



# Outlet Boom ohne Ende

Wieviel Platz ist da noch? Stand, Entwicklung und Perspektiven des Marktes für Outlet-Center in Deutschland und Europa

Vortrag beim 5. Deutschen Factory-Outlet-Kongress  
29. November 2018, Salles de Pologne, Leipzig

# Inhalt

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

**ecostra GmbH**  
Analysen und Strategien  
für Märkte und Standorte  
in Europa





# 1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Outlet-Center-Bestandsdaten für die Länder Europas 2018

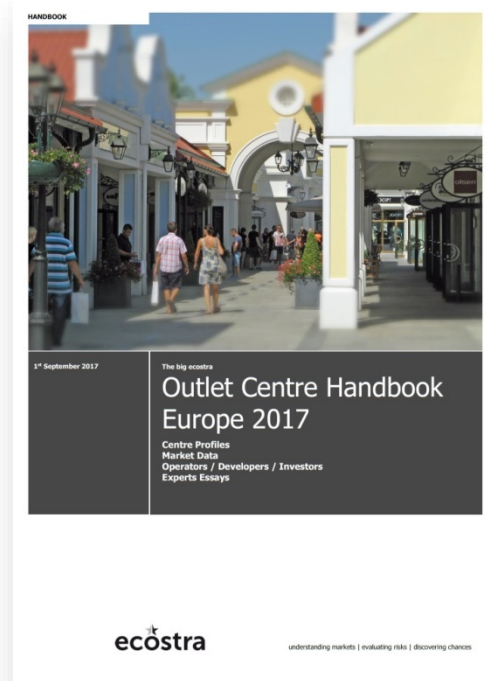


Land <sup>(1)</sup>	Anzahl der Standorte	Gesamte Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Ø Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> pro Center	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> pro 1.000 Einwohner	Anzahl der geplanten Standorte	Mittelfristiger Trend <sup>(2)</sup>
IN BETRIEB						
UK	35	526.305	15.035	8,6	7	↗
Italien	25	540.120	21.605	9,0	4	↗
Frankreich	24	359.335	14.970	5,7	7	↑
Spanien	17	241.040	14.180	5,2	3	↗
Deutschland	14	215.050	15.360	2,6	10	↑
Polen	13	201.500	15.500	5,3	4	↗
Russland	5	106.050	21.210	1,0	3	↑
Portugal	5	88.550	17.710	8,3	-	→
Schweiz	5	77.500	15.500	10,1	1	↘
Griechenland	4	58.400	14.600	5,2	-	→
Niederlande	3	84.000	28.000	5,1	4	↑
Österreich	3	74.000	24.665	8,8	-	→
Tschechische Republik	3	64.000	21.335	6,1	3	→
Belgien	2	32.000	16.000	3,0	1	↗
Ungarn	2	29.500	14.750	2,9	-	→
Schweden	2	28.500	14.250	3,1	-	→
Norwegen	2	21.500	10.750	4,5	-	→
Irland	2	20.000	10.000	4,7	-	→
Dänemark	2	20.000	10.000	3,7	1	↗
Ukraine	1	15.000	15.000	0,3	1	→
Rumänien	1	14.500	14.500	0,7	-	→
Slowakei	1	14.000	14.000	2,6	-	→
Bulgarien	1	13.000	13.000	1,7	-	→
Serbien	1	13.000	13.000	1,4	-	→
Litauen	1	12.700	12.700	3,8	-	→
Kroatien	1	12.000	12.000	2,7	1	↑
Finnland	-	-	-	-	2	↑
Luxemburg	-	-	-	-	1	↗
<b>Insgesamt</b>	<b>175</b>	<b>2.881.550</b>	<b>16.465</b>	-	<b>52</b>	<b>↗</b>

<sup>(1)</sup> = Reihung in absteigender Folge nach Anzahl der in Betrieb befindlichen Standorte

<sup>(2)</sup> = Einstufung des mittelfristigen Trends in der Entwicklung der Anzahl der Outlet Standorte und der FOC-Verkaufsflächenausstattung in den entsprechenden Ländern von ↑ (= stark wachsend) bis ↓ (= stark rückläufig)

Quelle: ecostra-Grundlagenforschung, Stand: Juni 2018



## Zum Vergleich:

2003 = 78 Outlet Center  
= 1,0 Mio. m<sup>2</sup> VK

## Rel. Entwicklung 2003 – 2018:

Standorte = +124 %  
VK = +186 %

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Bedeutende Neueröffnungen in Europa in den letzten 2 Jahren



Land	Standort	Objekt	Betreiber	Eröffnung
Polen	Rzeszów (östl. von Krakau)	Outlet Graffica Rzeszów	Star Europe Holding	04.03.2017
Italien	Settimo Torinese (Piemont)	Torino Outlet Village	Arcus Real Estate	23.03.2017
Spanien	Leganés (bei Madrid)	Sambil Outlet Madrid	Grupo Sambil	24.03.2017
Italien	Occhiobello (Venetien)	DeltaPo Family Destination Outlet	Occhiobello Outlet srl	12.04.2017
Frankreich	Miramas (Provence)	Designer Outlet Provence	McArthurGlen	13.04.2017
Portugal	Loulé (Algarve)	Designer Outlet Algarve	ROS Retail Outlet Shopping	23.11.2017
Frankreich	Honfleur (Normandie)	Honfleur Normandy Outlet	Advantail	10.11.2017
Tschechische Republik	Ruzyne (bei Prag)	Prague The Style Outlets	Neinver	28.04.2018
Frankreich	Villefontaine (bei Lyon)	The Village	Freeport Retail	17.05.2018
Kroatien	Rugvica (bei Zagreb)	Designer Outlet Croatia	ROS Retail Outlet Shopping	21.06.2018

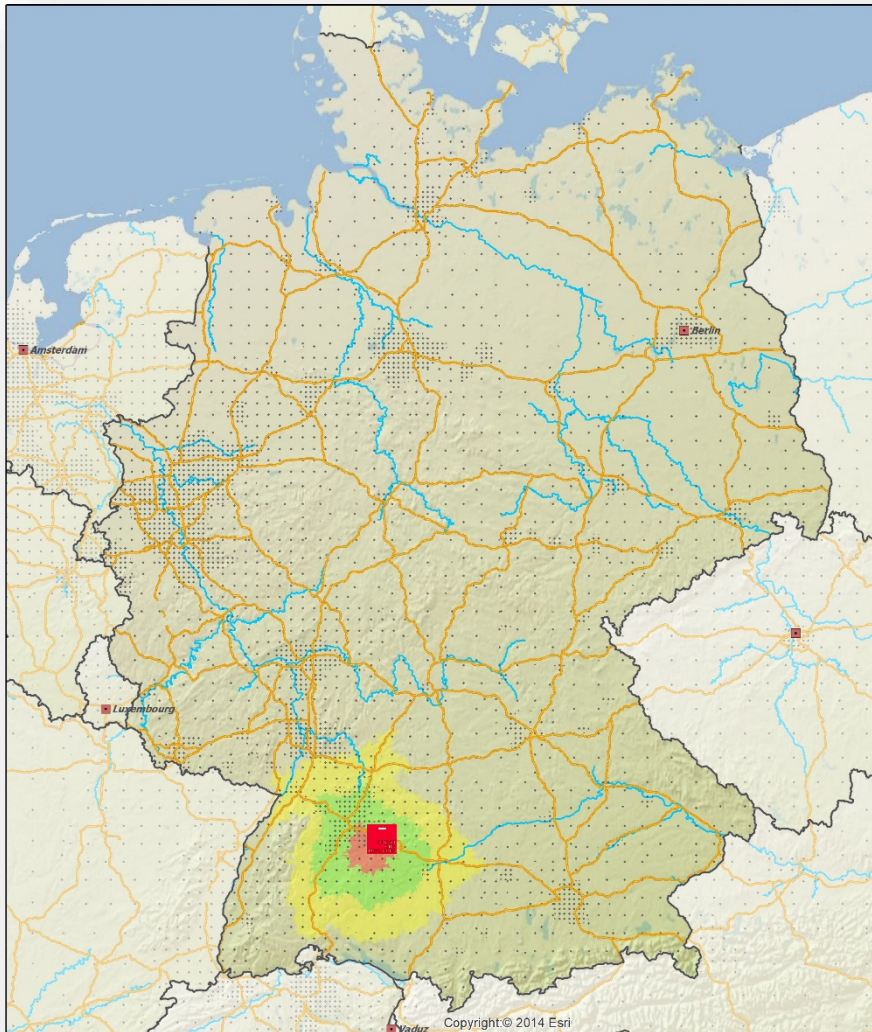
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



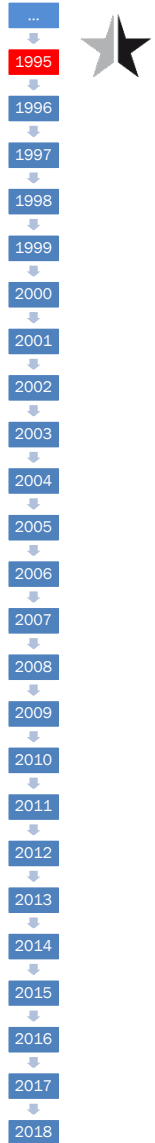
## 2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 1995



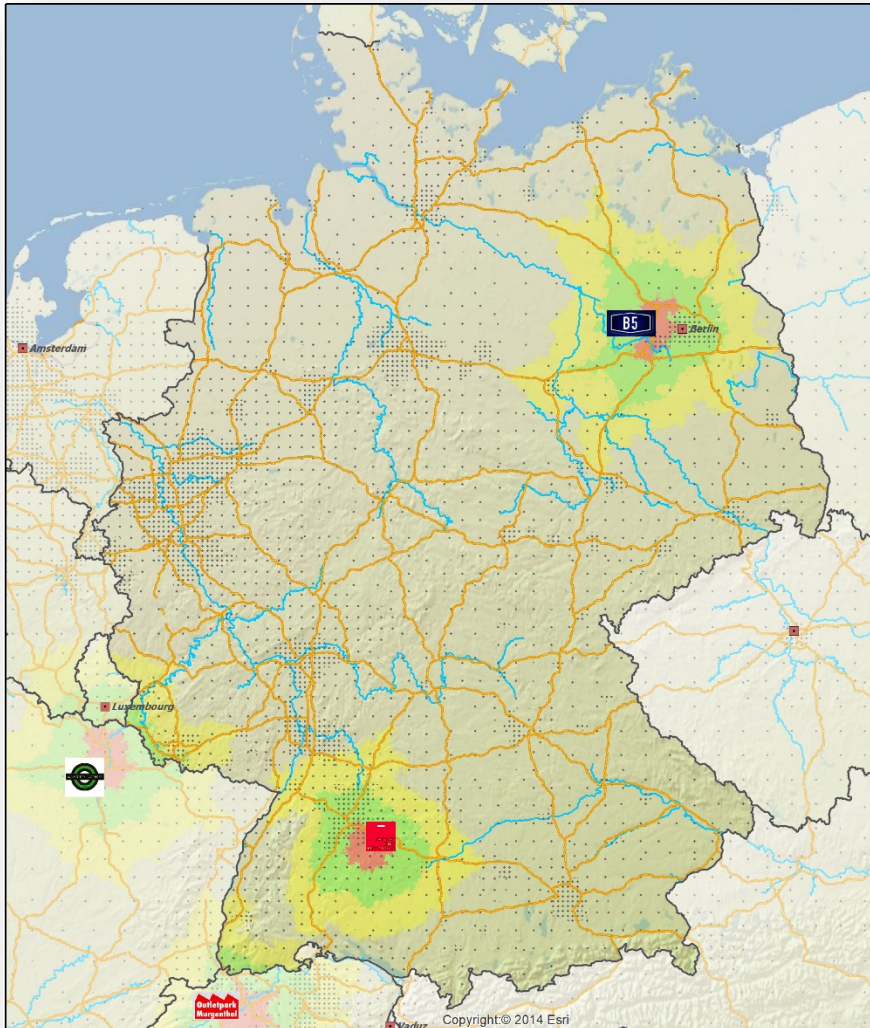
- Outletcity Metzingen  
Seit 1972 Hugo Boss Fabrikverkauf.  
Jetzt formiert sich die Outletcity.



