bereits ergeben, dass durch die Lage ganz neue Käuferschichten angesprochen werden als die, die sich in der Einkaufsstraße von Montabaur tummeln.

Rund 100 Kilometer Anfahrt oder mehr nehmen die meisten, die wir am Tag unseres Besuches im „Wertheim Village“ treffen, in Kauf. Aber: Nicht alle von ihnen kommen wie Mutter und Tochter aus Ulm mit Tüten beladen wieder heraus aus dem Rabattparadies. „Die Preise muss man beobachten“, sagt Matthias Drescher aus dem bayerischen Bad Kissingen. Mehrmals im Jahr legt er 85 Kilometer zurück, um sich im beim Wertheimer Fabrikverkauf einzukleiden. Doch nicht immer ist günstig, was auf den ersten Blick günstig erscheint: Große Rabattschilder gelten gern mal nur für größere Mengen Ware. Nur wer zwei Jeans kauft, bekommt die eine zum halben Preis. Erst ab drei Oberhemden gilt der Rabatt von 30



### Video

Was bietet ein Fabrikverkauf und wie viele Kilometer Anreise nehmen Besucher tatsächlich in Kauf? Mit der Videokamera haben wir uns das Outlet in Wertheim angesehen, das dem geplanten FOC in Montabaur am ähnlichsten ist.

Das Video finden Sie unter [www.ku-rz.de/outlet](http://www.ku-rz.de/outlet)

Prozent, dann ist es mit 50 Prozent Rabatt immer noch teuer“, sagt Schülerin Keja aus Frankfurt. Ihr Budget ist schmal. Mit ihrer Freundin ist sie auf der Suche nach einem Kleid für den Abschlussball.

Für fast alle Besucher, mit denen wir in Wertheim sprachen, ist die Fahrt in ein FOC mehr, als nur einzukaufen. Es ist ein spatischer Ausflug mit Freunden oder der ganzen Familie. Manche unternehmen den Trip sogar regelmäßig: Fröhlich schiebt Kerstin Lechler aus dem nur 30 Kilometer entfernten unterfränkischen Eschau den Nachwuchs im Kinderwagen durch das Wertheimer Outlet. Sie schaut mehrmals im Monat hier vorbei, „und meistens finde ich auch was.“ Dieses Mal sollen es Schuhe sein. Doch lebt Frau auf kleinem Fuß, geht das typische Outlet-Problem da schon los: Die gängigen kleinen Größen sind bei unserem Besuch zumeist Mangelware. Erst ab Schuhgröße 40 ist die Auswahl unter der Vorsaisonware wieder größer. Vielleicht beim nächsten Mal.

Das FOC Wertheim Village liegt direkt an der A3 zwischen Frankfurt und Würzburg, Almsenberg, 97877 Wertheim. Öffnungszeiten: Montag bis Samstag 10 Uhr bis 20 Uhr.

### Thema heute

#### Das Phänomen Factory-Outlet-Center (FOC)

Millionen Kunden kaufen regelmäßig verbilligte Markenartikel in Outlet-Centern ein. Im Westerwald soll 2014 ein FOC eröffnet werden. Unsere Zeitung geht dem Phänomen auf die Spur.

# Investoren setzen auf Standort Montabaur

Bauprojekt FOC entsteht beim ICE-Bahnhof an der A 3

■ **Montabaur.** Ab Sommer 2013 wird das Factory-Outlet-Center (FOC) am ICE-Bahnhof gebaut. Rund 50 Millionen Euro investiert der Montabaurer Internetunternehmer Ralph Donnermuth in das Projekt. Er steht hinter der Immobilienfirma Sket, die von seinem Bruder Rainer Donnermuth geführt wird. Die Betreiberfirma Stable International steht schon in Verhandlungen mit Mietern für die Geschäfte. Laut einer Studie des Marktforschungsunternehmens

CIK stünden die Chancen für den Standort sehr gut, sagt Sket-Sprecher Michael Mille. Dennoch scheinen die Erfolgsaussichten in der Branche umstritten zu sein. Stable International plant mit 75 Läden auf 13 900 Quadratmetern, inklusive Gastronomie, Nebenräumen und Lagerflächen, 200 neue Arbeitsplätze zu entstehen. Erst wenn mindestens 80 Prozent der Fläche vermietet sind, wird mit dem Bau begonnen. Erklärt der Betreiber. Das Angebot soll im Premiumsegment platziert werden. Das heißt, es sollen hauptsächlich hoch-

wertige Markenartikel angeboten werden. Ein ähnliches Konzept verfolgt das Wertheim Village bei Würzburg.

