

Sinsheim lockt mit Marken-Schnäppchen

Sinsheim. (mw) Die Spatzen piffen es von den Dächern. Gestern wurde die Botschaft bestätigt: In die leer stehenden Messehallen im Eigentum der EL Immobilien GmbH soll anderthalb Jahre nach Auszug der Schall-Messegesellschaft neues Leben in Gestalt eines „Factory Outlet Centers“ (Zentrum für Fabrikverkauf, Lagerverkauf) einziehen. Layher-Syndikus Glück skizzierte die Planungen für mindestens 15 000 Quadratmeter Verkaufsfläche mit einem Angebot von 50 bis 60 Marken. Zwei Betreiber haben Interesse bekundet. Investitionen von 40 Millionen Euro sind erforderlich, um die Hallen entsprechend umzubauen. Vorausgesetzt ist aber das Ja des Gemeinderats, um Raumordnungsverfahren und die Änderung des Bebauungsplan einzuleiten.

Ein neues Einkaufs-Paradies für Sinsheim?

Verwaiste Messehallen sollen zu einem so genannten „Factory Outlet Center“ umgestaltet werden

Von Martin Weis

Sinsheim. Den fünf Messehallen, seit dem Umzug der Messe Sinsheim GmbH im Sommer 2009 in die eigene Halle 6 verwaist, blüht eine neue Zukunft. Gestern lüftete Lorenz Glück, Syndikus der EL-Immobilien GmbH, das Geheimnis. Das „Nachnutzungskonzept“ sieht an gleicher Stelle ein so genanntes Factory-Outlet Center (FOC) vor.

In solchen Centern verkaufen Firmen ihre Marken-Produkte direkt, also ohne die üblichen Umwege über den Handel. Mindestens 15 000 Quadratmeter groß soll die Verkaufsfläche werden. Zwei international wirkende Outlet-Betreiber, beide in Großbritannien beheimatet, haben ihr Interesse am „Musterstandort Sinsheim“ bekundet. Beide sind bereits

mit Outlet-Center im Norden Deutschlands vertreten.

Rückendeckung für das Factory Outlet Center (FOC) kam vom Gutachter, der laut Glück als „Outlet-Papst“ in Deutschland gilt. Der hatte dem Standort Sinsheim an der A 6 und „am Rande von Ballungsräumen“ hohes Potenzial bescheinigt. Mit Auto- und Technik-Museum sowie Rhein-Neckar-Arena, der nahen A-6-Anschlussstelle und ausreichend Parkflächen um die Messehallen bestünden gute Voraussetzungen für Shopping-Touristen. Allerdings sind Investitionen von mindestens 40 Millionen Euro für die Umgestaltung erforderlich.

50 bis 60 Marken sollen angeboten werden. Eine Konkurrenz „in gewissem Umfang“ zum Einzelhandel der Innenstadt sei möglich, bekennt Glück. „Aber

schlimmste Befürchtungen sind unbegründet“. Vor dem Umbau sind einige Hürden zu nehmen. So muss ein Raumordnungsverfahren zur Zielabweichung eingeleitet werden. Das hat die Stadt einzuleiten, wenn der Gemeinderat dem Vorhaben zustimmt. Parallel dazu muss der Bebauungsplan geändert werden. Eine Wirtschaftsanalyse ist gefordert, um die Auswirkungen des FOC auf Mannheim Heidelberg und Heilbronn aufzuzeigen. Glück: „Ich glaube kaum, dass Mannheims Innenstadt durch das FOC erdrückt wird.“ Zustimmung muss auch der Verband Metropolregion Rhein-Neckar.

Glück hofft, das bis Ende 2010 das Raumordnungsverfahren abgeschlossen ist. „Wir haben 2009 alle öffentlichen Einrichtungen informiert. Wir wollen niemanden überfahren.“

RN2 140110