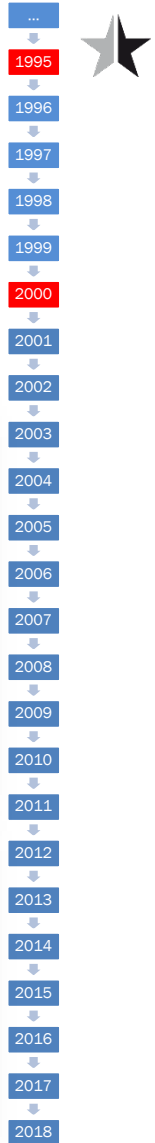
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2000



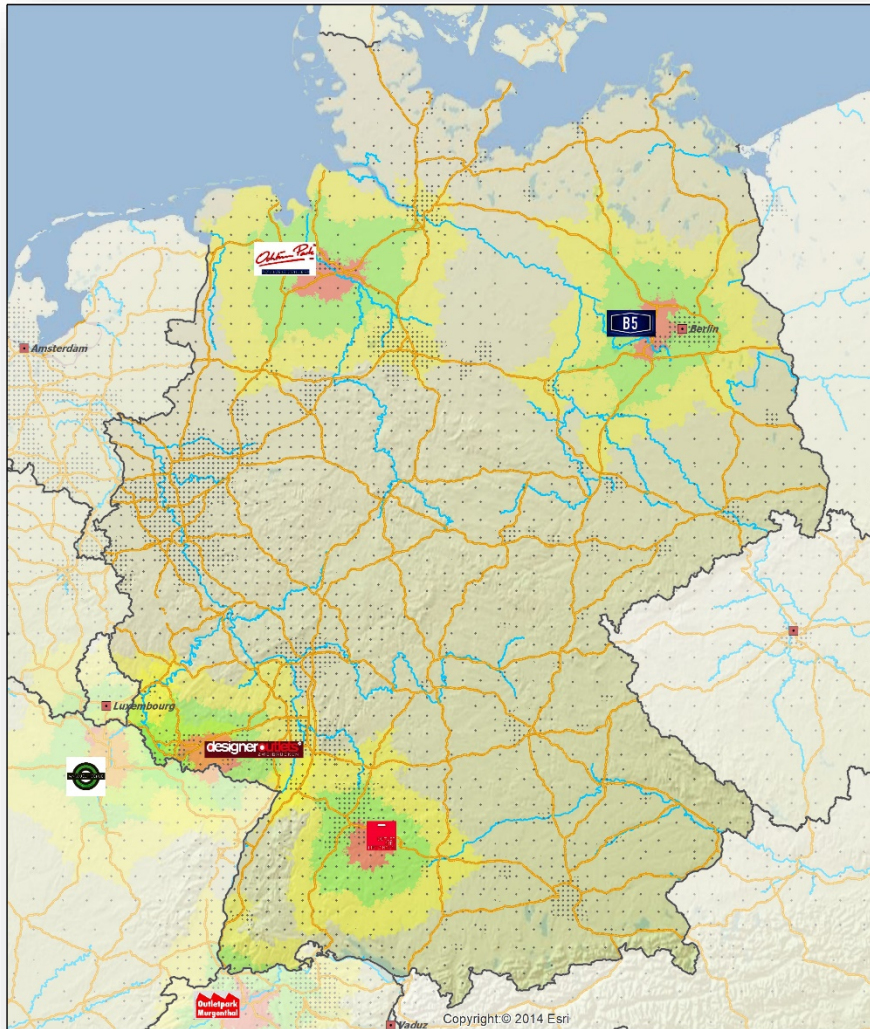
- Eröffnung B5 Designer Outlet Center Wustermark
- Zwischenzeitliche Entwicklungen im grenznahen Ausland:
- Outletpark Murgenthal (CH)
  - Marques Avenue Talange (F)



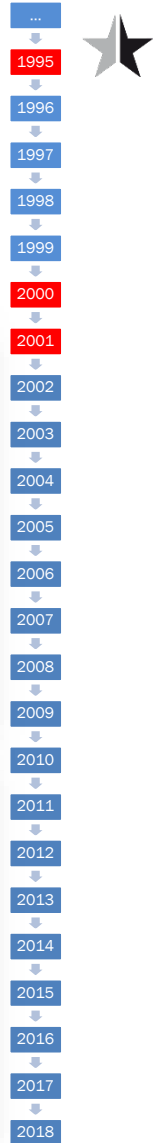
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2001



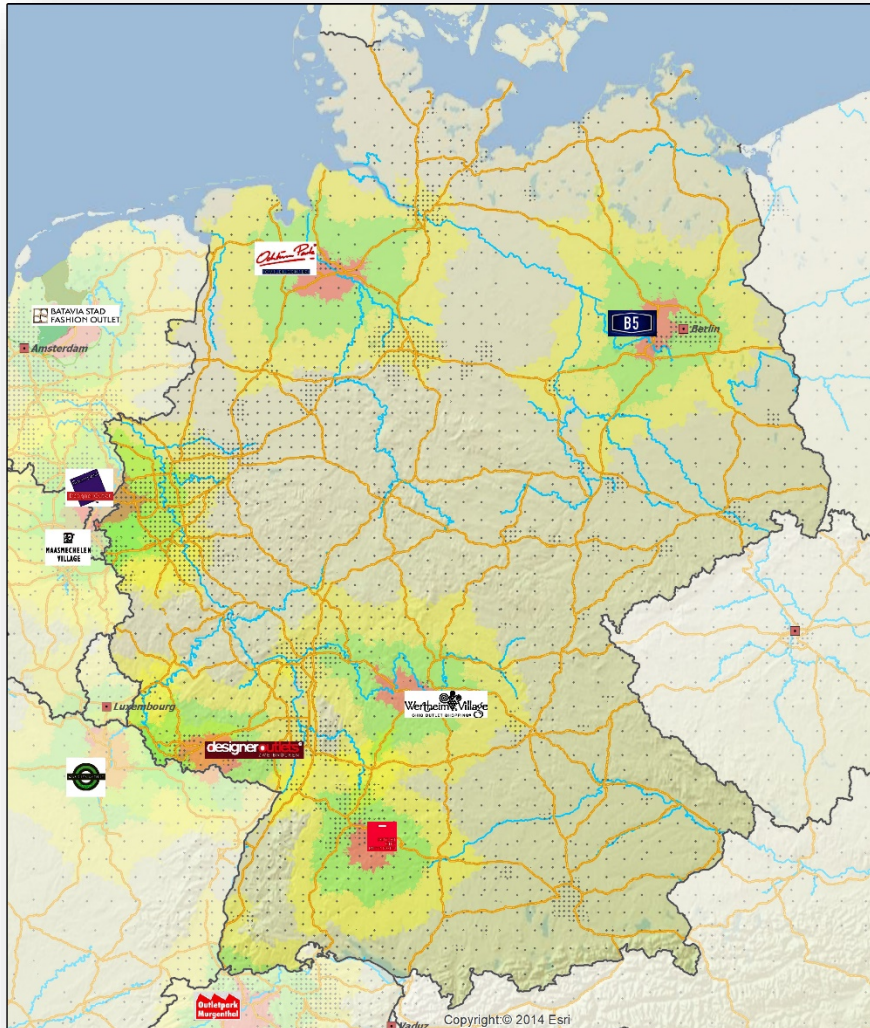
- Eröffnung Designer Outlet Zweibrücken
- Eröffnung Ochtum Park Outlet Center Stuhr-Brinkum



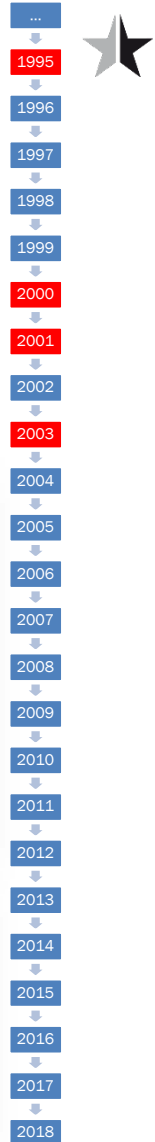
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2003



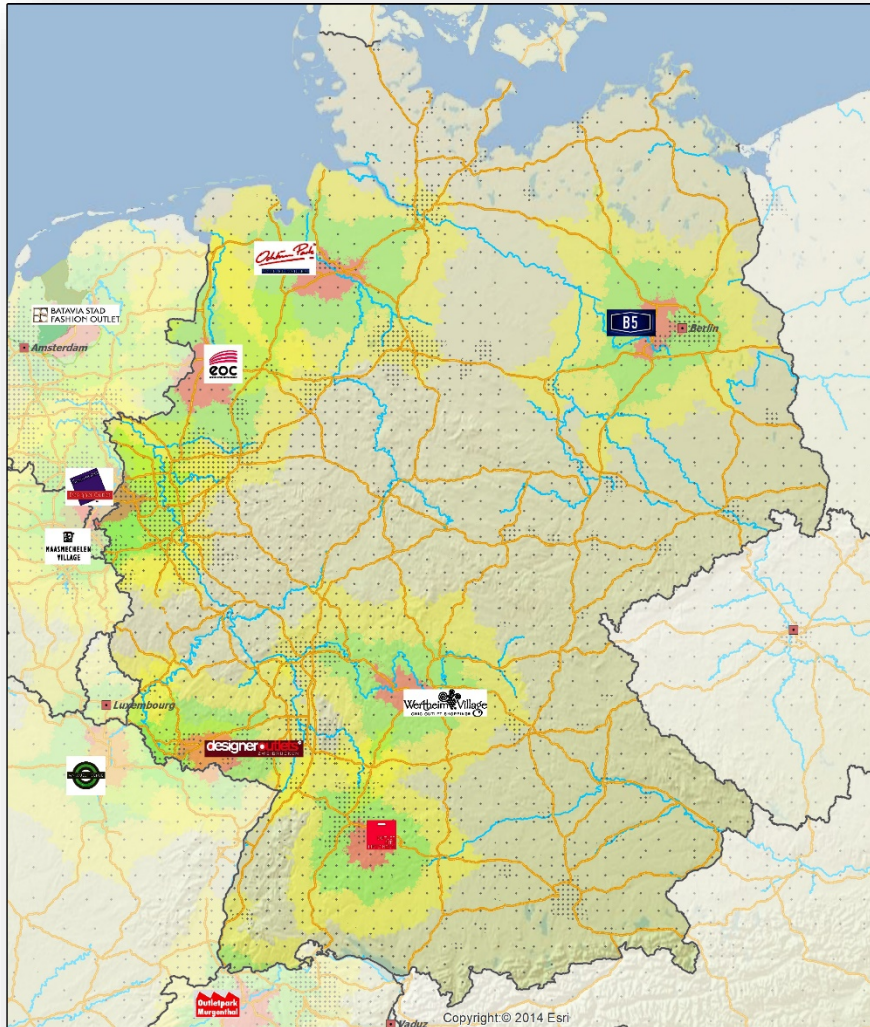
- Eröffnung Wertheim Village
- Zwischenzeitliche Entwicklungen im grenznahen Ausland:
  - Batavia Stad Fashion Outlet, Lelystad (NL)
  - Designer Outlet Roermond (NL)
  - Maasmechelen Village (B)



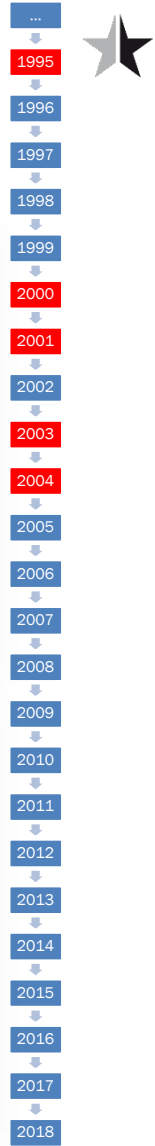
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2004



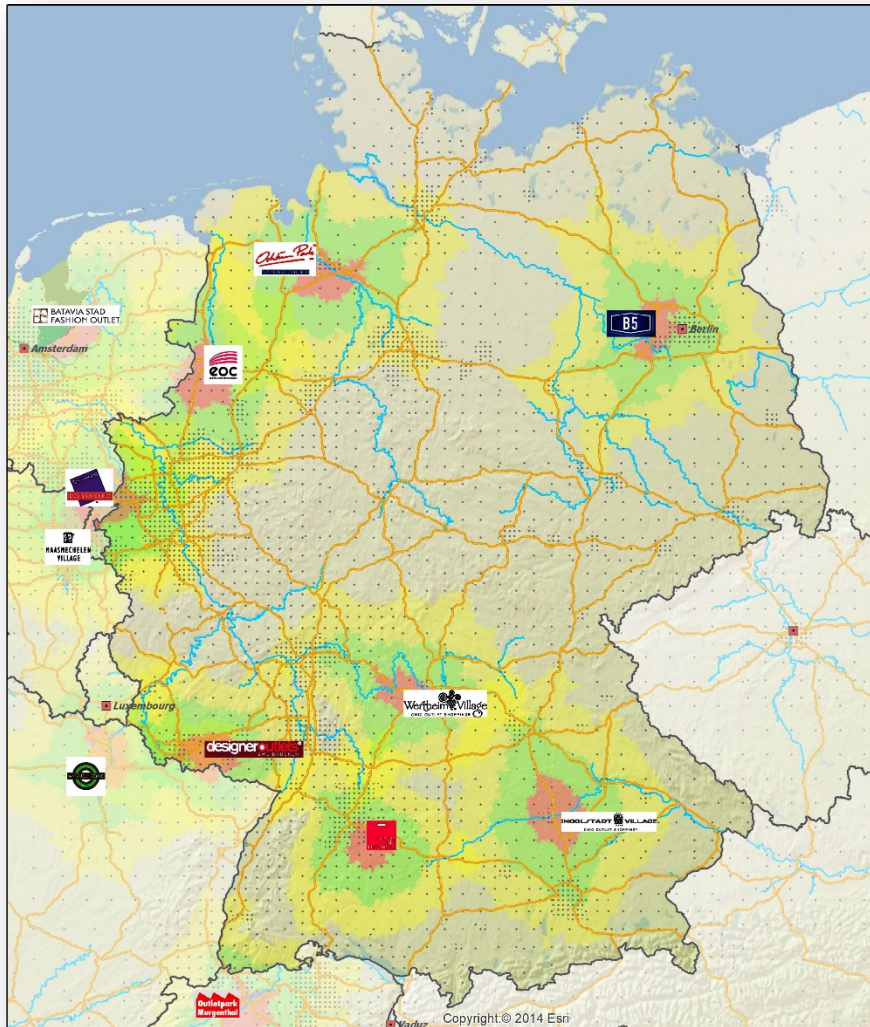
- Eröffnung EOC Euregio Outlet Center, Ochtrup



