

Pressemitteilung vom 23. Februar 2022

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

seit dem Jahr 2008 – d.h. seit nun 14 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 u.a. 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 jeweils einen Laden in 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 67 (im Vorjahr: 68) internationale Markenhersteller an der Befragung teilgenommen, welche in Summe 1.162 Outlet Stores (im Vorjahr: 1.149) in europäischen Outlet Centern betreiben. Im Durchschnitt hat also jeder Markenhersteller ca. 17,3 Standorte bewertet, was illustriert, dass v.a. auch Marken teilgenommen haben, welche über ein bereits ausgebautes Netz an Outlet Stores in Europa verfügen.

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
- magdus, Dr. Caroline Lamy, Tel.-Nr. +33 (0)6 11 46 54 06 bzw. Email lamy@magdus.fr

Mit freundlichen Grüßen

ecostra GmbH magdus

Ein Betreiber gewinnt erstmals gleichzeitig Gold, Silber und Bronze: Value Retail hat die erfolgreichsten Outlet Center in Europa

Der Outlet-Betreiber Value Retail ist im Ranking der wirtschaftlichen erfolgreichsten Outlet Center Europas ein ständiger Kandidat für die Top-Plätze. Zuletzt im vergangenen Jahr, als das von Value Retail gemanagte „Bicester Village“ bereits zum fünften Mal von den befragten Outlet-Mietern auf den ersten Platz gewählt wurde. Diesmal gelang dem angloamerikanischen Unternehmen aber etwas ganz Besonderes: erstmals, seit im Jahr 2008 der „Outlet Centre Performance Report Europe“ (OCPRE) als jährlich aktualisierte Leistungsschau der Outlet Center eingeführt wurde, räumte mit Value Retail ein einziger Betreiber gleichzeitig sämtliche Medaillenplätze ab. Gold geht an „La Roca Village“ im spanischen La Roca del Vallés, nördlich von Barcelona. Silber bekommt „Kildare Village“ im Norden Irlands und Bronze erhält der bisherige Seriensieger „Bicester Village“ in der britischen Grafschaft Oxfordshire. Alle drei Center wurden von Value Retail entwickelt und betrieben.

Hohe Umsätze rechtfertigen hohe Mieten

„Das ist in der Tat eine ganz besondere Leistung, welche nicht unterschätzt werden sollte“, kommentiert Dr. Joachim Will dieses Ergebnis. Will ist Chef der Wiesbadener Wirtschaftsberatung ecostra, welche zusammen mit dem französischen Forschungsinstitut magdus diese jährlich aktualisierte, europaweite Untersuchung durchführt. Will: *„Es ist im Markt hinlänglich bekannt, dass Value Retail in seinen Centern die mit Abstand höchsten Mieten der Outlet-Branche aufruft. Gleichzeitig bestätigen uns die befragten Markenhersteller nun, dass ihre Outlet-Stores dort auch die besten Erträge erzielen. Offensichtlich lohnt es sich trotz der hohen Mietpreise, Ladeneinheiten in den Value Retail-Centern zu betreiben.“*

Heimlicher Sieger: „Clarks Village“ im Südwesten Englands

Aber auch bei anderen Outlet-Centern in Europa haben trotz des phasenweisen, corona-bedingten Lockdowns die Kassen gebrummt. Den vierten Platz im Ranking teilen sich mit identischer Mieterbewertung zwei französische Center: „The Village“ in Villefontaine bei Lyon und „One Nation Paris“ in Le Clays sous Bois, ganz in der Nähe des touristischen Hotspots Versailles. Das Center in Villefontaine wurde erst im Mai 2018 eröffnet und ist somit ein vergleichsweise junges Center, das sich aber bereits im Vorjahr in der Spitzengruppe der europäischen Outlet-Center platzieren konnte. *„Die erneute Top-Platzierung zeigt, dass der Entwickler und Betreiber des Projektes ‚La Companie de Phalsbourg‘ hier vieles richtig gemacht hat“,* konstatiert Dr. Caroline Lamy, welche auf Seiten des französischen Forschungsinstitut magdus für die Bearbeitung des Reports zuständig ist. Lamy: *„The Village‘ ist auch weiterhin auf einem guten Weg. Selbst der Online-Marktplatz des Centers verzeichnet sehr gute Umsatzzuwächse und die Vermietungsstrategie ist auf Premium-Marken fokussiert und umfasst hier bereits ein prominentes Portfolio.“* Auf den weiteren Plätzen folgen mit Roermond (Niederlande), Miramas (Frankreich), Ellesmere Port und York (beide Vereinigtes Königreich) vier Center des europäischen Marktführers McArthurGlen. Als heimlicher Sieger darf sich „Clarks Village“ in Street (Vereinigtes Königreich) fühlen, das mit einem Durchschnittswert von 1,25 einen Top-Wert erreicht, aber aufgrund nur 4 Mietervoten die Schwelle zur Aufnahme in das Ranking (5 Mietervoten) knapp verfehlt hat.

