

## Pressemitteilung vom 10. Februar 2021

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

seit dem Jahr 2008 – d.h. seit nun 13 Jahren – führt die ecostra GmbH jährlich eine Befragung von internationalen Markenherstellern durch, welche Mieter in einem Outlet Center in Europa sind. Seit dem Jahr 2012 wird diese Untersuchung in Kooperation mit dem französischen Forschungsinstitut Magdus erstellt. Der Report gilt zwischenzeitlich als „der“ Benchmark für die europäische Outlet-Branche. Die Ergebnisse werden jeweils im sog. „**Outlet Centre Performance Report Europe**“ (OCPRE) abgedruckt, welcher über den ecostra-Webshop bezogen werden kann.

Beim OCPRE handelt sich um die einzige europaweite Befragung von Marken zur wirtschaftlichen Performance ihrer Stores in den einzelnen Fabrikverkaufszentren. In das Befragungsportfolio wurden sämtliche Outlet Center in Europa aufgenommen, welche bereits seit mehr als 2 Jahren in Betrieb sind. Teilnehmen an der Befragung durften nur Markenhersteller, die mindestens einen Laden in jeweils drei verschiedenen Outlet Centern in Europa haben. Befragt wurden die Entscheidungsträger (Vertriebsleiter, Expansionsmanager) der Marken in den jeweiligen Unternehmenszentralen, nicht die Storemanager vor Ort, da nur die Erstgenannten die Möglichkeit und den Überblick haben, die Performance ihrer Stores in verschiedenen Centern zu bewerten, die zudem häufig auch noch in verschiedenen europäischen Ländern liegen. Insgesamt haben diesmal 68 (im Vorjahr: 76) internationale Markenhersteller an der Befragung teilgenommen, welche in Summe 1.149 Outlet Stores (im Vorjahr: 1.330) in europäischen Outlet Centern betreiben. Da verschiedene dieser Hersteller mehrere Marken führen, stehen diese in Summe für ein Portfolio von ca. 110 Marken, meist aus dem Modesektor.

Über einen Abdruck dieser Pressemitteilung in Ihrer Publikation würden wir uns sehr freuen. Falls Sie hierfür noch weiteres Illustrationsmaterial (z.B. druckfähige Fotos ausgewählter Objekte) benötigen sollten, können wir Ihnen auch diese gerne kostenlos und rechtfrei zur Verfügung stellen.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit gerne an uns wenden. Ansprechpartner ist bei

- ecostra, Dr. Joachim Will, Tel.-Nr. +49 (0)611 716 95 75-0 bzw. Email [info@ecostra.com](mailto:info@ecostra.com)
- magdus, Dr. Caroline Lamy, Tel.-Nr. +33 (0)6 11 46 54 06 bzw. Email [lamy@mardus.fr](mailto:lamy@mardus.fr)

Mit freundlichen Grüßen

ecostra GmbH magdus

### Trotz Corona und Reisebeschränkungen:

## Bicester Village ist erneut die Nr. 1 der erfolgreichsten Outlet Center in Europa

Dass das von Value Retail betriebene Outlet Center Bicester Village zu den am besten performenden Outlet Centern in Europa zählt, ist allgemein bekannt. Das Center befindet sich in der gleichnamigen britischen Kleinstadt in der Grafschaft Oxfordshire, nicht weit von den bekannten jungsteinzeitlichen Megalithen von Stonehenge. Seitdem 2008 erstmals durch das Wiesbadener Beratungsunternehmen ecostra eine europaweite Mieterbefragung zur Wirtschaftlichkeit der Stores in den Outlet Centern durchgeführt wurde, hat Bicester Village bereits fünf Mal den ersten Platz erobert, zuletzt im vergangenen Jahr. Diese häufige Top-Platzierung kann zudem mit harten Zahlen unterfüttert werden: offiziellen Angaben des Eigentümers zufolge erwirtschaftet dieses Center eine durchschnittliche Flächenproduktivität von über 40.000,- € pro Quadratmeter, was nicht nur für Outlet Center einen einsamen Spitzenwert darstellt. Dabei wird ein wesentlicher Anteil dieses Umsatzes mit Touristen aus Asien erzielt, die Bicester Village als festes Ziel eines Shoppingtrips in Europa einplanen. So lassen sich allein 40 % der Mehrwertsteuerfreien Umsätze auf Kunden aus China zurückführen.