Betreiber des Wertheimer FOC ist die Firma Value Retail, die europaweit neun Outlets unterhält und im vergangenen Jahr insgesamt 25 Millionen Besucher zählte. Deren Direktor, John T. Quinn, kann die Zuversicht im Westerwald nicht teilen: „Der Standort Montabaur wird nicht funktionieren“, sagt Quinn im Gespräch mit unserer Zeitung.

Der Outlet-Markt sei im Süden und in der Mitte Deutschlands bereits dicht, Quinn selbst habe Montabaur in den Jahren 2000 und 2001 analysieren lassen und das Projekt abgelehnt, das zu nahe an der Konkurrenz in Belgien und Holland liege. Hinzukomme künftig vielleicht ein FOC in der Gatschaft bei Bad Neuenahr-Ahrweiler, das allerdings noch in den planerischen Anfängen steck und unter dem Stichwort „Eifel-Ahr-Portal“ firmiert. Außerdem könne ein mehrgeschöckiges Gebäude nicht den touristischen

Charme eines Villages bieten, so Quinn. Auch der ICE-Bahnhof sei für ihn kein Standortfaktor. „Unsere Kunden kommen mit dem Auto.“

Michael Mille von Sket weist die Bedenken zurück: „Wir haben die einmalige Situation, deutlich sichtbar an der Verkehrsader A3 zwischen Köln und Frankfurt zu liegen – direkt an der Ausfahrt.“ Dass der ICE-Bahnhof direkt gegenüber liege, sei dabei mit Sicherheit kein Nachteil.

„Wertheim Village ist ein tolles Projekt mit viel Liebe zum Detail“, lobt Mille die Konkurrenz im Süden.



Auf diesem Grundstück zwischen dem ICE-Bahnhof und dem Montabaurer Aubbachviertel wird das FOC gebaut.



Wie ein romantisches Feriendorf sieht das „Wertheim Village“ aus. Rund 130 Geschäfte sowie Restaurants und Cafés locken kaufkraftstarke Kunden zu Tagesausflügen an.

## **Einkaufstouristen auf Schnäppchenjagd**

**Wirtschaft** Unsere Zeitung hat das Wertheim Village besucht – Mehr als zwei Millionen Besucher shoppen jährlich in den Geschäften

Von unseren Redakteuren Andreas Jöckel und Anna Lampert

**M Wertheim/Montabaur.** In zwei Jahren soll der Fabrikverkauf im ICE-Park in Montabaur eröffnen – wir haben das Factory-Outlet-Center (FOC) Wertheim Village bei Würzburg besucht, das dem im Westerwald geplanten Vorhaben sehr ähnlich ist, was Konzept und Zielgruppen betrifft.

Die romantischen sonnengelben und orangefarbenen Gebäude mit ihren spitzen Türmchen sieht man schon von Weitem von der Autobahn 3 aus. Verschnörkelte Laternen und in Form geschnittene Buchsbäume stehen vor den kleinen Häuschen im Wertheim Village. Man schlendert wie durch einen Freizeitpark. Ausflugsatmosphäre. Kein Gedrängel wie in der Fußgängerzone daheim, „aber trotzdem schön an der frischen Luft und nicht wie in einem Kaufhaus“, freut sich die betütete Christine Wolf aus Ludwigsburg bei Stuttgart. „Und dann auch noch alles zu reduzierten Preisen!“

Das Factory-Outlet-Center (FOC), das in Montabaur gleich neben dem ICE-Bahnhof bis 2014 entstehen soll, wird aufgrund der kleineren Grundstücksfläche etwas puristischer werden: keine Türme, keine Schnörkel. Geradlinige weiße Bauten, mehrstöckig, mit viel Glas und Galerien zum Bummeln an der frischen Luft. Die Verkaufsfläche insgesamt ist mit 10 000 Quadratmetern etwas kleiner veranschlagt als die in Wertheim.

Des optischen Unterschiedes zum Trotz: Das Sortiment, so informiert Michael Mille von der Immobilienfirma Sket in Montabaur im Gespräch mit unserer Zeitung, wird dem des Wertheimer Fabrikverkaufs sehr ähnlich sein. Zum größten Teil Bekleidung, vor allem internationale Nobelmarken, zwischendurch Schmuck-, Sport- und Haushaltsboutiquen, wie wir sie aus unseren Innenstädten kennen, und ein breites gastronomisches Angebot. Durch die sehr offene Bauweise soll trotz des mehrstöckigen Bauwerks das Ambiente einer dörflichen Flaniermeile entstehen.

