



26. September 2025

Aktualisierung der Kaufkraftstromanalyse und Neubewertung möglicher Auswirkungen zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des

## Zweibrücken Fashion Outlet

in der kreisfreien Stadt

## Zweibrücken

Anlage zur aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom 14. März 2025

ecostra-Untersuchung 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
- Auswirkungen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- Markt- und Meinungsforschung

Speziell für Auftraggeber aus der Privatwirtschaft erarbeiten wir außerdem

- Flächen- und Nutzungskonzepte für Einzelhandelsgroßprojekte
- Vermietungsanalysen (Branchen- & Betriebstypenmix, Magnetbetriebe, Überprüfung von Mietansätzen und Incentives etc.)
- Tenant Demand Reports
- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Analysen zur Optimierung des Standortnetzes
- Entscheidungsgrundlagen für das wirtschaftliche Due Dilligence bei der Finanzierung oder der Transaktion von Großprojekten bzw. Portfolien in allen europäischen Ländern

Speziell für Auftraggeber auf Seiten der öffentlichen Hand bieten wir

- Einzelhandels- und Märktekonzepte
- Fachgutachterliche Begleitung von Stadtentwicklungs- und Stadtumbaumaßnahmen (u.a. auch im Rahmen von Dialogprozessen)
- Maßnahmen- und Handlungskataloge zur Stabilisierung und Weiterentwicklung von Geschäftsstraßen
- Vergnügungstättenkonzepte
- Untersuchungen zur Nahversorgungssituation
- Gewerbeflächenbedarfsanalysen und Büromarktuntersuchungen zur Flächennutzungsplanung
- Regionalwirtschaftliche Analysen (z.B. Auswirkungen, Umweganalysen, Umweltaffekte von Kongressen und Messen)

## ecostra

Wirtschafts-, Standort- und  
Strategieberatung in Europa

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

[www.ecostracom.com](http://www.ecostracom.com)  
[info@ecostracom.com](mailto:info@ecostracom.com)



# Vorbemerkung

Das Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO) wurde bislang in 4 Phasen entwickelt und hat mittlerweile die u.a. im Raumordnungsverfahren (Abschlussentscheid vom Juni 1997) im festgelegte maximale Verkaufsfläche von 21.000 m<sup>2</sup> erreicht.

Die VIA Outlets Zweibrücken B.V. als Eigentümerin (ZFO) beabsichtigt nun eine 5. Erweiterungsstufe um ca. 8.500 m<sup>2</sup> VK auf dann insgesamt 29.500 m<sup>2</sup> VK zu realisieren. Hierzu hat die ecostra GmbH im Auftrag des Eigentümers diverse Untersuchungen zu den möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens erstellt.<sup>1</sup>

So wurde am 16.09.2019 zunächst eine Auswirkungsanalyse für ein auf ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK erweitertes Outlet Center vorgelegt, welche die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit des Planvorhabens feststellte:

*ecostra: Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlets“ (ZFO) in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Wiesbaden, 16.09.2019.*

Bei diversen Abstimmungsgesprächen zur Vorbereitung des Raumordnungsverfahrens wurde seitens der Genehmigungsbehörden angeregt, das Untersuchungsgebiet zu erweitern und auch die Auswirkungen des Vorhabens auf ausgewählte zentrale Orte im mittleren Einzugsgebiet (Zone II) zu analysieren. In diesem Zusammenhang wurden zudem mögliche zwischenzeitliche Veränderungen in der Bestandssituation des innerstädtischen Einzelhandels bei bereits untersuchten zentralen Orten erfasst, welche sich u.a. durch die Infektionsschutzmaßnahmen der Corona-Pandemie ergeben haben. Diese Studie wurde ebenfalls als Anlage zur Auswirkungsanalyse in das weitere Verfahren eingebracht:

*ecostra: Analyse der in ausgewählten Städten und Gemeinden des mittleren Einzugsgebiets (Zone II) möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen durch die geplante Flächenerweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet“ (ZFO) mit Überprüfung und Bewertung der Post-Covid-Situation und ggf. möglichen Veränderungen in ausgewählten Städten und Gemeinden des Naheinzugsgebiets (Zone I). Anlage zur ecostra-Auswirkungsanalyse vom 16.09.2019. Wiesbaden, 26.05.2021.*

Auf Grundlage u.a. der im Rahmen des Verfahrens eingereichten Unterlagen und Stellungnahmen kam die zuständige Genehmigungsbehörde SGD-Süd im Rahmen des Raumordnungsverfahrens mit integriertem Zielabweichungsverfahren mit Entscheid

---

<sup>1</sup> Die gesamte Projekthistorie mit den wichtigsten Verfahrensschritten sowie allen relevanten Gutachten und sonstigen Antragsunterlagen ist in der Vorbemerkung der aktualisierten Auswirkungsanalyse vom 14.03.2025 im Detail dargestellt.



vom 31.08.2023 zum Ergebnis, dass unter Berücksichtigung gewisser Maßgaben die Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet als raumverträglich einzustufen ist.

Aufgrund des umfangreichen und langwierigen Planungs- und Genehmigungsprozesses bei gleichzeitiger Berücksichtigung der zuletzt auftretenden strukturellen Verwerfungen im stationären Einzelhandel (z.B. Marktanteilsgewinne des Online-Handels, Corona, Ukraine-Krieg und erhöhte Energiepreise) bestand aus fachlicher Sicht die Notwendigkeit, für das nun anstehende Bebauungsplanverfahren eine Aktualisierung der Einzelhandelsbestandsdaten in den untersuchten zentralen Orten vorzunehmen. Dabei erfolgte eine Fokusbetrachtung auf die jeweiligen innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB). Eine erneute Analyse der Kaufkraftströme mit Ermittlung der möglichen Auswirkungen war zunächst nicht im Auftragsumfang enthalten und sollte ggf. später beauftragt werden.

Die aktualisierte Auswirkungsanalyse wurde von ecostra am 14.03.2025 vorgelegt und bestätigte, dass die Projektplanung auch vor dem Hintergrund der aktualisierten Grundlegendaten und der zwischenzeitlich erfolgten Veränderungen an den relevanten Wettbewerbsstandorten aus fachgutachterlicher Sicht weiterhin als wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch verträglich einzustufen ist:

*ecostra: Aktualisierung der Grundlegendaten der Auswirkungsanalyse 09 / 2019 bzw. 05 / 2021 zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet“ (ZFO) in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Wiesbaden, 14.03.2025.*

Obwohl die o.g. Untersuchung zum Ergebnis hatte, dass die gegenständliche Erweiterungsplanung weiterhin eindeutig als städtebaulich und raumordnerisch verträglich zu bewerten ist, sahen es die Stadt Zweibrücken ebenso wie die Projektwerberin als zielführend an, zur Vervollständigung der Unterlagen und zur Vermeidung von gegebenenfalls offenen Fragen im Rahmen des weiteren Bebauungsplanverfahrens dennoch eine Neu-Analyse der Kaufkraftströme sowie möglicher Veränderungen der Auswirkungen durchführen zu lassen. Mit dieser Untersuchung wurde ecostra am 08.08.2025 beauftragt. Die Aktualisierung sollte sich auf den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich derjenigen zentralen Orte beschränken, für die in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 sowie der Anlage zur Auswirkungsanalyse 2021 spürbare Auswirkungen ermittelt worden waren. Dabei handelt es sich um die Städte Homburg, Neunkirchen, Pirmasens, Saarbrücken, Zweibrücken (alle Naheinzugsgebiet) sowie Kaiserlautern (mittleres Einzugsgebiet).

Somit behandelt die nun vorliegende Untersuchung insbesondere die folgenden Punkte:

- Darstellung der grundlegenden Bestandsdaten und Neuberechnung der Umsatzleistung in den projektrelevanten Sortimentsbereichen des Einzelhandels in den ausgewählten zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt

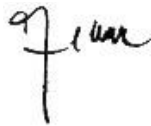


- Umsatz, Flächenproduktivität und räumliche Umsatzherkunft des Zweibrücken Fashion Outlet im Bestand. Entwicklung im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019
- Umsatz, Flächenproduktivität und räumliche Umsatzherkunft des auf ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet. Entwicklung im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019
- Analyse und Quantifizierung der Umsatzumverteilungswirkungen des Planvorhabens sowie Bewertung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der ausgewählten Städte und Gemeinden. Vergleich mit den Auswirkungen in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019
- Zusammenfassende Neubewertung des Planvorhabens

Alle für diese Studie verwendeten Daten und Angaben wurden nach bestem Wissen erfasst, aufbereitet und ausgewertet. In der Bearbeitung orientierte sich ecostra an den entsprechenden Vorgaben der gif-Richtlinie zu den „Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten“.<sup>1</sup> Die vorliegende Untersuchung dient als Informations- und Bewertungsgrundlage im Rahmen des anstehenden Bebauungsplanverfahrens.

Wiesbaden, 26. September 2025

ecostra GmbH



Dr. Joachim Will



Hans Weprich

---

<sup>1</sup> Vgl. GIF – GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten – Einzelhandelskonzepte und projektbezogene Auswirkungsanalysen. Ein Ratgeber für Kommunen, Einzelhandel, Gutachter, Projektentwickler, Behörden und Rechtsprechung. Wiesbaden, Juli 2020, S. 94ff.



# Inhaltsangabe

## Vorbemerkung

1.	BESTANDSSITUATION DES EINZELHANDELS IN DEN AUSGEWÄHLTEN ZVB UND UMSATZSCHÄTZUNG IN DEN PROJEKTRELEVANTEN SORTIMENTEN	1
1.1	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Homburg	1
1.1.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	1
1.1.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	2
1.2	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neunkirchen	3
1.2.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	3
1.2.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	3
1.3	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Pirmasens	4
1.3.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	4
1.3.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	5
1.4	Der ZVB Innenstadt im Oberzentrum Saarbrücken	6
1.4.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	6
1.4.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	7
1.5	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Zweibrücken	8
1.5.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	8
1.5.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	9
1.6	Der ZVB Innenstadt im Oberzentrum Kaiserslautern	10
1.6.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	10
1.6.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	11
2.	ANALYSE DER UMSATZERWARTUNG, DER KAUFKRAFTSTRÖME UND DER MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN AUF STÄDTEBAU UND RAUMORDNUNG	12
2.1	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Zweibrücken Fashion Outlet im derzeitigen Bestand sowie nach der geplanten Erweiterung	12
2.1.1	Derzeitige Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des Zweibrücken Fashion Outlet im Vergleich der Jahre 2019 und 2025	12
2.1.2	Derzeitige Marktdurchdringung und räumliche Umsatzherkunft des Zweibrücken Fashion Outlet	12
2.1.3	Umsatzerwartung des Zweibrücken Fashion Outlet nach erfolgter Realisierung der geplanten Verkaufsflächenerweiterung	15
2.2	Die Kaufkraftbewegungen	22



2.3	Die möglichen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt in ausgewählten Städten und Gemeinden in Zone I & II	27
2.3.1	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Homburg	27
2.3.2	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neunkirchen	28
2.3.3	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Pirmasens	30
2.3.4	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Oberzentrum Saarbrücken	30
2.3.5	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Zweibrücken	32
2.3.6	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Oberzentrum Kaiserlautern	33
2.4	Exkurs: die möglichen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des ZFO unter der modellhaften Annahme eines überhöhten Umsatzanteils aus Zone I	34
2.4.1	Räumliche Umsatzherkunft, Kaufkraftabschöpfung und Veränderung der Kaufkraftströme bei einem überhöhten Umsatzanteil von 25 % aus dem Naheinzugsgebiet	35
2.4.2	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt des Oberzentrums Saarbrücken unter der modellhaften Annahme eines überhöhten Umsatzanteils von ca. 25 % aus Zone I	36
2.5	Zusammenfassende Neubewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund der Raumordnungsziele und -grundsätze	38

Tabellenverzeichnis

Anhang



# 1. Bestandssituation des Einzelhandels in den ausgewählten ZVB und Umsatzschätzung in den projektrelevanten Sortimenten

Nachfolgend wird auf den jeweiligen ZVB Innenstadt der ausgewählten Städte Homburg, Neunkirchen, Pirmasens, Saarbrücken, Zweibrücken und Kaiserslautern eingegangen. Dabei wird zunächst die in der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse 2025 detailliert beschriebene Bestandssituation und Entwicklung des Einzelhandels kurz zusammengefasst, wobei eine Fokussierung auf die projektrelevanten Sortimente erfolgt. Anschließend wird eine Umsatzschätzung der Betriebe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen und die Entwicklung der Umsatzleistung im Vergleich zum Sachstand der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 bzw. 2021 dargestellt. Die Neuberechneten Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten dienen im weiteren Verlauf des Gutachtens als Grundlage für die aktualisierte Analyse der möglichen Auswirkungen durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf die ausgewählten ZVB.