Tschechische Outlet-Center als Schlusslichter im Ranking

Es gibt aber auch Standorte, an denen alles andere als Freude herrscht und sich die Mieter sehr unzufrieden äußern. Schlusslicht des Rankings und damit Träger der „roten Laterne“ ist im aktuellen Report die „Outlet Arena Moravia“ im tschechischen Ostrava. Mit dem „Premier Outlet Prague Airport“ belegt ein weiteres tschechisches Center den zweitletzten Platz im Ranking, wobei dieses Center gegenüber dem Vorjahr geradezu abgestürzt ist. Will: *„Während die ‚Outlet Arena Moravia‘ einige Probleme zu haben scheint, Ladenleerstände zu füllen und eine geeignete Marktpositionierung herzustellen, ist das ‚Premier Outlet Prague Airport‘ vor allem mit dem Einbruch des internationalen Städtetourismus konfrontiert, der für einen Standort in direkter Nachbarschaft zum Flughafen Prag vor Corona noch eine stabile Nachfragebasis geboten hat.“* Von den Mietern geradezu abgewatscht wird das „Paddock Paris“ in Romainville (Frankreich), das zwar mit vier Mietervoten das Ranking ebenfalls verpasst hat, aber von all diesen Mietern mit einer „Fünf“ jeweils die schlechtest mögliche Bewertung erhalten hat.

Holy AG wieder bester Betreiber, Value Retail punktet während der Corona-Krise

Bei der Frage nach dem besten Betreiber wurden als Kriterien die Vermietungsleistung sowie die Qualität des Managements und des Marketings angesetzt. Wie bereits im Vorjahr wurde die Holy AG von den Markenherstellern hier auf den ersten Platz gewählt. Die Holy AG betreibt mit der „Outletcity Metzingen“ das derzeit erfolgreichste deutsche Center. Als bester Betreiber bei der Bewältigung der besonderen Herausforderungen durch die Corona-Pandemie wurde – ebenfalls wie im Vorjahr – Value Retail ausgezeichnet.

Corona-Pandemie hinterlässt auch im Outlet-Markt Spuren

Den Folgen der Infektionsschutzmaßnahmen während der Corona-Pandemie war ein spezifischer Fragenteil des OCPRE gewidmet. Anders als viele Shoppingcenter, welche meist einen Lebensmittelanker haben und deswegen zumindest teilweise geöffnet bleiben konnten, waren die Outlet Center während der Lockdown-Phasen fast immer komplett geschlossen. Etwa 94 % der Outlet-Mieter hatten gegenüber dem letzten Corona-freien Jahr 2019 Umsatzeinbußen zu verzeichnen, nur 6 % gelang es einen Umsatz zu erwirtschaften, der bis zu 25 % über dem Vergleichsjahr 2019 lag, das noch keine Ladenschließungen kannte. Knapp 28 % der Mieter mussten sich mit weniger als der Hälfte des 2019er Umsatzes zufriedengeben. Entsprechend war auch der Druck auf die Vermieter. Fast zwei Drittel der Mieter (ca. 64 %) – und damit nochmals deutlich mehr als im Vorjahr (ca. 57 %) – haben ihre Mietzahlungen zumindest temporär ausgesetzt. Aber offensichtlich ist es trotzdem gelungen, mit den Vermietern einvernehmliche Lösungen zu finden, da nur knapp 8 % der Outlet-Mieter berichten, wegen Mietausfällen in einen Rechtsstreit mit dem Vermieter verwickelt zu sein.