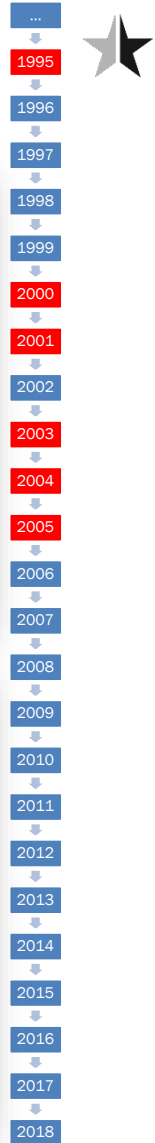
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2005



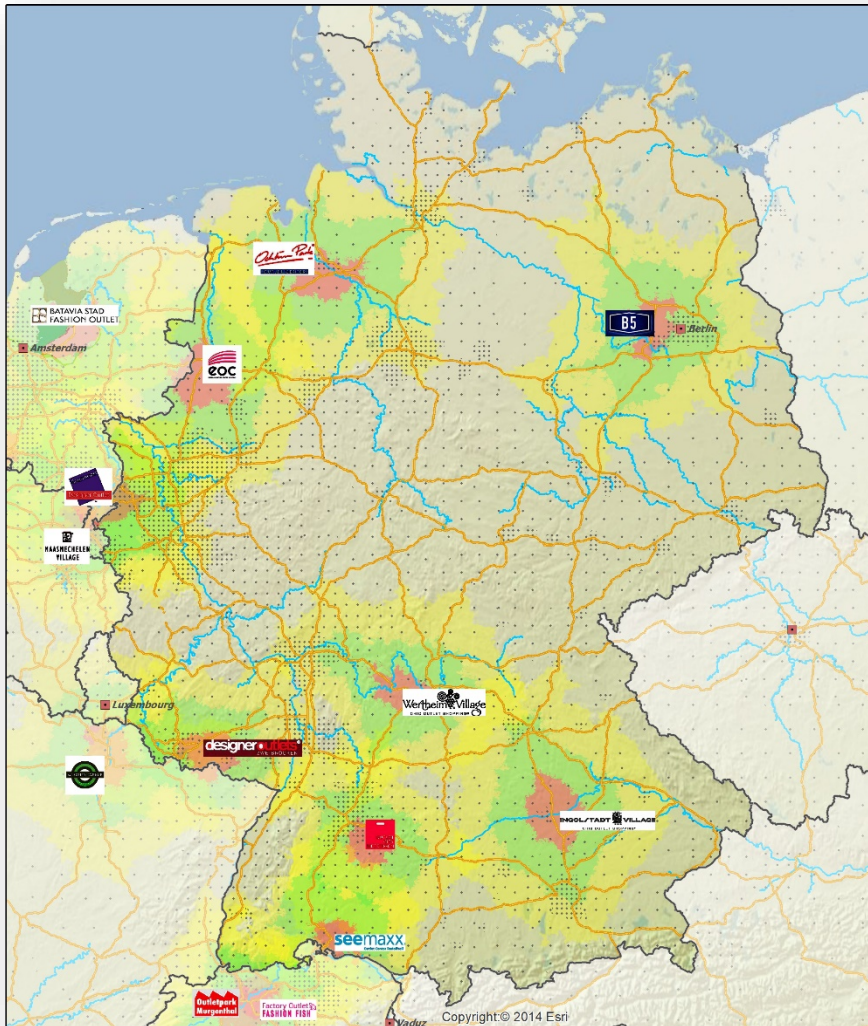
## • Eröffnung Ingolstadt Village



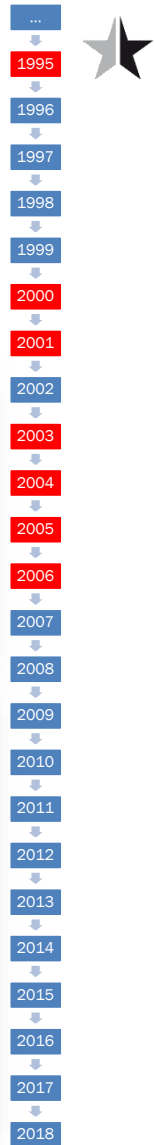
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2006



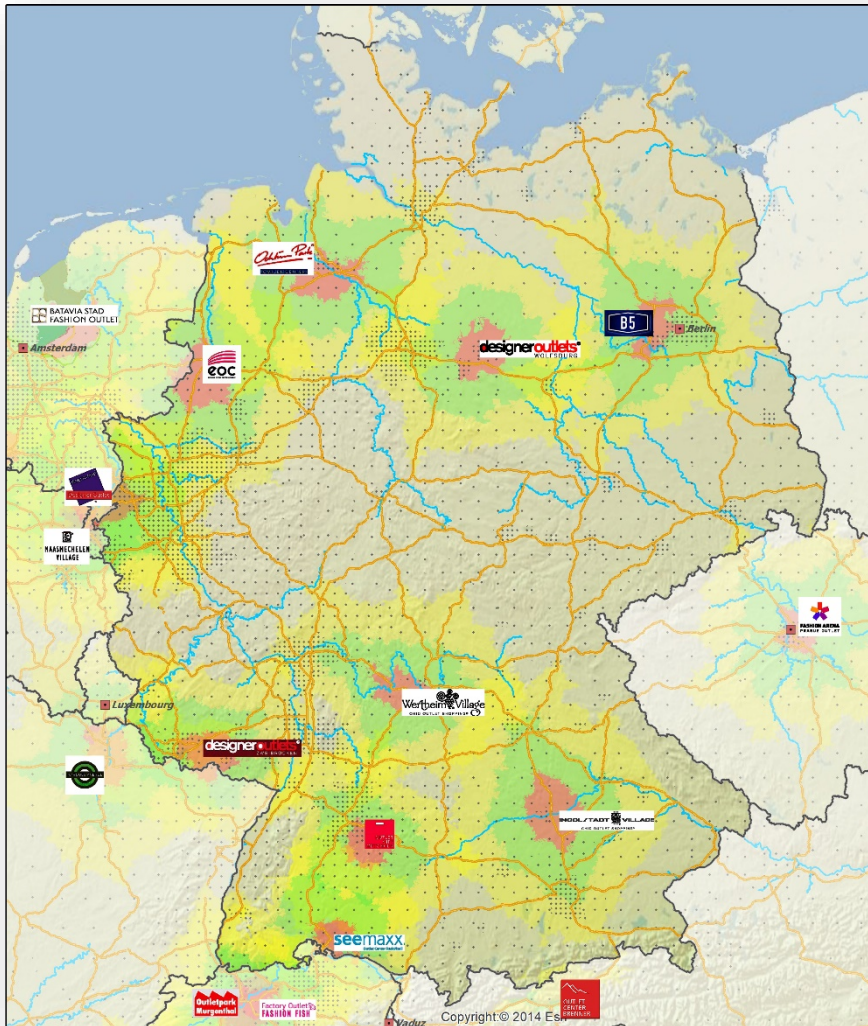
- Eröffnung Seemaxx Factory Outlet Center, Radolfzell
- Zwischenzeitliche Entwicklungen im grenznahen Ausland:
  - Fashion Fish, Schöenwerd (CH)



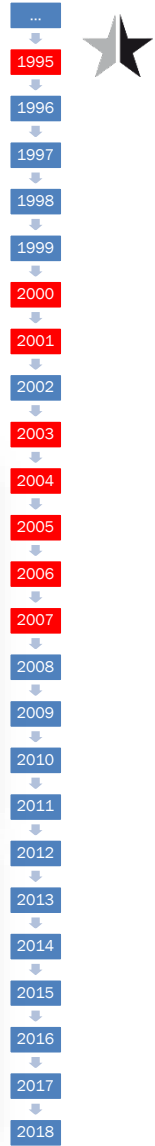
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2007



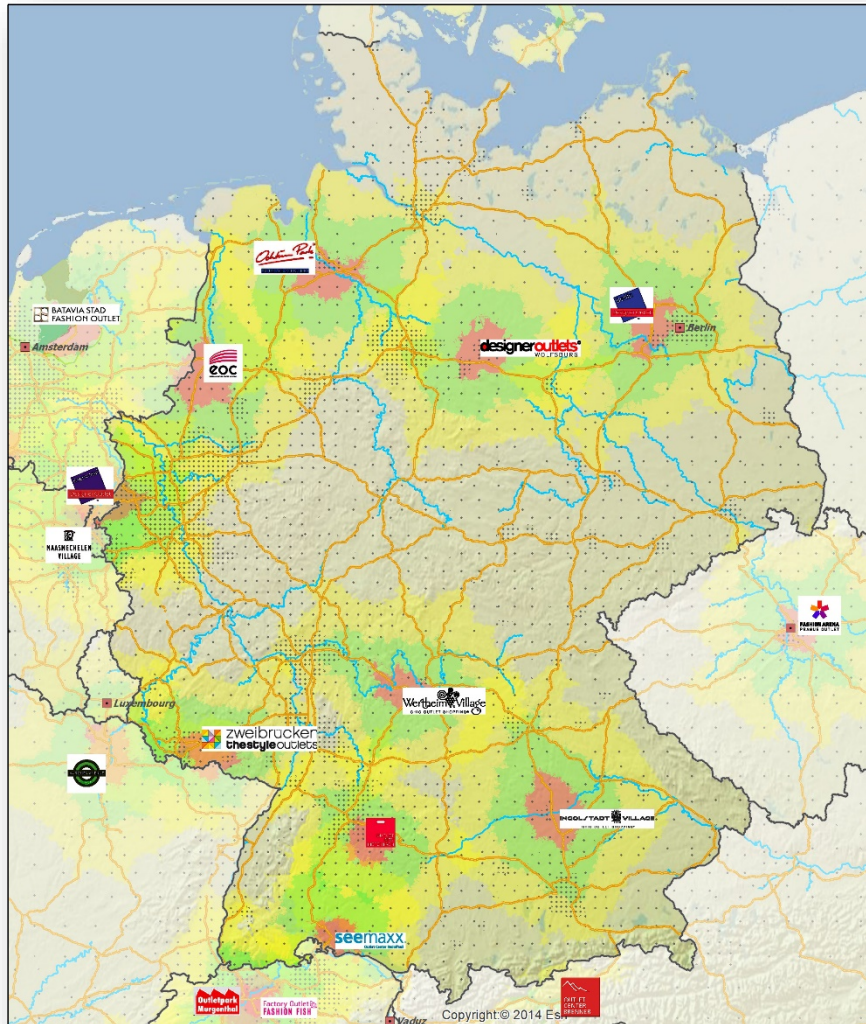
- Eröffnung Designer Outlets Wolfsburg
- Zwischenzeitliche Entwicklungen im grenznahen Ausland:
  - Fashion Arena Prague Outlet, Praha (CZ)
  - Outlet Center Brennero (I)



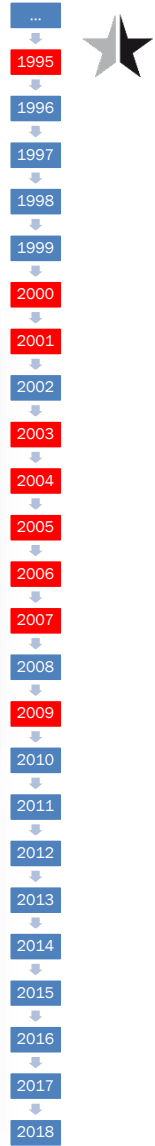
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2009

