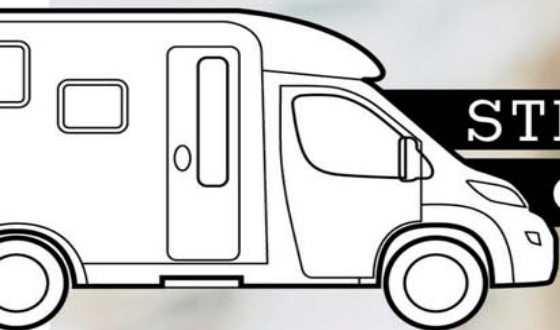




STELLPLATZFÜHRER OUTLETS IN DEUTSCHLAND

Empfohlen von:

**REISE
MOBIL**
INTERNATIONAL



Schnäppchen-Shopping
mit dem
Wohnmobil

150 ÜBERNACHTUNGSPLÄTZE BEI OUTLETS & WERKSVERKÄUFEN

ADRIA



CORAL

Inspiration for *your* adventures.



TWIN SPORTS 600 SPB



CORAL

Starten Sie mit der neuen Generation unserer Fahrzeuge zu Ihrer nächsten Shopping-Tour! Innovative Raumkonzepte und praktische Detaillösungen bieten jetzt noch mehr Komfort. Das riesige Panoramafenster im Coral und Matrix sorgt für mehr Licht und ein großzügiges Raumgefühl. Die neuen Twin Sports Modelle mit zusätzlichem Schlafplatz im aufstellbaren Schlafdach sind die perfekten Shopping-Vans für die City. Aber auch Abenteuerer, Outdoor-Enthusiasten, Sportbegeisterte und Familien treffen mit unseren neuen Sports Modellen immer die beste Wahl!

Freizeit mit noch mehr Komfort

www.adria-deutschland.de www.reimo.com

Entdecken Sie mehr:    



Shopping mit dem Wohnmobil

STELLPLATZFÜHRER

OUTLETS IN DEUTSCHLAND

Mal ehrlich: Wer geht nicht ab und zu mal bummeln, streift durch Geschäfte, um sich von den Angeboten und begehrten Waren zum Kauf verführen zu lassen? Nicht nur bei schlechtem Wetter locken Schnäppchen Reisemobilisten an, das wissen wir aus vielen Gesprächen mit Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser. Gern, so lassen Sie uns immer wieder wissen, nutzen Sie Ihre kostbare Urlaubszeit für einen Einkauf nach Herzenslust – am besten in Outlets und/oder Fabrikverkäufen. Immerhin verheißen die einen günstigeren Preis, was nicht zu verachten ist. Was also liegt näher, als Ihnen dafür den passenden Stellplatzführer an die Hand zu geben? Er verbindet das Angebot in Outlets und Fabrikverkäufen mit den Übernachtungsplätzen in vertretbarer Entfernung. Und das für ganz Deutschland.

Sie finden in dem Buch einen Teil mit gut 20 großen Outlets, die viele tolle Geschäfte und bekannte Marken bündeln. Der weitaus größere Teil in dem Stellplatzführer widmet sich Fabrikverkäufen, wo Sie Produkte direkt beim Hersteller erhalten – manche mit irrelevanten Schönheitsfehlern. Eine Reise-Reportage über die Südwestpfalz, wo Sie nach dem Besuch des riesigen Style Outlets in Zweibrücken richtig viel erleben können, rundet diesen Stellplatzführer ab. Viel Vergnügen mit dem Buch und allzeit gute Fahrt.

*Claus-Georg Petri,
Stellvertretender Chefredakteur, Projektleiter*



INHALT

Deutschland-Karte: Stellplätze an Outlets und Fabrikverkäufen

Definition: Was sind Outlets, was sind Fabrikverkäufe?

Outlets: Wo Sie kaufen, wo Sie übernachten

Fabrikverkäufe: Wo Sie kaufen, wo Sie übernachten

Reise-Reportage: Das erleben Sie in der Südwestpfalz

Impressum/Bildnachweis

LEGENDE STELLPLATZ- AUSSTATTUNG



Behindertengerecht



Entsorgung Kasettentoiletten



Entsorgung Grauwasser



Frischwasser



Grillplatz



Haltestelle



Hotspot/WLAN



Hunde erlaubt



Lebensmittelladen



Liegewiese



Restaurant



Stromanschluss



Telefonische Reservierung möglich



Toilette



Zentrum

Die Gebühren gelten für ein Reisemobil/einen Caravan samt zwei Personen. Die Stellplatzdaten beruhen auf Betreiberangaben. Nach Redaktionsschluss im November 2021 können sich Änderungen ergeben. Verlag und Redaktion übernehmen dafür keine Haftung. Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und erfolgten nach bestem Wissen und Gewissen.