Profitabilität der Outlets nimmt wieder zu

Outlet Stores sind für die Markenhersteller weiterhin deutlich profitabler als eigene Markenstores in den innerstädtischen Geschäftsstraßen. Hier haben die Befragungsergebnisse des OCPRE über all die Jahre noch nie ein anderes Bild ergeben. Eine klare Neubewertung ist jedoch für die Online-Shops festzustellen. Will: *„Bis zum Jahr 2019 waren die Outlet Stores eindeutig der profitabelste Vertriebskanal für die Marken. Mit der Covid-Pandemie 2020 veränderte sich dieses Bild, wobei die Profitabilität der Online-Shops nun etwas besser bewertet wurde. Im jüngsten Befragungszyklus wird die Profitabilität*

dieser beiden Vertriebskanäle nun als weitgehend identisch eingestuft. Damit scheint das Pendel wieder in Richtung der Outlets zu schwingen.“

Expansion verläuft gebremst. Deutschland ist nach wie vor im Fokus

Unabhängig davon ist auch im Outlet-Markt die Expansions-Euphorie eher gebremst. Zwar beabsichtigten die befragten Markenhersteller im Durchschnitt ca. 2,6 Outlet Stores neu zu eröffnen und nur ca. 0,9 Stores zu schließen, so dass von einer weiteren Verdichtung des Standortnetzes auszugehen ist. Allerdings hat seit dem Spitzenjahr 2018 mit durchschnittlich ca. 3,7 Neueröffnungen die Dynamik doch merklich nachgelassen. Wenn expandiert wird, steht bei den meisten Markenhersteller der deutsche Markt auf der Liste der Ziele. 52 % aller Befragten suchen in Deutschland Outlet-Flächen. Offensichtlich auch in Ermangelung geeigneter Standorte ist der Wert gegenüber dem Vorjahr (ca. 65 %) jedoch deutlich zurückgegangen. Ein stark gestiegenes Interesse als Zielländer finden nun Frankreich, Polen, Spanien und Italien, welche sämtlich über bereits gut entwickelte Outlet-Märkte und über ein entsprechendes Flächenangebot verfügen.

Der vollständige Berichtsband des „Outlet Centre Performance Report Europe 2021“ mit allen Detailauswertungen und ausführlichen Kommentierungen kann ab Mitte März 2022 im ecostra-Webshop zum Preis von 150,- € (zzgl. MwSt.) bestellt werden.

Übersicht: Die Top 20 der aus Mietersicht ökonomisch erfolgreichsten Outlet Center in Europa 2021

Rang Europa	Standort - Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	La Roca del Vallès – La Roca Village	Spanien	Value Retail	1,50
2	Kildare – Kildare Village	Irland	Value Retail	1,57
3	Bicester – Bicester Village	Vereinigtes Königreich	Value Retail	1,60
4*	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	Frankreich	Catinvest	1,71
4*	Villefontaine – The Village	Frankreich	La Compagnie de Phalsbourg	1,71
6*	Roermond – McArthurGlen Roermond	Niederlande	McArthurGlen	1,73
7	Miramas – Designer Outlet Provence	Frankreich	McArthurGlen	1,88
8*	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	1,90
8*	York – McArthurGlen York	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	1,90
10	Metzingen – Outlecity Metzingen	Deutschland	Holy AG	1,91
11	Wustermark – McArthurGlen Berlin	Deutschland	McArthurGlen	1,92
12*	Wertheim – Wertheim Village	Deutschland	Value Retail	2,00
12*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	Italien	McArthurGlen	2,00
12*	Ashford – McArthurGlen Ashford	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,00
12*	Swindon – McArthurGlen Swindon	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,00
16	Landquart – Landquart Fashion Outlet	Schweiz	VIA Outlets	2,08
17	Zweibrücken – Zweibrücken Fashion Outlet	Deutschland	VIA Outlets	2,10
18	Soltau – Designer Outlet Soltau	Deutschland	ROS	2,12
19	Pont-Sainte-Marie – McArthurGlen Troyes	Frankreich	McArthurGlen	2,13
20*	Castel Romano – McArthurGlen Castel Romano	Italien	McArthurGlen	2,14
20*	South Normanton – McArthurGlen East Midlands	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,14