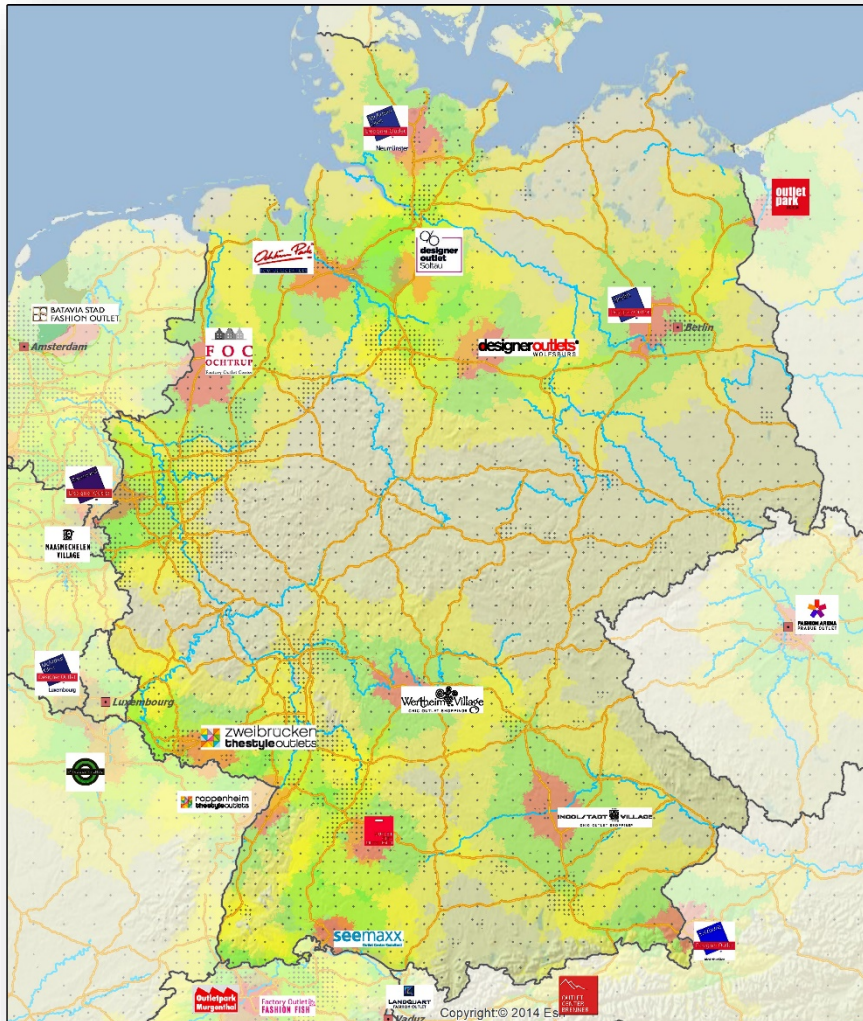


- Eröffnung Designer Outlet Berlin, Wustermark  
(Relaunch des ehem. B5 Designer Outlet Centers)



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2012



- Eröffnung Designer Outlet Soltau
  - Eröffnung Designer Outlet Neumünster
- Zwischenzeitliche Entwicklungen im grenznahen Ausland:
- Designer Outlet Salzburg, Wals-Siezenheim (A)
  - Designer Outlet Landquart (CH)
  - Roppenheim The Style Outlets (F)
  - Outlet Park Szczecin (PL)

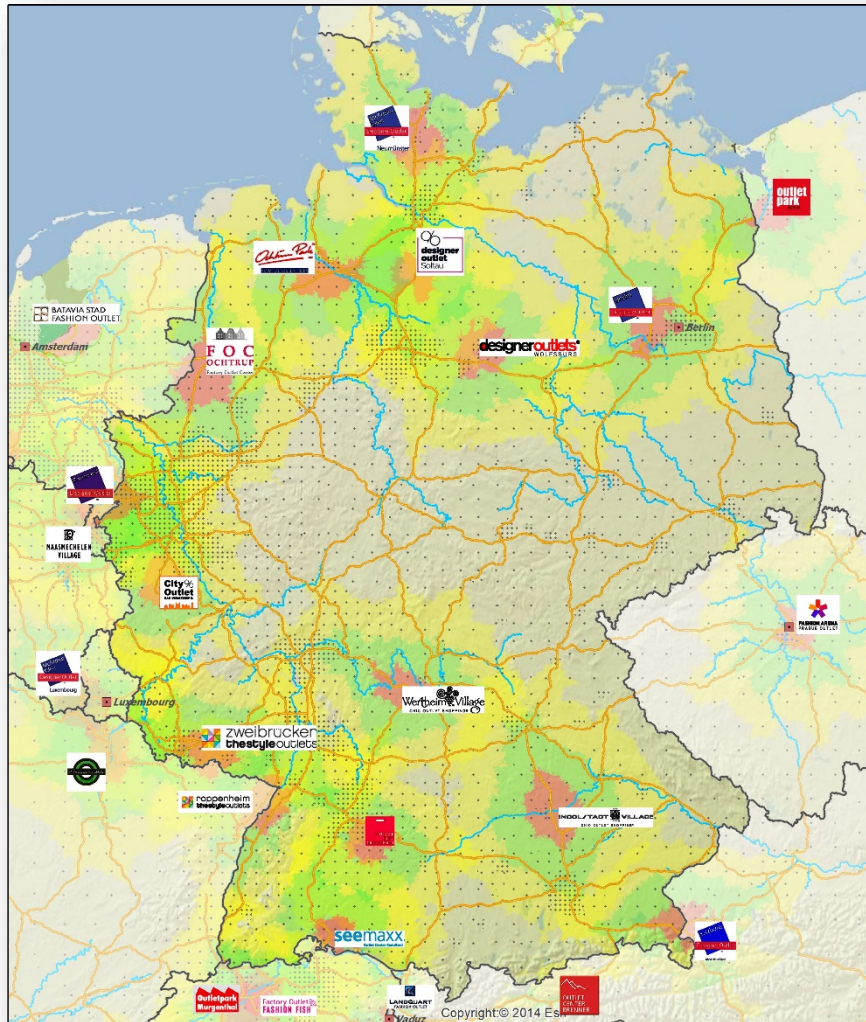


- ...
- 1995
- 1996
- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2014



- Eröffnung City Outlet Bad Münstereifel



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

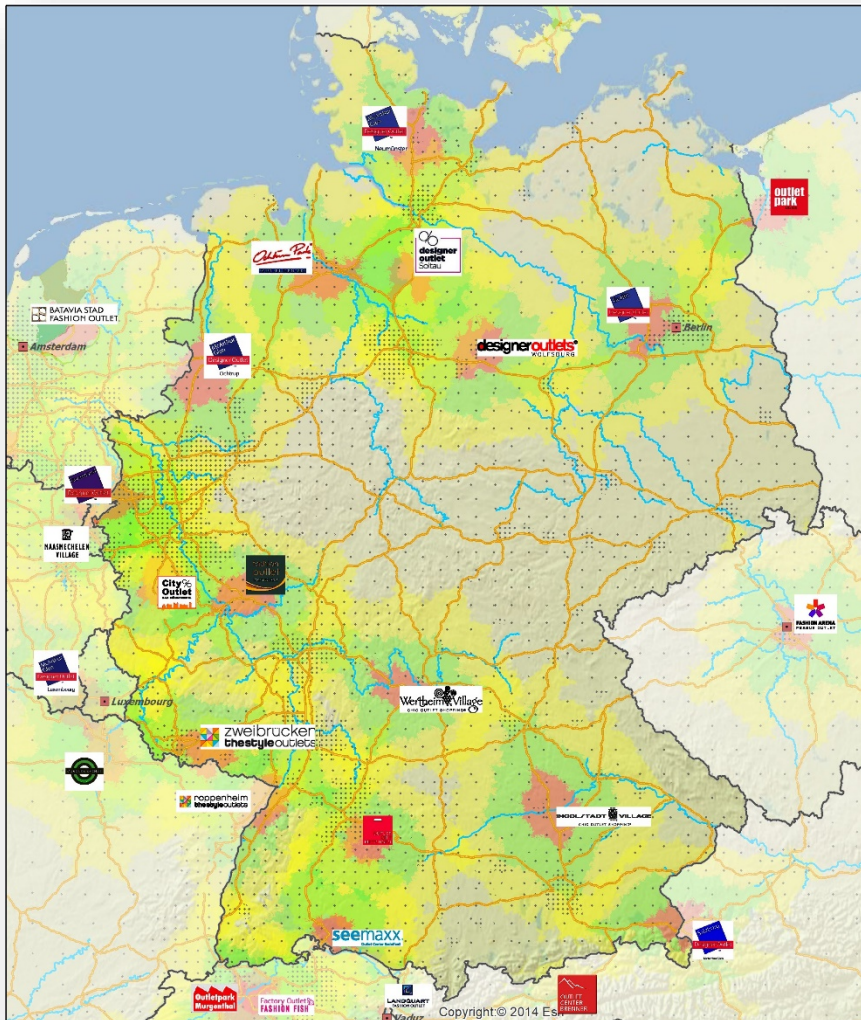


# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2015



- ...
- 1995
- 1996
- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018

- Eröffnung Fashion Outlet Montabaur



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



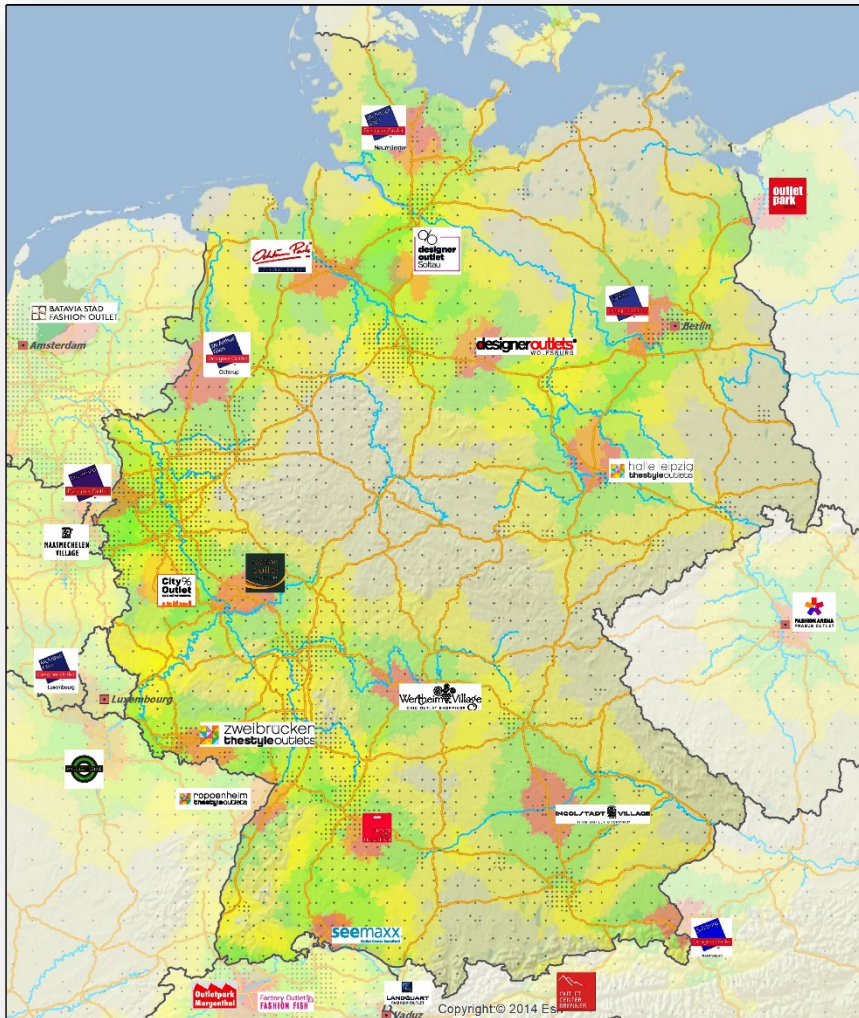
# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2016



