



11. Januar 2021

Fachgutachterliche Stellungnahme zu den möglichen Auswirkungen der geplanten Erweiterung des ZFO in der modellhaften Annahme eines überhöhten Umsatzanteils aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I) des

Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO)

in der Stadt

Zweibrücken

Anlage zu der am 16.09.2019 vorgelegten ecostra-Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des ZFO. Erarbeitet im Auftrag der Via Outlets Zweibrücken B.V.

Analysen und Strategien für Märkte und Standorte in Europa

Das ecostra-Leistungsprogramm umfasst:

- Standort- & Potenzialanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Analysen für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Auswirkungsanalysen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- Meinungsforschung

Speziell für Auftraggeber aus der Privatwirtschaft erarbeiten wir außerdem

- Flächen- und Nutzungskonzepte für Einzelhandelsgroßprojekte
- Vermietungsanalysen (Branchen- & Betriebstypenmix, Magnetbetriebe, Mietansätze etc.)
- Tenant Demand Reports
- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Analysen zur Optimierung des Standortnetzes

Speziell für Auftraggeber auf Seiten der öffentlichen Hand bieten wir

- Einzelhandels- und Märktekonzepte
- die fachgutachterliche Begleitung von Stadtentwicklungs- und Stadtumbaumaßnahmen
- Maßnahmen- und Handlungskataloge zur Stabilisierung und Weiterentwicklung von Geschäftsstraßen
- Vergnügungsstättenkonzepte
- Untersuchungen zur Nahversorgungssituation
- Gewerbeflächenbedarfsanalysen
- Regionalwirtschaftliche Analysen (z.B. Auswirkungen, Umweganalysen von Kongressen und Messen)

ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden
Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax. +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostracom.com
info@ecostracom.com



Vorbemerkung

Das im März 2001 eröffnete „Zweibrücken Fashion Outlet“ (ZFO) liegt in der kreisfreien Stadt Zweibrücken im Dreiländereck Deutschland / Frankreich / Luxemburg. In der nunmehr 20-jährigen Betriebszeit des ZFO wurde dieses Center in mehreren Baustufen auf die im damaligen Genehmigungsverfahren festgelegte Verkaufsflächengröße von ca. 21.000 m² erweitert. Heute zählt das ZFO – trotz seiner Lage abseits von bevölkerungsstarken Metropolräumen oder bedeutenden Achsen des touristischen Fernverkehrs – zu den wirtschaftlich erfolgreichsten Outlet Centern in Europa.

Zur Absicherung der Marktposition beabsichtigt die VIA Outlets Zweibrücken B.V. als Eigentümerin und Betreiberin des ZFO nun, die derzeitig genehmigte Verkaufsfläche von 21.000 m² um 8.500 m² auf dann 29.500 m² zu erweitern. Zur Bereitstellung einer belastbaren Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage für das anstehende Genehmigungsverfahren, wurde die ecostra GmbH durch die VIA mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse beauftragt, welche im September 2019 vorgelegt wurde. Im Ergebnis der vorgenommenen ecostra-Untersuchungen wurde das Vorhaben aus fachgutachterlicher Sicht als städtebaulich und raumordnerisch verträglich bewertet.

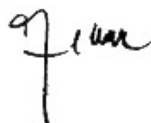
Im Rahmen der Vorstellung und Diskussion der Untersuchungsergebnisse mit Vertretern der Stadt Zweibrücken Anfang September 2020 wurde der vergleichsweise niedrige Anteil der Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I) am Gesamtumsatz des erweiterten ZFO kritisch hinterfragt, der sich nach den ecostra-Analysen auf ca. 19 % beläuft. Hier wurde argumentiert, dass andere Outlet Center mit solchen Kunden aus dem Nahbereich höhere Umsatzanteile generieren würden. Allerdings begründet sich der Umsatzanteil von ca. 19 % aus der Zone I im Falle des ZFO nach Erkenntnissen von ecostra insbesondere durch die spezifischen Siedlungsstrukturen im näheren und weiteren Umfeld des ZFO, wobei der Einwohneranteil in diesem Naheinzugsgebiet – auch im Vergleich mit anderen Outlet Centern – sehr niedrig ist. Dies ist bei der Bewertung des räumlichen Umsatzherkunft zwingend zu beachten. Aus diesem Grunde ist das ZFO zur Sicherstellung einer nachhaltigen ökonomischen Tragfähigkeit auch darauf angewiesen, dass das Center eine weiträumige Ausstrahlung erreicht und somit Kunden aus größeren Distanzen anzieht.