## **Bicester Village: Asien-Kunden fehlen und trotzdem wegen Überfüllung fast geschlossen**

Aufgrund der corona-bedingten Reisebeschränkungen sind diese Kundengruppen aber im vergangenen Jahr 2020 nahezu komplett ausgefallen. *„Vor diesem Hintergrund ist die erneut so gute Platzierung von Bicester Village im Outlet Centre Performance Report Europe 2020 eine riesige Überraschung“*, kommentiert der ecostra-Geschäftsführer Dr. Joachim Will dieses Ergebnis. *„Offensichtlich ist es dem Management gelungen, die weggefallenen Asien-Touristen mit einheimischen Besuchern zu ersetzen, die ebenso kräftig die Kassen haben klingeln lassen. Vielleicht spielte auch eine Rolle, dass die Engländer selbst Reisebeschränkungen hatten und sich nun verstärkt Ausflugsziele in der eigenen Heimat suchten.“*, so Will. Jedenfalls berichtete die örtliche Presse, dass nach dem ersten Lockdown und der Wiedereröffnung von Bicester Village Mitte Juni 2020 der Besucherandrang so stark war, dass in der Öffentlichkeit umgehend Forderungen nach einer erneuten Schließung aufkamen, um hier keinen neuen Corona-Hotspot zu schaffen.

## **Villefontaine: Sensationeller Blitzstart für neues Outlet Center in Frankreich**

Es gibt aber noch weitere überraschende Ergebnisse aus der aktuellen Mieterbefragung. Das erst im Mai 2018 in Villefontaine, in der Nähe von Lyon (Frankreich), eröffnete Outlet Center „The Village“ konnte bereits im ersten Anlauf den zweiten Rang erobern. *„Das gab es bisher noch nie, dass ein neueröffnetes Outlet Center sich gleich so weit vorne in der europäischen Spitzengruppe platzieren konnte“*, stellt Dr. Caroline Lamy fest. Lamy ist Chefin des französischen Forschungsinstituts magdus, das seit 2012 den Outlet Centre Performance Report Europe gemeinsam mit ecostra erstellt. Lamy: *„Üblicherweise benötigen Outlet Center einige Jahre, um sich im Markt zu etablieren, was sich entsprechend in der Platzierung im Ranking bemerkbar macht. Hier hat der Entwickler, Investor und Betreiber ein wahres Meisterstück abgeliefert.“* Es handelt sich dabei mit La Compagnie de Phalsbourg um eines der größten privaten Immobilienunternehmen Frankreichs, das bisher für die Entwicklung von Einkaufszentren, Hotels, Büros, Freizeitanlagen, Logistik und Wohnungen bekannt war. Mit „The Village“ wagte sich dieses Unternehmen nun zusammen mit Freeport Retail als Partner erstmals in den Outlet-Markt. *„Der Erfolg des Standortes hat sich schon früh angedeutet. Bereits im Eröffnungsjahr 2018 erhielt ‚The Village‘ den MAPIC-Award für das beste Outlet Center“*, kann Caroline Lamy berichten. *„Das Center verzeichnet bisher eine außerordentlich gute Umsatzentwicklung und gilt als das am schnellsten wachsende Outlet Frankreichs.“* Aktuell sind mit Prada, Polo Ralph Lauren, Lacoste und Hugo Boss bereits diverse Premium- und Luxusmarken vertreten. In Kürze sollen die Bauarbeiten der Phase 2 zur Erweiterung von derzeit 110 auf 140 Outlet Stores beginnen.

## **Value Retail auch in Spanien mit Top-Performern**

Auf dem dritten und vierten Rang folgen die von Value Retail betriebenen spanischen Center „Las Rozas Village“ in der Nähe von Madrid und „La Roca Village“ nördlich von Barcelona. Bestes deutsches Center ist wiederum die „Outletcity Metzingen“ auf Rang 5. Schlusslicht und damit Träger der „roten Laterne“ sind diesmal mit jeweils identischer Mieterbewertung zwei Center des französischen Betreibers Marques Avenue Group (früher: Concepts & Distribution): „Marques Avenue Troyes Mode“ in Saint-Julien-les-Villas in der Nähe von Troyes sowie „Marques Avenue L’Ile St. Denis“ bei Paris, welche beide von den Mietern eine Durchschnittsnote von 4,00 erhielten. Trotz Krisenjahr, in dem die Outlet Center als nicht-systemrelevante Betriebe phasenweise komplett geschlossen waren, hat sich aber die Bewertung der jeweiligen Outlet Stores durch die Mieter im Gesamtschnitt aller Center in Europa leicht von 2,68 auf 2,62 verbessert.

