

Factory Outlet Center: In Deutschland rollen jetzt die Bagger

08.09.2011, 12:01 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *ecostra GmbH*

Mehrere Baugenehmigungen sind rechtskräftig. An mehreren Standorten wird gebaut. Und die Pipeline mit laufenden Genehmigungsverfahren ist weiterhin voll.

Eine der umstrittensten Vertriebsformen des Einzelhandels ist nun endgültig in Deutschland angekommen. Noch vor wenig mehr als 10 Jahren war die Rede davon, Outlet Center würden dazu führen, daß Innenstädte veröden, der Facheinzelhandel keine Überlebenschance mehr habe und qualifizierte Arbeitsplätze im Handel abgebaut würden. Der Widerstand von betroffenen Städten und den Organisationen des Einzelhandels war entsprechend hoch. Mehrere Bundesländer haben daraufhin ihre Landesentwicklungspläne und Einzelhandelserlasse geändert und spezielle Regelungen zur Ansiedlung dieser Herstellerdirektverkaufszentren getroffen. Bei den Genehmigungsbehörden herrschte weitgehender Konsens, eine Ansiedlung dieser Vertriebsform nur sehr restriktiv zu behandeln.

Zwischenzeitlich ist einiges geschehen. Im Mai 2000 eröffnete mit dem B5 Outlet Center in Wustermark, unmittelbar westlich von Berlin, das erste Fabrikverkaufszentrum in Deutschland. Bereits ein Jahr später, im März 2001, folgte dann in Zweibrücken (Rheinland-Pfalz) das zweite Center. Weitere FOC starteten im November 2003 in Wertheim (Baden-Württemberg), im September 2005 in Ingolstadt (Bayern), im Dezember 2005 in Hermsdorf (Sachsen-Anhalt) und im Dezember 2007 in Wolfsburg (Niedersachsen). Abgesehen von der Übernahme und Neukonzeption des Centers in Wustermark im Juni 2009 durch den Betreiber McArthurGlen war es seither wieder ruhig um die Outlet Center in Deutschland gewesen, wenn auch an verschiedenen Stellen Planungen – mal mehr, mal weniger intensiv – vorangetrieben wurden und sich dann im regionalen Umfeld vereinzelt Widerstand regte. Doch nun stehen die Fabrikverkaufszentren in Deutschland vor dem Marktdurchbruch. In den nächsten 1 bis 2 Jahren werden mindestens 2, wahrscheinlich aber sogar 4 bis 5 weitere FOC den Betrieb aufnehmen.

So laufen Bauarbeiten zur Errichtung von FOC derzeit in Neumünster (Schleswig-Holstein), in Soltau (Niedersachsen), Ochtrup (Nordrhein-Westfalen), Montabaur (Rheinland-Pfalz) und Brehna (Sachsen-Anhalt). An mindestens 15 weiteren Standorten werden Genehmigungsverfahren zur Ansiedlung neuer Center durchgeführt. Die Zeit für solche Vorhaben ist günstig. Denn bei den Genehmigungsbehörden hat verschiedentlich ein Umdenken stattgefunden. Die Genehmigung eines Outlet Centers in Soltau wurde erst möglich, nachdem die niedersächsische Landesregierung den Landesentwicklungsplan geändert und aus touristischen Gründen ein FOC in der Lüneburger Heide zugelassen hatte. In diese Fußstapfen tritt nun auch Thüringen, welche für einen Standort am Hermsdorfer Kreuz (A4 / A9) den Weg für ein FOC frei machen wollen. Bei anderen Landesregierungen wird zumindest intern intensiv über mögliche FOC-Ansiedlungen nachgedacht.

Die Städte haben jedenfalls die Chance erkannt, welche in der Ansiedlung eines Outlet Centers liegen kann. „Viele Kommunen haben intern schon Standorte auf ihre Eignung und Verfügbarkeit geprüft und scharren mit den Hufen in den Startlöchern“, weiß der Geschäftsführer der ecostra GmbH, Dr. Joachim Will, aus seiner täglichen Beratungspraxis. „Viele haben auch genau erkannt, daß es sich bei den Outlet Centern um einen kleinen Nischenmarkt handelt. Wir gehen davon aus, daß es in den nächsten 10 bis 15 Jahren in Deutschland nicht mehr als 20 in Betrieb befindliche Outlet Center geben wird. 6 davon sind schon am Markt. Und die meisten restlichen Standorte werden jetzt verteilt!“, so Will.

