

Pressemitteilung vom 25. März 2026

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

seit dem Jahr 2008 – d.h. seit nun 18 Jahren – führt die ecostra GmbH jährlich eine Befragung von internationalen Markenherstellern durch, die als Mieter in einem europäischen Outlet Center vertreten 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 gleichzeitig 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: 66) internationale Markenhersteller an der Befragung teilgenommen, welche in Summe 1.281 Outlet Stores (im Vorjahr: 1.011) in europäischen Outlet Centern betreiben. Im Durchschnitt hat also jeder Markenhersteller ca. 18,8 Standorte (im Vorjahr: ca. 15,3) bewertet, was illustriert, dass v.a. auch Marken teilgenommen haben, welche über ein bereits gut 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

Outlet Center in Europa: Die Gruppe der Top-Performer wird zur geschlossenen Gesellschaft

„La Roca Village“ bei Barcelona ist nach 2021 zum zweiten Mal Spitzenreiter im Performance-Ranking. Südeuropäische Center weiterhin stark. „Outletcity AG“ wieder bester Betreiber.

2024 wurde mit dem zwischen Mailand und Genua gelegenen „Designer Outlet Serravalle“ erstmals ein Center in Italien von den Mietern zum profitabelsten Outlet Center gewählt. Dieser Siegerkranz wurde bei der aktuellen Mieterbefragung nun an „La Roca Village“ weitergereicht, das im spanischen Katalonien unweit von Barcelona seinen Standort hat. Insofern stellt eine südeuropäische Tourismusregion erneut den Spitzenreiter im Outlet Center Performance Report. Dabei kann „La Roca Village“ nach dem Jahr 2021 nun bereits zum zweiten Mal dieses Top-Ergebnis für sich reklamieren. Auf den weiteren Plätzen folgen Center, die vom europäischen Marktführer McArthurGlen entwickelt und gemanagt werden: der bisherige Seriensieger Roermond an der niederländisch-deutschen Grenze liegt auf Platz 2 und das österreichische Parndorf am Neusiedler See auf Platz 3 in Europa.

Kaum neue Gesichter in der Spitzengruppe der Top-Performer

„Das sind alles altbekannte Center, die sich schon immer in der europäischen Spitzengruppe positionieren konnten“, stellt Dr. Joachim Will fest und erläutert: „Es scheint ein ‚Bäumchen-wechsel-Dich‘-Spiel zu sein. Einmal ist der eine Standort vorne, dann der Andere.“ Will ist Geschäftsführer der Wirtschaftsberatung ecostra, welche seit dem Jahr 2008 die Befragung der Mieter in den europäischen Outlet Centern durchführt. Seit 2012 erfolgt dies in Kooperation mit dem französischen Institut magdus. Die Ergebnisse dieser Befragung werden in dem jährlich erscheinenden „Outlet Centre Performance Report Europe“ veröffentlicht, der zwischenzeitlich als „der“ Benchmark für die Outlet-Branche gilt. *„Aber auch auf den weiteren Plätzen der Top 20 tummeln sich fast durchwegs Center, welche in der Mieterbefragung seit Jahren mit positiven Bewertungen überschüttet werden, so dass hier fast von einer geschlossenen Gesellschaft gesprochen werden kann“,* so Will. Denn nur selten gelingt es anderen Outlet Centern in die Phalanx dieser Spitzengruppe einzudringen. Ausnahmen von dieser Regel bildeten zuletzt „The Village“ in Villefontaine bei Lyon (Frankreich), das „Designer Outlet Warszawa“ in Piaseczno (Polen), das „Fashion Outlet Landquart“ im Kanton Graubünden (Schweiz) und – durchaus als besondere Überraschung – ein erst jüngst im April 2023 neu eröffnetes Center, das „Designer Outlet Paris-Giverny“ im Nordwesten der französischen Hauptstadt.