## **Holy AG verdrängt McArthurGlen als bester Betreiber**

Zum kompetentesten Betreiber hinsichtlich Management, Vermietung und Marketing kürten die Outlet-Mieter erstmals die Holy AG, welche für die Outletcity Metzingen verantwortlich ist. Damit verdrängte die Holy AG den bisherigen Seriensieger in dieser Kategorie McArthurGlen auf den zweiten Platz. Bei der Frage nach dem Betreiber, welcher aus Sicht der Mieter die Herausforderungen durch die Covid-19-Pandemie am besten bewältigt hat, zeigt sich allerdings ein anderes Bild: hier führt Value Retail vor der Holy AG und dem österreichischen Betreiber ROS Retail Outlet Shopping.

## **Während des Corona-Lockdowns: über die Hälfte kürzte oder verweigerte die Mietzahlungen**

Mehr als jeder zweite der befragten Markenhersteller hat die Mietzahlungen während des Corona-Lockdowns ganz oder teilweise eingestellt und in etwa jeder Zehnte gibt an, deswegen mit seinem Vermieter eine juristische Auseinandersetzung zu führen. Rund 20 % der befragten Expansionsleiter konstatierten, dass ihr Unternehmen aufgrund der Corona-Krise in erste wirtschaftliche Schwierigkeiten gekommen sei. Nachdem die Stores in der Folge des ersten Lockdown 2020 wieder öffnen durften, waren für die meisten Outlet-Mieter weder die Wiederherstellung des Warenflusses, die Liquidität noch die notwendigen Hygienemaßnahmen im Store ein größeres Problem. Am häufigsten wurde hier noch die Personalverfügbarkeit genannt, welche aufgrund mangelnder Kinder-Betreuungsangebote in Kitas und Schulen einen besonderen organisatorischen Aufwand erforderte. In ihrer Sortimentspolitik haben etwa 54 % der Markenhersteller nach der Wiedereröffnung keine Veränderung vorgenommen. Rund 34 % haben auf den Druck durch unverkaufte Waren mit einer Ausweitung der Breite und Tiefe des Sortiments reagiert und fast dieselbe Anzahl hat nochmals den Rotstift gezückt und stärker an der Rabattschraube gedreht.

## **Nach dem Lockdown: Outlet-Umsätze entwickeln sich in der Schweiz und in Ungarn am Besten**

Auf Länderebene verzeichneten nach dem ersten Corona-Lockdown die Outlet Center in der Schweiz und in Ungarn die beste Umsatzentwicklung, am wenigsten zufriedenstellend entwickelten sich in dieser Phase die Outlet-Umsätze in den Niederlanden und in Portugal. In der Pandemie haben die eigenen Online-Shops als Distributionskanal für die Markenhersteller einen enormen Bedeutungszuwachs erfahren. Erstmals werden die Online-Stores in ihrer Wirtschaftlichkeit besser bewertet als die Outlet Stores. Gleichwohl wird auch stationär weiter expandiert. Zwei Drittel der befragten Marken suchen Outlet-Flächen in Deutschland, jeweils etwa ein Drittel in Frankreich und den Niederlanden. Aber auch das Interesse an weiteren Standorten im Vereinigten Königreich und der Schweiz ist gegenüber den Vorjahren wieder deutlich gestiegen. Will: *„Dies entspricht auch den Rückmeldungen, welche wir derzeit aus dem Markt erhalten. Wenngleich viele Marken mit dem Abschluss von langfristigen Mietverträgen für Outlet Stores noch etwas zögerlich sind, so ist doch ein Run auf die wenigen verfügbaren Flächen festzustellen. Pop-Up-Stores werden händeringend gesucht. Nur bei den Top-Standorten in Europa werden diese kaum zu bekommen sein – es sei denn, man heißt Gucci, Prada oder Versace.“*

Der vollständige Berichtsband des „Outlet Centre Performance Report Europe 2020“ mit allen Detailauswertungen und ausführlichen Kommentierungen kann ab etwa Ende Februar 2021 im ecostra-Webshop zum Preis von 150,- € (zzgl. MwSt.) bestellt werden.