- Eröffnung Fashion Outlet Halle Leipzig, Brehna



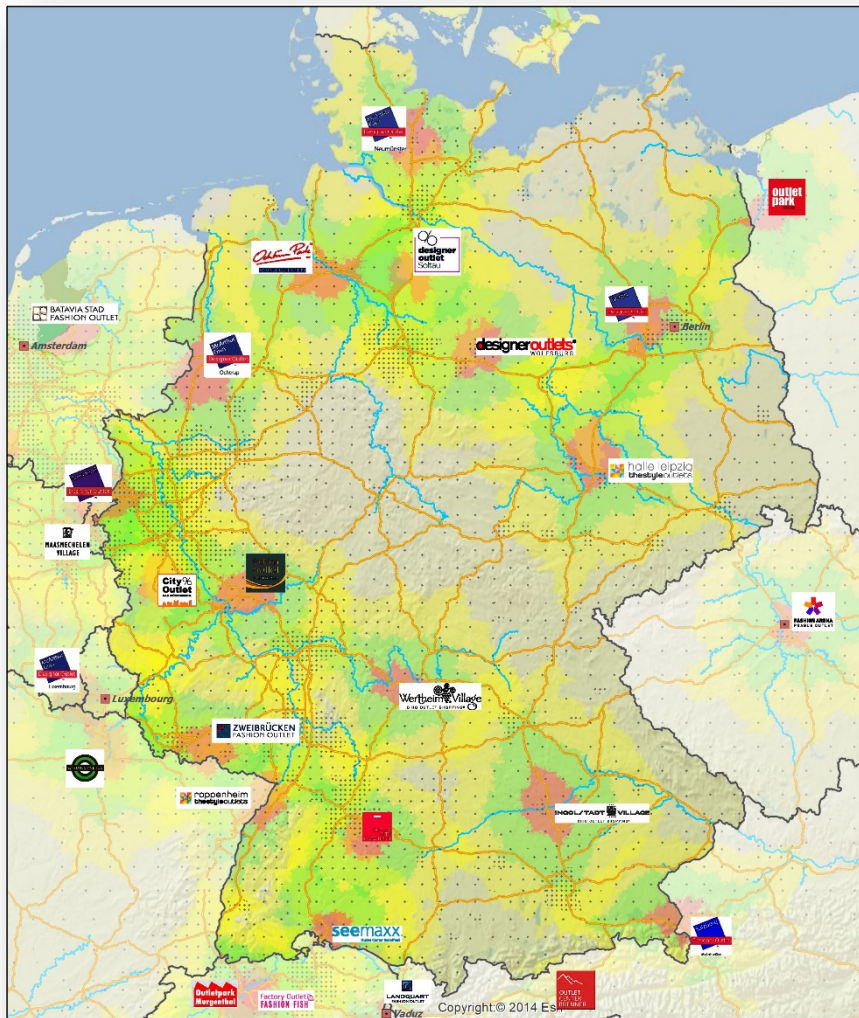
- ...
- 1995
- 1996
- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: 2018



- Zwischenzeitlich eingetretene Veränderungen:
  - Umfirmierung „Seemaxx Factory Outlet Center“ in „Seemaxx Outlet Center“
  - Übernahme „Zweibrücken The Style Outlets“ durch VIA und Umfirmierung in „Zweibrücken Fashion Outlet“
  - Betreiberwechsel „Fashion Outlet Montabaur“ von Stable auf Neinver und Umfirmierung in „Montabaur The Style Outlets“
  - Betreiberwechsel „Fashion Outlet Halle Leipzig“ von Stable auf Neinver und Umfirmierung in „Brehna The Style Outlets“
  - Flächenerweiterungen der Center in Zweibrücken, Wertheim, Ingolstadt, Wustermark, Wolfsburg, Ochtrup, Stuhr-Brinkum, Neumünster & Brehna

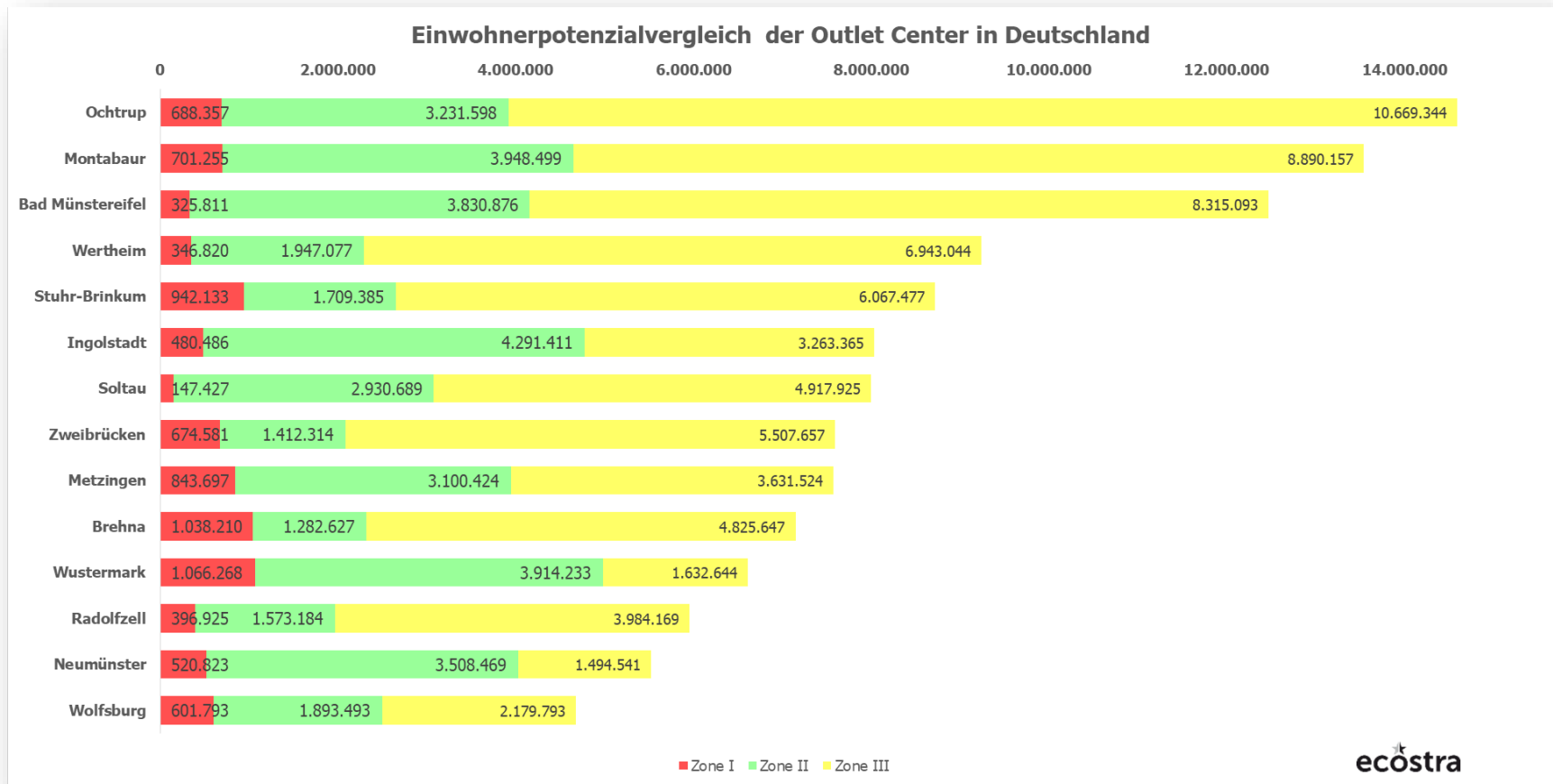


1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Standortpotenziale und wirtschaftlicher Erfolg der Outlet Center




- Die Einwohnerpotenziale in den Einzugsgebieten (30-, 60- & 90-PKW-Fahrminuten) der aktuell in Betrieb befindlichen Outlet Center in Deutschland im Vergleich

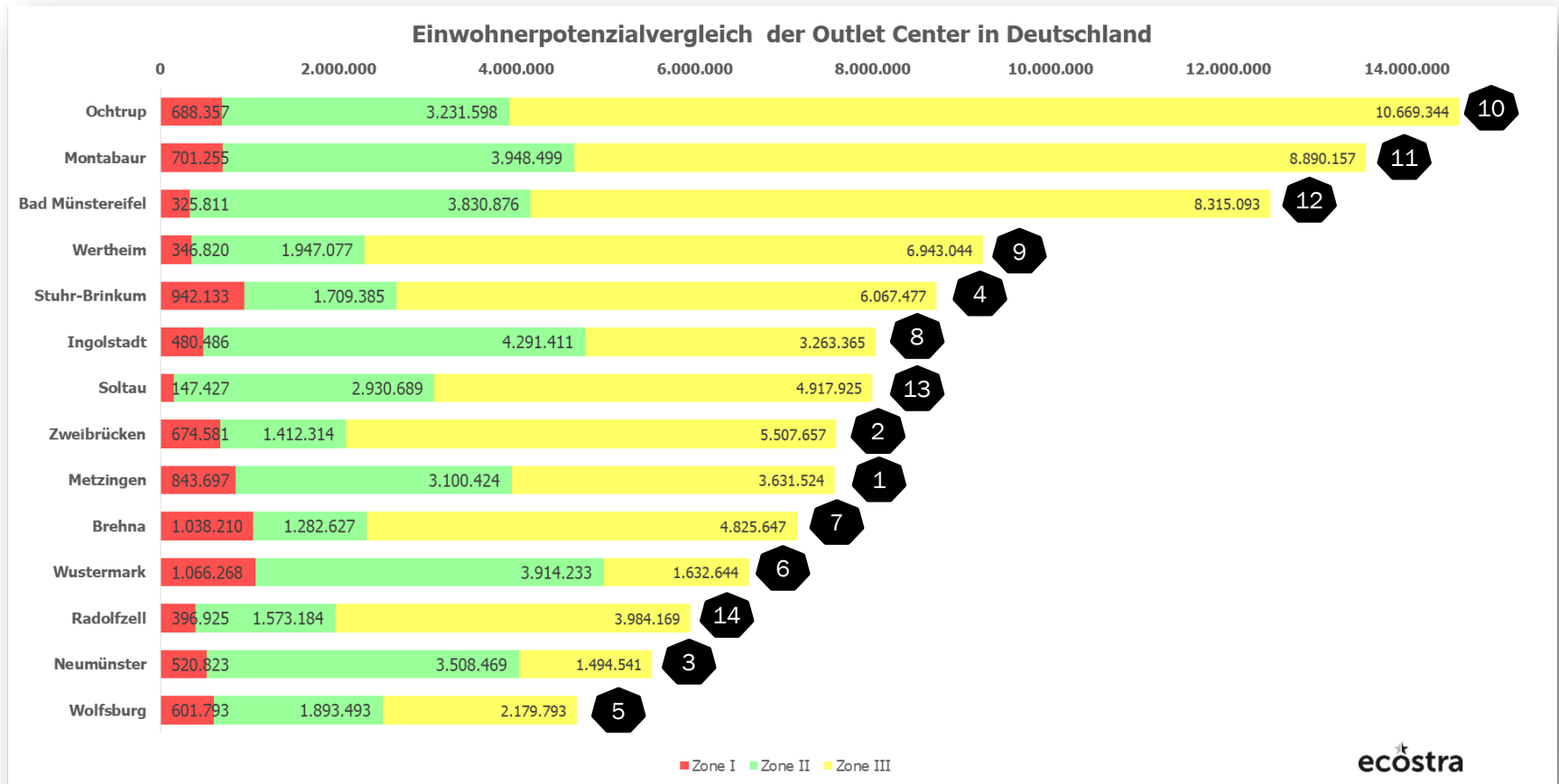


1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Standortpotenziale und wirtschaftlicher Erfolg der Outlet Center



- Das Ranking nach Verkaufsflächengröße der aktuell in Betrieb befindlichen Outlet Center in Deutschland  = Rang nach gesamter VK-Fläche