Überraschung durch Top-Neueinsteiger bei Paris

„Neueröffnungen, die sich sofort in der Spitzengruppe platzieren, sind in der Tat äußerst selten. Insofern hat McArthurGlen mit dieser wohl vorläufig letzten Standort-Neuentwicklung des europäischen Outlet-Marktführers nochmals ein Meisterstück abgeliefert“, lobt magdus-Chefin Dr. Caroline Lamy. Lamy: *„Mit einer Investitionssumme von über 200 Mio. € hat McArthurGlen hier aber auch tief in die Tasche gegriffen. Die wertige Architektur und Gestaltung des Centers, unter anderem mit hoch aufragenden, begrünten Fassaden und dem wohl weltweit größten Outlet-Store von ‚Dolce & Gabbana‘ illustrieren, dass beim Investment in die Vollen gegangen wurde.“* Lamy vermutet dann auch, dass die dort aufgerufenen Mieten alles andere als günstig sind. Jetzt bestätigen die Mieter aber, dass die Shops in diesem Center sehr zufriedenstellende Erträge abwerfen. *„Standortkosten und Erträge passen also. Es ist ermutigend zu sehen, dass es neue und gut konzipierte Outlet Center offensichtlich weiterhin schaffen, in die ansonsten stark konsolidierte Spitzengruppe der Top-Performer einzudringen“,* so Lamy.

Die „rote Laterne“ geht erneut an ein Center in Deutschland

Aber auch im Tabellenkeller ist die Situation fast wie einzementiert. Die „rote Laterne“ als Center mit den unzufriedensten Mietern bekommt in diesem Jahr wiederum das „Fashion Outlet Marl“ in Deutschland. Und das seit 2022 bereits im vierten Jahr in Folge. Auffällig ist, dass unter den 10 von den Outlet-Mietern am schlechtesten bewerteten Centern, 7 Objekte ihren Standort in Frankreich und 2 in Deutschland haben. Will: *„Hierbei handelt es sich um durchaus etablierte Outlet-Märkte mit hoher Kaufkraft und einer markenorientierten Bevölkerung. Auch die Wettbewerbsdichte dürfte als Argument für das schlechte Abschneiden kaum tragen, da andere Märkte, wie das Vereinigte Königreich, Italien oder Spanien eine deutlich höhere Ausstattung mit Outlet-Flächen haben. Aktuell haben wir noch keine Erklärung für diese Situation.“*

Profitabilität der Vertriebskanäle nähert sich weiter an. Verhaltene Expansionstätigkeit. Ladendiebstähle sind kein Problem.

Der Betrieb von Outlet-Stores ist nach Angaben der befragten Markenhersteller weiterhin profitabler als der Betrieb der Fullprice-Markenstores in den innerstädtischen Geschäftsstraßen. Allerdings hat sich der Abstand zwischen diesen beiden Distributionskanälen in jüngster Zeit wieder etwas verringert. Dagegen bewegt sich die Profitabilität der eigenen Online-Shops seit dem Jahr 2022 in etwa auf demselben Niveau wie jene der Outlets. Nur während der Corona-Pandemie hatten die Online-Shops klar die Nase vorne. Lamy: *„Trotz der besseren Profitabilität der Outlet Stores wird in diesem Markt auch weiterhin nur mit angezogener Handbremse expandiert. Im Durchschnitt plant jeder befragte Hersteller in den kommenden 12 Monaten die Eröffnung von ca. 2,4 neuen Outlet Stores in Europa. Gleichzeitig werden nun aber auch die bestehenden Outlet-Netze verstärkt überprüft und bereinigt. Den Neueröffnungen steht in demselben Zeitraum eine Schließung von durchschnittlich ca. 1,5 Stores gegenüber. Ein Wert, den wir in dieser Höhe noch nie hatten!“* Als Hauptproblem beim Betrieb der Outlet-Stores werden die gestiegenen betrieblichen Nebenkosten (Heizung, Strom, Marketingumlage etc.) bewertet, welche zwischenzeitlich sogar als noch gravierender als die Personalverfügbarkeit gesehen werden. Dagegen stellen Lieferkettenprobleme und Vorgaben der Betreiber zur Rabattierung der Waren für die Markenhersteller ebenso wenig ein relevantes Problem dar wie die Ladendiebstähle.