## 1.1 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Homburg

### 1.1.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

In der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom März 2025 wurde das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Homburg durch ecostra-Mitarbeiter erneut vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 120 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 21.815 m<sup>2</sup>

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2018, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des ZFO zum ersten Mal erfasst wurde, wie folgt dar:

Tab. 1: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Homburg im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung 2018 bis 2024 in %	
	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	33	10.370	25	9.905	-24%	-4%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	9	1.170	7	860	-22%	-26%
• Sonstiges	26	3.810	20	3.385	-23%	-11%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>68</b>	<b>15.350</b>	<b>52</b>	<b>14.150</b>	<b>-24%</b>	<b>-8%</b>

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen



Somit verzeichnet die Homburger Innenstadt einen deutlichen prozentualen Rückgang bei der Zahl der Betriebe, der sich über alle Sortimente hinweg in einer ähnlichen Größenordnung bewegt. Die Entwicklung der Verkaufsfläche ist ebenfalls rückläufig, fällt aber insgesamt deutlich moderater aus. V.a. das Bekleidungssegment ist bezogen auf die Verkaufsfläche nahezu unverändert, während die Rückgänge bei (Sport-) Schuhen und Lederwaren sowie sonstigen Sortimenten ausgeprägter sind. In der differenzierten Betrachtung nach Lagen zeigt sich, dass v.a. die Talstraße als Haupteinkaufslage eine stabile Entwicklung aufweist und sämtliche großdimensionierten Magnetbetriebe (u.a. P&C, H&M, Saar Pfalz-Center) noch in Betrieb sind. Demgegenüber konnten in Nebeneinkaufslagen (z.B. Eisenbahnstraße, Saarbrücker Straße) Geschäftsschließung i.d.R. nicht gleichwertig kompensiert werden, sodass hier die Negativentwicklung entsprechend stärker ausfällt. Dennoch stellt die Homburger Innenstadt mit einem für ein Mittelzentrum guten Angebot an kundenattraktiven Filialisten und Fachgeschäften trotz einiger städtebaulicher Defizite nach wie vor eine leistungsfähige regionale Einkaufsdestination dar.

### 1.1.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Homburg ca. 56,9 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 4.025 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2018 und 2024:

Tab. 2: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Homburg im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung Umsatz 2018 bis 2024 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	36,8	3.550	36,1	3.645	-0,7	-2%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	3,6	3.065	2,9	3.393	-0,7	-19%
• Sonstiges	18,2	4.780	17,9	5.290	-0,3	-2%
<b>Projektrelevante Sor- timente insgesamt</b>	<b>58,6</b>	<b>3.819</b>	<b>56,9</b>	<b>4.025</b>	<b>-1,7</b>	<b>-3%</b>

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Aufgrund des nur moderaten Verkaufsflächenrückgang und der Tatsache, dass sämtliche großdimensionierten Magnetbetriebe noch vorhanden sind, ist die Umsatzentwicklung bei (Sport-) Bekleidung nur sehr leicht rückläufig. Ähnliches gilt auch bei den sonstigen Sortimenten. Anders verhält es sich im Segment (Sport-) Schuhe & Lederwaren. Hier sind per Saldo die deutlichsten Verkaufsflächenrückgänge zu konstatieren, was sich dann auch in einer entsprechend negativen Umsatzentwicklung reflektiert. Gleichwohl ist zu beachten, dass die vergleichsweise hohen relativen Umsatzrückgänge bei (Sport-) Schuhen, Lederwaren nur geringen absoluten Werten entsprechen. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Homburg zu analysieren.



## 1.2 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neunkirchen

### 1.2.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

In der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom März 2025 wurde das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Neunkirchen durch ecostra-Mitarbeiter erneut vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 123 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 34.160m<sup>2</sup>

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2018, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des ZFO zum ersten Mal erfasst wurde, wie folgt dar:

Tab. 3: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Neunkirchen im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung 2018 bis 2024 in %	
	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	51	33.105	41	19.635	-20%	-41%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	13	2.915	9	1.875	-31%	-36%
• Sonstiges	24	7.270	25	8.605	+4%	+18%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>88</b>	<b>43.290</b>	<b>75</b>	<b>30.115</b>	<b>-15%</b>	<b>-30%</b>

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Es zeigt sich, dass die Neunkircher Innenstadt insgesamt deutliche Rückgänge bei der Zahl der Betriebe wie auch der Verkaufsflächenausstattung aufweist. Diese Rückgänge betreffen dabei ausschließlich das modische Segment, während die sonstigen Sortimente sogar gewisse Zugewinne erzielen konnten. Insgesamt fällt v.a. die jeweils insolvenzbedingte Schließung großdimensionierter Betriebe wie Galeria und Adler bei diesem Angebotsrückgang stark ins Gewicht. In der Betrachtung nach Lagen wird deutlich, dass das Saarpark-Center eine insgesamt stabile Entwicklung und nur wenige Leerstände aufweist. Demgegenüber zeigt die übrige Innenstadt in vielen Bereichen ausgeprägte Trading-Down-Entwicklungen. Die bereits in der Vergangenheit deutlich erkennbare Polarisierung der Neunkircher Innenstadt mit einem leistungsfähigen Shoppingcenter und angebotsbezogen wenig attraktiven Geschäftsstraßen hat sich zwischenzeitlich nochmals intensiviert.

### 1.2.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Neunkirchen ca. 131,2 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 4.355 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2018 und 2024:



Tab. 4: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Neunkirchen im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung Umsatz 2018 bis 2024 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	118,5	3.580	83,5	4.255	-35,0	-30%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	9,1	3.135	6,9	3.690	-2,2	-24%
• Sonstiges	32,9	4.520	40,7	4.730	+7,8	+24%
<b>Projektrelevante Sor- timente insgesamt</b>	<b>160,5</b>	<b>3.710</b>	<b>131,2</b>	<b>4.355</b>	<b>-29,4</b>	<b>-18%</b>

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

V.a. die insolvenzbedingte Schließung von Galeria und Adler führt in Neunkirchen zu einem starken Umsatzrückgang im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung. Bei (Sport-) Schuhen, Lederwaren bewegt sich der prozentuale Rückgang in einer ähnlichen Größenordnung. Hier macht sich v.a. die Schließung verschiedener Schuhfilialisten (u.a. Runners Point, Görtz) im Saarpark-Center bemerkbar. Demgegenüber konnte das Angebot bei den sonstigen Sortimenten sogar leicht ausgebaut werden. Da zudem einzelne hier enthaltene Branchen (u.a. Drogeriewaren, Kosmetik, Uhren & Schmuck) ihre Umsatzleistung im Vergleichszeitraum deutlich ausbauen konnten, ist auch bei den sonstigen Sortimenten insgesamt ein deutliches Umsatzwachstum zu erkennen. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Neunkirchen zu analysieren.

### 1.3 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Pirmasens

#### 1.3.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

In der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom März 2025 wurde das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Pirmasens durch ecostra-Mitarbeiter erneut vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 83 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 17.805 m<sup>2</sup>

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2018, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des Zweibrücken Fashion Outlet zum ersten Mal erfasst wurde, wie in Tab. 5 dar.



Tab. 5: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Pirmasens im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung 2018 bis 2024 in %	
	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	31	8.075	25	7.125	-19%	-12%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1	30	0	0	-100%	-100%
• Sonstiges	17	3.705	12	3.435	-29%	-7%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>49</b>	<b>11.810</b>	<b>37</b>	<b>10.560</b>	<b>-24%</b>	<b>-11%</b>

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Der bereits in der Vergangenheit geringe projektrelevante Bestand in der Pirmasenser Innenstadt ist zwischenzeitlich weiter erodiert, wobei der Rückgang bei der Zahl der Betriebe deutlich stärker ausfällt als bei der Verkaufsflächenausstattung. Die bereits 2019 attestierten Problemfelder (geringe städtebauliche Qualität, hohe Leerstandsquote, niedriges Angebotsniveau etc.) haben nicht nur weiterhin Bestand, sondern haben sich in vielen Bereichen sogar intensiviert.

### 1.3.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Pirmasens ca. 40,1 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 3.780 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2018 und 2024:

Tab. 6: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Pirmasens im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung Umsatz 2018 bis 2024 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	27,4	3.395	25,3	3.525	-2,1	-8%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	0,1	4.165	--	--	-0,1	-100%
• Sonstiges	15,0	4.035	14,8	4.315	-0,1	-1%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>42,5</b>	<b>3.595</b>	<b>40,1</b>	<b>3.780</b>	<b>-2,4</b>	<b>-6%</b>

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Die Pirmasenser Innenstadt verzeichnet insgesamt nur einen vergleichsweise moderaten Umsatzrückgang. Dies ist v.a. darauf zurückzuführen, dass z.B. im (Sport-) Bekleidungssegment umsatzstarke Betriebe wie H&M, C&A oder Niebel (ehemals Alder) nach wie vor in Betrieb sind und so die Umsatzrückgänge durch die Schließung verschiedener kleinerer Modeanbieter in gewissem Rahmen abfedern. Bei den sonstigen Sortimenten ist die Umsatzleistung nahezu unverändert, obwohl das Angebot zwischenzeitlich ebenfalls abgeschmolzen ist. Gleichwohl konnte dieser Angebotsrückgang durch steigende Flächenproduktivitäten in Branchen wie Drogeriewaren / Kosmetik oder Uhren & Schmuck weitestgehend kompensiert werden. Im Schuhsegment ist hingegen der einzige 2019 noch vorhandene Betrieb zwischenzeitlich aus dem Markt ausgeschieden. Die neu



berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Pirmasens zu analysieren.