Das neue Denken ist u.a. auch von den Erfahrungen geprägt, welche durch den nun 10-jährigen Betrieb von Outlet Center in Deutschland in der Praxis gewonnen werden konnten. Die ursprünglich geäußerten Befürchtungen von verödeten Innenstädten haben sich bislang nirgends bestätigt. Im Gegenteil: verschiedene der Center haben sich zu bedeutenden regionalen Jobmotoren entwickelt, haben dem Tourismus und der regionalen Wirtschaft wichtige Impulse gegeben. „Gleichwohl sollten Ansiedlungen von FOC sorgfältig geprüft und die möglichen Auswirkungen verantwortlich abgewogen werden“, empfiehlt der ecostra-Geschäftsführer. „Aufgrund ihres Warenangebotes mit nahezu ausschließlich zentrenrelevanten Sortimenten haben Outlet Center nach wie vor ein großes Gefährdungspotenzial für die gewachsenen

innerstädtischen Geschäftslagen. Auch wenn bislang wesentlich negative Auswirkungen von FOC nicht nachgewiesen werden konnten, so heißt dies nicht, daß das so bleiben muß.“ Eine besondere Gefahr sieht Will dabei in Outlet Center mit schwachen Konzepten, an ungeeigneten Standorten und in schrumpfenden Märkten. „Und derzeit wird mal wieder in Ermangelung anderer Alternativen bei fast jeder ‚sauren Wiese‘ darüber nachgedacht, ob hier nicht ein Outlet Center angesiedelt werden kann“, so Will. Das Rennen ist also voll im Gange.

Auch für die Markenhersteller als Mieter in den FOC ist Deutschland ein hochinteressanter Markt. Wie eine von ecostra in Kooperation mit dem Maklerhaus CB Richard Ellis seit 2008 jährlich durchgeführte, europaweite Befragung von Markenherstellern zeigt, ist Deutschland mit weitem Abstand jenes Land, in dem diese Marken für sich ein Potenzial an weiteren Standorten sehen. Entsprechend werden die Expansionsplanungen ausgerichtet. Markenbewußte Verbraucher mit hoher Kaufkraft und eine im europäischen Vergleich sehr geringe FOC-Dichte machen Deutschland zum bevorzugten Zielland für Marken und FOC-Betreiber. Bestärkt wird dies durch den wirtschaftlichen Erfolg der vorhandenen Center. So haben sich z.B. mit Wertheim Village, Ingolstadt Village, dem Designer Outlet Berlin und dem Style Outlet Zweibrücken innerhalb kürzester Zeit vier der aktuell sechs deutschen Outlet Center innerhalb der Top 20 der europäischen Outlet Center mit der besten ökonomischen Performance etablieren können.

Dies hat sich auch in der Finanzbranche herumgesprochen. Institutionelle Fonds haben bereits vor einiger Zeit begonnen, Outlet Center als ein antizyklisches Element in ihre Handelsimmobilien-Portfolien aufzunehmen. Henderson Global Investors hat gar einen 1,5 Mrd. € schweren Fonds aufgelegt, welcher ausschließlich in europäische Outlet Center investiert und dabei deutlich überdurchschnittliche Renditen erwirtschaftet. Gerade auch die nach der Finanzkrise außerordentlich vorsichtig agierenden Hypothekensbanken haben zwischenzeitlich damit begonnen FOC-Entwicklungen zu finanzieren, so outete sich erst jüngst die Eurohypo AG, welche mit dem Projekt in Soltau ihr erstes Outlet Center betreut. Outlet Center sind zu einer eigenen Asset-Klasse, zu einem eigenen Investitionsprodukt geworden – allerdings mit einem entscheidenden Problem: es gibt in diesem Markt nur wenige Transaktionen. Nach Einschätzung von ecostra haben im gesamten Jahr 2010 in Europa nicht mehr als maximal 3 Outlet Center den Besitzer gewechselt.