Übersicht: Die Top 20 der aus Mietersicht ökonomisch erfolgreichsten Outlet Center in Europa 2020

Rang Europa	Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	Bicester – Bicester Village	Vereinigtes Königreich	Value Retail	1,20
2	Villefontaine – The Village	Frankreich	La Compagnie de Phalsbourg	1,75
3	Las Rozas – Las Rozas Village	Spanien	Value Retail	1,80
4	La Roca del Vallès – La Roca Village	Spanien	Value Retail	1,86
5	Metzingen – Outletcity Metzingen	Deutschland	Holy AG	1,88
6*	Romans-sur-Isère – Marques Avenue	Frankreich	Marques Avenue Group	2,00
6*	Wertheim – Wertheim Village	Deutschland	Value Retail	2,00
6*	York – McArthurGlen York	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,00
9*	Stuhr-Brinkum – Ochtum Park Outlet Center	Deutschland	MiRo Grundstücksverwaltung	2,07
9*	Roermond – McArthurGlen Roermond	Niederlande	McArthurGlen	2,07
11	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,09
12*	Castel Romano – McArthurGlen Castel Romano	Italien	McArthurGlen	2,10
12*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	Italien	McArthurGlen	2,10
14	Zweibrücken – Zweibrücken Fashion Outlet	Deutschland	VIA Outlets	2,11
15	Ingolstadt – Ingolstadt Village	Deutschland	Value Retail	2,12
16	Wustermark – McArthurGlen Berlin	Deutschland	McArthurGlen	2,13
17	Wroclaw – Wroclaw Fashion Outlet	Polen	VIA Outlets	2,14
18*	Landquart – Landquart Fashion Outlet	Schweiz	VIA Outlets	2,17
18*	Bridgend – McArthurGlen Bridgend	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,17
20	Madrid – Getafe The Style Outlets	Spanien	Neinver	2,20

\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / Magdus

Die Spitzenreiter in ausgewählten europäischen Ländern:

Top 3 in Frankreich 2020

Rang F	Rang Europa	Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	2	Villefontaine – The Village	La Compagnie de Phalsbourg	1,75
2	6*	Romans-sur-Isere – Marques Avenue	Marques Avenue Group	2,00
3	30*	Miramas – Designer Outlet Provence	McArthurGlen	2,42

\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / Magdus

## Top 3 in Deutschland 2020

Rang D	Rang Europa	Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	5	Metzingen – Outlecity Metzingen	Holy AG	1,88
2	6*	Wertheim – Wertheim Village	Value Retail	2,00
3	9*	Stuhr-Brinkum – Ochtum Park Outlet Center	MiRo Grundstücksverwalt ung	2,07

\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / Magdus

## Top 3 im Vereinigten Königreich 2020

Rang UK	Rang Europa	Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	1	Bicester – Bicester Village	Value Retail	1,20
2	6*	York – McArthurGlen York	McArthurGlen	2,00
3	11	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	McArthurGlen	2,09

\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / Magdus

## Top 3 in Italien 2020

Rang I	Rang Europa	Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	12*	Castel Romano – McArthurGlen Castel Romano	McArthurGlen	2,10
2	12*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	McArthurGlen	2,10
3*	27*	Castel Guelfo di Bologna – Castel Guelfo The Style Outlets	Neinver	2,40
3*	27*	Locate di Triulzi – Scalo Milano Outlet & more	Locate District Spa	2,40

\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

Quelle: ecostra / Magdus

## Top 3 in Spanien 2020

Rang E	Rang Europa	Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	3	Las Rozas – Las Rozas Village	Value Retail	1,80
2	4	La Roca del Vallès – La Roca Village	Value Retail	1,86
3	20	Madrid – Getafe The Style Outlets	Neinver	2,20