## 1.4 Der ZVB Innenstadt im Oberzentrum Saarbrücken

### 1.4.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

In der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom März 2025 wurde das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Saarbrücken durch ecostra-Mitarbeiter erneut vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 274 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 101.985 m<sup>2</sup>

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2018, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des Zweibrücken Fashion Outlet zum ersten Mal erfasst wurde, wie folgt dar:

Tab. 7: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Saarbrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung 2018 bis 2024 in %	
	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	94	91.165	72	63.720	-23%	-30%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	31	7.340	15	4.235	-52%	-42%
• Sonstiges	78	12.470	62	13.935	-21%	+12%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>203</b>	<b>110.975</b>	<b>149</b>	<b>81.890</b>	<b>-27%</b>	<b>-26%</b>

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Es ist zu erkennen, dass die Saarbrücker Innenstadt zwar noch immer über einen umfangreichen projektrelevanten Einzelhandelsbesatz verfügt, in den letzten Jahren aber das Angebot deutlich abgeschmolzen ist. Differenziert nach Sortimenten sind die Rückgänge im Bereich (Sport-) Schuhe & Lederwaren nochmals stärker ausgeprägt, als bei (Sport-) Bekleidung.<sup>1</sup> Demgegenüber ist in Bezug auf die sonstigen relevanten Sortimente zumindest ein gewisses Verkaufsflächenwachstum zu konstatieren, welches v.a. mit der Ansiedlung eines Müller-Drogeriemarktes zusammenhängt. In der

<sup>1</sup> Über die den gesamten Modemarkt betreffenden Trends und Entwicklungen (u.a. Konsumzurückhaltung und Umschichtungen im Ausgabeverhalten, Marktanteilsgewinne des Onlinehandels) hinaus, macht sich im Schuhfachhandel auch die spätestens seit der Corona-Pandemie eingesetzte „Casualisierung“ der Mode – erkennbar u.a. am anhaltenden Sneaker-Trend – in besonderem Maße bemerkbar und setzt den traditionellen Schuhfachhandel unter Druck. Laut einer kürzlich veröffentlichten Pressemitteilung des BTE geht der Verband davon aus, dass sich die Zahl der stationären Schuhläden deutschlandweit seit 2010 in etwa halbiert hat. Profiteure der Entwicklung seien demnach der Onlinehandel, aber auch der Modehandel, der sein Schuhangebot ausgebaut habe. Insofern folgt die Entwicklung des Einzelhandels in Saarbrücken durchaus einem deutschlandweiten Trend. Vgl.: BTE Handelsverband Textil, Schuhe, Lederwaren: <https://www.bte.de/schwachebte-pressemeldung-zur-hds-l-pressekonzferenz-am-25.-august-2025s-erstes-halbjahr/>



Detailbetrachtung wird deutlich, dass vor allem die Europa-Galerie eine krisenhafte Entwicklung zeigt und sich ein Großteil der Rückgänge bei Betrieben und Verkaufsflächen auf dieses Shoppingcenter zurückführen lässt. Auch der insolvenzbedingte Schließung eines ehemaligen Kaufhof-Warenhauses in der Bahnhofstraße mit ca. 19.500 m<sup>2</sup> VK schlägt sich entsprechend in der quantitativen Angebotsentwicklung nieder. Insgesamt ist zu konstatieren, dass die zwischenzeitlich erfolgten Angebotsverluste überwiegend auf die Europa-Galerie und das ehemalige Kaufhof-Warenhaus beschränkt sind und somit nur einen vergleichsweise kleinen räumlichen Bereich der Innenstadt umfassen. Insgesamt verfügt Saarbrücken v.a. im konsumigen Angebotssegment noch immer über einen umfangreichen und attraktiven Einzelhandelsbesatz und ist daher trotz eines nicht unerheblichen Angebotsrückgangs nach wie vor die dominierende Einkaufsdestination im Saarland, Teilen des angrenzenden Rheinland-Pfalz und der französischen Grenzregion.

#### 1.4.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Saarbrücken ca. 346,2 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 4.230 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2018 und 2024:

Tab. 8: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Saarbrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung Umsatz 2018 bis 2024 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	336,1	3.685	251,6	3.950	-84,5	-25%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	21,5	2.930	18,9	4.465	-2,6	-12%
• Sonstiges	60,6	4.865	75,7	5.435	+15,1	+25%
<b>Projektrelevante Sor- timente insgesamt</b>	<b>418,2</b>	<b>3.770</b>	<b>346,2</b>	<b>4.230</b>	<b>-72,1</b>	<b>-17%</b>

Quellen: ecostra-Umsatzzschätzung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Analog zur Verkaufsflächenentwicklung ist im Vergleich zur Auswirkungsanalyse 2019 auch der projektrelevante Einzelhandelsumsatz gesunken. Aufgrund der Preissteigerung und allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung fällt aber der nominale Umsatzrückgang geringer aus als die Verkaufsflächenabnahme. Über alle Sortimentsbereiche hinweg steigt die Flächenproduktivität teils deutlich an. Neben der allgemeinen Branchenentwicklung ist dieser Effekt insbesondere auf die Tatsache zurückzuführen, dass der bislang durch nun geschlossene Betriebe gebundene Umsatz nicht vollständig an andere Einzelhandelsstandorte im überörtlichen Umfeld oder das Internet abfließt, sondern in wesentlichen Teilen in der Saarbrücker Innenstadt verbleibt und von den dort noch vorhandenen Betrieben absorbiert wird, die dann entsprechende Umsatzzuwächse verzeichnen. So ist z.B. davon auszugehen, dass nicht geringe Teile der Umsätze des geschlossenen Galeria Kaufhof-Warenhauses an den noch bestehenden Galeria Karstadt-Standort geflossen sind und hier zu einer Konsolidierung der wirtschaftlichen



Ertragssituation beigetragen haben.<sup>1</sup> Noch deutlicher ist dieser Effekt im Angebotssegment Schuhe und Lederwaren ausgeprägt, wo zwar rd. 50 % der Betriebe gegenüber 2019 aus dem Markt ausgeschieden sind, aber u.a. mit Deichmann (zwei Standorte), Rieker, Tamaris, Schuhmarke, Snipes oder Foot Locker noch immer ein umfangreiches und attraktives Angebot vorhanden ist, welches eine überwiegend ähnliche Marken- und Preislagenorientierung wie die geschlossenen Schuh- und Lederwarenanbieter aufweist. Angesichts des noch vorhandenen Angebotsumfangs und weitestgehend fehlender alternativer Versorgungsstandorte im regionalen Umfeld dürfte der überwiegende Teil der bisherigen Schuh- und Lederwarenumsätze nun durch diese noch bestehenden Betriebe gebunden werden.<sup>2</sup>

Im Bereich der sonstigen Sortimente ist sogar ein signifikanter Umsatzzuwachs zu verzeichnen, welcher v.a. auf die Ansiedlung eines Müller-Drogeriemarktes zurückzuführen ist. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Saarbrücken zu analysieren.

## **1.5 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Zweibrücken**

### **1.5.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt**

In der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom März 2025 wurde das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Zweibrücken durch ecostra-Mitarbeiter erneut vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 83 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 10.290 m<sup>2</sup>

ermittelt werden.

---

<sup>1</sup> Dieser Effekt hat sich auch in der Vergangenheit immer wieder gezeigt, wenn Einzelhandelsbetriebe – aus welchen Gründen auch immer – aus dem Markt ausgeschieden sind. So führte z.B. die Insolvenz der Drogeriewarenkette Schlecker im Jahr 2012 nicht zu einem Rückgang des Ausgabevolumens der Verbraucher für Drogeriewaren, sondern zu entsprechenden Kaufkraftzuflüssen bei den übrigen Anbietern, wobei die direkten Wettbewerber dm und Rossmann – und hier wiederum v.a. jene im näheren räumlichen Umfeld – zu den größten Profiteuren gehörten. Eine ähnliche Entwicklung war auch im Baumarkt-Sektor nach der Schließung von Praktiker bzw. Max Bahr zu erkennen.

<sup>2</sup> Im Rahmen dieser Studie wird davon ausgegangen, dass ca. 70 % der durch die geschlossenen Schuh- und Lederwarenanbieter gebundenen Umsätze in der Saarbrücker Innenstadt verbleiben und die übrigen 30 % an andere Einzelhandelsstandorte im näheren oder weiteren Umfeld bzw. das Internet abfließen. Angesichts des vorhandenen Angebots und der regionalen Wettbewerbsstruktur stellt dieser Wert einen vorsichtigen Ansatz dar, welcher die mögliche Umsatzentwicklung des Schuh- und Lederwarenhandels in der Saarbrücker Innenstadt keinesfalls überschätzt. So finden sich im regionalen Umfeld kaum attraktive Alternativstandorte, auf welche die Verbraucher für den Einkauf von Schuh- und Lederwaren ausweichen könnten und auch eine übermäßige Verlagerung der bislang stationär gebundenen Kaufkraft in das Internet ist vor dem Hintergrund des noch immer ansprechenden Schuh- und Lederwarenangebots in der Saarbrücker Innenstadt und der bereits hohen Online-Anteile in diesem Segment nicht zu erwarten. Aus fachlicher Sicht dürfte sogar ein Wert von ca. 80 % verbleibender und den übrigen Betrieben zufließender Kaufkraft im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe & Lederwaren in der Saarbrücker Innenstadt durchaus realistisch sein.



In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2018, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des Zweibrücken Fashion Outlet zum ersten Mal erfasst wurde, wie folgt dar.

Tab. 9: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Zweibrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung 2018 bis 2024 in %	
	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	20	3.390	15	3.195	-25%	-6%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	3	340	2	280	-33%	-18%
• Sonstiges	18	1.765	16	1.580	-11%	-10%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>41</b>	<b>5.495</b>	<b>33</b>	<b>5.055</b>	<b>-20%</b>	<b>-8%</b>

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Bezogen auf das projektrelevante Angebotssegment beläuft sich der Rückgang bei der Zahl der Betriebe auf ca. -20 % und bei der Verkaufsflächenausstattung auf ca. -8 %. Dabei entfällt der Großteil der Änderungen auf das Bekleidungssegment und die sonstigen Sortimente. Das ohnehin nur wenig ausgebaute Segment (Sport-) Schuhe & Lederwaren ist lediglich um -1 Betrieb bzw. ca. -60 m<sup>2</sup> geschrumpft und damit auf niedrigem Niveau vergleichsweise stabil. Insgesamt hat die Zweibrücker Innenstadt angebotsbezogen weiter an Attraktivität eingebüßt. Gleichzeitig sind aber die (wenigen) leistungsstärkeren Betriebe mit einer über den Nahbereich hinausgehenden Ausstrahlung noch immer in Betrieb, sodass kein gravierender Funktionsverlust gegenüber der Situation von 2018 zu erkennen ist.

### 1.5.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Zweibrücken ca. 21,1 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 4.175 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2018 und 2024:

Tab. 10: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Zweibrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024

	2018		2024		Veränderung Umsatz 2018 bis 2024 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	11,2	3.315	10,5	3.275	-0,8	-7%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1,1	3.160	0,9	3.285	-0,2	-14%
• Sonstiges	9,2	5.230	9,7	6.155	+0,5	+5%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>21,6</b>	<b>3.925</b>	<b>21,1</b>	<b>4.175</b>	<b>-0,5</b>	<b>-2%</b>

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2018 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Insgesamt ist die Umsatzleistung bei den projektrelevanten Sortimenten in der Innenstadt von Zweibrücken nur moderat zurückgegangen. So entspricht die



Umsatzentwicklung bei (Sport-) Bekleidung dem ebenfalls nur überschaubaren Verkaufsflächenverlust und bei (Sport-) Schuhen & Lederwaren hat sich der – ohnehin nur geringe Bestand – bei absoluter Betrachtung ebenfalls nur marginal verringert. Bei den sonstigen Sortimenten konnten die geringfügigen Angebotsrückgänge (ca. -2 Betriebe) durch branchentypisch gestiegene Flächenproduktivitäten nicht nur kompensiert, sondern sogar leichte Umsatzzugewinne erzielt werden. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet vor dem Hintergrund der veränderten Angebotsituation im ZVB Innenstadt von Zweibrücken zu analysieren.

## 1.6 Der ZVB Innenstadt im Oberzentrum Kaiserlautern

### 1.6.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

In der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom März 2025 wurde das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Kaiserlautern durch ecostra-Mitarbeiter erneut vollständig erfasst und bewertet. Insgesamt konnten hierbei

- ca. 310 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 47.740 m<sup>2</sup>

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2020, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des Zweibrücken Fashion Outlet zum ersten Mal erfasst wurde, wie folgt dar.

Tab. 11: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Kaiserlautern im Zeitraum von 2021 bis 2024

	2020		2024		Veränderung 2018 bis 2024 in %	
	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	93	28.125	71	22.200	-24%	-21%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	16	2.240	11	1.915	-31%	-15%
• Sonstiges	60	11.465	50	9.815	-17%	-14%
<b>Projektrelevante Sortimente insgesamt</b>	<b>169</b>	<b>41.830</b>	<b>132</b>	<b>33.930</b>	<b>-22%</b>	<b>-19%</b>

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2020 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Das projektrelevante Segment weist bei der Zahl der Betriebe einen Rückgang um ca. -22 % und bei der Verkaufsflächenausstattung um ca. -19 % auf. Auch auf Ebene der Sortimentsbereiche ist der Trend rückläufig, wobei das Angebot bei den sonstigen Sortimenten weniger stark geschrumpft ist, als bei (Sport-) Bekleidung und (Sport-) Schuhe, Lederwaren.