2,2 Millionen Besucher hat das Wertheimer Outlet mit diesem Konzept im vergangenen Jahr angezogen. Die Betreiberfirma Value Retail erwartet in diesem Jahr eine Steigerung auf 2,5 Millionen. Auf bis zu zwei Millionen Besucher pro Jahr hofft ab 2014 auch Stable International, die das FOC in Montabaur betreiben wird.

Bei unserem Besuch in Wertheim sind an einem normalen Wochentag viele kaufkraftstarke Kunden unterwegs. „Einfach ein Traum“, finden Melanie Williams und Claudia Baumeister aus Ulm und recken ihre unzähligen Einkaufstüten in die Höhe. Auf dem Heimweg von Frankfurt haben Mutter und Tochter

das Wertheimer Outlet-Dorf vor einem Jahr entdeckt und jetzt zum Ziel eines gemeinsamen Ausflugs deklariert. „Vier Paar Schuhe für 216 Euro!“, grinsen die beiden Frauen stolz. Vorbeifahrende Reisende anziehen, das will man künftig auch im Westerwald. Und mit der Lage des geplanten FOC an der A 3 zwischen Köln und Frankfurt und direkt am Montabaurer ICE-Bahnhof stehen die Chancen auf Shoppingtouristen wirklich nicht schlecht. Eine durch die Betreiberfirma in Auftrag gegebene Marktanalyse hat bereits ergeben, dass durch die Lage ganz neue Käuferschichten angesprochen werden als die, die sich in der Einkaufsstraße von Montabaur tummeln.

Rund 100 Kilometer Anfahrt oder mehr nehmen die meisten, die wir am Tag unseres Besuches im „Wertheim Village“ treffen, in Kauf. Aber: Nicht alle von ihnen kommen wie Mutter und Tochter aus Ulm mit Tüten beladen wieder heraus aus dem Rabattparadies. „Die Preise muss man beobachten“, sagt Matthias Drescher aus dem bayerischen Bad Kissingen. Mehrmals im Jahr legt er 85 Kilometer zurück, um sich im beim Wertheimer Fabrikverkauf einzukleiden. Doch nicht immer ist günstig, was auf den ersten Blick günstig erscheint: Große Rabattschilder gelten gern mal nur für größere Mengen Ware. Nur wer zwei Jeans kauft, bekommt die eine zum halben Preis. Erst ab drei Oberhemden gilt der Rabatt von 30 Prozent. Hier kauft der Schnäppchenjäger gern mal mehr, als er eigentlich braucht.

Gerade bei der Nobelware ist die Suche nach günstigen Angeboten manchmal ein mühseliges Unterfangen. „Es kommt ja immer drauf an: Wenn etwas normal 400 Euro kostet, dann ist es mit 50 Prozent Rabatt immer noch teuer“, sagt Schülerin Kaja aus Frankfurt. Ihr Budget ist schmal. Mit ihrer Freundin ist sie auf der Suche nach einem Kleid für den Abschlussball.

Für fast alle Besucher, mit denen wir in Wertheim sprachen, ist die Fahrt in ein FOC mehr, als nur einzukaufen. Es ist ein spaßiger Ausflug mit Freunden oder der ganzen Familie. Manche unternehmen den Trip sogar regelmäßig: Fröhlich schiebt Kerstin Lechler aus dem nur 30 Kilometer entfernten unterfränkischen Eschau den Nachwuchs im Kinderwagen durch das Wertheimer Outlet. Sie schaut mehrmals im Monat hier vorbei, „und meistens finde ich auch was.“ Dieses Mal sollen es Schuhe sein. Doch lebt Frau auf kleinem Fuß, geht das typische Outlet-Problem da schon los: Die gängigen kleinen Größen sind bei unserem Besuch zumeist Mangelware. Erst ab Schuhgröße 40 ist die Auswahl unter der Vorsaisonware wieder größer. Vielleicht beim nächsten Mal.

Z Das FOC Wertheim Village liegt direkt an der A 3 zwischen Frankfurt und Würzburg, Almosenberg, 97877 Wertheim. Öffnungszeiten: Montag bis Samstag 10 Uhr bis 20 Uhr.

Westerwälder Zeitung vom Samstag, 23. Juni 2012, Seite 14 (0 Views)

## Investoren setzen auf Standort Montabaur

### Bauprojekt FOC entsteht beim ICE-Bahnhof an der A 3

M **Montabaur**. Ab Sommer 2013 wird das Factory-Outlet-Center (FOC) am ICE-Bahnhof gebaut. Rund 50 Millionen Euro investiert der Montabaurer Internetunternehmer Ralph Dommermuth in das Projekt. Er steht hinter der Immobilienfirma Sket, die von seinem Bruder Rainer Dommermuth geführt wird. Die Betreiberfirma Stable International steht schon in Verhandlungen mit Mietern für die Geschäfte. Laut einer Studie des Marktforschungsunternehmens GfK stünden die Chancen für den Standort sehr gut, sagt Sket-Sprecher Michael Mille. Dennoch scheinen die Erfolgsaussichten in der Branche umstritten zu sein.

