

„Einer der besten Standorte in Europa“

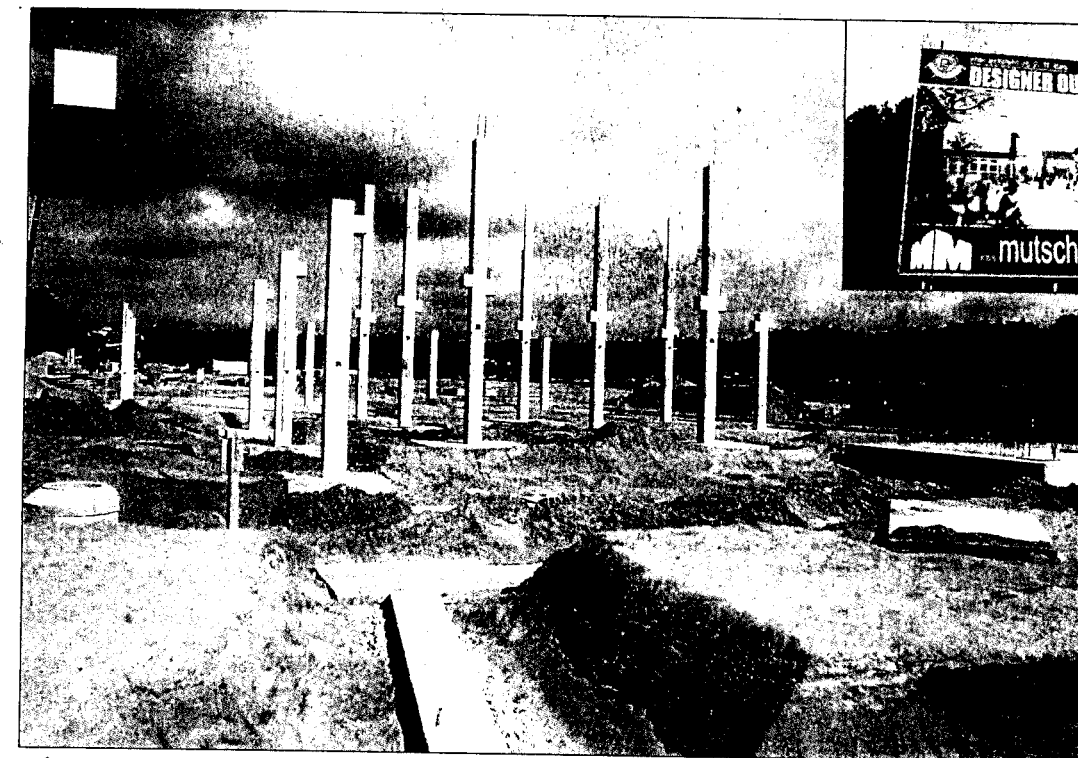
Designer Outlet Center Soltau: „ägyptische Ausgrabungen“ und geheime Markennamen

Allzu gern hätten sie bereits verraten, welche Firmen sich hinter den bereits feststehenden Mietern im neuen „Designer Outlet Center Soltau“ verbergen. „Doch wir dürfen nicht – aus wettbewerbsrechtlichen Gründen“, bedauert Investorin Sylvie Mutschler (Mutschler-Gruppe). Trotzdem lauschen die zahlreichen Gäste aus Politik, Wirtschaft und Tourismus am Freitag auf der Baustelle an der Autobahn 7 interessiert den neuesten Informationen zu dem 80-Millionen-Euro-Projekt. Im Spätsommer 2012 soll das Einkaufszentrum mit 60 bis 70 Shops eröffnet werden.

Soltau (ei). Auch wenn die „vielen interessanten Top-Marken-Namen“ noch geheim bleiben müssen: Die Sonne strahlt und steigert die gute Laune. Investorin Sylvie Mutschler und die Vertreter der neuen Betreiberfirma ROS (Retail Outlet Shopping) aus Wien arbeiten ebenfalls mit viel Optimismus an guter Stimmung. Gute Laune weckt Kauflust – und das ist in der Branche lebenswichtig.