* = 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 2021

Rang F	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1*	4*	Villefontaine – The Village	La Compagnie de Phalsbourg	1,71
1*	4*	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	Catinvest	1,71
3	7	Miramas – Designer Outlet Provence	McArthurGlen	1,88

* = 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 2021

Rang D	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	10	Metzingen – Outletcity Metzingen	Holy AG	1,91
2	11	Wustermark – McArthurGlen Berlin	McArthurGlen	1,92
3	12*	Wertheim – Wertheim Village	Value Retail	2,00

* = 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

Top 3 im Vereinigten Königreich 2021

Rang UK	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	3	Bicester – Bicester Village	Value Retail	1,60
2*	8*	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	McArthurGlen	1,90
2*	8*	York – McArthurGlen York	McArthurGlen	1,90

* = 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 2021

Rang I	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	12*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	McArthurGlen	2,00
2	20*	Castel Romano – McArthurGlen Castel Romano	McArthurGlen	2,14
3	26*	Serravalle Scrivia – McArthurGlen Serravalle	McArthurGlen	2,25

* = 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 2021

Rang E	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	1	La Roca del Vallès – La Roca Village	Value Retail	1,50
2	31*	Madrid – Getafe The Style Outlets	Neinver	2,33
3	51*	Marratxi – Mallorca Fashion Outlet	VIA Outlets	2,67

* = 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)