Outletcity AG wieder bester Betreiber

Als bester Betreiber hat sich in diesem Jahr wieder die Outletcity AG (ehemals Holy AG) gegenüber dem Seriensieger McArthurGlen durchgesetzt. Anders als McArthurGlen betreibt die Outletcity AG allerdings nur ein einziges Center in Europa, das seinen Standort im schwäbischen Metzingen (Deutschland) hat. Mit einer Outlet-Verkaufsfläche von knapp 41.000 m² bzw. einer Mietfläche von etwa 60.000 m² handelt es sich aber um das flächengrößte Outlet Center in Europa und hat den mit über 5.000 m² weltweit größten Store des Herrenausstatters Boss. Seit Beginn der Mieterbefragung zum „Outlet Centre Performance Report“ vor 18 Jahren ist es der Outletcity AG nun bereits zum sechsten Mal gelungen, die Krone des aus Mietersicht besten Betreibers zu erobern. Will: *„Offensichtlich ist auch die Betreiberbewertung eine geschlossene Gesellschaft. Bislang hat entweder McArthurGlen oder die Outletcity AG diesen Wettbewerb gewonnen. Kein anderer Betreiber konnte diese beiden bislang vom Thron stoßen!“*

Der vollständige Berichtsband des „Outlet Centre Performance Report Europe 2025“ mit allen Detailauswertungen und ausführlichen Kommentierungen ist ab April 2026 zum Preis von 250,-- € (zzgl. MwSt.) lieferbar. Vorbestellungen sind im ecostra-Webshop bereits jetzt möglich.

Übersicht: Die Top 20 der aus Mietersicht ökonomisch erfolgreichsten Outlet Center in Europa 2025

Rang Europa	Standort - Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	La Roca del Vallès – La Roca Village	Spanien	Value Retail	1,25
2	Roermond – McArthurGlen Roermond	Niederlande	McArthurGlen	1,65
3	Parndorf – McArthurGlen Parndorf	Österreich	McArthurGlen	1,72
4	Las Rozas – Las Rozas Village	Spanien	Value Retail	1,83
5	Bicester – Bicester Village	Vereinigtes Königreich	Value Retail	1,86
6	Vila do Conde / Movidas – Porto Fashion Outlet	Portugal	VIA Outlets	1,89
7*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	Italien	McArthurGlen	1,91
7*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	Italien	McArthurGlen	1,91
9	Villefontaine – The Village	Frankreich	La Compagnie de Phalsbourg	1,94
10*	Metzingen – Outlets Metzingen	Deutschland	Outlets AG	2,00
10*	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	Italien	McArthurGlen	2,00
10*	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	Polen	ROS	2,00
10*	Alcochete – Freeport Lisboa Fashion Outlet	Portugal	VIA Outlets	2,00
10*	Landquart -Landquart Fashion Outlet	Schweiz	VIA Outlets	2,00
10*	Cannock – West Midlands Designer Outlet	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,00
10*	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,00
17	Kildare – Kildare Village	Irland	Value Retail	2,13
18	Douains – Designer Outlet Paris-Giverny	Frankreich	McArthurGlen	2,14
19	Roppenheim – The Style Outlets	Frankreich	Neinver	2,15
20	Malaga – Designer Outlet Malaga	Spanien	McArthurGlen	2,22

* = 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 2025

Rang F	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	9	Villefontaine – The Village	La Compagnie de Phalsbourg	1,94
2	18	Douains – Designer Outlet Paris-Giverny	McArthurGlen	2,14
3	19	Roppenheim – The Style Outlets	Neinver	2,15

* = 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 2025

Rang D	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	10*	Metzingen – Outletcity Metzingen	Outletcity AG	2,00
2	21	Zweibrücken – Zweibrücken Fashion Outlet	VIA Outlets	2,24
3	22*	Stuhr-Brinkum – Ochtum Park Outlet Center	MiRo / SJ International	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 im Vereinigten Königreich 2025

Rang UK	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	5	Bicester – Bicester Village	Value Retail	1,86
2*	10*	Cannock – West Midlands Designer Outlet	McArthurGlen	2,00
2*	10*	Ellesmere Port – Designer Outlet Cheshire Oaks	McArthurGlen	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 in Italien 2025

