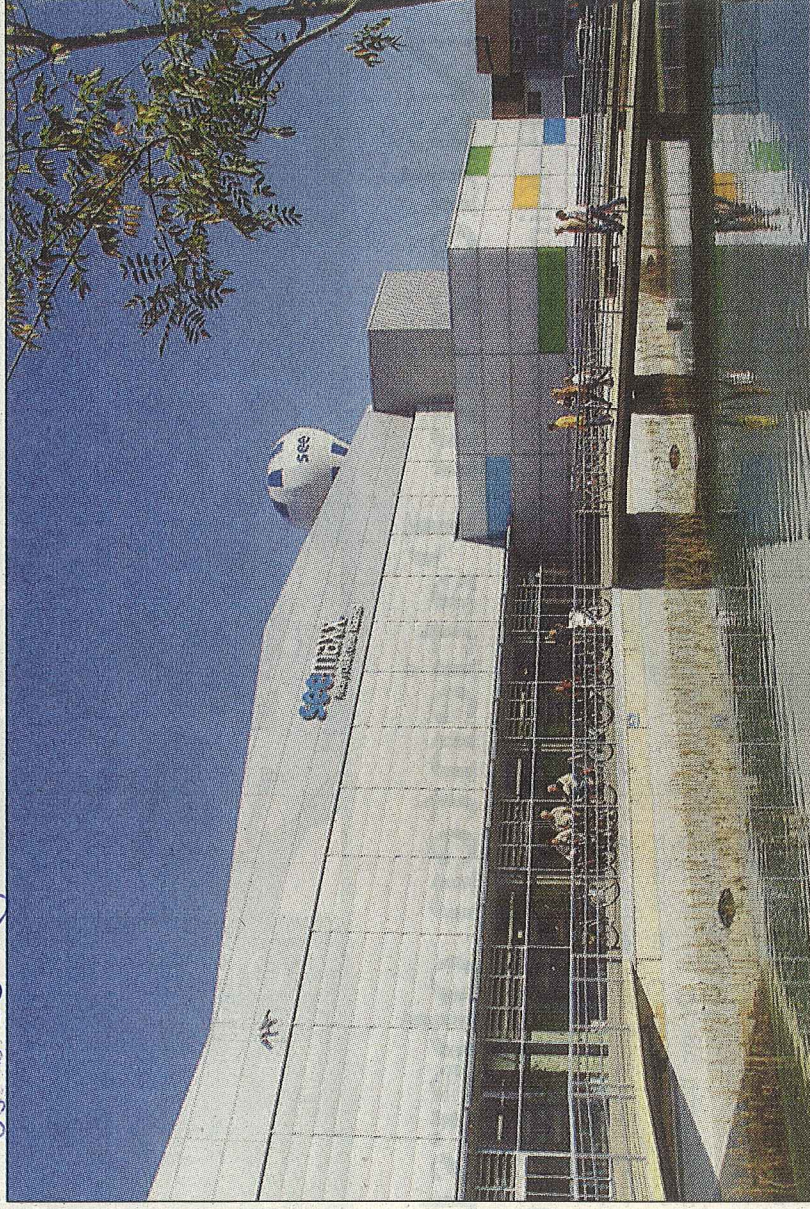


28.10.06 KB



Die Vorgeschichte war lang, die Eröffnung grandios: Am 26. Oktober wurde das Herstellerverkaufszentrum »seemaxx« eingeweiht. Auf 4500 Quadratmetern entstand in der ehemaligen rund 40 Jahre alten Schiesser Produktionshalle ein Outlet-Center mit 14 Shops für gehobene Ansprüche. Am 8. Juni war Grundsteinlegung, 140 Tage später war Einweihung. Rund 10 Millionen Euro hat die Hesta in das »seemaxx« investiert.

» Wir engagieren uns stark« Interview mit Arnold Kannenberg über das »seemaxx«

Radolfzell. Zu den großen Ereignissen des Jahres 2006 gehörte die Einweihung des Herstellerverkaufsentrums »seemaxx«. Mit dem modernen Outlet-Center in der ehemaligen Schiesser-Halle hat in Radolfzell eine neue Ära des Einkaufens begonnen - und die Entwicklung des ehemaligen Schiesser-Areals hat einen entscheidenden Schritt vorwärts gemacht. Der Weg bis zur Eröffnung war lang und steinig. Im Gespräch mit dem WOCHENBLATT zieht Arnold Kannenberg, Geschäftsführer der Hesta, Investor und Betreiber des »seemaxx«, eine erste Bilanz und blickt in die Zukunft.