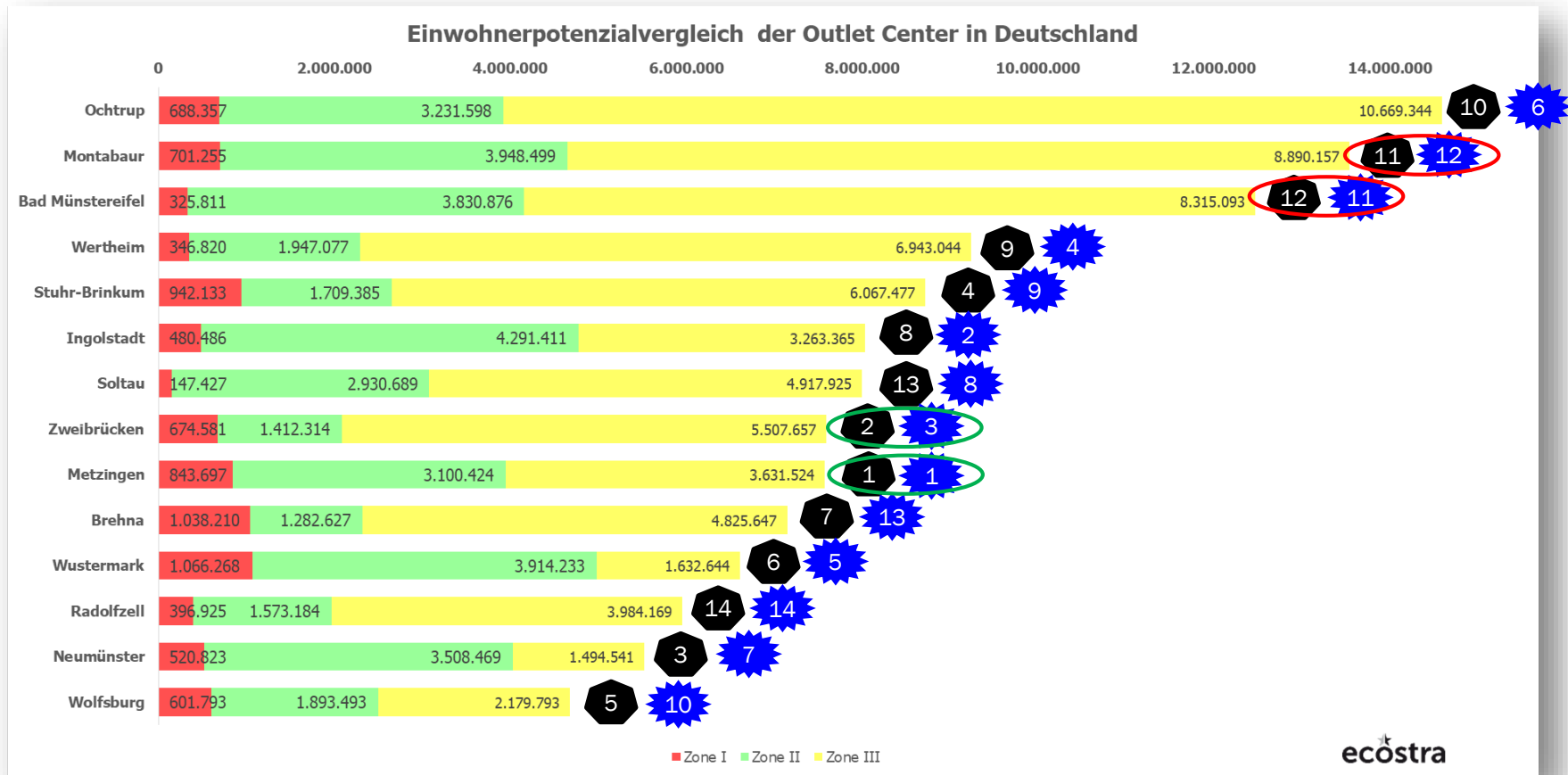


1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Standortpotenziale und wirtschaftlicher Erfolg der Outlet Center



- Das Ranking nach Verkaufsflächengröße der aktuell in Betrieb befindlichen Outlet Center in Deutschland
  - = Rang nach gesamter VK-Fläche
  - = Rang im OCPRE2018



- Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
- Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
- Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
- Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

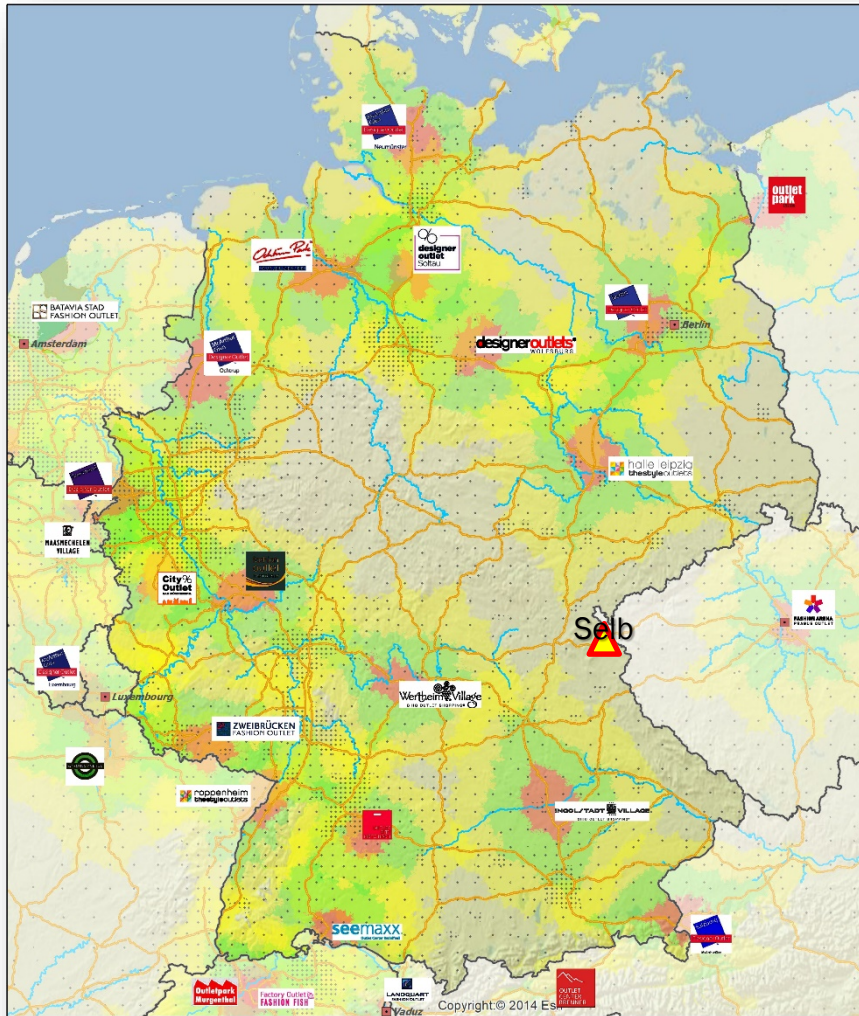


### 3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick vorwärts!

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: die Pipeline....



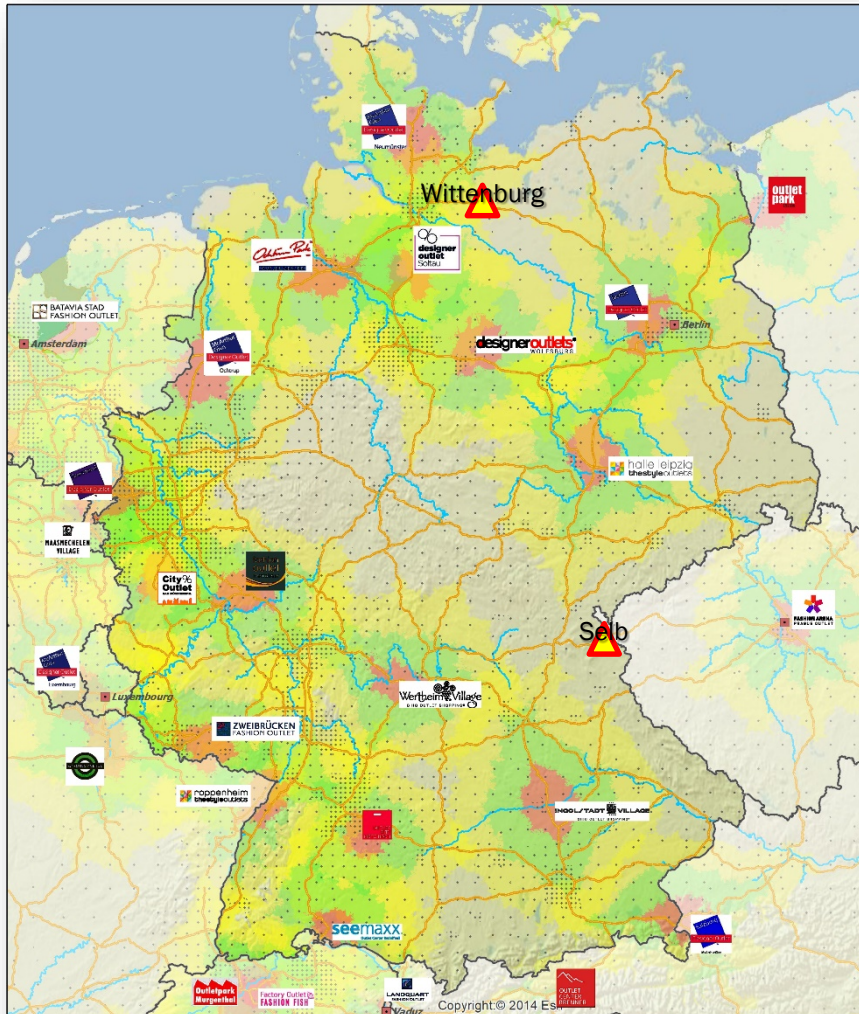
- Derzeit in Bau:
  - Outlet Center Selb mit ca. 11.800 m<sup>2</sup> VK (und potenzieller Erweiterungsmöglichkeit auf ca. 20.000 m<sup>2</sup> VK)



Quelle: Munitor AG

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: die Pipeline....



- Bereits genehmigt:
  - Wittenburg mit ca. 12.600 m<sup>2</sup> VK (Baustart soll in Kürze erfolgen)

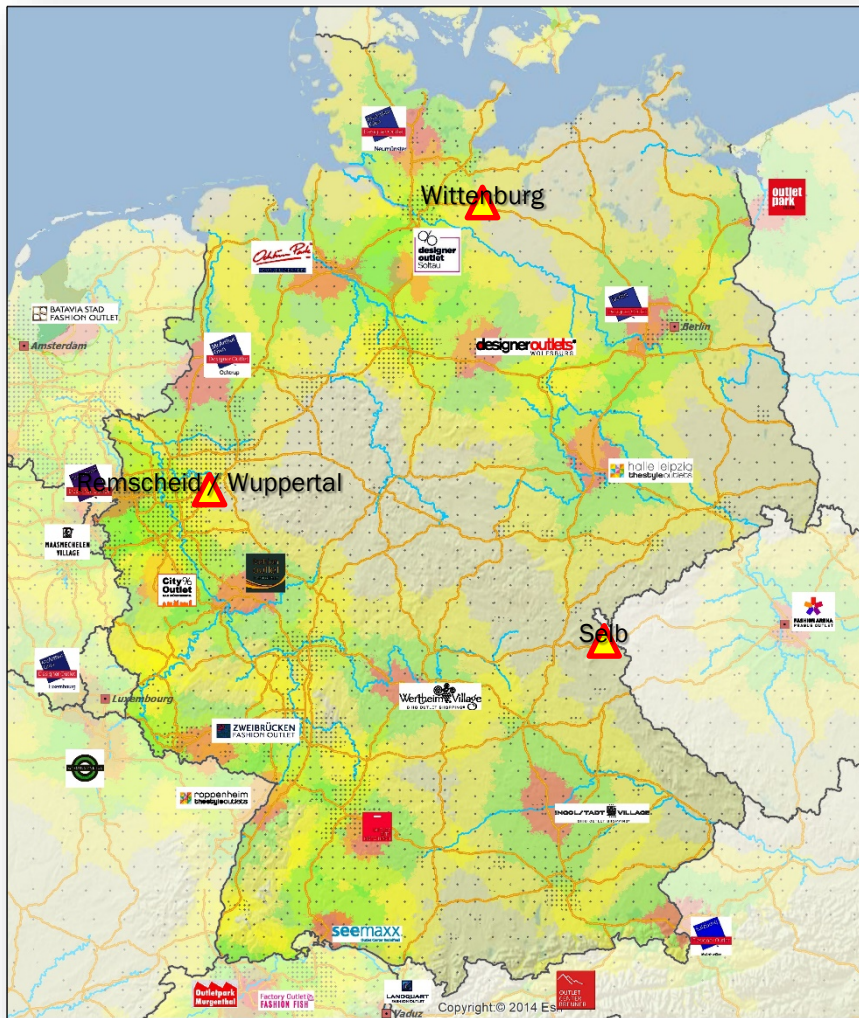


Quelle: Van der Valk / Ontwikkelfonds

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Entwicklung der Outlet Center in Deutschland: die Pipeline....



- Im fortgeschrittenen Genehmigungsverfahren:
  - Remscheid mit ca. 20.000 m<sup>2</sup> VK (diverse Klagen sind anhängig)
  - Wuppertal mit ca. 10.000 m<sup>2</sup> VK (vermutlich aufgegeben... oder wird der Planung doch wieder neues Leben eingehaucht?)



Quelle: McArthurGlen

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Fokus NRW: was wurde schon alles versucht?