Unabhängig von dieser fachlich fundierten und an den konkreten Gegebenheiten der Standort- und Marktsituation ausgerichteten Begründung wurde ecostra von Seiten der Stadt Zweibrücken gebeten und in der Folge von den VIA Outlets auch beauftragt, anhand einer Modelrechnung zu ermitteln, wie sich ein theoretisch (!) höherer Umsatzanteil mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet des erweiterten ZFO auf den Einzelhandel in den untersuchten Städten und Gemeinden auswirken würde. Die Ergebnisse dieser Modellrechnung werden in der nachfolgenden Kurzstellungnahme analysiert und kommentiert.

Alle für die nachfolgende fachgutachterliche Stellungnahme verwendeten Daten und Angaben wurden nach bestem Wissen erfasst, aufbereitet und ausgewertet. Die vorliegende ecostra-Untersuchung dient dem Auftraggeber und den Genehmigungsbehörden als Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage in Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des ZFO.

Wiesbaden, den 11. Januar 2021

ecostra GmbH

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Will', written in a cursive style.

Dr. Joachim Will

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Terlinden', written in a cursive style.

Thomas Terlinden, M.A.

Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1.	MODELLRECHNUNG DER MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN DES ERWEITERTEN ZFO IM FALLE EINES HÖHEREN UMSATZANTEILS MIT KUNDEN AUS DER ZONE I	1
1.1	Umsatz, Umsatzanteil und Marktabschöpfungsquoten des erweiterten ZFO mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I)	2
1.2	Bestimmung der gegenüber dem Einzelhandel im Naheinzugsgebiet (Zone I) umverteilungsrelevanten Umsatzgröße	3
1.3	Mögliche Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf die zentralen Orte im Untersuchungsraum	5
2.	ZUSAMMENFASSENDES FAZIT	10

1. Modellrechnung der möglichen Auswirkungen des erweiterten ZFO im Falle eines höheren Umsatzanteils mit Kunden aus der Zone I

Die vorliegende Modellrechnung basiert im Sinne eines stark überhöhten „worst case“-Ansatzes auf der Annahme, dass der Anteil am Gesamtumsatz des erweiterten ZFO mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I) nicht bei ca. 19 % – wie in der Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019 ermittelt –, sondern bei ca. 25 % liegt.

Die Bevölkerung im abgegrenzten Naheinzugsgebiet (Zone I) des ZFO

- stellt derzeit einen Anteil von ca. 680.170 Einwohnern bzw. von ca. 11,8 % am gesamten Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet
- ist derzeit für einen Umsatzanteil in Höhe von ca. 32,2 Mio. € bzw. von ca. 24 % des Gesamtumsatzes des bestehenden Centers verantwortlich.
- wird nach den vorliegenden ecostra-Berechnungen zukünftig für einen Umsatzanteil in Höhe von ca. 36,3 Mio. € bzw. von ca. 19 % des Gesamtumsatzes des erweiterten Centers stehen.

Damit erhöht sich der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz des ZFO je Einwohner der Zone I durch die geplante Erweiterung von derzeit Ø ca. 47,30 € auf zukünftig Ø ca. 53,70 € p.c.

Allein bezogen auf das abgegrenzte Einzugsgebiet (Zonen I-III) der ZFO sind die Einwohner der Zone I, welche – wie bereits dargestellt - ca. 11,8 % der Einwohner dieses Einzugsgebietes stellen,

- derzeit jedoch für ca. 31,2 %
- zukünftig für ca. 26,4 %

der Umsätze aus diesem Einzugsgebiet (ohne Streuumsätze) verantwortlich. Wird nun modellhaft der Anteil am Gesamtumsatz des ZFO mit Kunden aus der Zone I auf ca. 25 % erhöht, was einer Umsatzgröße von ca. 47,7 Mio. € entspricht, bedeutet dies, dass die Kunden aus der Zone I nun für ca. 34,7 % der Umsätze mit Kunden aus dem Einzugsgebiet (Zonen I-III, ohne Streuumsätze) verantwortlich sind. In diesem Fall würde sich durch die geplanten Erweiterung des MTSO der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz des ZFO je Einwohner der Zone I von derzeit Ø ca. 47,30 € auf zukünftig Ø ca. 70,10 € p.c. massiv erhöhen, d.h. die geplante Erweiterung des ZFO wäre für die Kunden aus der Zone I Anlass, ihre Ausgaben in diesem Outlet Center sehr stark auszuweiten. In