Insgesamt ist die Entwicklung in der Kaiserlauterer Innenstadt seit der letzten Erhebung im Jahr 2020 zweitgeteilt zu bewerten. So sind die innerstädtischen Geschäftslagen wie die Fackel-, Markt-, Eisenbahn- und Kerststraße weitestgehend stabil geblieben und



konnten sogar punktuell attraktive Neuansiedlungen verzeichnen. Insbesondere in der Fackelstraße konnten seinerzeit noch vorhandenen Ladenleerstände beseitigt werden. Insofern ist hier kein nennenswerter Bedeutungs- und Funktionsverlust festzustellen, was sich nicht zuletzt in einer durchweg guten Passantenfrequenz widerspiegelt. Anders stellt sich die Lage im „K in Lautern“ dar, welches zuletzt mit einer hohen Mieterfluktuation, einer nachlassenden Angebotsattraktivität sowie einer Zunahme von Ladenleerständen konfrontiert war. Insgesamt besitzt Kaiserlautern aber nach wie vor einen umfangreichen und durchaus leistungsfähigen innerstädtischen Einzelhandel im überwiegend niedrig- und mittelpreisigen Segment und ist insofern weiterhin der mit Abstand bedeutendste Einzelhandelsstandort im Südwesten von Rheinland-Pfalz.

### 1.6.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Kaiserlautern ca. 123,6 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 3.645 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2020 und 2024:

Tab. 12: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Kaiserlautern im Zeitraum von 2020 bis 2024

	2020		2024		Veränderung Umsatz 2018 bis 2024 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m <sup>2</sup> VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	103,9	3.695	80,38	3.620	-23,5	-23%
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	7,6	3.375	7,1	3.715	-0,4	-6%
• Sonstiges	38,7	3.375	36,1	3.680	-2,6	-7%
<b>Projektrelevante Sor- timente insgesamt</b>	<b>150,2</b>	<b>3.590</b>	<b>123,63</b>	<b>3.645</b>	<b>-26,5</b>	<b>-18%</b>

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2020 und 2024; ggf. Rundungsdifferenzen

Die Umsatzrückgänge in der Kaiserlauterer Innenstadt sind im Bekleidungssegment am stärksten ausgeprägt und hier zu weiten Teilen auf die Schließung einer Primark-Filiale mit ca. 4.760 m<sup>2</sup> VK im „K in Lautern“ zurückzuführen. Auch die übrigen projektrelevanten Sortimentsbereiche zeigen Umsatzrückgänge, die aber mit ca. -6 % bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren bzw. ca. -7 % bei den sonstigen Sortimenten deutlich schwächer ausfallen. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Zweibrücken zu analysieren.



## 2. Analyse der Umsatzerwartung, der Kaufkraftströme und der möglichen Auswirkungen auf Städtebau und Raumordnung

### 2.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Zweibrücken Fashion Outlet im derzeitigen Bestand sowie nach der geplanten Erweiterung

#### 2.1.1 Derzeitige Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des Zweibrücken Fashion Outlet im Vergleich der Jahre 2019 und 2025

Im Vergleich zur Auswirkungsanalyse im Jahr 2019 hat sich die in Betrieb befindliche Verkaufsfläche um ca. +610 m<sup>2</sup> VK auf ca. 20.110 m<sup>2</sup> VK geringfügig erhöht. Die absolute und prozentuale Verteilung der jeweiligen Sortimentsbereiche hat sich ebenfalls nur geringfügig verändert (vgl. Tab. 13).

Tab. 13: Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet in den Jahren 2019 und 2025

Sortimente	2019			2025		
	Stores	VK	Anteil VK	Stores	VK	Anteil VK
• (Sport-) Bekleidung	71	15.115 m <sup>2</sup>	77 %	70	15.220 m <sup>2</sup>	76 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	17	2.295 m <sup>2</sup>	12 %	20	2.915 m <sup>2</sup>	14 %
• Sonstige Sortimente	19	2.095 m <sup>2</sup>	11 %	21	1.980 m <sup>2</sup>	10 %
• <b>Insgesamt</b>	<b>107</b>	<b>19.500 m<sup>2</sup></b>	<b>100 %</b>	<b>111</b>	<b>20.110 m<sup>2</sup></b>	<b>100 %</b>

Quelle: ecostra-Erhebungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Insgesamt weist das ZFO somit nach wie vor eine nahezu idealtypische Sortimentsgliederung wie sie auch bei anderen europäischen Outlet Centern ohne sortimentsbezogene Flächenbeschränkungen zu finden ist.

#### 2.1.2 Derzeitige Marktdurchdringung und räumliche Umsatzherkunft des Zweibrücken Fashion Outlet

In der Aggregation beläuft sich der aktuelle Gesamtumsatz des Zweibrücken Fashion Outlet auf **ca. 139,8 Mio. €**, was einer Flächenproduktivität von ca. 6.950 € je m<sup>2</sup> VK entspricht. Damit hat sich der Umsatz im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 um ca. +5,8 Mio. € (= ca. +4,3 %) erhöht.



Tab. 14: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der Umsatzleistung des Zweibrücken Fashion Outlet mit ca. 19.500 m<sup>2</sup> VK im Jahr 2019

	(Sport-) Bekleidung			(Sport-) Schuhe, Lederwaren			Sonstiges			Insgesamt		
	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	477,9	5,2	25,1	104,6	3,8	4,0	426,6	0,7	3,1	1.009,1	3,2	32,2
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	950,3	2,9	27,2	210,0	2,1	4,4	826,0	0,4	3,3	1.986,3	1,8	34,8
<b>Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)</b>	<b>1.428,2</b>	<b>3,7</b>	<b>52,3</b>	<b>314,6</b>	<b>2,7</b>	<b>8,4</b>	<b>1.252,6</b>	<b>0,5</b>	<b>6,4</b>	<b>2.995,4</b>	<b>2,2</b>	<b>67,0</b>
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	2.941,8	1,0	28,2	649,3	0,7	4,5	2.600,5	0,1	3,4	6.191,6	0,6	36,2
<b>Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)</b>	<b>4.370,0</b>	<b>1,8</b>	<b>80,5</b>	<b>963,9</b>	<b>1,3</b>	<b>12,9</b>	<b>3.853,1</b>	<b>0,3</b>	<b>9,8</b>	<b>9.187,0</b>	<b>1,1</b>	<b>103,2</b>
Streuumsätze	--	--	24,0	--	--	3,9	---	--	2,9	--	--	30,8
<b>Umsatzleistung insgesamt</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>104,5</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>16,7</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>12,7</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>134,0</b>

KK = Kaufkraft

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen



Tab. 15: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der aktuellen Umsatzleistung des Zweibrücken Fashion Outlet mit ca. 20.110 m<sup>2</sup> VK im Jahr 2025

	(Sport-) Bekleidung			(Sport-) Schuhe, Lederwaren			Sonstiges			Insgesamt		
	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	485,4	5,3	25,7	105,6	4,6	4,9	501,2	0,6	3,0	1.092,2	3,1	33,5
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	959,5	2,9	27,8	206,3	2,6	5,3	977,6	0,3	3,3	2.143,3	1,7	36,3
<b>Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)</b>	<b>1.444,8</b>	<b>3,7</b>	<b>53,5</b>	<b>311,9</b>	<b>3,2</b>	<b>10,1</b>	<b>1.478,8</b>	<b>0,4</b>	<b>6,3</b>	<b>3.235,5</b>	<b>2,2</b>	<b>69,9</b>
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	3.042,3	1,0	29,2	662,6	0,8	5,5	3.142,7	0,1	3,4	6.847,5	0,6	38,2
<b>Zonen I – III (Einzugsgebiet insgesamt)</b>	<b>4.487,1</b>	<b>1,8</b>	<b>82,6</b>	<b>974,5</b>	<b>1,6</b>	<b>15,7</b>	<b>4.621,4</b>	<b>0,2</b>	<b>9,7</b>	<b>10.083,0</b>	<b>1,1</b>	<b>108,0</b>
Streuumsätze	--	--	24,3	--	--	4,6	--	--	2,9	--	--	31,7
<b>Umsatzerwartung insgesamt</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>106,9</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>20,3</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>12,6</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>139,8</b>

KK = Kaufkraft

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen



Aufgrund einer mehr oder weniger unveränderten Wettbewerbssituation im (über-) regionalen Standortumfeld ist die prozentuale räumliche Umsatzherkunft weitgehend identisch geblieben. Damit entfallen ca. 31,7 Mio. € bzw. ca. 23 % des Gesamtumsatzes auf Kunden mit einer Anfahrtszeit von mehr als 90 PKW-Fahrminuten, während mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet derzeit ca. 108,0 Mio. € bzw. ca. 77 % des Umsatzes getätigt werden. Die gesamte Umsatzerwartung setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

Zone I (Naheinzugsgebiet)	:	ca. 33,5 Mio. €	bzw.	ca. 24 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	:	ca. 36,3 Mio. €	bzw.	ca. 26 %
• Zone III (Fernezeugsgebiet)	:	ca. 38,2 Mio. €	bzw.	ca. 27 %
• <b>Zonen I – III (Einzugsgebiet ges.)</b>	:	<b>ca. 108,0 Mio. €</b>	<b>bzw.</b>	<b>ca. 77 %</b>
• Streuumsätze	:	ca. 31,7 Mio. €	bzw.	ca. 23 %
• <b>Umsatz insgesamt</b>	:	<b>ca. 139,8 Mio. €</b>	<b>bzw.</b>	<b>ca. 100 %</b>

Eine detaillierte Aufschlüsselung der Kaufkraftabschöpfung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet nach den jeweiligen Sortimentsbereichen und einzelnen Zonen des abgegrenzten Einzugsgebietes im Vergleich der Jahre 2019 und 2025 ist in den Tabellen 14 und 15 enthalten. Im Vergleich zum Jahr 2019 haben die Kaufkraftpotenziale aufgrund einer leicht gestiegenen Einwohnerzahl und angewachsener Pro-Kopf-Ausgaben in den projektrelevanten Bereichen in allen Zonen des Einzugsgebietes geringfügig zugenommen. Gleichzeitig hat sich die in Betrieb befindliche Verkaufsfläche des ZFO v.a. im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe und Lederwaren etwas vergrößert (ca. +620 m<sup>2</sup> VK), während sich das Angebot bei (Sport-) Bekleidung kaum verändert (ca. +105 m<sup>2</sup> VK) bzw. bei den sonstigen Sortimenten sogar geringfügig abgenommen (ca. -115 m<sup>2</sup> VK) hat. Vor diesem Hintergrund steigt der Umsatz für (Sport-) Schuhe & Lederwaren von ca. 16,8 Mio. € auf ca. 20,3 Mio. €, was auch einen entsprechenden Anstieg der Kaufkraftabschöpfungsquoten zur Folge hat. Bei (Sport-) Bekleidung steigen die absoluten Umsatzgrößen ebenfalls in gewissem Rahmen an, was aber nur zu marginal erhöhten Kaufkraftabschöpfungsquoten führt. Der Umsatz der sonstigen Sortiment ist aufgrund des zwischenzeitlich reduzierten Verkaufsflächenangebots hingegen leicht rückläufig.

### 2.1.3 Umsatzerwartung des Zweibrücken Fashion Outlet nach erfolgter Realisierung der geplanten Verkaufsflächenerweiterung

Für die Umsatzschätzung des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet ist eine Sortiment- und Verkaufsflächenkonzeption anzusetzen, welche die Maßgaben des raumordnerischen Entscheids vom 31.08.2023 berücksichtigt.<sup>1</sup> Demnach ist

<sup>1</sup> Vgl.: STRUKTUR- UND GENEHMIGUNGSDIREKTION SÜD (Hrsg.): Raumordnerischer Entscheid mit integriertem Zielabweichungsverfahren über die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Neustadt an der Weinstraße, 31.08.2023.