Bisherige Anläufe zur Realisierung von Outlet Centern (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- Gronau (*Stable International*)
- Hamm (*McArthurGlen*)
- Soest (*McArthurGlen*)
- Hagen (*Stable International*)
- Lünen (*Harpen AG, ohne Betreiber*)
- Diemelstadt (*McArthurGlen*)
- Remscheid, Gewerbegebiet Blume (*McArthurGlen*)
- Solingen (*CR Investments, ohne Betreiber*)
- Köln (*Flughafen, n.n.*)
- Königswinter (*Retail Development Group*)
- Duisburg-Marxloh (*German Development Group / Douvil*)
- Duisburg (*Krieger / Neinver*)
- Rietberg (*Meyer Architekten*)
- Werl (*Neinver*)

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“





NORDRHEIN-WESTFALEN NRW

## Wie viele Outlet-Center verkraftet ein Bundesland?

Von Guido M. Hartmann | Veröffentlicht am 22.04.2017 | Lesedauer: 6 Minuten



Schöne neue Einkaufswelt? So soll das Outlet-Center in Werl aussehen

Quelle: NEINVER

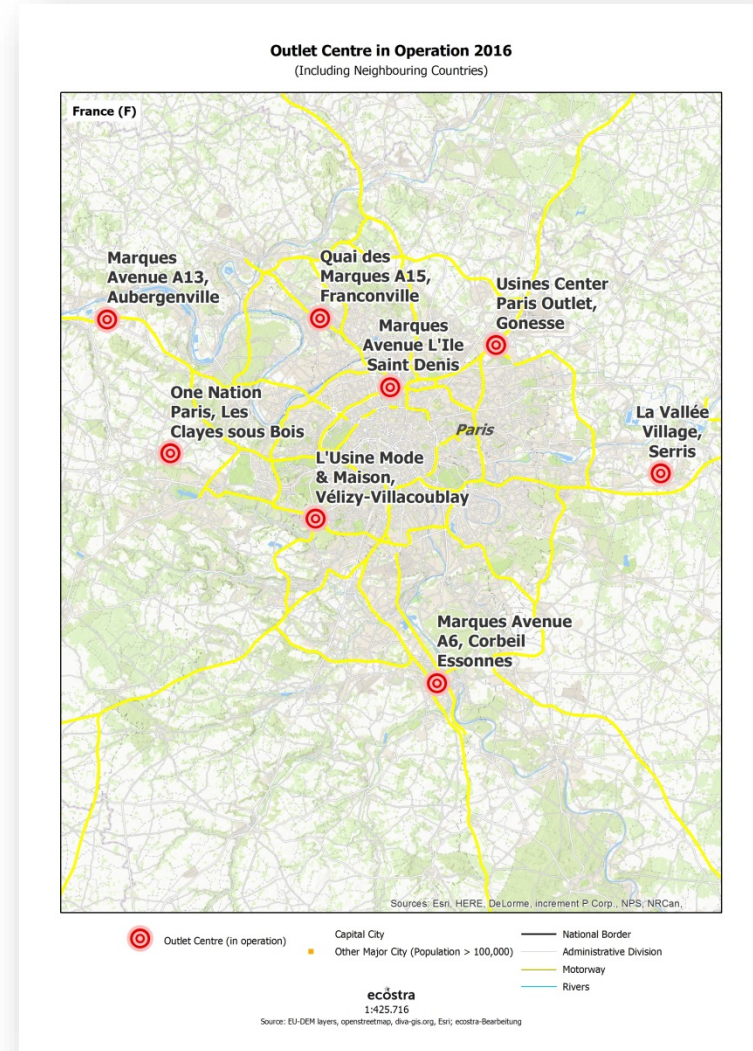
Nordrhein-Westfalen ist derzeit der Hotspot der deutschen Outlet-Entwicklung. In fünf Städten sollen neue Designer-Center entstehen. Vielerorts gibt es heftigen Widerstand aus Angst vor verödenen Innenstädten – zu Recht?

Quelle: Die Welt, 22.04.2017

- Marktseitig sind mindestens 5 Outlet-Center in NRW möglich!

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

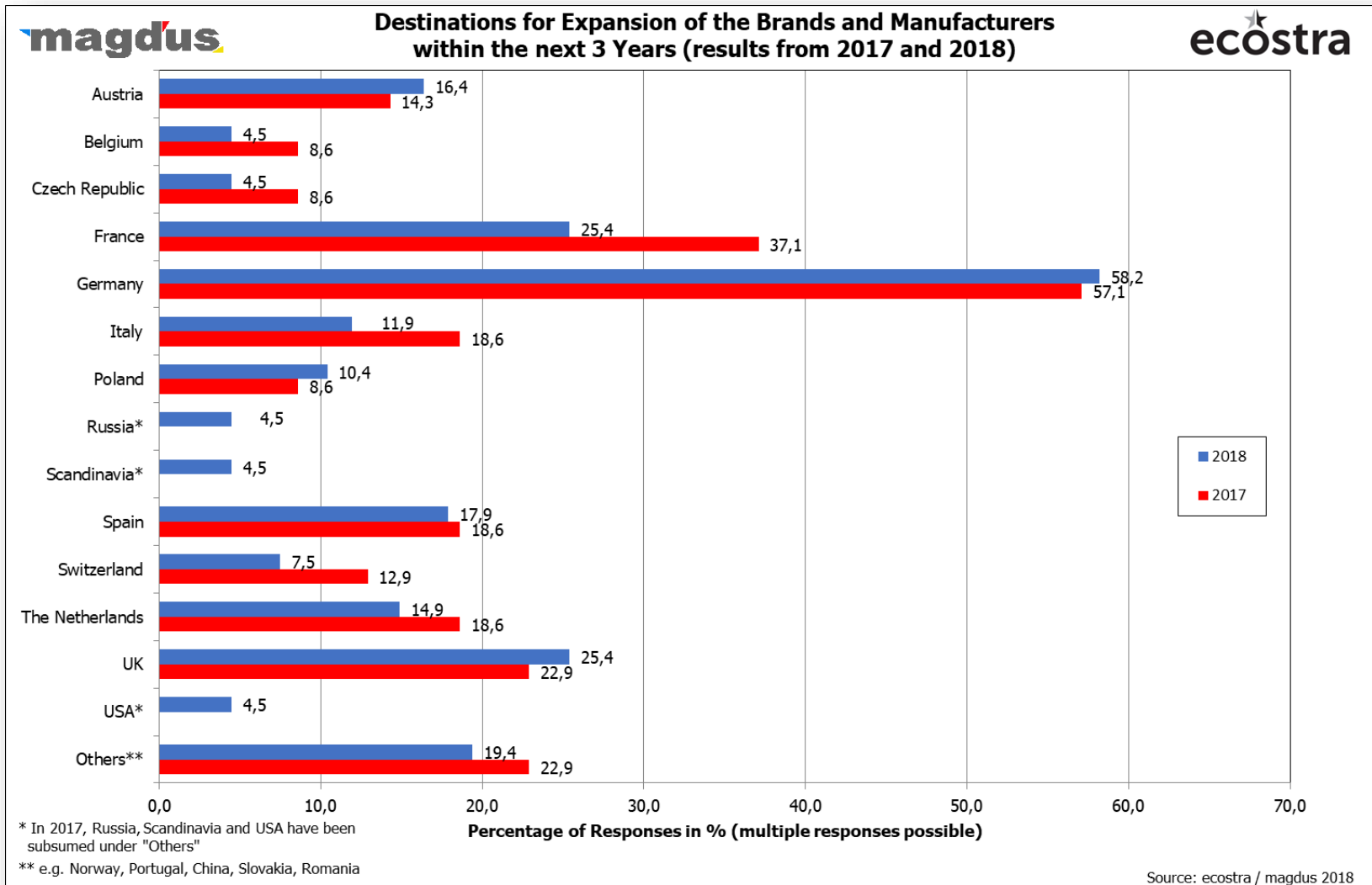
# Fokus NRW: was ist an Outlet Centern möglich? Ein Vergleich:



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Zielländer der Marken in der Outlet-Standortexpansion in Europa



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Die Bedeutung des Distributionskanals Outlet für eine Marke



- Das Beispiel der Marke Hugo Boss:

	2017	In % des Umsatzes	2016	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel	1.732	63	1.677	62	3	5
DOS	1.103	40	1.078	40	2	5
Outlet	550	20	523	19	5	7
Online	79	3	76	3	5	8
Großhandel	922	34	947	35	-3	-2
Lizenzen	79	3	69	3	14	14
<b>Gesamt</b>	<b>2.733</b>	<b>100</b>	<b>2.693</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

Quelle: Hugo Boss Geschäftsbericht 2017

DOS = Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte (Directly Operated Stores). Hierbei handelt es sich um Monomarken-Stores und -Shops, die direkt durch HUGO BOSS betrieben werden.

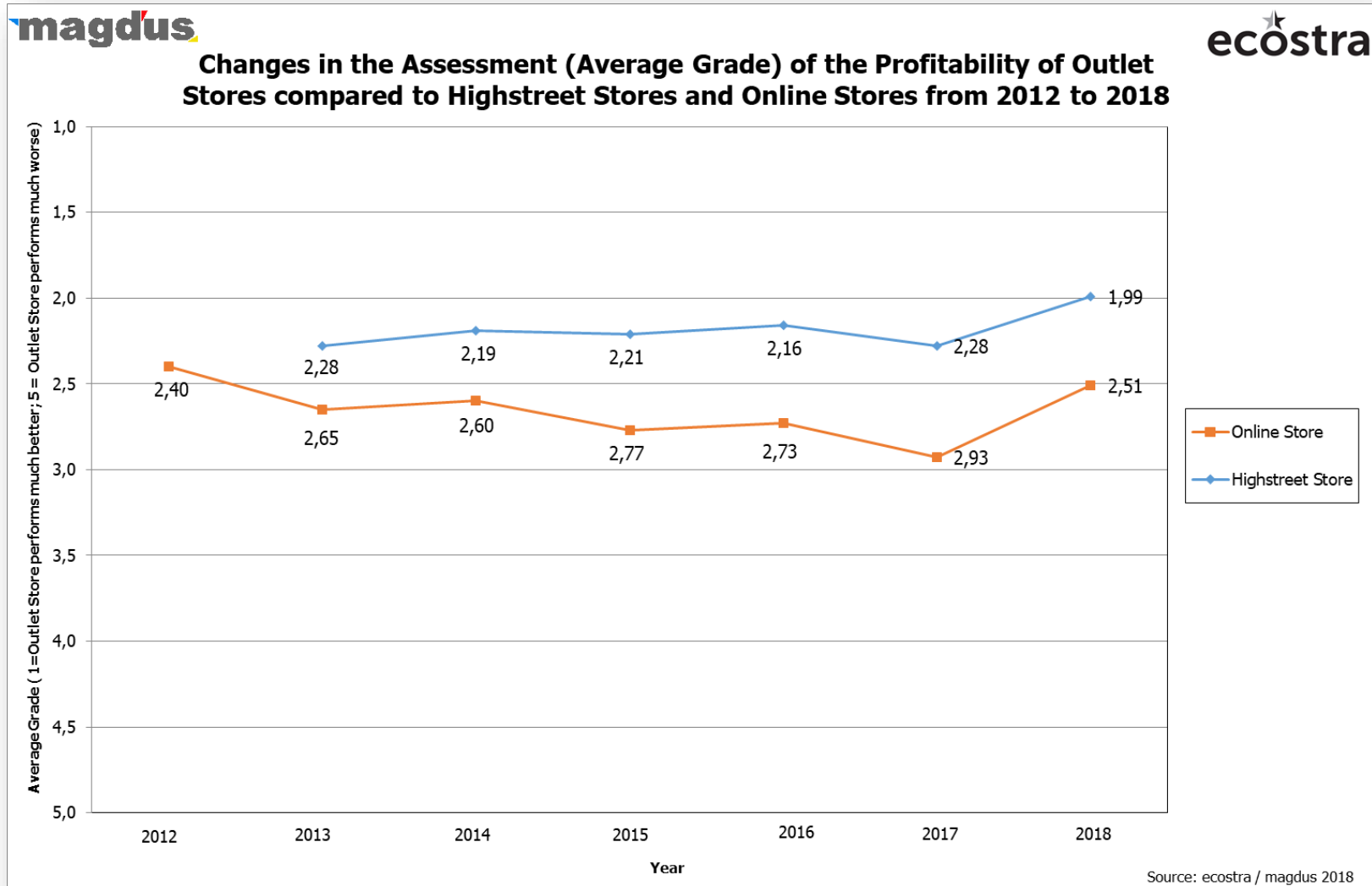
Quelle: Hugo Boss Geschäftsbericht 2015

	2015	2014	2013	2012	2011
Konzerneigener Einzelhandel	1.688,8	1.471,3	1.314,1	1.149,7	924,2
DOS	1.095,2	976,4	874,0	757,6	617,7
Outlet	511,0	427,1	378,6	343,2	273,6
Online	82,6	67,8	61,5	48,9	32,9
Großhandel	1.057,8	1.042,6	1.060,1	1.139,7	1.085,3
Lizenzen	62,1	57,7	57,9	56,5	49,3
<b>Gesamt</b>	<b>2.808,7</b>	<b>2.571,6</b>	<b>2.432,1</b>	<b>2.345,9</b>	<b>2.058,8</b>

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Die Profitabilität der Outlet Stores aus Mietersicht



1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



Dramatische Leerstände

## Aachen-Arkaden zu zwei Dritteln leer: Rettung durch neues Konzept?

Aachener Nachrichten, 15.11.2018

EKZ IST DER SCHANDFLECK VON STEILSHOOP

## Hamburgs schlimmstes Einkaufszentrum!

Bild, 16.11.2018

Mehr Besucher, weniger Umsatz

## Shoppingcenter in der Krise

Blick, 04.05.2017

## «Ein Sterben auf Raten»

Der Unternehmensberater Thomas Lang plädiert für mehr Mut, überholte Konzepte fallen zu lassen. Einkaufszentren müssten umgenutzt oder gar geschlossen werden.