145 Outlets und Fabrikverkäufe in Deutschland



Outlets: Wo Sie kaufen, wo Sie übernachten

83233 Bernau

73312 Geislingen/Steige

85055 Ingolstadt

66693 Mettlach

72555 Metzingen

56410 Montabaur

24539 Neumünster

48607 Ochtrup

78315 Radolfzell

06796 Sandersdorf-Brehna

29614 Soltau

28816 Stuhr

66787 Wadgassen

79576 Weil am Rhein

97877 Wertheim

38440 Wolfsburg

14641 Wustermark

66482 Zweibrücken

BE-3630 Maasmechelen

NL-6041 TD Roermond

F-67480 Roppenheim

Fabrikverkäufe: Wo Sie kaufen, wo Sie übernachten

52072 Aachen

28832 Achim

91325 Adelsdorf

86551 Aichach

04600 Altenburg

86663 Asbach-Bäumenheim

63741 Aschaffenburg

88326 Aulendorf

73087 Bad Boll

23843 Bad Oldesloe
23611 Bad Schwartau
88339 Bad Waldsee
76532 Baden-Baden
30890 Barsinghausen
96148 Baunach
12612 Berlin
63599 Biebergemünd
74321 Bietigheim-Bissingen
38895 Blankenburg-Derenburg
78176 Blumberg
94249 Bodenmais
53175 Bonn
56154 Boppard
46240 Bottrop
28219 Bremen
27572 Bremerhaven
90556 Cadolzburg
29229 Celle
71254 Crailsheim
27472 Cuxhaven
94518 Deggendorf
73779 Deizisau
65582 Diez
91550 Dinkelsbühl
86609 Donauwörth
01139 Dresden
01189 Dresden
40221 Düsseldorf
48282 Emsdetten
64711 Erbach/Odenwald
45307 Essen
95686 Fichtelberg
01705 Freital

26443 Friedeburg
37699 Fürstenberg
73312 Geislingen/Steige
86368 Gersthofen
89537 Giengen an der Brenz
02828 Görlitz
18273 Güstrow
19230 Hagenow
38820 Halberstadt
06112 Halle/Saale
33790 Halle/Westfalen
45721 Haltern am See
20354 Hamburg
30453 Hannover
91074 Herzogenaurach
73540 Heubach
72160 Horb/Neckar
07768 Kahla
24568 Kaltenkirchen
83417 Kirchanschöring
50667 Köln
17440 Kröslin
86381 Krumbach
94405 Landau/Isar
27299 Langwedel
70771 Leinfelden-Echterdingen
72805 Lichtenstein
03222 Lübbenau/Spreewald
21337 Lüneburg
39104 Magdeburg
55120 Mainz
95615 Marktreidwitz
01662 Meißen
72469 Meßstetten

32427 Minden
72525 Münsingen
72202 Nagold
56377 Nassau/Lahn
34411 Neuhaus am Rennweg
37176 Nörten-Hardenberg
59302 Oelde
06785 Oranienbaum-Wörlitz OT Horstdorf
16515 Oranienburg
66955 Pirmasens
56751 Polch
14482 Potsdam
6484 Quedlinburg
01445 Radebeul
48734 Reken
48432 Rheine
88499 Riedlingen
01591 Riesa
07318 Saalfeld/Saale
73614 Schorndorf
95100 Selb
74936 Siegelsbach
42657 Solingen
94518 Spiegelau
74597 Stimpfach
47638 Straelen
88069 Tett nang-Obereisenbach
54292 Trier
07819 Triptis
72818 Trochtelfingen
72072 Tübingen-Kilchberg
89079 Ulm
33775 Versmold-Peckeloh
71111 Waldenbuch

24601 Wankendorf
92637 Weiden/Oberpfalz
06667 Weißenfels
73642 Welzheim
71364 Winnenden
73650 Winterbach
06886 Wittenberg/Lutherstadt

Eine günstige Gelegenheit...