- die Gesamtverkaufsfläche durch geeignete Festsetzungen in der Bauleitplanung auf maximal 29.500 m<sup>2</sup> zu begrenzen
- in den einzelnen Sortimentsgruppen des Kernsortiments die nachfolgenden maximalen Verkaufsflächen wie folgt festzuschreiben:
  - Bekleidung max. 22.000 m<sup>2</sup>
  - Sportbekleidung<sup>1</sup> max. 500 m<sup>2</sup>
  - Schuhe & Lederwaren max. 4.200 m<sup>2</sup>
  - Sportschuhe<sup>2</sup> max. 500 m<sup>2</sup>
- die Verkaufsfläche für das beantragte Randsortiment auf maximal 2.300 m<sup>2</sup> zu begrenzen, wobei die maximale Verkaufsfläche in den einzelnen innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen 800 m<sup>2</sup> nicht überschreiten darf
- eine Definition des Luxussortiments ist im Zuge der Bauleitplanung in einem städtebaulichen Vertrag festzulegen.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Um Abgrenzungsproblemen zwischen Bekleidung und Sportbekleidung sowie Schuhen und Sportschuhen entgegenzuwirken wurde auf spezifische Anforderung im raumordnerischen Entscheid vom 31.08.2023 eine enge und somit eindeutige Definition entwickelt. Demnach sind Sportbekleidung oder Sportschuhe im Sinne der getroffenen Sortimentsfestsetzungen solche Artikel, welche

- zur Ausübung der jeweiligen Sportart vorgesehen sind und
- in der üblichen nicht-sportiven Freizeit- sowie Arbeitswelt bzw. dem nicht-sportiven Alltag in der Regel nicht verwendet werden.

Sollte eine Zuordnung zum Sortiment Sportbekleidung oder Sportschuhe nicht zweifelsfrei möglich sein, wird das entsprechende Produkt dem Sortiment Bekleidung oder Schuhe zugerechnet.

Von Sportbekleidung und Sportschuhen weiterhin abzugrenzen sind die Warengruppen:

- Sportgeräte (z.B. Surfbrett, Kajak, Kanu, Ski, Snowboard, Kickboard / Scooter, Tennis-, Badminton-, Golf-, Eishockeyschläger, Hanteln / Gewichte, Heim-, Crosstrainer, Gymnastikgeräte, Kampfsportgeräte, Tourenrucksäcke, Angeln, Harpunen, Bogen, Reitsättel, sonstige Großgeräte)
- Sportartikel (z.B. Fuß-, Tennis-, Badminton-, Golfbälle, Fahrrad-, Schwimm-, Taucherbrillen, Helme, Trinkflaschen, Karabiner, Abseilgeräte, Kletterseile, Fitness-Tracker, Sportcomputer)

welche beide ebenfalls zur Ausübung der jeweiligen Sportart vorgesehen sind und in der üblichen Freizeit- sowie Arbeitswelt bzw. dem (nicht-sportiven) Alltag in der Regel keine Verwendung finden. Bei „Sportgeräten“ handelt es sich somit um die in den Sortimentslisten der kommunalen Einzelhandelskonzepten meist den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordneten großformatigen Produkte, während unter „Sportartikel“, die meist den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordneten kleinteiligen Produkte zu verstehen sind. Vgl.: ZWECKVERBAND ENTWICKLUNGSGEBIET FLUGPLATZ ZWEIBRÜCKEN (ZEF): Bebauungsplan „Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken“. Textliche Festsetzungen. Zweibrücken, (Entwurf 2025).

<sup>2</sup> s. obenstehende Definition.

<sup>3</sup> Zur Bestimmung des Luxussortiments wurde folgende Definition entwickelt: „Luxus-/Premiumartikel sind solche, die folgende Merkmale aufweisen, wobei diese Merkmale nicht alle gleichzeitig, aber doch überwiegend zutreffen müssen:

- Gehobene oder hohe Preislage
- Marketing ist v.a. auf kaufkraftstärkere Zielgruppen ausgerichtet, zeigt keine ausgeprägte Betonung der Preiswürdigkeit des Produktes bzw. der Marke, sondern betont vielmehr deren Exklusivität.
- Produkte bzw. Marken werden u.a. bereits in bekannten Outlet-Centern vertrieben, welche in der Branche als Premiumstandorte allgemein für ein hohes Markenangebot bekannt sind, so z.B. Designer Outlet Roermond (NL) oder Outletcity Metzingen (D).
- Produkte bzw. Marken werden u.a. bereits in bekannten Luxuskaufhäusern angeboten, so z.B. KaDeWe in Berlin (D), Oberpollinger in München (D), Galeries Lafayette und Printemps in Paris (F) oder Harrods in London (UK).
- Produkte bzw. Marken, welche in Fachpublikationen (z.B. Textilwirtschaft, Luxury Fashion Report von Facit / Markenverband) allgemein als Premium- bzw. Luxusmarken bezeichnet oder mindestens dem gehobenen Genre zugerechnet werden“.

Vgl. ZWECKVERBAND ENTWICKLUNGSGEBIET FLUGPLATZ ZWEIBRÜCKEN (ZEF): Bebauungsplan „Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken“. Begründung. Zweibrücken, (Entwurf 2025)



Somit enthalten die Festsetzungen des raumordnerischen Entscheides – anders als noch die Festsetzungsvorschläge aus der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 – keine Verkaufsflächenkorridore mehr. Stattdessen entspricht nun die Summe der jeweiligen Verkaufsflächenobergrenzen in den verschiedenen Sortimentsbereichen exakt der maximal möglichen Verkaufsfläche von ca. 29.500 m<sup>2</sup>. Gegenüber der Sortiments- und Verkaufsflächenkonzeption, die der Umsatzschätzung der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 zugrunde lag, kommt es durch die Maßgaben des raumordnerischen Entscheides zu gewissen Abweichungen. So sehen die Festsetzungen des raumordnerischen Entscheides zwischenzeitlich bei (Sport-) Bekleidung (ca. +380 m<sup>2</sup> VK) und (Sport-) Schuhe, Lederwaren (ca. +905 m<sup>2</sup>) höhere Flächenwerte vor, während die sonstigen Sortimente um ca. -1.285 m<sup>2</sup> VK deutlich reduziert werden. Eine vergleichende Übersicht der Sortimentskonzeption für die Umsatzschätzung 2019 (Erweiterungsplanung), der jeweils städtebaulich und raumordnerisch geprüften Verkaufsflächenkorridore sowie die jetzige Sortimentskonzeption des raumordnerischen Entscheides, welche die Basis der nun aktualisierten Umsatzschätzung bildet, ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.<sup>1</sup>

Tab. 16: Flächenkonzeption des Zweibrücken Fashion Outlets

Sortimente*	Sortimentskonzeption Auswirkungsanalyse 2019		Festlegung der Sortimentskonzeption aus dem raumordnerischen Entscheid	
	Mittelwerte	Maximalwerte		
(Sport-) Bekleidung	22.120 m <sup>2</sup>	22.500 m <sup>2</sup>		22.000 m <sup>2</sup>
	--	--	Sportbekleidung**	500 m <sup>2</sup>
(Sport-) Schuhe, Lederwaren	3.795 m <sup>2</sup>	4.700 m <sup>2</sup>		4.200 m <sup>2</sup>
	--	--	Sportschuhe**	500 m <sup>2</sup>
Sonstige Sortimente	3.585 m <sup>2</sup>	4.000 m <sup>2</sup>		2.300 m <sup>2</sup>
• davon max. VK je Warengruppe	max. 400 m <sup>2</sup>	max. 400 m <sup>2</sup>		max. 700 m <sup>2</sup>
<b>Insgesamt</b>	<b>29.500 m<sup>2</sup></b>	<b>--</b>		<b>29.500 m<sup>2</sup></b>

Quelle: ecostra-Erhebungen, ca. Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

\*= Die aktuellen Festsetzungen sehen eine getrennte Betrachtung von Bekleidung und Sportbekleidung bzw. Schuhen & Lederwaren sowie Sportschuhen vor. In der ecostra-Analyse 2019 wurde diese Sortimentsbereiche jeweils aggregiert betrachtet.

\*\*= Hier ist die spezifische Definition der Warengruppen Sportbekleidung bzw. Sportschuhe zu beachten

Der raumordnerische Bescheid macht somit Vorgaben zur Bestimmung der Sortimente Bekleidung und Sportbekleidung sowie Schuhe und Sportschuhe. Im Rahmen der geplanten B-Plan-Festsetzungen wurden zudem die sonstigen Sortimente weiter ausdifferenziert und jeweils mit spezifischen Verkaufsflächenobergrenzen versehen.<sup>2</sup> In den bislang vorliegenden ecostra-Untersuchungen zur ZFO-Erweiterung wurden die

<sup>1</sup> Im Rahmen der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 wurde eine Erweiterung des ZFO auf ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK untersucht, wobei für die Ermittlung der Umsatzerwartung eine Flächenkonzeption zugrunde gelegt wurde, wie sie auch tatsächlich umgesetzt werden kann. D.h. in der Addition der Flächen einzelner Sortimente wird die insgesamt zulässige VK-Größe nicht überschritten. In einem weiteren, dann darauf aufbauenden Schritt wurde untersucht, wie sich die möglichen Auswirkungen im Falle des Ausnutzens der vorgesehenen sortimentsbezogenen maximalen Verkaufsflächenobergrenzen (sog. „Flächenkorridore“) darstellen.

<sup>2</sup> Vgl.: ECOSTRA: Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse 09 / 2019 bzw. 05 / 2021 zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet“ (ZFO) in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Wiesbaden, 14.03.2025. S. 30.



entsprechenden Berechnungen und Bewertungen auf Basis einer Sortimentsstruktur erstellt, welche Bekleidung und Sportbekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sportschuhe sowie die sonstigen Sortimente jeweils aggregiert betrachtet.

Aus fachlicher Sicht sind auch bei Einzelbetrachtung der jeweiligen Sortimente und Warengruppen des raumordnerischen Entscheids bzw. der geplanten B-Plan-Festsetzungen keine wesentlichen negativen ökonomischen, städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen zu erwarten. Bei einer Verkaufsflächengröße von max. 500 m<sup>2</sup> für Sportbekleidung bzw. Sportschuhe oder max. 700 m<sup>2</sup> für sonstige Sortimente wie Drogeriewaren, Kosmetik<sup>1</sup> kann in Anbetracht des weiträumigen Einzugsgebiets und einer breiten Streuung eine Beeinträchtigung des bestehenden Einzelhandels in den ZVBs der Städte und Gemeinden im Untersuchungsraum eindeutig ausgeschlossen werden. Auch wenn die jeweilige maximale Verkaufsfläche für Sportbekleidung, Sportschuhe oder jene innerhalb der sonstigen Sortimente ausgeschöpft werden würde, handelt es sich noch immer um vergleichsweise geringe Größen deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit. Diese Einschätzungen erfolgen auch vor dem Hintergrund, dass das Zweibrücken Fashion Outlet für den Kauf von Artikeln aus den o.a., flächenbezogen stark begrenzten Warengattungen i.d.R. nicht speziell angefahren werden wird, sondern dass hier v.a. Mitnahmeeffekte vorherrschen. Hinzu kommt, dass hier – aufgrund der eher geringen Verkaufsflächengröße – eine nur ausschnittsweise Sortimentsdarstellung erfolgt und eine vollständige Bedarfsdeckung kaum möglich ist.

Basierend auf diesen veränderten Festsetzungen zur Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur im raumordnerischen Entscheid errechnet sich für das Zweibrücken Fashion Outlet nach Umsetzung der vorgesehenen Flächenerweiterung ein Umsatzpotenzial von insgesamt

**ca. 197,7 Mio. €,**

was bei ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK einer Flächenproduktivität von ca. 6.700,- € / m<sup>2</sup> VK entspricht, wobei dies einen oberen Wertansatz darstellt. Gegenüber der ecostra-Auswirkungsanalyse erhöht sich der Umsatz somit um ca. +6,8 Mio. € (= ca. +3,6 %). Dieser Umsatzzuwachs ist insbesondere auf den Anstieg des Kaufkraftvolumens im Vergleichszeitraum und die veränderte Sortimentskonzeption zurückzuführen. Da die Gesamtverkaufsfläche unverändert bleibt, steigt folglich auch die Flächenproduktivität von ca. 6.470 €/m<sup>2</sup> VK auf ca. 6.700 €/m<sup>2</sup> VK an. Nach räumlich differenzierten Kundengruppen stellt sich die gesamte Umsatzherkunft wie folgt dar:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	: ca. 38,3 Mio. €	bzw. ca. 19 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	: ca. 46,0 Mio. €	bzw. ca. 23 %
• Zone III (Fernezeugsgebiet)	: ca. 58,7 Mio. €	bzw. ca. 30 %
• <b>Zonen I – III (Einzugsgebiet gesamt)</b>	: <b>ca. 143,0 Mio. €</b>	<b>bzw. ca. 72 %</b>
• Streuumsätze	: ca. 54,6 Mio. €	bzw. ca. 28 %
• <b>Umsatz gesamt</b>	: <b>ca. 197,7 Mio. €</b>	<b>bzw. ca. 100 %</b>

<sup>1</sup> Andere Warengruppen innerhalb der sonstigen Sortimente wie Nahrungs- und Genussmittel (max. 600 m<sup>2</sup> VK), Haushaltswaren (max. 450 m<sup>2</sup> VK) oder Spielwaren (max. 200 m<sup>2</sup> VK) haben lt. B-Plan-Festsetzungen abermals geringere Verkaufsflächenobergrenzen.



Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen können die nachfolgenden Umsatzanteile ermittelt werden:

• (Sport-) Bekleidung	ca. 151,8 Mio. €	bzw.	ca. 77 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	ca. 31,6 Mio. €	bzw.	ca. 16 %
• Sonstige Sortimente	ca. 14,2 Mio. €	bzw.	ca. 7 %
• <b>Insgesamt</b>	<b>ca. 197,7 Mio. €</b>	<b>bzw.</b>	<b>ca. 100 %</b>

Es wird deutlich, dass die aus dem raumordnerischen Entscheid abgeleitete und nun zugrunde gelegte Sortimentskonzeption zu einem erhöhten Umsatzanteil für (Sport-) Bekleidung und (Sport-) Schuhen, Lederwaren führt, während der entsprechende Anteil der sonstigen Sortimente stark reduziert ist.<sup>1</sup> Im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung erhöht sich die Umsatzerwartung im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 auf nun ca. 151,8 Mio. € (ca. +6,7 Mio. €) und bei (Sport-) Schuhen, Lederwaren auf ca. 31,6 Mio. € (ca.+5,8 Mio. €). Bei den sonstigen Sortimenten sinkt der Umsatz aufgrund der geringeren Verkaufsfläche hingegen auf ca. 14,2 Mio. € (ca. -5,8 Mio. €). Entsprechend fallen bei (Sport-) Bekleidung und insbesondere bei (Sport-) Schuhen, Lederwaren die Kaufkraftabschöpfungsquoten in den Zonen des Einzugsgebiets höher aus, während sie bei den sonstigen Sortimenten niedriger sind.

---

<sup>1</sup> Im Sinne eines worst-case-Ansatzes wird davon ausgegangen, dass sämtliche Verkaufsflächenpotenziale ausgeschöpft werden. In Anbetracht der Tatsache, dass die Festsetzungen keine Verkaufsflächenkorridore vorsehen und der Textil- und Schuhbereich gegenüber den sonstigen Sortimente übergewichtet ist, dürfte in der Praxis eine vollständige Ausschöpfung der gesamten 29.500 m<sup>2</sup> VK wenig wahrscheinlich sein.



Tab. 17: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet **im Jahr 2019**

	<b>(Sport-) Bekleidung</b>			<b>(Sport-) Schuhe, Lederwaren</b>			<b>Sonstiges</b>			<b>Insgesamt</b>		
	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>
Zone I (Naheinzugsgebiet)	477,9	5,8	27,6	104,6	4,7	4,9	426,6	0,9	3,8	1.009,1	3,6	36,3
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	950,3	3,5	33,4	210,0	2,8	5,9	826,0	0,6	4,6	1.986,3	2,2	43,9
<b>Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)</b>	<b>1.428,2</b>	<b>4,3</b>	<b>60,9</b>	<b>314,6</b>	<b>3,4</b>	<b>10,8</b>	<b>1.252,6</b>	<b>0,7</b>	<b>8,4</b>	<b>2.995,4</b>	<b>2,7</b>	<b>80,2</b>
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	2.941,8	1,5	43,5	649,3	1,2	7,7	2.600,5	0,2	6,0	6.191,6	0,9	57,3
<b>Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)</b>	<b>4.370,0</b>	<b>2,4</b>	<b>104,4</b>	<b>963,9</b>	<b>1,9</b>	<b>18,6</b>	<b>3.853,1</b>	<b>0,4</b>	<b>14,4</b>	<b>9.187,0</b>	<b>1,5</b>	<b>137,4</b>
Streuumsätze	--	--	40,6	--	--	7,2	--	--	5,6	--	--	53,4
<b>Umsatzerwartung insgesamt</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>145,1</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>25,8</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>20,0</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>190,9</b>

KK = Kaufkraft

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen



Tab. 18: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet **im Jahr 2025**

	<b>(Sport-) Bekleidung</b>			<b>(Sport-) Schuhe, Lederwaren</b>			<b>Sonstiges</b>			<b>Insgesamt</b>		
	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	<b>KK-Po- tenzial in Mio. €</b>	<b>KK-Ab- schöp- fung in %</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>
Zone I (Naheinzugsgebiet)	485,4	5,9	28,8	105,6	5,7	6,0	501,2	0,7	3,5	1.092,2	3,5	38,3
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	959,5	3,6	34,9	206,3	3,5	7,3	977,6	0,4	3,8	2.143,3	2,1	46,0
<b>Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)</b>	<b>1.444,8</b>	<b>4,4</b>	<b>63,8</b>	<b>311,9</b>	<b>4,3</b>	<b>13,3</b>	<b>1.478,8</b>	<b>0,5</b>	<b>7,3</b>	<b>3.235,5</b>	<b>2,6</b>	<b>84,3</b>
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	3.042,3	1,5	45,5	662,6	1,4	9,5	3.142,7	0,1	3,7	6.847,5	0,9	58,7
<b>Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)</b>	<b>4.487,1</b>	<b>2,4</b>	<b>109,3</b>	<b>974,5</b>	<b>2,3</b>	<b>22,8</b>	<b>4.621,4</b>	<b>0,2</b>	<b>11,0</b>	<b>10.083,0</b>	<b>1,4</b>	<b>143,0</b>
Streuumsätze	--	--	42,5	--	--	8,9	--	--	3,3	--	--	54,6
<b>Umsatzerwartung insgesamt</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>151,8</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>31,6</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>14,2</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>197,7</b>

KK = Kaufkraft

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen



## 2.2 Die Kaufkraftbewegungen

Vor dem Hintergrund der ermittelten Umsatzleistung sowie der räumlichen Umsatzherkunft sind die durch das Planobjekt ausgelösten Kaufkraftbewegungen zu analysieren. Die Realisierung des Vorhabens wird dazu führen, dass bestehende Kaufkraftströme beeinflusst und in der Folge Umsätze von anderen Standorten zum Planobjekt verlagert werden. Für die Analyse dieser Kaufkraftströme und Umsatzverlagerungen muss nun zunächst aber die Umsatzerwartung des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet um die bereits heute durch das bestehende Center getätigten Umsätze bereinigt werden, denn hierbei handelt es sich um Kaufkraft, die bereits am Standort in Zweibrücken gebunden ist; eine Marktwirkung im Sinne von Umsatzrückgängen an anderen Standorten und den damit verbundenen Konsequenzen kann von diesem bereits gebundenen Umsatzanteil zunächst nicht mehr ausgehen.

Eine solch – methodisch für eine sachgerechte Bewertung der möglichen Auswirkungen des Vorhabens – unabdingbare Vorgangsweise bedeutet keinesfalls, dass das Vorhaben nicht in seiner Gesamtheit betrachtet und „nur“ eine Teilbewertung (z.B. der Erweiterungsfläche) vorgenommen wird. Umsatzrückgänge bei bestehenden Betrieben an Konkurrenzstandorten können jedoch ausschließlich durch die zusätzlich am Planstandort realisierten Einzelhandelsflächen bzw. – bedingt durch eine verbesserte Marktpositionierung des Gesamtprojektes – durch eine verbesserte Umsatzleistung des Bestandes entstehen, nicht aber durch Umsätze, welche dort durch die bestehenden Betriebe bereits heute getätigt werden. Jeder andere methodische Ansatz würde bedeuten, dass ein theoretischer Status quo ante definiert werden müsste, d.h. beispielsweise, wie würden sich die Kaufkraftströme im Raum darstellen, wenn ein bestimmtes Einkaufszentrum in der Vergangenheit nie gebaut worden wäre. Würde es in diesem Fall z.B. vielleicht noch Einzelhandelsbetriebe an bestimmten Standorten geben, welche heute überhaupt nicht mehr existieren? All dies hätte einen hochspekulativen Charakter.

Die Berechnungen zeigen, dass das Zweibrücken Fashion Outlet (nach der Erweiterung) zukünftig **insgesamt ca. 57,9 Mio. €** mehr an Kaufkraft binden wird, als dies bereits heute am Standort in Zweibrücken der Fall ist. Damit kommt es durch die Erweiterung der Verkaufsfläche des Zweibrücken Fashion Outlet von derzeit ca. 20.110 m<sup>2</sup> (unter Einbezug der aktuell noch ca. 890 m<sup>2</sup> ungenutzten Verkaufsfläche im derzeitigen Bestandsobjekt) auf zukünftig ca. 29.500 m<sup>2</sup> (= ca. +47 %) zu einer Umsatzausweitung von ca. +41 %.<sup>1</sup> Aufgegliedert nach Zonen des Einzugsgebietes stellt sich die Umsatzausweitung beim Untersuchungsobjekt wie folgt dar:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	ca. +4,8 Mio. €	bzw. ca. +14,3 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	ca. +9,6 Mio. €	bzw. ca. +26,5 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	ca. +20,6 Mio. €	bzw. ca. +53,9 %
• Streuumsätze	ca. +22,9 Mio. €	bzw. ca. +72,2 %
• Insgesamt	ca. +57,9 Mio. €	bzw. ca. +41,4 %

<sup>1</sup> Wie bereits dargestellt, ist der Einbezug der im Zweibrücken Fashion Outlet bereits genehmigten, aber derzeit nicht ausgenutzten Fläche aus fachgutachterlicher Sicht für eine sachgerechte Bewertung im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse unverzichtbar.



Damit wird deutlich, dass die Flächenerweiterung des Untersuchungsobjektes v.a. zu einer Verstärkung der räumlichen Ausstrahlung und somit insbesondere zu einer Erhöhung der Marktdurchdringung in weiter entfernten Gebieten führt.

Für den Einzelhandel und die wesentlichen Einkaufslagen in den zentralen Orten v.a. im Naheinzugsgebiet des Planobjektes ist aufgrund der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet eine gewisse Veränderung der Kaufkraftströme zu erwarten, d.h. neue Kaufkraftströme werden geschaffen, bestehende Kaufkraftströme werden verändert. Am Beispiel des Naheinzugsgebietes (Zone I) werden nachfolgend die sich grundsätzlich ergebenden Wirkungen dargestellt:

- Umlenkung von bislang durch den örtlichen Einzelhandel gebundener Kaufkraft der eigenen Wohnbevölkerung der jeweiligen Stadt und Gemeinde bzw. des Naheinzugsgebietes (Zone I) insgesamt auf das Untersuchungsobjekt (= Umsatzrückgang des jeweiligen örtlichen Einzelhandels in der Zone I)
- Umlenkung von Kaufkraft der eigenen Wohnbevölkerung der jeweiligen Stadt und Gemeinde bzw. des Naheinzugsgebietes (Zone I) insgesamt auf das Zweibrücken Fashion Outlet, welche bislang an Standorte außerhalb des abgegrenzten Naheinzugsgebietes (u.a. die Innenstadt von Kaiserlautern) abgeflossen ist (= Erhöhung der Kaufkraftbindung in der Zone I; Umsatzrückgang im Einzelhandel außerhalb der Zone I)
- Umlenkung von Kaufkraft der Wohnbevölkerung des mittleren und des Ferneinzugsgebietes (Zonen II + III) sowie darüber hinaus (z.B. von Pendlern oder Touristen), welche bislang durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden war und zukünftig im Untersuchungsobjekt als Umsatz wirksam wird (= Umsatzrückgang des jeweiligen örtlichen Einzelhandels in der Zone I)

Unter Berücksichtigung der Einkaufsorientierungen im Untersuchungsraum ist davon auszugehen, dass ein vergleichsweise geringer Anteil des gesamten Umsatzes, der durch die Flächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet zusätzlich generiert wird, gegenüber bestehenden Anbietern im Naheinzugsgebiet (Zone I) wirksam wird. Da das ZFO bereits jetzt über ein sehr umfangreiches Markenangebot und eine hohe Marktdurchdringung v.a. im Naheinzugsgebiet verfügt, ist zu erwarten, dass durch die mit der erneuten Erweiterung einhergehende Attraktivierung des Outlet Centers v.a. Kunden aus großer Entfernung, d.h. aus dem Ferneinzugsgebiet (Zone III) oder von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets, zum Besuch des ZFO animiert werden und diese somit überwiegend zum zusätzlich erzielten Umsatz beitragen. Zielgruppe wäre dabei z.B. die bevölkerungsreiche östliche Zone III im Gebiet der Rheinschiene, deren Bewohner bisher u.a. in den Innenstädten von Mannheim oder Karlsruhe sowie im südlich gelegenen „Roppenheim The Style Outlets“ eingekauft haben, oder die Einwohner des Rhein-Main-Gebiets mit den Städten Mainz, Wiesbaden oder auch Frankfurt a.M. im Nordosten, welche bisher stärker auf das an der A3 lokalisierte „Wertheim Village“ ausgerichtet waren und nun aufgrund der größeren Verkaufsflächendimensionierung des ZFO und der weniger belasteten Autobahnen verstärkt zum Untersuchungsobjekt tendieren.