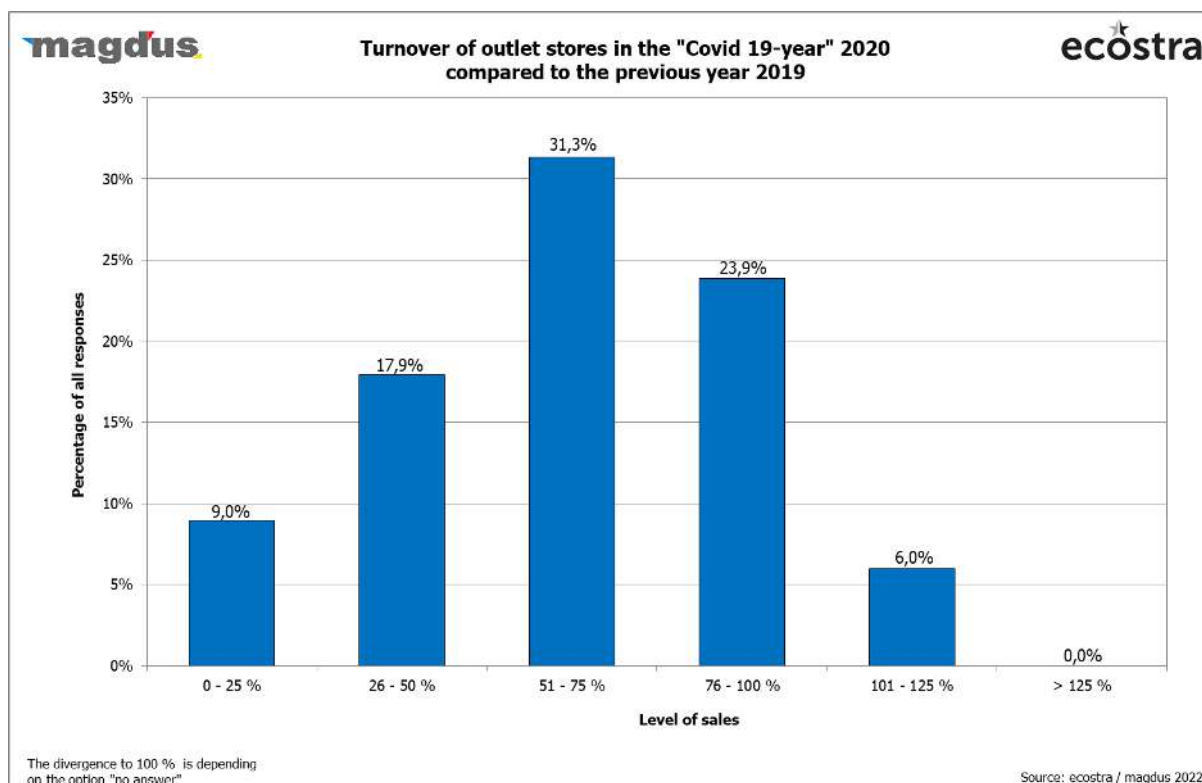
Quelle: ecostra / Magdus

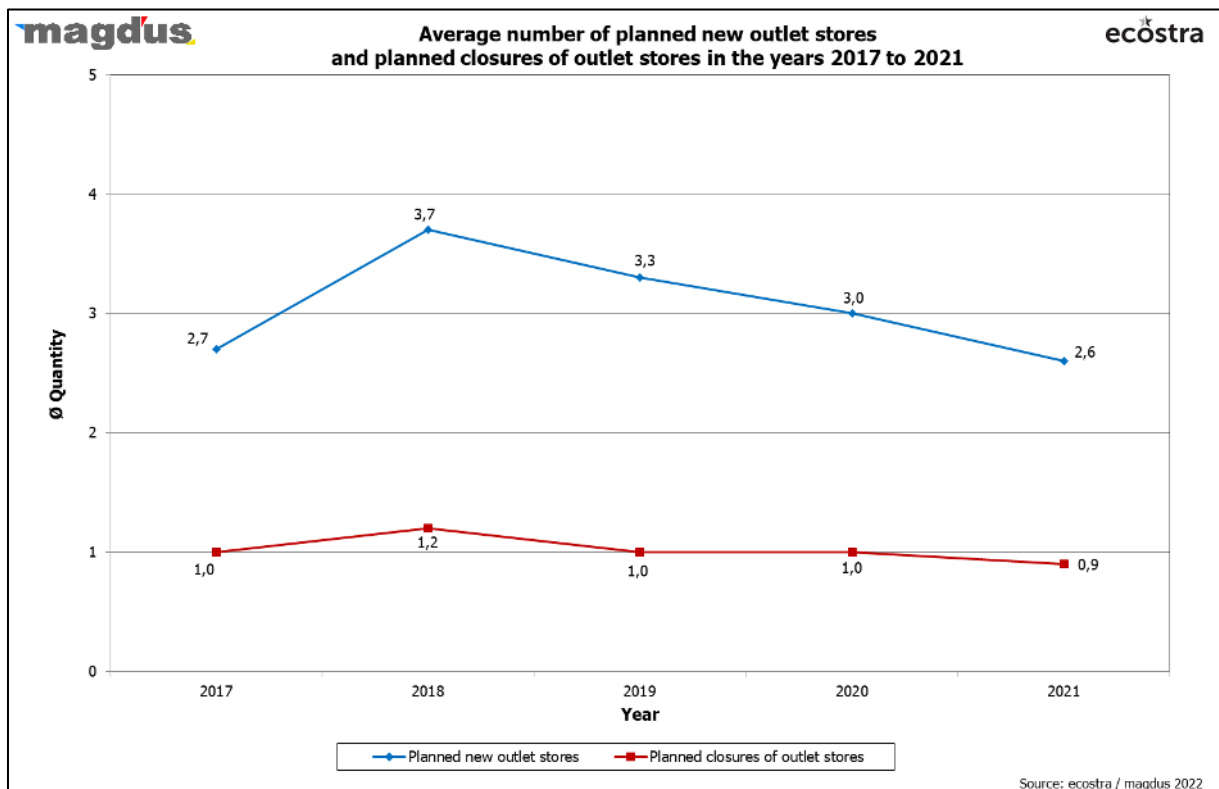
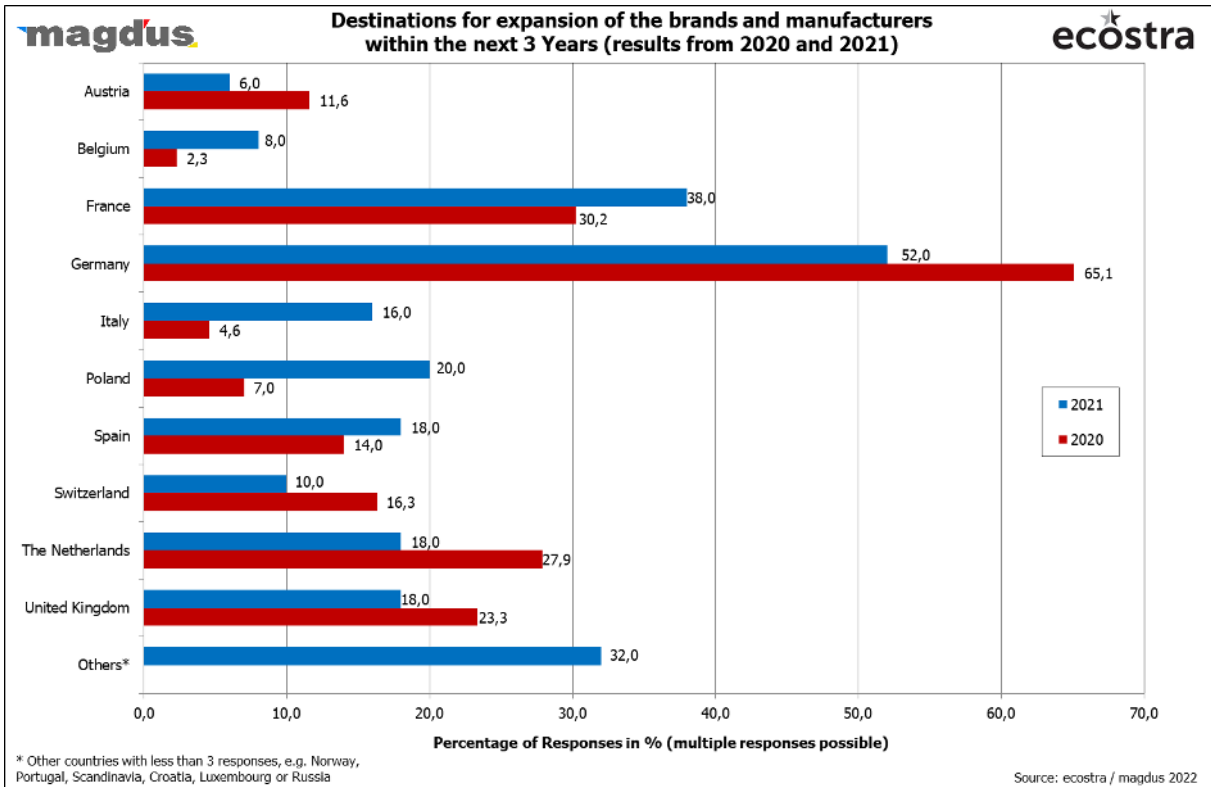
Übersicht: Die 10 untersuchten Outlet Center in Europa mit der schwächsten ökonomischen Performance 2021

Rang Europa	Standort - Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
80*	Coquelles – Channel Outlet Store	Frankreich	Advantail	3,20
80*	Szczecin – Outlet Park Szczecin	Polen	Echo Investment	3,20
82*	Carregado – Campera Outlet Shopping	Portugal	Startvalue	3,40
82*	San Jose de la Rinconada – Sevilla Fashion Outlet	Spanien	VIA Outlets	3,40
82*	Kungsbacka – Hede Gothenburg Fashion Outlet	Schweden	VIA Outlets	3,40
82*	Livingston – Designer Outlet Livingston	Vereinigtes Königreich	Realm	3,40
86	Aubergenville – Marques Avenue A13	Frankreich	Marques Avenue	3,50
87	L'île Saint Denis – Marques Avenue	Frankreich	Marques Avenue	3,60
88	Ruzyne – Premier Outlet Prague Airport	Tschechische Republik	The Prague Outlet One a.s.	3,80
89	Ostrava – Outlet Arena Moravia	Tschechische Republik	CBRE	4,43

* = 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 m² (= ca. 6.000 m² 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 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 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 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