NZZ Neue Züricher Zeitung, 08.09.2017

SHOPPING CENTER

## Warum der Boom der Einkaufstempel vorbei ist

Die Konkurrenz unter den Shoppingmalls wird immer härter, allein in Berlin gibt es schon 60. Neueröffnungen sind da kaum noch möglich. Jetzt feilen die Anbieter am Angebot für die Kunden.

Handelsblatt, 09.02.2017

SHOPPING CENTER

## Einkaufszentren in der Krise

von Stephan Happel  
25. April 2014

Der Boom bei großen Shopping Centern ist vorbei. Inzwischen ist der Markt fast gesättigt, neue Einkaufszentren eröffnen höchstens in kleinen Städten. Die Branche steht vor einem Verdrängungswettbewerb.

Wirtschaftswoche, 25.04.2014

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Outlet Center als Nachnutzungsoption für kriselnde Shoppingcenter



- Relaunch und Neupositionierung eines Shoppingcenters am Beispiel des „Halle-Leipzig The Style Outlets“



Quelle: ecostra

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Outlet Center als Nachnutzungsoption für kriselnde Shoppingcenter



- Relaunch und Neupositionierung eines Shoppingcenters am Beispiel der „Smart City Leonding“



Quelle: Ekazent / ROS

## SMART CITY LEONDING THE NEW WAY OF SMART SHOPPING

**Anziehend neu und anders**  
Smart-City-Leonding mit dem modernen Smart-Shopping von einem klassischen Fashion Outlet breite Angebot an Food deckt sich mit dem heute Abgerundet wird das K&G und Gastronomie, die zu

Das hybride Shopping Center erstmals in Österreich urchen Bedarfs wird mit Lebensmittel-Discounter Fläche von ca. 8.000 m<sup>2</sup> den Lenzler Raum ist das Fashion- und Lifestyle- über der unveränderlichen

45,06  
711H  
389.000  
WITHIN 20 MIN  
534.000  
WITHIN 10 MINUTES



## CONVENIENT SHOPPING CENTERPLAN

Das mehrfach international ausgezeichnete Architekturbüro B&B&B, Wien, hat die konzeptfördernde Architektur für das innovative Shopping-Erlebnis der Smart City Leonding übernommen.

Die Architektur beeindruckt durch eine moderne Interpretation eines Retail Parks mit organischen Strukturen, Vernetzungen und einer designorientierten Zweiteilung zwischen klassischem Einzelhandel und einem Fashion Outlet.



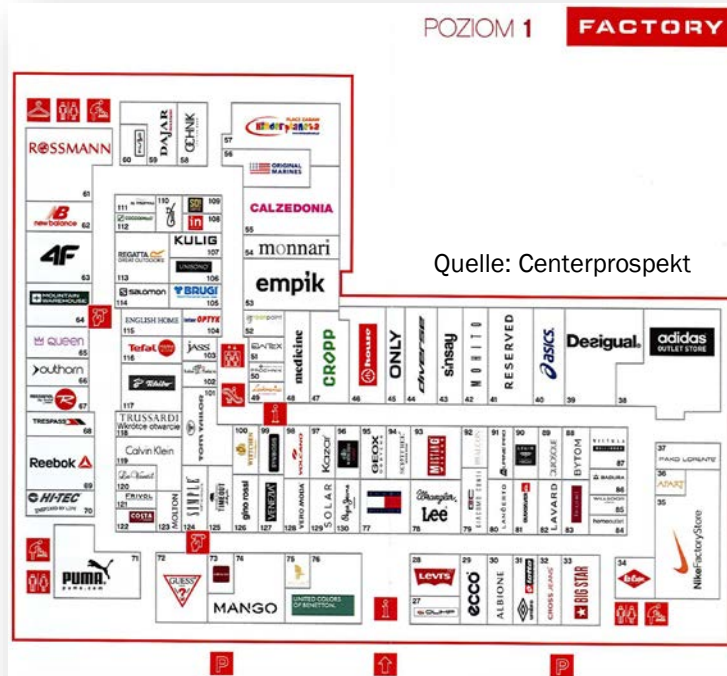
1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Outlet Center als Baustein innerhalb einer Shoppingcenter-Konzeption



- Das Beispiel des „Factory / Futura Park“ in Modlinczka bei Krakau (PL)



- Eröffnung: Oktober 2011
- Gesamtfläche: ca. 40.250 m<sup>2</sup> GLA, davon ca. 21.250 m<sup>2</sup> GLA für Outlet Center



Quelle: ecostra

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Outlet Center als Nachnutzungsoption für kriselnde Einkaufsgalerien



- Relaunch und Neupositionierung einer innerstädtischen Einkaufsgalerie am Beispiel des „MyUrbanOutlet“ Solingen (Vorhaben wurde wieder aufgegeben)



Quelle: ecostra



Quelle: myurbanoutlet.de

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Outlet Center als Nachnutzungsoption für kriselnde Warenhäuser



- Relaunch und Neupositionierung eines innerstädtischen Warenhauses am Beispiel des „Wilhelms Outlet“ Wilhelmshaven (Vorhaben wurde wieder aufgegeben)



Quelle: Wilhelmshavener Zeitung



Quelle: kaiser-wilhelm-objektgesellschaft.de

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# „Kleine“ Outlet-Agglomerationen



- Das Beispiel A6 Fashion Place in Herrieden



Quelle: [www.a6-fashionplace.de](http://www.a6-fashionplace.de)



Outlets u.a. von

- Barutti
- Betty Barclay
- Eterna
- Gerry Weber
- House of Sportswear
- mac
- Pierre Cardin
- Schiesser
- Tamaris

Insgesamt ca.  
2.250 m<sup>2</sup> VK



1. Wo stehen wir? Die Entwicklung der Outlet Center in Europa
2. Was wissen wir? Grundlagen und bisherige Erkenntnisse
3. Was kommt da noch? Neue Standorte und Outlet-Hybride
4. Fazit



# Outlet Stores als Rettung „notleidender“ historischer Innenstädte



**IMMOBILIENZEITUNG**  
FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

www.immobilienzzeitung.de

8.6.2017, Ausgabe 23/2017 | D12653 | 6,70 EURO

**US-INVESTMENTS** Brad Olsen, Berater aus North Carolina, rät in den USA zu Bauerwartungsland und Mehrfamilienhäusern. Seite 5

**IVD** Rekordbesuch beim Deutschen Immobilienstag. Rund 1.680 Makler und Verwalter kamen, vier Politiker fehlten. Seite 3

**PATRIZIA GRUNDINVEST** Das Geschäft mit Publikums-AIF läuft. 2017 sollen bei Anlegern 100 Mio. Euro akquiriert werden. Seite 7

**GOOGLE LOKAL** Die ortsnahe Suche listet auch Unternehmen ohne großes Werbebudget auf attraktiven Plätzen. Seite 15

**Advertisement: Aareal**  
Folgen Sie uns auf Twitter: @aareal #thinkingahead  
VORDENKEN. ZUKUNFT GESTALTEN.  
www.aareal-bank.com

**Advertisement: Kondor Wessels**  
WIR BRINGEN IMMOBILIEN AUF DEN RICHTIGEN WEG  
KONDOR WESSELS

**Advertisement: DEGAG Deutsche Grundbesitz AG**  
Wir kaufen...  
...wohnwirtschaftliche Bestände als langfristiger Bestandhalter.  
(auch revitalisierungsbedürftig, notleidend sowie Forderungskäufe)

**Photo Caption:** Schöne Altstadt, leere Läden: Ein City-Outlet könnte die Lösung sein.  
Quelle: istockphoto.com, Urheber: nearly (Altstadt)  
Quelle: fotolia.com, Urheber: Thomas Reimer (Schild)

## Der letzte Ausweg

Immobilienzeitung, 08.06.2017

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

# Outlet Stores als Rettung „notleidender“ historischer Innenstädte



HANDEL

## Wettlauf ums Outlet-Center

In Oettingen ist das Konzept gescheitert, die Innenstadt mit vielen kleinen Läden zu beleben. In der Nachbarschaft aber treiben gleich zwei Städte ähnliche Pläne voran. *Von Jan Kandzora*



Viele kleine  
ähnlich über

WDR



Wetter



Verkehr

im WDR suchen



Nachrichten

Sport

Wissen

Verbraucher

Kultur

Unterhaltung

Mediathek

Fernsehen

Radio

## Bad Münstereifel: Outlet rettet mittelalterliche Stadt

1/17

Bis vor zwei Jahren waren viele Häuser zugunagelt, fast die Hälfte der Geschäfte stand leer. Heute - zwei Jahre nach der Eröffnung des City-Outlets Bad Münstereifel - sieht die kleine Kurstadt im Kreis Euskirchen ganz anders aus: Kunden flanieren durch die Fußgängerzone vorbei an frisch gestrichenen mittelalterlichen Häusern.

Westdeutscher Rundfunk, 09.08.2016

Geldgeber fehlt noch

## Usinger Stadtkern soll Outlet-Center werden

Gegen das Ladensterben in Usingen im Hochtaunus hat der Gewerbeverein eine eigene Idee. Ein Geldgeber wird dafür allerdings noch gesucht.

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 27.07.2016

30 bis 40 Geschäfte nötig, damit Outlet erfolgreich sein kann

## City-Outlet ist in Rotenburg möglich - Machbarkeitsstudie vorgestellt

Rotenburg. Ein City-Outlet in Rotenburg ist grundsätzlich möglich. Allerdings müssten in der Stadt noch erhebliche Vorleistungen erbracht werden.

Das ist das Ergebnis einer Machbarkeitsstudie, die am Dienstagabend im Rathaus vorgestellt wurde. Die Studie stammt von der Gesellschaft für Markt-

, 28.09.2016

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# City Outlet Center: ein Konzept scheitert am Bürgerwiderstand



## Dinkelsbühl wird nicht zum City-Outlet

Der Stadtrat gibt die Pläne auf, die Altstadt in ein Einkaufszentrum zu verwandeln. Der Protest war zu groß

Von Claudia Henzler, Dinkelsbühl

Für viele Besucher ist die Stadt Dinkelsbühl mit ihrer intakten Altstadt und der komplett erhaltenen Stadtmauer der Inbegriff des Etiketts "romantischen Franken". Zwar weniger bekannt als das nahe Rothenburg ob der Tauber, dafür aber authentischer.



Dinkelsbühl; Quelle: ecostra

Süddeutsche Zeitung, 15.11.2017



Rietberg; Quelle: ecostra

RIETBERG

## Bürger stimmen gegen City Outlet Center in Rietberg

54 Prozent stimmten dafür, die Pläne ruhen zu lassen



Birgit Vredenburg

14.05.2018 | Stand 14.05.2018, 06:38 Uhr

Rietberg. Eine deutliche Abfuhr haben die Bürger der Stadt Rietberg gestern dem privatwirtschaftlich geplanten City-Outlet-Center (COC) erteilt. **54,21 Prozent stimmten gegen das Projekt, 45,79 Prozent dafür.** Abgegeben wurden 11.226 Stimmen, die Beteiligung lag damit bei 47,18 Prozent.

Neue Westfälische, 15.05.2018

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



## 4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



# Was ist nun mit dem Outlet Boom? Kommt da noch was? War es das?



- Marktpotentiale (Kaufkraft, Einwohner) für weitere Outlet Center sind unzweifelhaft gegeben. Ebenso die Flächennachfrage von Markenherstellern. Investorenkapital sowieso.
- Betreiber suchen Standorte.... und Standorte suchen Betreiber. Allerdings ist die Baurechtsschaffung ein (nahezu) endloser und teurer Hürdenlauf.
- Gleichwohl werden – trotz Rückschlägen in den Genehmigungsverfahren (siehe Werl) – durch die großen professionellen Betreiber auch zukünftig weitere Standorte entwickelt. Aber das kann eben dauern!
- Durch die mangelnde aktuelle Flächenverfügbarkeit bei „klassischen“ Outlet Centern wird eine Entwicklung beschleunigt, die zu einer Diversifizierung der Konzepte führt:
  - Hybridkonzepte aus EKZ und Outlet Center (...bei liberaler B-Plan-Situation)
  - Kleine Outlet-Agglomerationen (mit einheitlichem Marktauftritt)
  - Outlet Center in den Innenstädten (als Nachnutzung von Warenhäusern)
  - Vereinzelt vielleicht noch City Outlet-Konzepte (wie Bad Münstereifel)
- Alle diese „neuen“ Konzeptvarianten haben eines gemeinsam: eher unproblematische Genehmigungsverfahren bei einer fehlenden überregionalen Marktwirksamkeit.

1. Der Stand der Entwicklung in Deutschland und Europa
2. Deutschland: was war und was ist. Der Blick zurück!
3. Deutschland: Was kommt da noch und wieso. Der Blick nach Vorne!
4. Outlet Boom „ohne Ende“ oder so langsam „am Ende“



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!