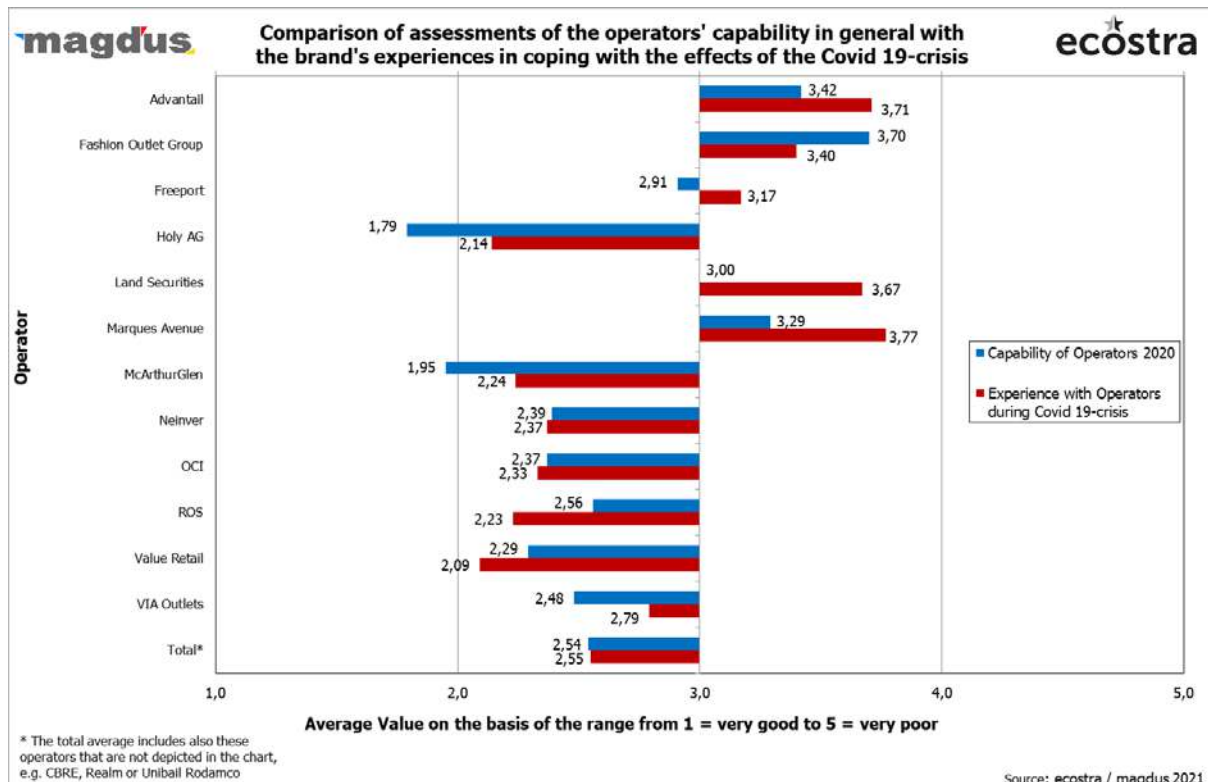
\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)