Rang I	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1*	7*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	McArthurGlen	1,91
1*	7*	Noventa di Piave – Designer Outlet Noventa di Piave	McArthurGlen	1,91
3	10*	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	McArthurGlen	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 in Spanien 2025

Rang E	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	1	La Roca del Vallès – La Roca Village	Value Retail	1,25
2	4	Las Rozas – Las Rozas Village	Value Retail	1,83
3	20	Malaga – Designer Outlet Malaga	McArthurGlen	2,22
* = 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 Polen 2025

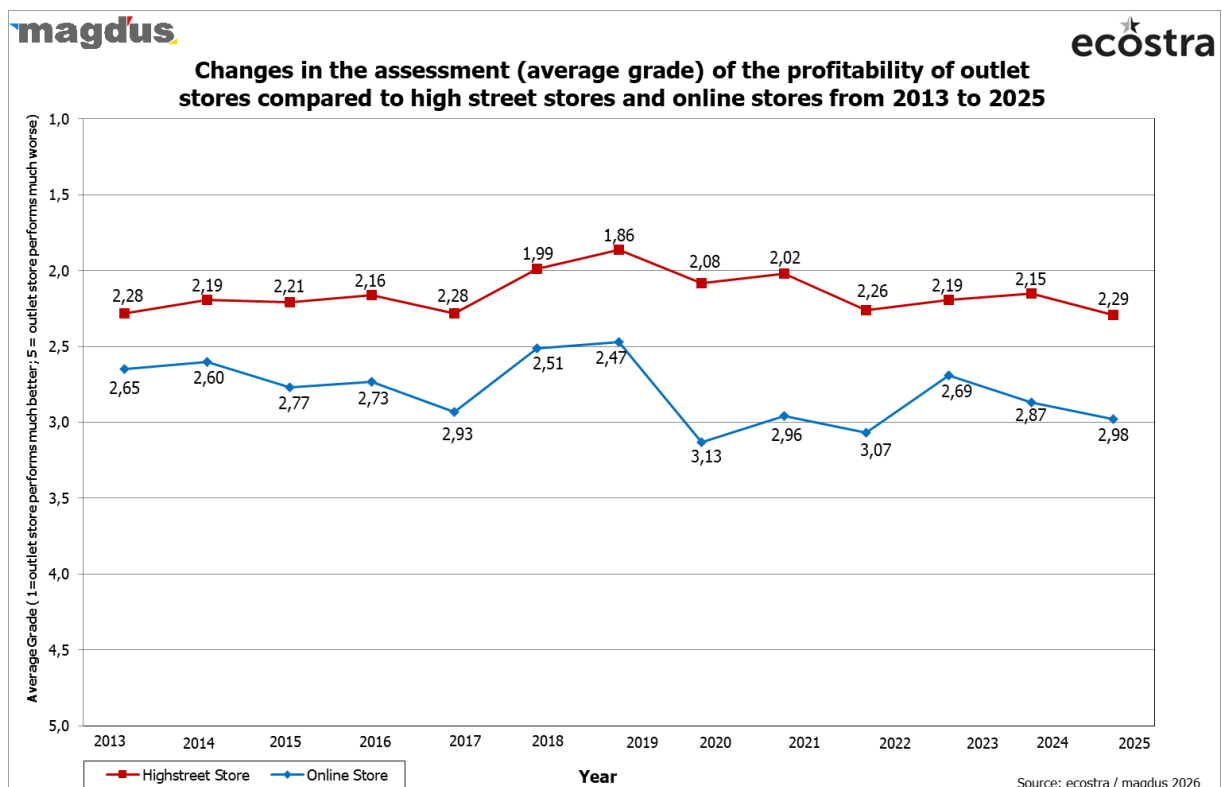
Rang PL	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	10*	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	ROS	2,00
2	31*	Gdansk (Szadółki) – Designer Outlet Gdansk	ROS	2,44
3	41*	Warszawa – Factory Warszawa Annapol	Neinver	2,56
* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet 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 2025