...ist immer willkommen. Wer kauft nicht gern gute Markenware zum kleinen Preis? Outlet-Center und Fabrikverkäufe machen es möglich. Dieser Stellplatzführer zeigt, wo welche Produkte zu haben sind - und worauf beim Einkauf zu achten ist.

Geschwungene Pavillons, Stahlkonstruktionen, Sichtbetonfassaden - hochmoderne Architektur in einer schwäbischen Kleinstadt. Am Lindenplatz im Zentrum von Metzingen ist die Welt der großen Mode-Marken zu Hause: Hugo Boss, Levi's, Esprit, Escada, Joop, Schiesser, Strenesse, Tommy Hilfiger, Puma. Nur ein paar Meter weiter ein Blick in die Seitengassen der Stadt: Kleinstadt-Atmosphäre, ein fast dörflicher Charakter.

DER WANDEL...

...des Fabrikverkaufs in Deutschland ist in Metzingen deutlich sichtbar. Als Geheimtipps begehrt, nur der besten Freundin geflüstert, gab es hier schon vor mehr als 25 Jahren unauffällige Fabrikläden im Hinterhof-Ambiente. Auf schmucklosen Verkaufsflächen in Schulzimmergröße, meist dem Auslieferungslager angegliedert, verkauften hier kleine Strickwarenfabrikanten und Handschuhmacher ihre Ware zu

äußerst günstigem Preis direkt an den Endverbraucher. Das sprach sich herum.

Getarnt als Belegschafts-, Lager- und Werksverkauf, oft mit dem Zusatz „Nur für Betriebsangehörige“, entfachten die Produzenten ein erstes Schnäppchenfieber, von dem aber möglichst keiner etwas erfahren sollte. Die Fabrikläden waren meist der Produktion angegliedert. Das spürte der Schnäppchenjäger mit allen Sinnen. Es roch nach Leder und geölten Holzfußböden, Schneiderinnen ließen Nähmaschinen surren, Kassiererinnen entlockten vorsintflutlichen Kassen noch echte Klingeltöne. Nur ein Hersteller mit Fabrikverkauf war damals in Metzingen schon internationale Marke und in aller Munde: Hugo Boss. ►





WAS IST EINE SCHWARZE LISTE?

Nur noch wenige Hersteller tarnen ihre Fabrikverkäufe aus Angst vor dem Einzelhandel. Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDV) hatte zu Beginn des Fabrikverkaufs-Booms 1993 versucht, Hersteller mit Fabrikverkauf mit Boykottaufrufen und Schwarzen Listen einzuschüchtern. Bundeskartellamt und Berliner Kammergericht untersagten (Az: Kart 19/93, bekannt als „Schnäppchen-Urteil“) dem HDE die Boykottaufrufe und Schwarze Listen. In den Leitsätzen bestätigte das Gericht ausdrücklich die Freiheit des Wettbewerbs. Nicht der deutsche Einzelhandel dürfe die Vertriebswege in

Deutschland bestimmen, sondern der Wettbewerb, so befand das Gericht.

SCHNÄPPCHENFIEBER...

...brach aus, als vor 15 Jahren der Journalist Heinz Waldmüller mit seinen Schnäppchenführern über 1.000 Fabrikverkäufe beschrieb. Es waren die ersten Einkaufsführer in Deutschland zu diesem Thema. Jetzt konnte jedermann nachlesen, welcher Hersteller in welcher Stadt welche Ware ab Werk verkauft.

Das Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel stellte damals fest: „Schnäppchenführer – dieses harmlose Wort – hat fast über Nacht ein Bedeutungsfeld bekommen, das sich aus elementaren Instinkten, Zeitgeist und Mentalität zusammensetzt. Dass das Phänomen in Baden-Württemberg erfunden wurde, ist wahrscheinlich kein Zufall, gelten doch die Schwaben als die sparsamste Spezies unter den Deutschen...“

Der Spiegel zitierte süffisant den Hauptverband des Deutschen Textileinzelhandels, der gegen die Schnäppchenführer wetterte: „Das Buch ist eine Sauerei.“ Fabrikläden wie damals gibt es heute nur noch wenige. Viele kleine Hersteller gingen Pleite, mussten ihre Produktion aus Kostengründen einstellen oder verlagerten sie ins Ausland. Ihren Platz haben die Outlets eingenommen. So wie in Metzingen. Und wie Pilze bei warmem Regen schossen weitere Outlets aus dem Boden.

GROSSE MARKEN...