Anbetracht des Umstandes, dass das ZFO bereits heute auf einer Verkaufsfläche von ca. 21.000 m² ein vergleichsweise umfangreiches Markenangebot bietet und für Kunden aus der Zone I mit einer maximalen PKW-Fahrzeit von ca. 30 Minuten die Distanzempfindlichkeit gering ist, erscheint es aus fachlicher Sicht nicht nur unwahrscheinlich, sondern geradezu unmöglich, dass eine Verkaufsflächenerweiterung des Centers um ca. 8.500 m² eine solchermaßen verstärkte Anbindung der Kunden aus der Zone I (Naheinzugsgebiet) bewirkt.

Gleichwohl wird nachfolgend auf Grundlage einer Modellrechnung eine überschlägige Neubewertung der möglichen Auswirkungen vorgenommen, welche bei einem theoretischen Umsatzanteil von ca. 25 % mit Kunden aus der Zone I bzw. von ca. 47,7 Mio. € zu erwarten wären.

1.1 Umsatz, Umsatzanteil und Marktabschöpfungsquoten des erweiterten ZFO mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I)

Im Zuge der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 wurde ein Einzelhandelsumsatz des bestehenden ZFO in Höhe von ca. 134,0 Mio. € ermittelt, wovon unter Berücksichtigung von Kundenherkunftsdaten des ZFO sowie anhand des Marktanteilkonzeptes, ca. 32,2 Mio. € bzw. ca. 24 % auf das Naheinzugsgebiet (Zone I) zurückgeführt werden konnten. Dies entspricht einer Kaufkraftabschöpfungsquote in der Zone I von insgesamt ca. 3,2 % bzw. ca. 5,2 % im Sortimentsbereich „Bekleidung & Sportbekleidung“.¹

Nach den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019 steigt durch die geplante Erweiterung des ZFO der Gesamtumsatz des Centers auf ca. 190,9 Mio. € (= ca. +42 %), wovon ca. 36,3 Mio. € auf das Naheinzugsgebiet entfallen. Die entsprechende Marktdurchdringung in der Zone I erhöht sich leicht auf insgesamt ca. 3,6 % bzw. auf ca. 5,8 % im Segment „(Sport-) Bekleidung“.

Wird nun für die Modellrechnung die Annahme getroffen, dass der Umsatzanteil mit Kunden aus der Zone I ca. 25 % beträgt, würde die Kaufkraftabschöpfungsquote in dieser Zone über alle Sortimentsbereiche auf ca. 4,7 % bzw. im Segment „(Sport-) Bekleidung“ auf ca. 7,6 % ansteigen, was nach fachgutachterlicher Einschätzung zwar keine völlig utopische, jedoch aber für ein Outlet Center auch in der hier geplanten Flächengröße einen äußerst ambitionierten Grad an Marktdurchdringung bedeutet.

Die zuvor aufgeführten Zahlen und Kennziffern werden in der nachfolgenden Tab. 1 übersichtsartig gegenübergestellt. Der im Rahmen der Modellrechnung ermittelte Mehrumsatz durch das erweiterte ZFO von insgesamt ca. 15,5 Mio. € durch Kunden aus dem Naheinzugsgebiet, wird dann für die folgenden Berechnungen in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt und so die darauf resultierenden Umsatzumverteilungswirkungen bestimmt.

¹ ECOSTRA: Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet“ (ZFO) in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Wiesbaden, September 2019, S. 154ff



Tab. 1: Umsatz, Umsatzherkunft und Abschöpfungsquoten des ZFO sowohl im Bestand als auch in Varianten zur geplanten Erweiterung (Auszug)