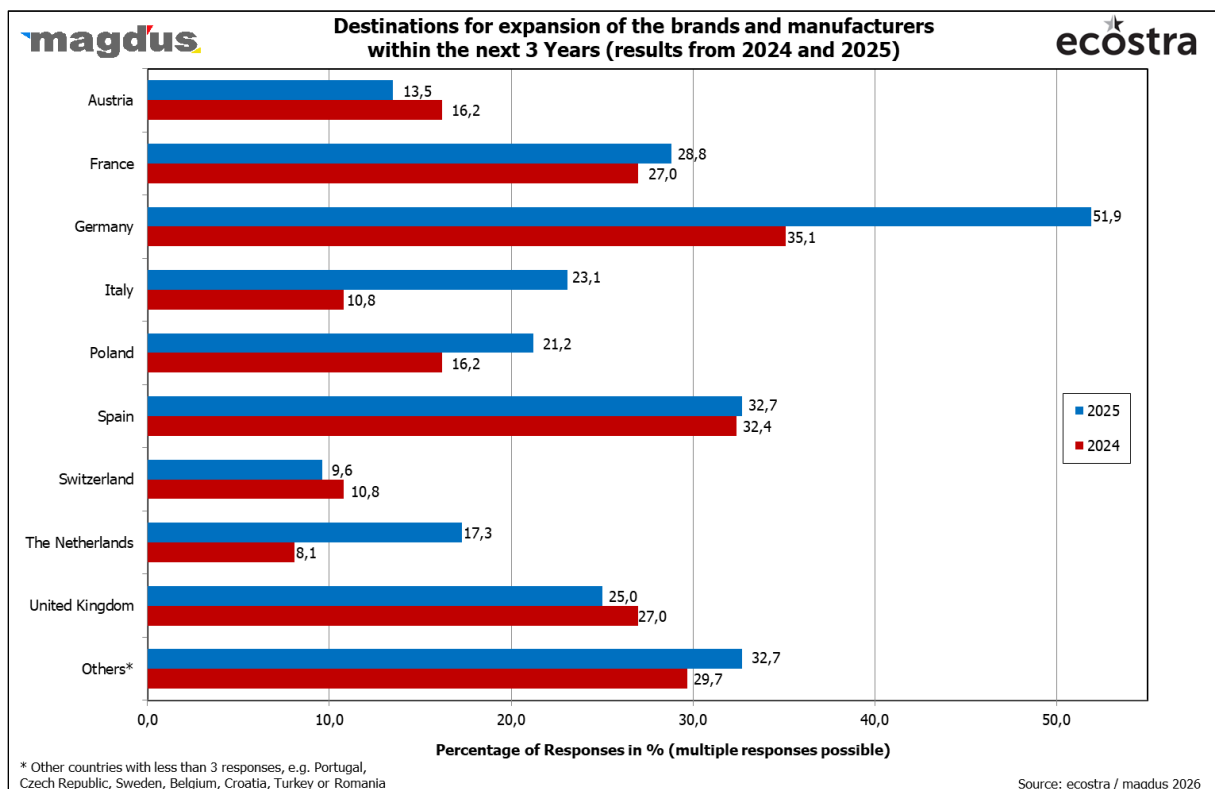
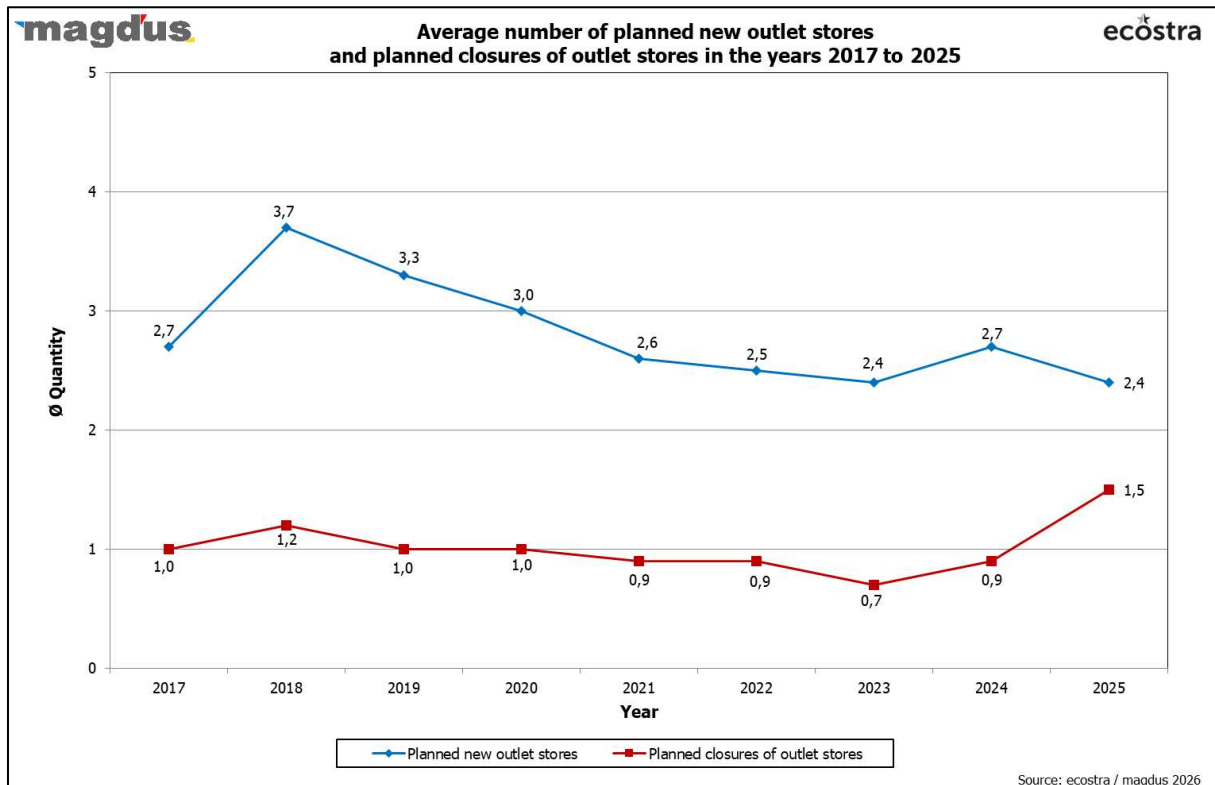
Rang Europa	Standort - Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
85	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	Frankreich	Catinvest	3,25
86	Nailloux – Nailloux Outlet Village	Frankreich	Advantail	3,38
87*	Franconville – Quai des Marques	Frankreich	Marques Avenue	3,50
87*	Glasshoughton-Castleford – Junction 32	Vereinigtes Königreich	Multi-Realm	3,50
89	Radolfzell am Bodensee – Seemaxx Outlet Center	Deutschland	Kintyre	3,56
90	Saint-Julien-les-Villas – Marques Avenue Troyes Mode	Frankreich	Marques Avenue	3,60
91	Coquelles – Channel Outlet Store	Frankreich	Advantail	3,71
92	Aubergenville – Marques Avenue A13	Frankreich	Marques Avenue	3,89
93	L'Ile Saint Denis – Marques Avenue	Frankreich	Marques Avenue	4,29
94	Marl – Fashion Outlet Marl	Deutschland	Outlet Evolution Services	4,60

* = 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



Lesbeispiel: ein Wert von 3,0 bedeutet, dass die Profitabilität der Vertriebslinie identisch zu Outlet Stores ist, ein Wert < 3,0 zeigt, dass Outlet Stores entsprechend profitabler sind.



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. ecostra arbeitet auch für öffentliche Auftraggeber, z.B. Städte, Gemeinden, Verwaltungsgerichte, Kammern, bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren und unterstützt mit der fachlichen Expertise wie auch den vielfältigen Kontakten innerstädtische Entwicklungsmaßnahmen. 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 und im Rahmen des wirtschaftlichen Due Dilligence Transaktionen und Projektfinanzierungen in verschiedenen Ländern begleitet.

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.ecostra.com

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