...verkaufen heute ganz selbstbewusst im Outlet: Sie betreiben keine Fabrikläden, sondern großzügige Einkaufsgeschäfte im Factory Look. Dahinter verbirgt sich Fabrik-Design, das die Welt der Produktion assoziieren soll.

All die Säulen und Böden aus geschliffenem Beton, die offen geführten Installationen, die großen Metalllampen, die Gittertreppen aus Stahl sollen signalisieren: Du bist in einem Fabrikambiente – hier verkauft der Hersteller preiswert. Die zurückgenommene Ausstattung unterstreicht den Unterschied zu den Edel-Boutiquen in den Großstädten. Das soll auch den Preiswert-Charakter der Outlets klar sichtbar machen – Motto: je spartanischer das Ambiente, desto besser der Preis für den Kunden.

Letztlich ist das Outlet ein Einzelhandelsgeschäft, das der Hersteller direkt betreibt. Den Unterschied zum Fabrikladen verdeutlichte Deutschlands oberster Schnäppchenjäger Heinz Waldmüller so: „Früher standen die Fabrik und die Produktion von Waren im Vordergrund. Das Fabriklädle war ein nützliches Anhängsel. Das Outlet dagegen ist sichtbarer Ausdruck der modernen Dienstleistungswelt. Nicht mehr die Produktion, sondern der Absatz der Waren steht im Vordergrund.“

GANZ DEUTSCHLAND...

...ist ein Schnäppchenparadies: Die Zahl der Fabrikläden und Outlets ist stark gestiegen. Der Verkauf beim Hersteller hat sich etabliert. Er hat sich in nahezu allen Branchen zu einem eigenständigen Vertriebsweg entwickelt. So wie später der Online-Handel dazu gekommen ist. Der freilich macht allen Geschäften starke Konkurrenz – auch Outlets und Werksverkäufen. In der Konsequenz geht mittlerweile beides einher.

Es sind hier wie dort vor allem Produkte mit hohem Markenimage, die den Endverbraucher anziehen.

Unverzichtbar ist ein großes, interessantes Angebot. Und: Der Preis für das Markenprodukt muss stimmen. In der Regel sind die Preise im Outlet 30 bis 50 Prozent günstiger als im Einzelhandel. Entscheidend ist aber auch der Strahlglanz

der Marke. Die Marke muss wie ein Leuchtturm aus dem Warenmeer herausragen.

HERSTELLERVERKAUF...

Möglich wird der deutlich günstigere Preis aus folgendem Grund: Im Fabrikladen verkauft der Hersteller seine Ware direkt – ohne den Einzelhändler – an den Endverbraucher. Der Kunde spart also womöglich die Einzelhandelsspanne. Die liegt bei Mode bei 100 Prozent und mehr. Beispiel: Der Hersteller verkauft dem Einzelhändler einen Pullover für 50 Euro plus Mehrwertsteuer. Der Einzelhändler schlägt die Einzelhandelsspanne von 100 Prozent auf den Herstellerabgabepreis auf und verkauft den Pullover im Einzelhandel für 100 Euro plus Mehrwertsteuer. Wenn der Kunde die Einzelhandelsspanne spart, kostet ihn der Pullover nur die Hälfte. Ganz Clevere haben es bemerkt: Der Schnäppchen-Kunde spart auch die Hälfte der Mehrwertsteuer – und das ganz legal.

WAS IST EINE MARKE?

Der Erfolg einer Marke beruht auf ihrer einzigartigen Identität und wird im Lehrbuch folgendermaßen definiert: Eine Marke ist ein Nutzenbündel mit spezifischen Merkmalen, die dafür sorgen, dass sich dieses Bündel gegenüber anderen Bündeln, welche dieselben Grundbedürfnisse erfüllen, aus Sicht relevanter Zielgruppen unterscheiden. Es führt bei ihr zu einem Mehrwert und beim Unternehmen zu besseren Preisen. Marken entstehen durch den langfristigen Aufbau sozialen Vertrauens, wo vor allem die Qualität, Wiedererkennbarkeit, Produktgestaltung und Akzeptanz durch bestimmte

Konsumentengruppierungen die größte Rolle spielen. Es ist daher eine kaufmännische Kunst, eine erfolgreiche Marke zu lancieren und wird heute verstärkt über Werbebudgets statt sozialem Vertrauen realisiert.



SCHNÄPPCHENJAGD...