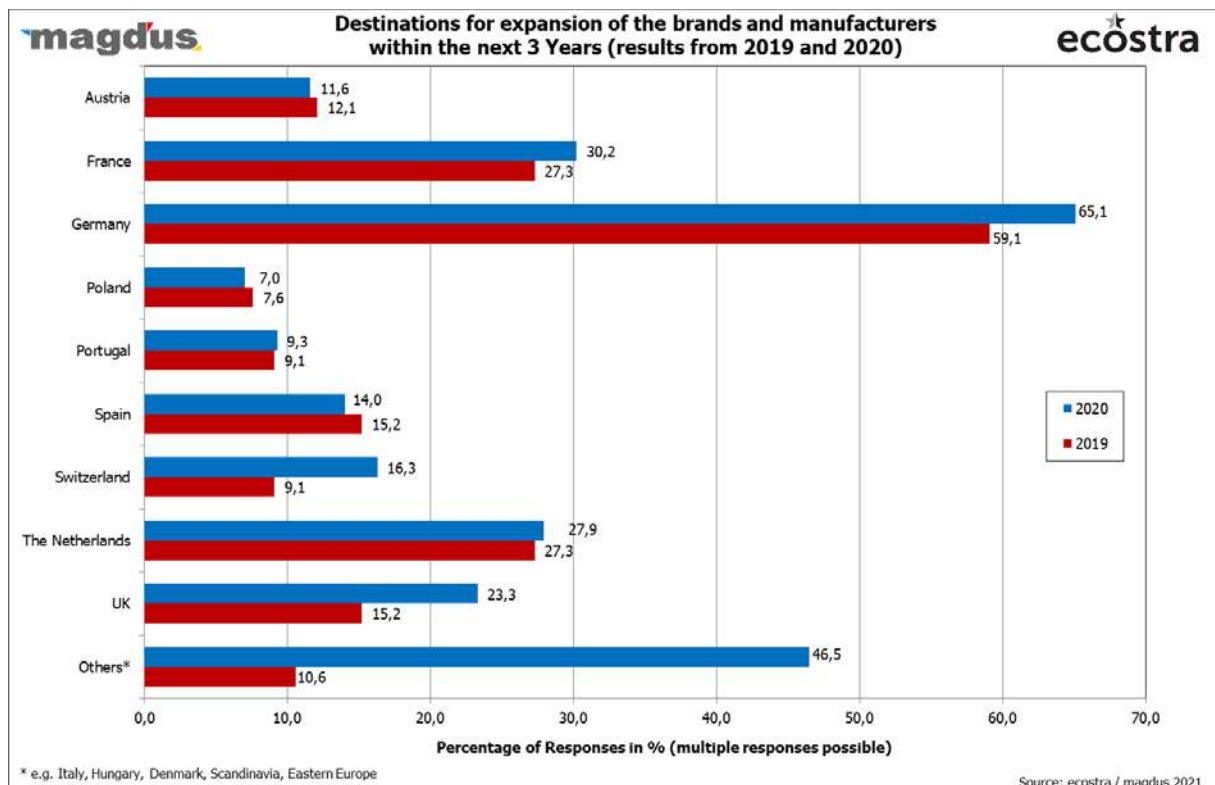
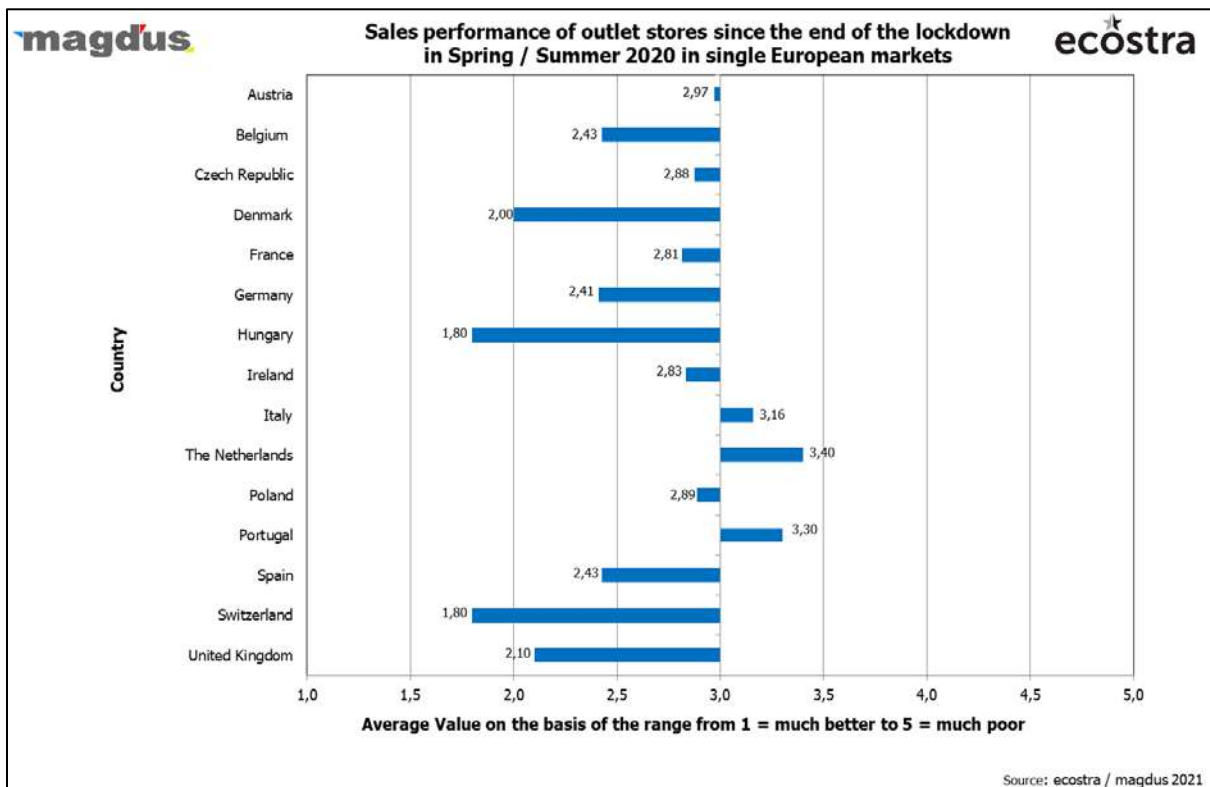
Quelle: ecostra / Magdus