Tab. 19: Neuberechnung der durch die Erweiterung des Zweibrücken auf insgesamt ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK ausgelösten Kaufkraftströme in den projektrelevanten Sortimentsbereichen und in der Differenzierung nach Zonen der Kundenherkunft

		Bekleidung inkl. Sportbekleidung	(Sport-) Schuhe / Lederwaren in Mio. €	Sonstiges	Summe
Zone I	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden aus der Zone I	3,2	1,1	0,5	4,8
	Bisher in Zone II gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (ca. 5 %)	-0,2	-0,1	k.A.	-0,2
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Bisher außerhalb gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone II (ca. 50 %)	+3,6	+1,0	+0,3	+4,8
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone III (ca. 10 %)	+1,6	+0,4	k.A.	+2,1
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets (Streuumsatz) (ca. 5 %)	+0,9	+0,2	k.A.	+1,1
	<b>Insgesamt</b>	<b>9,1</b>	<b>2,7</b>	<b>0,7</b>	<b>12,6</b>
Zone II	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden aus der Zone II	7,1	2,0	0,5	9,6
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone II (ca. 15 %)	-1,1	-0,3	-0,1	-1,4
	Bisher außerhalb gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone II (ca. 10 %)	-0,7	-0,2	-0,1	-1,0
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone II in Zone I (ca. 50 %)	-3,6	-1,0	-0,3	-4,8
	Bisher in Zone II gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (ca. 5 %)	+0,2	+0,1	k.A.	+0,2
	Bisher in Zone II gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone III (ca. 10 %)	+1,6	+0,4	k.A.	+2,1
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (Streuumsatz) (ca. 3 %)	+1	+0,1	k.A.	+0,7
	<b>Insgesamt</b>	<b>4,1</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>5,4</b>
Zone III	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden aus der Zone III	16,3	4,0	0,3	20,6
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone III in Zone I (10 %)	-1,6	-0,4	k.A.	-2,1
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone III in Zone II (ca. 10 %)	-1,6	-0,4	k.A.	-2,1
	Bisher außerhalb gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone III (ca. 20 %)	-3,3	-0,8	-0,1	-4,1
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (Streuumsatz) (ca. 10 %)	+1,8	+0,4	k.A.	+2,3
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone II (ca. 15 %)	+1,1	+0,3	+0,1	+1,4
	<b>Insgesamt</b>	<b>12,7</b>	<b>3,1</b>	<b>0,3</b>	<b>16,1</b>
Streuumsätze	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes	18,2	4,3	0,4	22,9
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Zone I (ca. 5 %)	-0,9	-0,2	k.A.	-1,1
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Zone II (ca. 3 %)	-0,5	-0,1	k.A.	-0,7
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Zone III (ca. 10 %)	-1,8	-0,4	k.A.	-2,3
	Umsatz ZFO mit Kunden aus den Zonen II + III, welcher bisher außerhalb gebunden war	+4,0	+1,0	+0,1	+5,1
	<b>Insgesamt</b>	<b>18,9</b>	<b>4,5</b>	<b>0,4</b>	<b>23,9</b>
<b>Gesamte zusätzliche Umsatzerwartung</b>		<b>44,9</b>	<b>11,4</b>	<b>1,7</b>	<b>57,9</b>

k.A. = keine Angabe, da unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze  
Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen



Im Sinne eines „worst-case“-Ansatzes wird im vorliegenden Fall bei der Analyse der durch die geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet ausgelösten Kaufkraftbewegungen davon ausgegangen, dass nahezu der gesamte zusätzliche Umsatz des Untersuchungsobjektes mit Kunden **aus der Zone I (Naheinzugsgebiet)** in Höhe von ca. 4,8 Mio. € zuvor durch den Einzelhandel in den Städten und Gemeinden der Zone I gebunden war und somit zu Lasten des dortigen Bestandes geht. Eine Kaufkraftbindung von ca. 95 % für die Zone I ist ein hoher Wertansatz, welcher mögliche Kaufkraftabflüsse in das mittlere Einzugsgebiet (Zone II), z.B. nach Kaiserslautern, Saarlouis, Landau oder das Outlet Center Wadgassen fast vollständig außer Acht lässt. Damit ist sichergestellt, dass die möglichen Auswirkungen des Vorhabens in keinem Fall unterschätzt werden.

Auf der anderen Seite wird davon ausgegangen, dass von ca. 9,6 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **aus der Zone II (mittleres Einzugsgebiet)** ca. 4,8 Mio. € bzw. ca. 50 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf den erweiterten Projektstandort – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Zweibrücken Fashion Outlet in seiner derzeitigen Dimensionierung und Konzeptionierung bereits eine sehr starke Marktposition einnimmt und insbesondere im Kerneinzugsgebiet über eine relativ hohe Marktdurchdringung verfügt. Durch die geplante Erweiterung der Verkaufsflächendimensionierung des ZFO kann realistischerweise eigentlich ausgeschlossen werden, dass Kunden aus der Zone II in so hohem Maße in ihrem Einkaufsverhalten von sonstigen Einzelhandelsstandorten in der Zone I zum ZFO wechseln. Diese werden in der weit überwiegenden Mehrheit entweder bereits zuvor im ZFO eingekauft haben oder aber bei ihren bisherigen Einkaufsdestinationen außerhalb der Zone I verbleiben. Bei dem angesetzten Wert von 50 % bzw. ca. 4,8 Mio. € handelt es sich in Anbetracht der aktuell erkennbaren Kaufkraftströme somit um einen absolut oberen Wert im Sinne eines „worst case“-Ansatzes, um die Auswirkungen der geplanten Erweiterung keinesfalls zu unterschätzen.

Es wird weiterhin davon ausgegangen, dass von ca. 20,6 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **aus der Zone III (Fernezeugsgebiet)** weitere ca. 2,1 Mio. € bzw. ca. 10 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. Dies betrifft v.a. Kaufkraftzuflüsse aus dem westlichen Fernezeugsgebiet in Frankreich und Luxemburg, von wo Einkaufstouristen aufgrund von abweichenden Angeboten und Preisunterschieden bisher insbesondere die Landeshauptstadt Saarbrücken aufsuchen. In Anbetracht der bereits hohen Entfernungen und des räumlich wenig weit ausgeprägten Fernezeugsgebietes im französischen und luxemburgischen Raum handelt es sich auch hier um einen absolut oberen Ansatz.



Tab. 20: Überblicksdarstellung des durch die geplante Erweiterung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet auf ca. 29.500 m<sup>2</sup> VK ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges ggü. dem relevanten Einzelhandel in den jeweiligen ZVB Innenstadt der ausgewählten Städte und Gemeinden in Zone I & Zone II

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentralörtliche Einstufung	Projektrelevanter Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			(Sport-) Bekleidung	(Sport-) Schuhe, Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt	(Sport-) Bekleidung	(Sport-) Schuhe, Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt
<b>Homburg</b>	<b>Mittelzentrum</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	56,9	0,6	0,1 – 0,2	<0,1	0,8	1,6	4,6	k.A.	1,4
<b>Neunkirchen</b>	<b>Mittelzentrum</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	131,2	1,3 – 1,4	0,4	0,1	1,8 – 1,9	1,6	5,7	0,3	1,4
<b>Pirmasens</b>	<b>Mittelzentrum</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	40,1	0,4	<0,1	<0,1	0,4 – 0,5	1,6	k.A.	k.A.	1,1
<b>Saarbrücken</b>	<b>Oberzentrum</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	346,2	5,3	1,4 – 1,5	0,4	7,1	2,1	7,6	0,5	2,1
<b>Zweibrücken</b>	<b>Mittelzentrum</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	21,1	0,4 – 0,5	<0,1	<0,1	0,5	4,2	k.A.	k.A.	2,4
Sonstige Städte und Gemeinden in der Zone I	--	--	1,0 – 1,1	0,7	0,1	1,8	--	--	--	--
<b>Zone I insgesamt</b>		--	<b>9,1</b>	<b>2,7</b>	<b>0,7</b>	<b>12,6</b>	--	--	--	--
<b>Kaiserlautern</b>	<b>Oberzentrum</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	123,6	1,7	0,6	<0,1	2,9	2,2	4,7	k.A.	1,8
Sonstige Städte und Gemeinden in Zone II	--	--	2,3	0,7 – 0,8	0,1	3,2	--	--	--	--
<b>Zone II insgesamt</b>		--	<b>4,1</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>5,4</b>	--	--	--	--

k.A. = keine Angabe, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze  
 Quelle: ecostra-Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen



Von ca. 22,9 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (sog. Streuumsätze)** ca. 1,1 Mio. € bzw. ca. 5 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. Auch hier handelt es sich überwiegend um französische Einkaufstouristen aus den Gegenden rund um das „Marques Avenue Talange“ und „Roppenheim The Style Outlets“, welche nicht zum abgegrenzten Einzugsgebiet des ZFO zählen. Vor dem Hintergrund der nahe gelegenen konkurrierenden Outlet Center stellen ca. 5 % bzw. ca. 1,1 Mio. € ebenfalls einen absolut oberen Wert im Sinne eines „worst case“-Ansatzes dar, der in der Praxis deutlich niedriger liegen dürfte.

In der Gegenrechnung der Kaufkraftströme wird deutlich, dass die durch das Planvorhaben ausgelöste Umsatzumverteilung in Zone I mit 12,6 Mio. € deutlich höher ist, als der Umsatz des Planvorhabens mit Kunden aus Zone I. Eine detaillierte Darstellung der durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet in den ausgewählten ZVB sowie im Naheinzugsgebiet (Zone I) und im mittleren Einzugsgebiet (Zone II) insgesamt **ausgelösten Umsatzumverteilungen** zeigt die vorstehende Tabelle.

### **2.3 Die möglichen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt in ausgewählten Städten und Gemeinden in Zone I & II**

Die durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf insgesamt ca. 29.500 m<sup>2</sup> ausgelösten Veränderungen der Kaufkraftströme werden hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf den Einzelhandel in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt der sechs ausgewählten Städte und Gemeinden in Zone I & II nachfolgend dargestellt und bewertet.

In der vorstehenden Tabelle 20 ist eine überblickshafte Darstellung des ermittelten absoluten und relativen Umsatzrückganges in diesen zentralen Versorgungsbereichen aufgeführt. Bei sämtlichen der angeführten Umsatzumverteilungswirkungen handelt es sich um obere Wertansätze, um so keinesfalls die möglichen Auswirkungen des Vorhabens zu unterschätzen. An dieser Stelle ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass zwar – „faustformelartig“ – davon ausgegangen werden kann, dass Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Dieser Wert ist jedoch nur als erster Anhaltspunkt zu verstehen und die jeweilige konkrete örtliche Situation ist zu beachten.