	Bestandsobjekt ZFO	Erweitertes ZFO Auswirkungsanalyse 2019	Erweitertes ZFO Modellrechnung
Gesamtumsatz	ca. 134,0 Mio. €	ca. 190,9 Mio. €	ca. 190,9 Mio. €
davon Umsatz mit Kunden aus Zone I	ca. 32,2 Mio. €	ca. 36,3 Mio. €	ca. 47,7 Mio. €
Ø Umsatz je Einwohner aus der Zone I	ca. 47,30 €	ca. 53,70 €	ca. 70,10 €
Anteil Umsatz Zone I an Gesamtumsatz	ca. 24 %	ca. 19 %	ca. 25 %
Absolute Umsatzausweitung ggü. Bestandsobjekt mit Kunden aus der Zone I	--	ca. +4,1 Mio. €	ca. +15,5 Mio. €
Relative Umsatzausweitung ggü. Bestandsobjekt mit Kunden aus der Zone I	--	ca. +13 %	ca. +48 %
Abschöpfungsquote in Zone I insgesamt	ca. 3,2 %	ca. 3,6 %	ca. 4,7 %
Abschöpfungsquote in Zone I bei „(Sport-) Bekleidung“	ca. 5,2 %	ca. 5,8 %	ca. 7,6 %

Quelle: ecostra-Berechnung und -Zusammenstellung

1.2 Bestimmung der gegenüber dem Einzelhandel im Naheinzugsgebiet (Zone I) umverteilungsrelevanten Umsatzgröße

Der durch die geplante Erweiterung des ZFO mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I) erzielte Mehrumsatz in Höhe von ca. 4,1 Mio. € (bei einem Umsatzanteil von ca. 19 %) oder von ca. 15,5 Mio. € (bei einem Umsatzanteil von ca. 25 % in der Modellrechnung) ist nicht identisch mit dem umverteilungsrelevanten Umsatz, welcher dem bestehenden Einzelhandel in der Zone I entzogen wird. Aufgrund der vorhandenen Einkaufsorientierungen der Einwohner im Einzugsgebiet des ZFO finden Kaufkraftzu- und -abflüsse z.B. aus der Zone I zu Einzelhandelslagen in den Zonen II, III etc. und entgegengesetzt statt, welche in der Kaufkraftstromanalyse zu berücksichtigen sind.¹

Im vorliegenden Fall gibt es im Naheinzugsgebiet einige Einzelhandelsstandorte, welche räumlich mehr oder weniger stark über die für das Planobjekt abgegrenzte Zone I hinaus ausstrahlen und somit sind gewisse Anteile der Bestandsumsätze dieser Wettbewerbsstandorte in der Zone I auf Kunden zurückzuführen, welche ihren Wohnsitz nicht in der Zone I haben. Dies trifft hier v.a. den Einzelhandelsstandort Saarbrücken oder auch das Saarpark-Center in Neunkirchen zu. Damit wird ein Teil der Umsätze des erweiterten ZFO, welche mit Kunden aus der Zone II erzielt werden und die bislang z.B. im Einzelhandel von Saarbrücken – d.h. in der Zone I - gebunden waren, als Umsatzumverteilung nicht in der Zone II, sondern eben in Saarbrücken wirksam. Die entsprechende Kaufkraft bzw. der Umsatz wird nun auf das Planobjekt umgelenkt. Genauso ist es möglich, dass ein Teil der Umsätze des ZFO mit Kunden z.B. aus Zweibrücken (Zone I) bisher nicht in dieser Zone, sondern vielmehr z.B. in Kaiserslautern – d.h. in der Zone

¹ Zur Methodik der Kaufkraftstromanalyse vgl. GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten. Einzelhandelskonzepte und projektbezogene Auswirkungsanalysen. Wiesbaden, 07 / 2020, S. 149ff



II - gebunden waren und nun auf das ZFO umgelenkt werden; in diesem Fall würde die Umsatzumverteilung nicht in der Zone I, sondern in der Zone II (im Beispiel: in Kaiserslautern) wirksam werden. Diese Einkaufsverflechtungen werden in der ecostra-Auswirkungsanalyse 16.09.2019 in einem detaillierten Kaufkraftstrommodell abgebildet und erläutert.¹

Bereits das bisherige Kaufkraftstrommodell – so wie in der vorliegenden ecostra-Auswirkungsanalyse dargestellt – hat im Ergebnis dazu geführt, dass die durch die ZFO-Erweiterungsplanung ausgelöste Umsatzumverteilung gegenüber dem betroffenen Einzelhandel in der Zone I (Naheinzugsgebiet) sich nicht nur auf

- ca. 4,1 Mio. € beläuft, so wie es der Umsatzanteil mit Kunden aus dieser Zone nahelegen würde, sondern vielmehr
- ca. 11,8 Mio. € beträgt.²