...erklärte Waldmüller mit folgendem verhaltensbiologischem Grundmuster des Menschen: „Das Überleben sichern ist der wichtigste evolutionäre Ansatz der Menschheit überhaupt. Deshalb versuchten Jäger und

Sammler früherer Kulturen immer, reiche Beute zu machen, das aber mit einem möglichst minimalen Aufwand. Das Schnäppchen heute ist nichts anderes als die Kultivierung dieses reiche Beute Machens mit wenig Aufwand. Weil das so ist und weil hier Urinstinkte und Kräfte der unbewussten Überlebenssicherung wirken, gehen wir nach dem Jäger- und Sammlerprinzip ‚Reiche Beute, leicht erlegt‘ auf Schnäppchenjagd.“ Das gilt übrigens noch heute so.

ÜBERLEBENS SICHERUNG...

...steht beim Einkaufen im Outlet nicht an erster Stelle. Es geht um Marke, Labels, Mode. Sie sollen die Persönlichkeit und Individualität des Trägers unterstreichen. Der Stellenwert der Marke beim Outlet-Kunden ist hoch, weil er sich mit der Marke von den anderen abgrenzen kann oder sich zu einer Gruppe dazugehörig fühlen darf. Marken verkörpern Lebensstil. Mode ist Statussymbol. Und mit der Etablierung der Outlets wird eine Marke als Statussymbol auch für Zielgruppen bezahlbar, die sich Marken zu Einzelhandelspreisen nicht leisten können.

DIE AKTUELLE WARE...

...wird aus Rücksicht gegenüber dem Einzelhandel nicht so gern an die große Glocke gehängt. Aber neben der 1b-Ware, das ist die erste Wahl-Ware der vergangenen Saison (second season), kommt auch aktuelle Ware in den Fabrikverkauf. Die Situation beim Hersteller ist folgende: Alles, was an Ware im Lager hängt, muss möglichst schnell an den Endverbraucher. Zuerst werden die Outlets mit den Lagerbeständen des Vorjahres (second season) aufgefüllt. Oft gibt es aber keine Ware aus dem Vorjahr mehr, oder der Warenabfluss der hochaktuellen Ware entspricht nicht den Erwartungen. Dann kommt auch diese Ware ins Outlet. Eine

weit geringere Rolle im Warenangebot spielen Musterteile und Auslaufware. Ebenso ist das bei der fehlerhaften zweite Wahl-Ware, deren Mängel in der Regel deutlich gekennzeichnet und von der Reklamation ausgeschlossen sind.

MINIMALISTISCHER SERVICE...

...ist passé. Waren die Aufgaben des Verkaufspersonals im Fabrikladen einst Auffüllen und Abkassieren, so hat sich dies grundlegend geändert. Beratung war aus Angst vor dem Einzelhandel streng verboten. Das Bedürfnis der Kunden nach professioneller Beratung ist jedoch gestiegen. Heute liegt der Schwerpunkt beim Verkauf im Outlet auf kundennaher und kompetenter Beratung. „Bei uns ist es wirklich so, dass wir da eine beratende Funktion haben“, sagt eine Verkäuferin von Nike stellvertretend für die meisten Outlets. Durch die veränderte Outlet-Landschaft hat sich auch die Arbeit dort verändert. Die Beschäftigung im Outlet ist durchaus mit einer klassischen Tätigkeit im Einzelhandel zu vergleichen. Zitat einer Verkäuferin: „Du kommst dir vor wie in Düsseldorf auf der Kö und nicht mehr wie in einem Fabrikladen im Hinterhof.“

WAS IST EIN SMART SHOPPER?

Ein Smart Shopper ist ein Konsument, dessen Verhalten durch gleichzeitiges Streben sowohl nach Preisvorteilen als auch nach Qualität - beispielsweise hochwertige Marken - gekennzeichnet ist. Damit unterscheidet sich der Smart Shopper vom Schnäppchenjäger, der nach Angeboten sucht, die ohnehin im untersten Preissegment liegen. Laut Institut für Demoskopie, Allensbach, gehören 25 Prozent der

bundesdeutschen Gesamtbevölkerung dieser für das Marketing wichtigen Zielgruppe an. Sie haben die Frage „Ich versuche teure und exklusive Markenartikel immer so günstig wie möglich zu bekommen, z. B. durch Einkauf direkt beim Hersteller, beim Großhändler oder so (Smart Shopper)“ mit „Ja“ beantwortet.