Nach vielen Jahren Wartezeit, juristischen Auseinandersetzungen, Ärger mit kommunalen Nachbarn und Problemen rund um Planungen und Genehmigungen blicken die Beteiligten und Besucher fast schon ungläubig Richtung Baustelle. Tatsächlich bewegt sich dort etwas, Beton-Stelen sind zu sehen, Spezialfahrzeuge rollen – ein erhabener Anblick nach so vielen Rückschlägen.

Dass sich das Durchhaltevermögen lohnt, heben Thomas Reichenauer und Gerhard Graf, ROS-Geschäftsführer, noch einmal hervor. „Deutschland als Standort ist attraktiv, der Markt ist hier stark unterrepräsentiert“, so Reichenauer. Während in Großbritannien der Markt mit 37 Designer Outlet Centern (DOC) bereits gesättigt sei und auch die Italiener auf dem „Stiefel“ bereits 23 Designer Outlet Center vorfinden, sei das Land zwischen Alpen und Nordsee mit derzeit sechs Einrichtungen dieser Art noch



Sichtbare Zeichen:

Auf der DOC-Baustelle an der A7 bei Soltau haben die Hochbauarbeiten begonnen. Im Spätsommer 2012 soll das Verkaufszentrum mit 60 bis 70 Shops eröffnet werden.



Siegessicher: Investorin Sylvie Mutschler mit Thomas Reichenauer (li.) und Gerhard Graf von der Betreiberfirma ROS.

schwach bestückt. „Die Prognosen gehen von einer starken Expansion aus“, so der Geschäftsführer weiter. Mit um die 20 DOCs könne man rechnen.

Soltau sei also noch vergleichsweise früh dabei und noch dazu ein optimaler Standort. Investoren und Be-

treiber zählen im Einzugsgebiet fünf Millionen Menschen (eine Stunde Fahrtzeit) beziehungsweise sieben Millionen, die anderthalb Stunden bis zum DOC bräuchten. Eine solche Lage sei europaweit Spitze.

Zeitweise habe es auf dem Gelände ausgesehen wie bei

„ägyptischen Ausgrabungen“, beschreibt Sylvie Mutschler Erdarbeiten inklusive Verlegung von Kabeln und Rohren. Jetzt ist auch oberirdisch schon etwas sichtbar: viel Sand, Betonkonstruktionen, Baumaterial. Musterfassaden zeigen, wie die Gebäude einmal verkleidet sein werden. Im Moment sei man dem Plan zeitlich etwas voraus – jetzt hoffen die Beteiligten vor allem auf einen milden Winter.

Gut die Hälfte der Shops sei bereits fest vermietet, informieren die Verantwortlichen. Auch ein Gastronom und ein Händler aus Soltau seien dabei. Mit weiteren Vertragspartnern stehe ROS in Verhandlungen, erfahren die Gäste. „Zur Eröffnung wollen wir mit etwa 70 Prozent der Shops beginnen.“ Es sei bei DOCs nicht üblich, „mit Vollvermietung zu starten“. Manche Markenanbieter warteten zunächst ab, wie sich ein Ein-

kaufszentrum entwickelt.

Die neuen Betreiber kündigen an, sich in den nächsten Wochen und Monaten verstärkt bemerkbar zu machen. Schon jetzt habe man begonnen, zusammen mit der Agentur für Arbeit Fachkräfte „zu rekrutieren“. Sylvie Mutschler und ROS gehen von 300 bis

Mitarbeiter gesucht

400 Voll- und Teilzeitkräften aus, die möglichst aus der Region kommen sollen.

Geplant ist zudem die aktive Zusammenarbeit mit touristischen Einrichtungen wie Heide-Park, Weltvogelpark Walsrode und Soltau Therme.

Das Angebot in den Shops soll etwa zur Hälfte Bekleidung umfassen, dazu kommen Sport und Outdoor, Schuhe und Leder, Wohnen, Accessoires und Kinderbekleidung. Auch Gastronomie und Kinderbetreuung werden auf der Gesamtfläche von 13.500 Quadratmetern berücksichtigt.