Damit wurde bereits in der vorliegenden ecostra-Auswirkungsanalyse gegenüber dem Einzelhandel eine Umsatzgröße gegenüber den Einzelhandelsstandorten in der Zone I umverteilt, **welche um den Faktor 2,9 über jenem Betrag liegt, der mit Kunden aus dieser Zone erzielt wird.** Die wesentlichen Grundlagendaten werden nachfolgend in Tab. 2 nochmals kurz dargestellt:

Tab. 2: Kaufkraftstromveränderung im Naheinzugsgebiet (Zone I) durch die geplante Erweiterung des ZFO in der Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019

		Bekleidung inkl. Sportbekleidung	(Sport-) Schuhe / Lederwaren	Sonstiges	Σ
		in Mio. €			
Zone I	Zusätzliche Umsatzerwartung durch Erweiterung des ZFO mit Kunden aus der Zone I	2,5	0,9	0,7	4,1
	Umsatzabzug gegenüber dem bestehenden Einzelhandel in der Zone I auf Basis der Kaufkraftstromanalyse	7,8	2,2	1,8	11,8
	Differenz zwischen Umsatzanteil durch Kunden aus Zone I und Umsatzumverteilung in der Zone I	+5,3	+1,3	+1,1	+7,7

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

Wird nun für die Modellrechnung der Umsatzanteil mit Kunden aus der Zone I von ca. 19 % auf ca. 25 % erhöht, ergibt sich bei gleichzeitig unveränderten Annahmen zu den bereits oben beschriebenen Einkaufsverflechtungen zwischen den Zonen³, dass sich nun die durch die ZFO-Erweiterungsplanung ausgelöste Umsatzumverteilung gegenüber dem betroffenen Einzelhandel in der Zone I (Naheinzugsgebiet) nicht nur auf

- ca. 15,5 Mio. € beläuft, so wie es der Umsatzanteil mit Kunden aus dieser Zone nahelegen würde, sondern

¹ Vgl. ECOSTRA: op.cit., S. 163ff

² Vgl. op.cit., Tab. 29, S. 166

³ Vgl. op.cit.



- ca. 20,8 Mio. € beträgt (vgl. Tab. 3).

Die Erhöhung des Umsatzanteils mit Kunden aus der Zone I auf ca. 25 % führt nun dazu, dass vor dem Hintergrund eines unveränderten Gesamtumsatzes des erweiterten ZFO in Höhe von ca. 190,9 Mio. € bzw. einem Mehrumsatz gegenüber dem Status quo von ca. 56,9 Mio. €, die Kaufkraftumlenkung von Umsätzen des betroffenen Einzelhandels in der Zone I (z.B. Saarbrücken) mit Kunden aus der Zone II, III etc. etwas geringer wird. Gleichwohl ist in Summe bei dieser Modellrechnung von einer auch in absoluten Zahlen nochmals höheren Umsatzumverteilung des ZFO gegenüber dem Einzelhandel in der Zone I auszugehen. Insgesamt wird so mit ca. 20,8 Mio. € ein Anteil von ca. 36,6 % des durch die geplante Erweiterung zusätzlich generierten Umsatzes allein gegenüber dem betroffenen Einzelhandel in der Zone I umverteilt.

Tab. 3: Kaufkraftstromveränderung im Naheinzugsgebiet (Zone I) durch die geplante Erweiterung des ZFO in der aktuellen Modellrechnung mit auf ca. 25 % erhöhtem Umsatzanteil mit Kunden aus der Zone I

		Bekleidung inkl. Sportbekleidung	(Sport-) Schuhe / Lederwaren	Sonstiges	Σ
		in Mio. €			
Zone I	Zusätzliche Umsatzerwartung ZFO mit Kunden aus der Zone I	11,2	2,4	1,9	15,5
	Umsatzabzug gegenüber dem bestehenden Einzelhandel in der Zone I auf Basis der Kaufkraftstromanalyse	14,8	3,3	2,7	20,8
	Differenz zwischen Umsatzanteil durch Kunden aus Zone I und Umsatzumverteilung in der Zone I	+3,6	+0,9	+0,8	+5,3