WAS IST RABATT?

Rabatt kommt vom italienischen rabatto, rabattere = niederschlagen, abschlagen. Es ist ein Preisnachlass, der in der Regel in Prozent ausgedrückt und vom Netto-Preis abgezogen wird. Rabatte werden sofort vom Listenpreis (Netto-

Verkaufspreis) abgezogen und nicht erst im Nachhinein. Sie werden als Kaufanreize im Sinne der Preispolitik eingesetzt. Bis 2002 galt in Deutschland ein Rabattgesetz, das die Gewährung von Rabatten streng reglementierte. Seit der Liberalisierung des Gesetzes können Händler in fast allen Bereichen individuelle Rabatte aushandeln. Eine Ausnahme bildet die Buchpreisbindung.

KUNDENORIENTIERUNG...

...wird bei den Herstellern groß geschrieben. Die starren Öffnungszeiten des Einzelhandels wie früher sind lange passé, oft sind die Outlets von 10 bis 20 Uhr geöffnet, an manchen Tagen sogar länger. Outlets haben ein deutlich größeres und attraktiveres Warenangebot. Wühltische, ungeordnete Ware, zu wenig Verkaufspersonal – das war gestern. Heute ist ein Outlet nur noch durch seinen Factory Look von einem herkömmlichen Ladengeschäft/Kaufhaus zu unterscheiden. Es gibt Umkleidekabinen, Rolltreppen, Verkaufsmusik, Kartenzahlung, Kinderbetreuung. Den steigenden Ansprüchen der Kunden wird immer stärker entsprochen.

WEITE WEGE...

...müssen oft in Kauf genommen werden, wenn die besten Schnäppchen gemacht werden wollen. Für mobile Menschen kein Problem. Auf den folgenden Seiten stellt dieser Stellplatzführer 21 große Outlet-Center in Deutschland und dem angrenzenden Ausland – Frankreich, Belgien, Niederlande – vor. Alle bieten Markenverkauf an und haben ein Sammelsurium an Weltmarken im Angebot. Zumeist werden diese in kleinen Ladengeschäften separat gezeigt.

Auf dem Gelände gibt es immer Park- und in der näheren Umgebung Stellplätze für Reisemobile. Generell gelten mobil Reisende als gern gesehene, weil finanziell gut gesattelte Gäste. Wer in den großen Outlets nicht so recht fündig wird, der kommt bestimmt mit den 120 Werksverkäufen zurecht, die der Stellplatzführer im Anschluss nennt und ihre Produkte kurz vorstellt.



Stellplätze an großen Outlets

Schöne Größe

Shopping in tollen Läden unter einem Dach: Wo sich viele Markennamen bündeln, findet sich immer ein gutes Stück.

Deutschland – Einkaufsland. Die Lust zu shoppen zieht sich durch alle Generationen, obendrein sind sich Mann und Frau (meistens) einig: Gemeinsamer Bummel macht Spaß.

Diesen Reiz haben findige Firmen erkannt und quer übers ganze Land sogenannte Outlets eröffnet. Diese riesigen Einkaufszentren bündeln Geschäfte bekannter Marken.

Im Angebot sind hier ganze Sortimente, darüber hinaus aber auch meist Artikel zweiter Wahl, Rückläufer oder Auslaufprodukte. Letztere sind meist deutlich günstiger zu haben, als sie im normalen Handel angeboten werden. Dieser reduzierte Preis dürfte einer der Hauptgründe sein, Outlets zu besuchen.

Die folgenden 21 Seiten informieren über Deutschlands größte Outlets. Hier geht es um das Angebot, die Größe, aber auch um Shuttle, Öffnungszeiten und Parkplätze für die Dauer des Einkaufs.

Dazu serviert Ihnen das Buch die jeweiligen Übernachtungsplätze fürs Reisemobil. Sie befinden sich möglichst nahe an dem Outlet, nicht aber mehr als 20 Kilometer entfernt. Eine annehmbare Distanz.

Und damit sich der Urlauber – der Outlet-Besuch ist schließlich oft Teil der wertvollsten Zeit des Jahres – auch auf

dem Stellplatz wohlfühlt, ist dessen Freizeitangebot gleich noch mit aufgeführt. Hier geht es ums Wandern und Radeln, um Sehenswertes, aber auch um Restaurants.