Stable International plant mit 75 Läden auf 13 900 Quadratmetern, inklusive Gastronomie, Nebenräumen und Lagerflächen. 200 neue Arbeitsplätze sollen entstehen. Erst wenn mindestens 80 Prozent der Fläche vermietet sind, wird mit dem Bau begonnen, erläutert der Betreiber. Das Angebot soll im Premiumsegment platziert werden. Das heißt, es sollen hauptsächlich hochwertige Markenartikel angeboten werden. Ein ähnliches Konzept verfolgt das Wertheim Village bei Würzburg.

Betreiber des Wertheimer FOC mit rund 130 Geschäften ist die Firma Value Retail, die europaweit neun Outlets unterhält und im vergangenen Jahr insgesamt 25 Millionen Besucher zählte. Deren Direktor, John T. Quinn, kann die Zuversicht im Westerwald nicht teilen: „Der Standort Montabaur wird nicht funktionieren“, sagt Quinn im Gespräch mit unserer Zeitung.

Der Outlet-Markt sei im Süden und in der Mitte Deutschlands bereits dicht. Quinn selbst habe Montabaur in den Jahren 2000 und 2001 analysieren lassen und das Projekt abgelehnt, das zu nahe an der Konkurrenz in Belgien und Holland liege. Hinzu komme künftig vielleicht ein FOC in der Grafschaft bei Bad Neuenahr-Ahrweiler, das allerdings noch in den planerischen Anfängen steckt und unter dem Stichwort „Eifel-Ahr-Portal“ firmiert. Außerdem könne ein mehrstöckiges Gebäude nicht den touristischen Charme eines Villages bieten, so Quinn. Auch der ICE-Bahnhof sei für ihn kein Standortfaktor: „Unsere Kunden kommen mit dem Auto.“

Michael Mille von Sket weist die Bedenken zurück: „Wir haben die einmalige Situation, deutlich sichtbar an der Verkehrsader A 3 zwischen Köln und Frankfurt zu liegen – direkt an der Ausfahrt.“ Dass der ICE-Bahnhof direkt gegenüber liege, sei dabei mit Sicherheit kein Nachteil.

„Wertheim Village ist ein tolles Projekt mit viel Liebe zum Detail“, lobt Mille die Konkurrenz im Süden. Aber mit genau der gleichen Liebe zum Detail werde auch die mehrgeschossige Variante im Westerwald viele Touristen zum Verweilen einladen.

Alle bislang beauftragten Fachleute hätten sich für das FOC Montabaur ausgesprochen. Die Zahlen der GfK-Studie seien durchweg positiv. Was die Marktdichte betrifft, sieht Mille noch viel Luft nach oben. „Viele FOC-Kunden besuchen regelmäßig verschiedene Center“, sagt Mille, sodass die Betreiber durchaus auch voneinander profitieren könnten. aj

Westerwälder Zeitung vom Samstag, 23. Juni 2012, Seite 14 (0 Views)

### **Flaniermeile mit Obergeschoss: So soll das FOC in Montabaur aussehen**

M **Montabaur.** Die Computergrafik zeigt, wie das Factory-Outlet-Center (FOC) in Montabaur aussehen soll. Der Baubeginn ist auf Sommer 2013 terminiert. FOC-Besucher sind meist kaufkraftstarke Kunden, die mehr erwarten als eine Ansammlung von Geschäften, die preisreduzierte Markenartikel anbieten. Sie wollen einen Urlaubstag mit der Familie oder mit Freunden verbringen, einen Kaffee trinken, ein Eis schlecken oder gemütlich essen gehen. Perfektioniert hat dieses Konzept die Firma Value Retail mit ihren Villages, die es unter anderem bei Würzburg und Ingolstadt gibt. Diese sind wie kleine Ferienorte angelegt. Zwar ist das Grundstück in Montabaur dafür zu klein. Aber die Immobilienfirma Sket will durch eine offen angelegte Bauweise das gleiche Ambiente auch mit einem mehrgeschossigen Gebäude erreichen. aj

Westerwälder Zeitung vom Samstag, 23. Juni 2012, Seite 14 (0 Views)