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

1.3 Mögliche Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf die zentralen Orte im Untersuchungsraum

In der Modellrechnung wird nun anstelle eines Umsatzabzuges gegenüber den betroffenen Geschäftslagen in der Zone I von ca. 11,8 Mio. € ein solcher Wert von ca. 20,8 Mio. € in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt. Konsequenterweise führt die insgesamt erhöhte Umsatzumverteilung gegenüber dem Einzelhandel im Naheinzugsgebiet (Zone I) im Vergleich zu den Ergebnissen der ecostra-Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019 in allen untersuchten zentralen Orten zu mehr oder weniger erhöhten absoluten Umsatzabzügen sowie entsprechend angestiegenen Umverteilungsquoten. Die jeweiligen Werte sind sowohl insgesamt als auch in der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen für die zentralen Orte insgesamt wie auch für die einzelnen Einzelhandelslagen in der nachfolgenden Tab. 4 abgebildet.¹

¹ Die Tab. 4 zeigt den identischen Aufbau wie die Vergleichstabelle in der ecostra-Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019, so dass durch Gegenüberstellung die Veränderungen durch den modellhaft dargestellten höheren Umsatzanteil mit Kunden aus der Zone I und die daraus resultierenden Konsequenzen gut nachvollzogen werden können; vgl. ECOSTRA: op.cit., Tab. 30, S. 167f



Tab. 4: Überblicksdarstellung des durch die geplante Erweiterung des ZFO auf ca. 29.500 m² VK ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel in den Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet (Zone I) bei modellhafter Annahme eines Umsatzanteils von 25 % mit Kunden aus der Zone I

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentralörtliche Einstufung	Projektrelevanter Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			Bekleidung & Sportbekleidung	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt	Bekleidung & Sportbekl.	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt
Blieskastel	Mittelzentrum	18,8	<0,1	<0,1	<0,1	0,1	k.A.	k.A.	k.A.	0,6
• ZVB Innenstadt	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Dahn	Mittelzentrum	6,6	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Innenstadt	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Homburg	Mittelzentrum	77,7	1,0 – 1,1	0,2 – 0,3	0,2	1,4 – 1,5	2,4	3,9	0,7	1,9
• ZVB Innenstadt	--		0,9 – 1,0	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,3	2,6	4,6	0,9	2,2
• Nebenzentrum Einöd	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Erbach	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Jägersburg	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Kirrberg	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	k.A.	k.A.	k.A.	0,9
Landstuhl	Mittelzentrum	19,0	<0,1	<0,1	<0,1	0,1	k.A.	k.A.	k.A.	0,5
• ZVB Innenstadt	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Neunkirchen	Mittelzentrum	185,3	2,2	0,5	0,4	3,1	1,7	5,1	0,9	1,7
• ZVB Innenstadt	--		2,2	0,5	0,4	3,0 – 3,1	1,8	5,2	1,1	1,9
• Nebenzentrum Furpach	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Oberer Markt	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• NZ Wiebelskirchen	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	<0,1	<0,1	0,1	k.A.	k.A.	k.A.	0,4
Pirmasens	Mittelzentrum	70,9	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,0 – 1,1	2,1	3,5	0,4	1,5
• ZVB Innenstadt	--		0,6 – 0,7	<0,1	0,1	0,8	2,4	k.A.	0,8	1,9
• Nebenzentrum Kirchberg			<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Ruhbank			<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Winzeln			<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	0,1 – 0,2	<0,1	0,2 – 0,3	k.A.	3,4	k.A.	1,1

k.A. = keine Angabe, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite!



Fortsetzung der Tabelle von der vorherigen Seite!

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentralörtliche Einstufung	Projektrelevanter Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			Bekleidung & Sportbekl.	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt	Bekleidung & Sportbekl.	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt
Saarbrücken	Oberzentrum	506,1	9,0	2,0	1,6 – 1,7	12,6	2,4	7,3	1,7	2,5
• ZVB Innenstadt	--		8,6	1,7 – 1,8	1,4	11,7 – 11,8	2,6	8,2	2,3	2,8
• Nebenzentrum Burbach			<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Nebenzentrum Dudweiler			<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		0,3 – 0,4	0,2 – 0,3	0,2	0,8 – 0,9	0,9	4,7	0,7	1,1
St. Ingbert	Mittelzentrum	62,5	0,4 – 0,5	0,1	<0,1	0,6	1,6	1,9	k.A.	1,0
• ZVB Innenstadt	--		0,3 – 0,4	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	1,8	k.A.	k.A.	1,4
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	<0,1	<0,1	0,1 – 0,2	k.A.	k.A.	k.A.	0,6
Zweibrücken	Mittelzentrum	39,3	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,1 – 1,2	4,8	1,8	0,9	2,6
• ZVB Innenstadt	--		0,7	<0,1	0,1	0,8 – 0,9	6,3	k.A.	1,3	4,1
• NVZ Hilgard Center	--		<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--		<0,1	0,1	<0,1	0,1 – 0,2	k.A.	k.A.	k.A.	1,3
Sonstige Gemeinden in Zone I (z.B. Sulzbach/Saar, Bexbach, Ottweiler, Rodalben)		k.A.	0,4 – 0,5	0,1	0,1	0,7	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Zone I Insgesamt			14,8	3,3	2,7	20,8				