Kurz: Auch hier macht die Mischung den Charme aus. Damit aus dem Outlet-Bummel ein wahres Erlebnis wird.



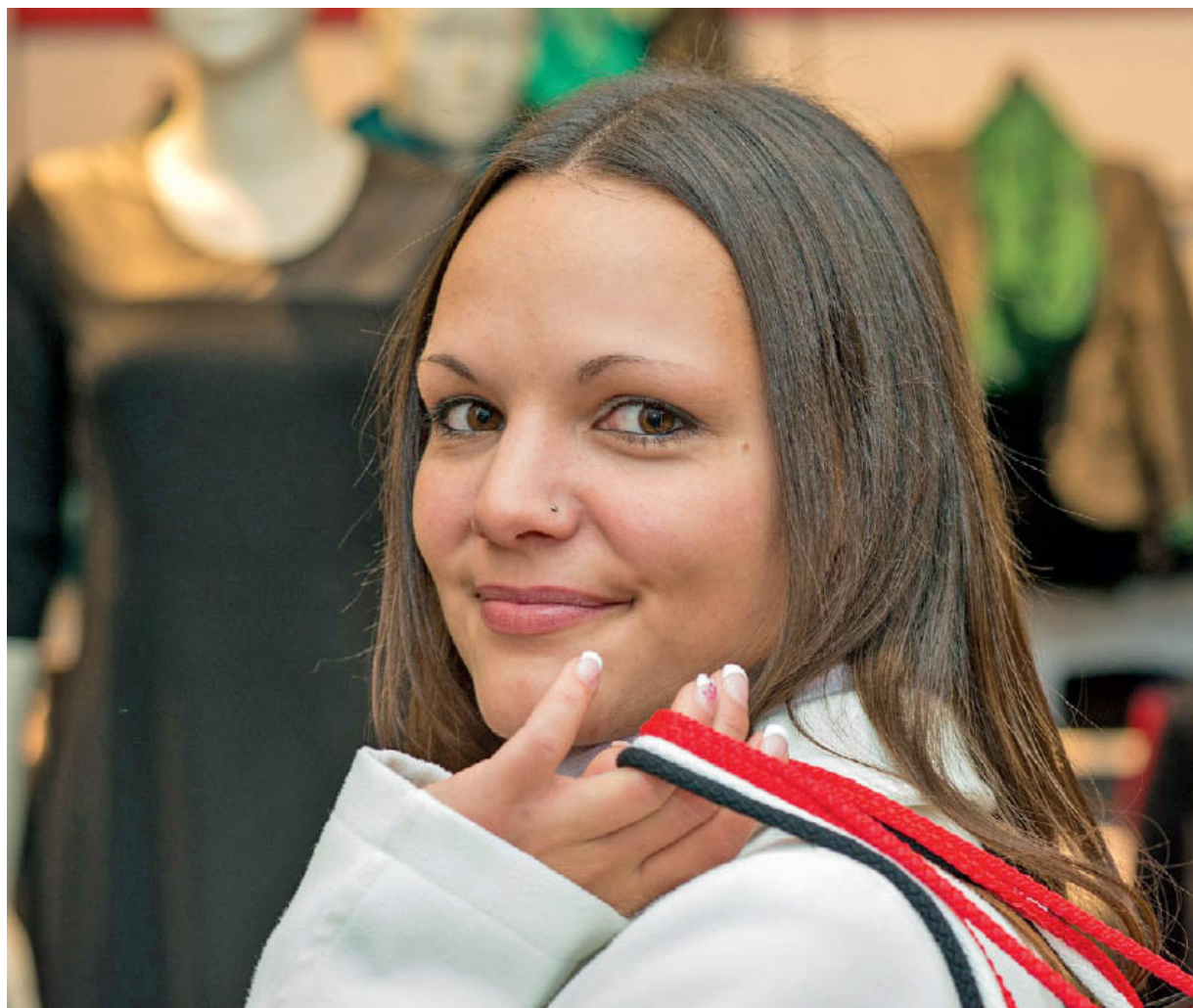
Wo Einkaufen Spaß macht: Gut 20 Outlets locken in Deutschland zum ausgiebigen Shopping.



83233 **Bernau**

MARKENNAMEN UNTER EINEM DACH

■ **BERNAU OUTLETS**



Theodor-Sanne-Straße 6
83233 Bernau
Tel.: 08051/9617327
www.bernau-outlets.de