Wochenblatt: Am 26. Oktober hat das »seemaxx« seine Pforten geöffnet. Seit Mitte Dezember sind alle Shops belegt. Wie fällt die erste Bilanz aus?
Arnold Kannenberg: Das »seemaxx« ist jetzt knapp zwei Monate in Betrieb. Aus der Erfahrung solcher Center wissen wir, dass mindestens ein bis zwei Jahre Anlaufzeit benötigt werden, um den gewünschten und notwendigen Bekanntheitsgrad zu erzielen. Wir hatten eine sehr erfolgreiche Eröffnungswoche mit überdurchschnittlichem wirtschaftlichem Erfolg. Die Achse seemaxx - Stadt - See hat sich bestens bewährt. Dieser Einführungsphase folgten ruhigere Zeiten, die wir nutzen, um die Infrastruktur und das Facility Management zu optimieren. Insgesamt liegen wir in den Planzahlen und sind damit zufrieden. Dies trifft mit Ausnahmen auch auf unsere Mieter zu. Wir müssen aber intensiv weiterarbeiten, um die ho-

he Investition zu amortisieren.
Wochenblatt: Wo kommen die Kunden her, wie groß ist der Anteil der Schweizer Kunden? Haben sich schon Händler aus der Innenstadt beschwert, dass ihnen die Kunden wegbleiben?

Arnold Kannenberg: Noch ist es zu früh, die Kundenströme bewerten zu können. Viele Kunden kommen aus der näheren Region, wir können aber nicht sagen, wie viele aus den einzelnen Städten und Gemeinden kommen. Erfreulich ist die Resonanz des Handels, Beschwerden sind uns keine bekannt. Wir engagieren uns stark für den Standort Radolfzell und sehen uns darin in einem Boot mit den Radolfzeller Einzelhändlern.

Wochenblatt: Was tun Sie, um die Attraktivität und Bekanntheit noch weiter zu steigern?

Arnold Kannenberg: Wir werben intensiv in der Region, wir selbst sehen einen interessanten Umkreis von 60 km in alle Himmelsrichtungen. Unser Marketing ist ausgerichtet auf Zeitung, Radio und Internet. Wir stellen eine stetige Zunahme der Besucher unserer Internetsite fest. Ständig wechselnde Aktionen, Angebote der Woche und diverse Events gerade auch in Abstimmung mit der Stadt und der Aktionsgemeinschaft helfen, die Bekanntheit und die Attraktivität zu steigern.

Wochenblatt: Ab wann kann man sagen: das »seemaxx« ist zum Selbstläufer geworden?

Arnold Kannenberg: Zum Selbstläufer werden solche Einrichtungen nie. Trends und Moden und die Käufergewohnheiten ändern sich

laufend, für den »seemaxx« heißt dies, immer wieder diese Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und für sich zu nutzen. Nur dann ist nachhaltiger Erfolg möglich.

Wochenblatt: Das »seemaxx« ist ja nur eines von vielen Projekten der Hesta auf dem ehemaligen Schiesser-Areal. Welches Großprojekt steht als nächstes an?

Arnold Kannenberg: Unsere Hauptaufgaben in 2007 liegen im Nordbereich des Saturn. Hier haben wir einige wichtige Mieter verloren. Intensiv wird an einer langfristigen Kooperation mit einem Logistikunternehmen gearbeitet. Entscheidungen fallen Anfang 2007.

Wochenblatt: Die Bereiche Kultur/Freizeit und Sport wurden im Rahmenplan ebenfalls als Nutzungen für die Saturnhalle definiert. Könnten Sie sich vorstellen, hier dem Radolfzeller Kino eine neue Heimat zu bieten?

Arnold Kannenberg: Kultur - Sport - Freizeit sind wichtige Handlungsfelder für die weiteren Nutzungen im Saturn. Durch attraktive Ansiedlungen profitiert auch der »seemaxx«. Ein Kino im Saturn wäre eine tolle Sache: Erste Gespräche wurden auch geführt. Es wäre also durchaus vorstellbar, man muss aber auch wissen, dass an solche Einrichtungen hohe Anforderungen zum Brandschutz und Sicherheit gestellt werden, und die Technik fordert ebenfalls einen hohen finanziellen Einsatz. Sie sehen, es sind hohe Hürden zu überwinden.

Das Gespräch führte Wochenblatt-Redakteurin Andrea Jagode.