k.A. = keine Angabe, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Quelle: ecostra-Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen



In der Bewertung der sich aus dieser Modellrechnung ergebenden Umsatzumverteilungswerte ist festzustellen, dass sich

- im Sortimentsbereich **„Bekleidung & Sportbekleidung“** die stärksten Wirkungen gegenüber der Standortkommune **Zweibrücken** ergeben (Umsatzumverteilung ca. 0,7 – 0,8 Mio. €; Umverteilungsquote ca. 4,8 %), wobei aufgrund der branchenbezogenen Standortverteilung fast der gesamte Umsatzabzug im ZVB Innenstadt (ca. 0,7 Mio. € bzw. ca. 6,3 %) wirksam wird. Der Einzelhandel in der Innenstadt von Zweibrücken weist eine vergleichsweise geringe Leistungsfähigkeit bei gewissen Vorschädigungen in Form von diversen Ladenleerständen auf. Der Umsatzabzug lässt in der Innenstadt deutlich spürbare Wettbewerbswirkungen erwarten. Dennoch wird der innerstädtische Textileinzelhandel mit einem Mix aus Filialkonzepten (z.B. C&A, Gina Laura, Witt Weiden, Street One, mister*lady) und inhabergeführten Fachgeschäften in der Lage sein, einen Umsatzabzug in einer Größenordnung von ca. 0,7 – 0,8 Mio. € aufzufangen. Dies entspricht der Umsatzgröße von 1 bis maximal 3 Fachgeschäften dieser Branche. Eine nachhaltig negative Einschränkung des Branchenmix oder der Versorgungsstrukturen ist nicht zu befürchten.
- im Sortimentsbereich **„Schuhe & Lederwaren (inkl. Sportschuhe)“** im Oberzentrum **Saarbrücken** bei einem Umsatzabzug von insgesamt ca. 2,0 Mio. € (Quote ca. 7,3 %) die stärksten Wirkungen zu konstatieren sind. Der entsprechende Umsatzabzug entfällt wiederum zum überwiegenden Teil auf den ZVB Innenstadt mit ca. 1,7 – 1,8 Mio. € und entfaltet hier bei einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 8,2 % sehr deutlich spürbare Wettbewerbswirkungen.

Der Einzelhandel in den Haupteinkaufslagen des ZVB Innenstadt von Saarbrücken vermittelt einen stabilen Eindruck und profitiert dabei u.a. auch vom grenzüberschreitenden Einkaufstourismus. Im Bereich „Schuhe & Lederwaren“ zeigt sich ein umfangreiches Angebot mit einerseits großdimensionierten Schuhfilialisten und andererseits Monolabel-Stores und inhabergeführten Fachgeschäften, welche z.T. im innerstädtischen Shoppingcenter „Europa-Galerie“ lokalisiert sind. In Anbetracht gerade auch der Höhe des absoluten Umsatzabzugs ist ein Marktaustritt einzelner Grenzbetriebe, welche bereits jetzt am Rand der ökonomischen Tragfähigkeit stehen, nicht auszuschließen, so dass die ZFO-Erweiterungsplanung eine beschleunigende Wirkung auf den Strukturwandel haben kann. Die Innenstadt von Saarbrücken kann die ihr zugewiesene Versorgungsfunktionen in diesem Sortimentsbereich jedoch weiterhin in jedem Fall wahrnehmen. Nachhaltig negative städtebauliche Auswirkungen sind jedenfalls weitgehend auszuschließen.