Aktuell gibt es nach ecostra-Recherchen in Europa 139 in Betrieb befindliche Outlet Center mit einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 2,1 Mio. m². Die höchste Zahl an FOC-Standorten besitzt das Vereinigte Königreich mit 37, gefolgt von Italien mit 23 und Spanien mit 16 Centern. Die britische Insel gilt dabei als gesättigter Markt, hier haben in den letzten Jahren mehr Outlet Center aufgrund wirtschaftlicher Probleme geschlossen als neue eröffnet wurden. Auch Italien zeigt bereits erste Sättigungstendenzen. Die Planung neuer Center konzentriert sich derzeit neben Deutschland v.a. auf Frankreich und die Länder Osteuropas, welche zunehmend in den Fokus der Entwickler geraten.

Auch im Markt der FOC-Betreiber hat sich in Europa einiges getan: Der britische Marktführer McArthurGlen hat mit Neueröffnungen und Flächenerweiterungen seine Marktposition ausgebaut und erreicht nun einen Marktanteil von ca. 20,3 %. Als hochexpansiv und durch den IRUS-Fund mit ausreichend Kapital ausgestattet gilt das spanische Unternehmen Neinver, welche mit einem Marktanteil von 9,0 % zwischenzeitlich Platz 2 erobert haben. An dritter Stelle folgen mit Realm Outlet Centre Management (ca. 7,9 %) und an vierter Stelle mit Value Retail (ca. 6,1 %) wieder Briten, wobei bei den letztgenannten Betreibern in jüngerer Zeit nur wenige Aktivitäten in der Standortexpansion erkennbar waren. Der ebenfalls britische Betreiber GVA Outlet Services ist im vergangenen Jahr durch eine Verlagerung des gesamten Management-Teams in der belgischen Fashion House Gruppe aufgegangen und entfaltet nach der Restrukturierung nun Aktivitäten vor allem in Osteuropa und im chinesischen Markt. Als neuer Player sind nun Österreicher auf dem Markt aktiv: bei der ROS Retail Outlet Shopping GmbH handelt es sich aber um keine Branchenneulinge, sondern um ehemalige Top-Manager des Marktführers McArthurGlen, welche den Gang in die Selbständigkeit gewagt haben. Und der Start dürfte den Wienern gelungen sein: mit dem Betreibervertrag für das Outlet Center in Soltau haben ROS einen der besten deutschen FOC-Standorte akquirieren können. ecostra-Geschäftsführer Will faßt dies wie folgt zusammen: „Insgesamt ist erkennbar, daß sich die Diversifizierung und Professionalisierung des FOC-Betreibermarktes in Europa weiter fortsetzt. Dieser Markt wird zunehmend ‚erwachsen‘“.

Portrait

Die ecostra GmbH zählt zu den führenden Unternehmensberatungen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandel. Neben Consultingaufgaben wie z.B. die Optimierung des Filialnetzes von Handelsunternehmen, Erstellung von Standortanalysen und Analysen zur Expansionsplanung sowie Machbarkeits- und Rentabilitätsuntersuchungen für Projektentwickler und Investoren erarbeitet ecostra auch marktfähige Flächen- und Nutzungskonzepte für Einkaufszentren bzw. analysiert die Chancen und Risiken z.B. des Relaunch von notleidenden Zentren. Neben der Privatwirtschaft arbeitet ecostra auch für den öffentlichen Sektor und bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren. Das räumliche Betätigungsfeld umfasst alle Länder Europas, Sitz des Unternehmens ist die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden.

Einen besonderen Schwerpunkt der Einzelhandelsforschung stellt bei ecostra neben den klassischen Shopping Centern und Retail Parks die Vertriebsform Factory Outlet Center dar. Hier hat ecostra neben diversen Grundlagenuntersuchungen u.a. auch für das deutsche Bundesbauministerium verschiedene Fachpublikationen zu den Standortanforderungen, der betrieblichen Funktionsweise wie auch zu den Auswirkungen auf den regionalen Handel veröffentlicht. Erst im Juni 2011 wurde mit dem „Outlet Centre Handbook Europe 2011“ eine 400 Seiten starke, in englischer Sprache verfaßte Grundlagenstudie veröffentlicht, welche erstmals einen umfassenden und ganzheitlichen Überblick über den Outlet Center Markt in Europa liefert.

News-ID: 568735 • Views: 310 (Stand: 06.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/568735/Factory-Outlet-Center-In-Deutschland-rollen-jetzt-die-Bagger.html>