Übersicht: Die 10 untersuchten Outlet Center in Europa mit der schwächsten ökonomischen Performance 2020

Rang Europa	Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
85	Valmontone – Valmontone Outlet	Italien	Promos S.r.l.	3,29
86	Radolfzell am Bodensee – Seemaxx Outlet Center	Deutschland	Hesta Immobilien GmbH	3,33
87	Franconville – Quai des Marques A15	Frankreich	Marques Avenue Group	3,40
88	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	Frankreich	Catinvest	3,43
89	Aubergenville – Marques Avenue A13	Frankreich	Marques Avenue Group	3,50
90	Parndorf – Parndorf Fashion Outlet	Österreich	Fashion Outlet Group	3,56
91	Foiano della Chiana – Valdichiana Outlet Village	Italien	Multi Outlet	3,60
92	Messancy – McArthurGlen Luxembourg	Belgien	McArthurGlen	3,67
93	Chvalovice – Freeport Fashion Outlet	Tschechische Republik	Fashion Outlet Group	3,80
94*	L'Île Saint Denis – Marques Avenue	Frankreich	Marques Avenue Group	4,00
94*	Saint-Julien-les-Villas – Marques Avenue Toyes Mode	Frankreich	Marques Avenue Group	4,00

\* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung  
 \*\* = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance)  
 Quelle: ecostra / Magdus





**Definition Outlet Center:**

Outlet Center sind eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage mit einer gesamten Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup> (= ca. 6.000 m<sup>2</sup> GLA) und mit mehr als 20 Outlet Stores, in denen Markenhersteller und vertikal integrierte Einzelhändler Auslaufmodelle, 2.-Wahl-Produkte, Überschussproduktionen etc. unter Umgehung des Einzelhandels an Endverbraucher absetzen. Alle Waren werden mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % verkauft, wobei eine doppelte Preisauszeichnung („High Street Price“ / „Outlet Price“) mietvertraglich vorgeschrieben ist. Das Marketing ist auf einen überregionalen Kundenkreis ausgerichtet. Die Koordination, Organisation und das Marketing erfolgt durch ein Centermanagement.

**ecostra-Unternehmensprofil**

Die ecostra GmbH zählt zu den führenden Unternehmensberatungen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandels. Neben Consultingaufgaben, wie z.B. die Optimierung des Filialnetzes von Handelsunternehmen, Erstellung von Standortanalysen und Studien 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 öffentliche Auftraggeber – z.B. Städte, Gemeinden, Verwaltungsgerichte, Kammern – 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- und Fachmarktzentren 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.

**magdus-Unternehmensprofil**

Die Stadt Troyes, ca. 150 km östlich von Paris gelegen, gilt durch die hier vorhandene Ballung von Fabrikverkaufsstellen und Outlet Centern als das „Metzingen“ Frankreichs. Im Jahr 2003 hat die Stadtverwaltung von Troyes zusammen mit der Industrie- und Handelskammer („Chambre de Commerce et d’Industrie de Troyes et de l’Aube“) beschlossen, eine Forschungseinrichtung für Factory Outlet Center zu gründen, welche den Namen „magdus“ erhielt. Magdus hat zwischenzeitlich eine enorme Datenbasis zu allen Fragestellungen rund um Outlet Center aufgebaut und versteht sich als Forum für Debatten und Diskussionen zur Bedeutung und Entwicklung der Factory Outlet Center in Europa.

**Ansprechpartner:**

ecostra GmbH  
Wirtschafts-, Standort- und  
Strategieberatung in Europa  
Dr. Joachim Will  
Bahnhofstrasse 42  
D-65185 Wiesbaden  
Tel.: +49 - (0)611 71 69 57 50  
Email: office@ecostra.com  
www.ecostracom

magdus  
European Factory Outlet  
Centres Observatory  
Dr. Caroline Lamy  
655 route du Vieux Village  
F-26510 Sahune  
Tel.: +33 - (0)6 11 46 54 06  
Email: lamy@magdus.fr  
www.magdus.fr