- im Mittelzentrum **Neunkirchen** die stärksten Wirkungen ebenfalls im Sortimentsbereich **„Schuhe & Lederwaren (inkl. Sportschuhe)“** ergeben, wobei hier mit einem Umsatzabzug von ca. 0,5 Mio. € (Quote ca. 5,2 %) erneut fast ausschließlich der ZVB Innenstadt betroffen ist. In den projektrelevanten Sortimenten ist der markenorientierte Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Neunkirchen sehr stark auf das Saarpark-Center konzentriert, welches ein leistungsfähiges Einkaufszentrum darstellt und über entsprechende Reaktionsmöglichkeiten verfügt. Angesichts des nur verhältnismäßig geringen absoluten Umsatzabzuges von insgesamt ca. 0,5



Mio. € sind hier im Segment „Schuhe & Lederwaren“ keine Einschränkungen in der Angebotsvielfalt zu erwarten.

- im Mittelzentrum **Homburg /Saar** ebenfalls Sortimentsbereich „**Schuhe & Lederwaren (inkl. Sportschuhe)**“ die stärksten Wirkungen zeigen. Auch hier ist die Umsatzumverteilungsquote im ZVB Innenstadt mit ca. 4,6 % am höchsten. Damit liegt der Umsatzabzug in einer spürbaren Größenordnung, wobei aber die möglichen Auswirkungen vor dem Hintergrund eines absoluten Umsatzabzuges von nur ca. 0,1 – 0,2 Mio. € deutlich zu relativieren sind. Nachhaltig negative Auswirkungen können hier völlig ausgeschlossen werden.

In allen übrigen Städten und Gemeinden als Einzelhandelsstandorte insgesamt ebenso wie in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Einzelhandelslagen liegen die jeweiligen Umsatzumverteilungsquoten nochmals deutlich geringer, so dass auch bei den in dieser Modellrechnung angesetzten – aus fachlicher Sicht als unrealistisch zu bewertenden - Parametern der räumlichen Umsatzherkunft nachhaltig negative Auswirkungen ausgeschlossen werden können.



2. Zusammenfassendes Fazit

Zweck dieser ergänzenden Stellungnahme war es zu analysieren, wie sich die möglichen Auswirkungen durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf den Einzelhandel im Naheinzugsgebiet (Zone I) unter der modellhaften Annahme darstellen, mit Kunden aus der Zone I würden nicht ca. 19 % des Umsatzes des ZFO, sondern ca. 25 % des Umsatzes generiert. Aus fachgutachterlicher Sicht stellt der erhöhte Wertansatz der Umsatzherkunft ein unrealistisches Szenario dar.

Gleichwohl wurde dieses Szenario auf Wunsch der Stadt Zweibrücken sowie des ZFO-Betreibers in Rahmen einer Modellrechnung durchgespielt. Wie die Analysen gezeigt haben, sind auch im Falle der in der Folge mehr oder weniger stark angestiegenen Umsatzumverteilungen gegenüber den zentralen Orten in der Zone I keine wesentlichen negativen Wirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung zu erwarten. Ebenso sind somit keine Einschränkungen im Angebotsmix oder in den städtebaulichen Entwicklungsmöglichkeiten zu erwarten. **Das Planvorhaben ist auch unter den Annahmen dieser Modellrechnung – d.h. eines theoretisch möglichen Umsatzanteils von ca. 25 % mit Kunden aus der Zone I – und den hieraus resultierenden Wirkungen städtebaulich, raumordnerisch und wirtschaftsstrukturell aus fachgutachterlicher Sicht nach wie vor als verträglich zu bewerten.**



Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Umsatz, Umsatzherkunft und Abschöpfungsquoten des ZFO sowohl im Bestand als auch in Varianten zur geplanten Erweiterung (Auszug)	3
Tab. 2:	Kaufkraftstromveränderung im Naheinzugsgebiet (Zone I) durch die geplante Erweiterung des ZFO in der Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019	4
Tab. 3:	Kaufkraftstromveränderung im Naheinzugsgebiet (Zone I) durch die geplante Erweiterung des ZFO in der aktuellen Modellrechnung mit auf ca. 25 % erhöhtem Umsatzanteil mit Kunden aus der Zone I	5
Tab. 4:	Überblicksdarstellung des durch die geplante Erweiterung des ZFO auf ca. 29.500 m ² VK ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel in den Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet (Zone I) bei modellhafter Annahme eines Umsatzanteils von 25 % mit Kunden aus der Zone I	6





ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstraße 42
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostr.com
info@ecostr.com