#### **2.3.1 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Homburg**

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Homburg (vgl. Kapitel 1.1) wird die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,8 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,4 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:



- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 0,6 Mio. € bzw. von ca. 1,6 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. von ca. 4,6 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 21: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Homburg im Vergleich der Jahre 2019 und 2025

Sortimente	2019		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	0,5 – 0,6	1,4	0,6	1,6
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	0,1 – 0,2	3,1	0,1 – 0,2	4,6
• Sonstige Sortimente	0,1 -0,2	0,6	< 0,1	k.A.
• <b>Insgesamt</b>	<b>0,7 – 0,8</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>1,4</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Der absolute Umsatzabzug gegenüber dem Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Homburg hat sich insgesamt nur marginal erhöht. Im Segment (Sport-) Bekleidung führt der geringfügig erhöhte absolute Umsatzabzug zu einer leichten Zunahme der Umsatzumverteilungsquote, die aber mit ca. 1,6 % noch immer im Bereich der üblichen konjunkturellen Schwankungen liegt und kaum spürbar ist. Im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe, Lederwaren, ist der absolute Umsatzrückgang mit ca. 0,1 – 0,2 Mio. € nahezu unverändert. Dennoch führt dieser geringe absolute Wert aufgrund des rückläufigen Angebots in Homburg zu einer gewissen Erhöhung der Umsatzumverteilungsquote welche aber mit ca. 4,6 % weiterhin deutlich unterhalb der Anhaltswerte liegt, ab denen negative städtebauliche Auswirkungen nicht mehr ausgeschlossen werden können. Bei den sonstigen Sortimenten hat sich der Umsatzabzug zwischenzeitlich sogar verringert und bewegt sich nun unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.

Eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und ein Umschlagen in städtebauliche Auswirkungen können vor dem Hintergrund dieser geringen Wert weiterhin eindeutig ausgeschlossen werden.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Homburg sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht weiterhin als verträglich zu bewerten.*

### 2.3.2 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neunkirchen

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Neunkirchen (vgl. Kapitel 1.2) wird die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 1,8 – 1,9 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca.



1,4 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 1,3 – 1,4 Mio. € bzw. von ca. 1,6 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von ca. 0,4 Mio. € bzw. von ca. 5,7 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von ca. 0,1 Mio. € bzw. von ca. 0,3 %

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 22: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Neunkirchen im Vergleich der Jahre 2019 und 2025

Sortimente	2019		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	1,1 – 1,2	1,0	1,3 – 1,4	1,6
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	0,3 – 0,4	3,5	0,4	5,7
• Sonstige Sortimente	0,2 – 0,3	0,8	0,1	0,3
• <b>Insgesamt</b>	<b>1,7 – 1,8</b>	<b>1,1</b>	<b>1,8 – 1,9</b>	<b>1,4</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Der Umsatzabzug gegenüber dem ZVB Innenstadt von Neunkirchen hat sich insgesamt etwas erhöht. Die deutlichste Veränderung zeigt sich im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe, Lederwaren, wo die Umsatzumverteilungsquote von ca. 3,5 % auf ca. 5,7 % angestiegen ist. Allerdings bewegt sich der absolute Umsatzrückgang mit ca. 0,4 Mio. € in einer ähnlichen Größenordnung wie noch 2019 und entspricht maximal dem Umsatz eines kleineren Schuhgeschäfts. Zudem sind aufgrund der spezifischen Angebotsstruktur in Neunkirchen zum weit überwiegenden Teil Anbieter im Saarpark-Center betroffen, welches zu den leistungsfähigsten Shoppingcentern im Untersuchungsraum zählt und seit Jahren eine solide wirtschaftliche Performance zeigt. Negative städtebauliche Auswirkungen oder eine Beeinträchtigung der Versorgungsqualität des ZVB Innenstadt sind vor diesem Hintergrund vollständig ausgeschlossen. Bei (Sport-) Bekleidung bewegen sich die absoluten und relativen Umsatzabzüge nach wie vor in einer geringen Größenordnung, welche den üblichen konjunkturellen Schwankungen entsprechen und kaum spürbar sind. Bei den sonstigen Sortimenten sind die wirtschaftlichen Auswirkungen gegenüber 2019 sogar zurückgegangen. Vor diesem Hintergrund sind eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen somit ausgeschlossen.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Neunkirchen sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht weiterhin als verträglich zu bewerten.*



### 2.3.3 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Pirmasens

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Pirmasens (vgl. Kapitel 1.3) wird die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,1 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 0,4 Mio. € bzw. von ca. 1,6 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von ca. <0,1 Mio. € kein Ausweis möglich
- Sonstiges = Umsatzrückgang von ca. <0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 23: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Pirmasens im Vergleich der Jahre 2019 und 2025

Sortimente	2019		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	0,3 – 0,4	1,3	0,4	1,6
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	<0,1	k.A.	<0,1	k.A.
• Sonstige Sortimente	<0,1	k.A.	<0,1	k.A.
• <b>Insgesamt</b>	<b>0,4 – 0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4 – 0,5</b>	<b>1,1</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Wie bereits in der Auswirkungsanalyse 2019 sind etwaige Umsatzrückgänge im ZVB Hauptzentrum von Pirmasens nur im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung überhaupt rechnerisch nachweisbar. Hier haben sich die absoluten und relativen Umsatzabzüge auf geringem Niveau erhöht, liegen aber noch immer maximal im Bereich der üblichen konjunkturellen Schwankungen. Im Bereich (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist zwischenzeitlich kein spezialisiertes Angebot im ZVB Innenstadt von Pirmasens mehr vorhanden, sodass hier von keinen relevanten Umsatzabzügen auszugehen ist. Vor dem Hintergrund dieser nahezu unverändert geringen Umsatzrückgänge sind eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Pirmasens sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht weiterhin als verträglich zu bewerten.*

### 2.3.4 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Oberzentrum Saarbrücken

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Saarbrücken (vgl. Kapitel 1.4) wird die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 7,1



Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,1 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 5,3 Mio. € bzw. von ca. 2,1 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von 1,4 – 1,5 Mio. € bzw. von ca. 7,6 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von 0,4 Mio. € bzw. von ca. 0,5 %

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 24: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Saarbrücken im Vergleich der Jahre 2019 und 2025

Sortimente	2019		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	4,5 – 4,6	1,3	5,3	2,1
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1,1 – 1,2	5,4	1,4 – 1,5	7,6
• Sonstige Sortimente	0,9 – 1,0	1,6	0,4	0,5
• <b>Insgesamt</b>	<b>6,6 – 6,7</b>	<b>1,6</b>	<b>7,1</b>	<b>2,1</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Die Umsatzabzüge sind gegenüber der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 insgesamt angestiegen, was dann auch auf Ebene der Sortimentsbereiche zu teilweise erhöhten Umsatzumverteilungsquoten führt.

Im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe, Lederwaren hat der absolute Umsatzrückgang nur moderat zugenommen (ca. +0,2 bis +0,3 Mio. €), verteilt sich aber auf einen quantitativ deutlich geschrumpften Bestand an Schuh- und Lederwarenanbietern in der Saarbrücker Innenstadt. Zwar konnten diese verbliebenden Anbieter einen Teil des durch die geschlossenen Wettbewerber gebundenen Umsatzes absorbieren und so ihre eigene Umsatzleistung in gewissem Rahmen steigern, dennoch erhöht sich die Umsatzumverteilungsquote auf ca. 7,6 %.<sup>1</sup> Damit liegt der Umsatzrückgang zwar noch immer unterhalb jener Anhaltswerte, ab denen negative städtebauliche Effekte nicht mehr ausgeschlossen werden können, dürfte aber dennoch betrieblich bereits deutlich spürbar sein. Auf diese Umsatzabzüge zurückgehende Betriebsaufgaben, welche eine städtebauliche Relevanz entfalten, sind aus fachgutachterlicher Sicht aber nicht zu erwarten. So verfügt die Saarbrücker Innenstadt im Schuh- und Lederwarenssegment noch immer über einen umfangreichen und leistungsfähigen Angebotsmix aus attraktiven Filialisten (u.a. Deichmann mit 2 Filialen, Snipes, Tamaris, Schuhmarke, Foot Locker) sowie höherpreisigen

<sup>1</sup> Im Rahmen der Aktualisierung der Auswirkungsanalyse von März 2025 wurde in Form einer Modellrechnung noch von einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 6,9 % ausgegangen. Die Diskrepanz ergibt sich dadurch, dass im März 2025 auftragsgemäß keine aktualisierte Umsatzschätzung für die Erweiterung des ZFO vorgenommen wurde und daher die Umsatzerwartung aus der Auswirkungsanalyse 2019, welcher u.a. bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren geringere Verkaufsflächengrößen zugrunde lagen, in die Modellrechnung eingestellt wurde.



Fachgeschäften (u.a. Fifty 6), von denen viele auch Umsatzrückgänge in der genannten Höhe verkraften können. Gleichwohl ist nicht auszuschließen, dass einzelne Betriebe aus dem Markt ausscheiden, wobei aber auch in diesem Fall weder der Branchenmix in der Saarbrücker Innenstadt, noch die Funktionsfähigkeit des Zentrums insgesamt wesentlich beeinträchtigt wird.

Demgegenüber bewegt sich bei (Sport-) Bekleidung der Umsatzrückgang bei relativer Betrachtung noch immer auf einem geringen Niveau und erreicht eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,1 %, welche damit im Bereich üblicher konjunktureller Schwankungen liegt. Eine nennenswerte Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion ist angesichts des umfangreichen und ausdifferenzierten Angebots im Bekleidungssegment eindeutig auszuschließen. Bei den sonstigen Sortimenten haben sich die zu erwartenden Umsatzabzüge gegenüber 2019 aufgrund der veränderten Angebotssituation sogar deutlich verringert und sind zwischenzeitlich kaum noch spürbar.

Insgesamt ist zu konstatieren, dass die Saarbrücker Innenstadt – trotz nicht unerheblicher Angebotsrückgänge in der letzten Jahren – nach wie vor über ein umfangreiches und leistungsfähiges Einzelhandelsangebot verfügt und somit weiterhin die bedeutendste Einzelhandelsdestination im Saarland und der französischen Grenzregion darstellt. Eine wesentliche Beeinträchtigung dieser Funktion ist angesichts der ermittelten Umsatzumverteilungen auszuschließen. So sind mögliche Auswirkungen bei (Sport-) Bekleidung und den sonstigen Sortimenten weiterhin kaum spürbar. Auch im Angebotssegment (Sport-) Schuhe, Lederwaren liegen die Umsatzrückgänge weiterhin unterhalb der relevanten Anhaltswerte, sodass auch hier trotz einer deutlich spürbaren Intensivierung des Wettbewerbs ein Umschlagen in negative städtebauliche Effekte nicht zu erwarten ist.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Saarbrücken sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht weiterhin als verträglich zu bewerten.*

### 2.3.5 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Zweibrücken

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Zweibrücken (vgl. Kapitel 1.5) wird die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,5 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,4 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 0,4 – 0,5 Mio. € bzw. von ca. 4,2 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich
- Sonstiges = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:



Tab. 25: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Zweibrücken im Vergleich der Jahre 2019 und 2025

Sortimente	2019		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	0,3 – 0,4	3,3	0,4 – 0,5	4,2
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• Sonstige Sortimente	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• <b>Insgesamt</b>	<b>0,4 – 0,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,5</b>	<b>2,4</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Die absoluten Umsatzrückgänge sind im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 nahezu unverändert, was lediglich bei (Sport-) Bekleidung zu einer geringfügig gestiegenen Umsatzumverteilungsquote führt, welche weiterhin im Rahmen deutlich unterhalb der relevanten Anhaltswerte liegt, ab denen negative städtebauliche Auswirkungen oder eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion nicht mehr ausgeschlossen wären. Bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren und in den sonstigen projektrelevanten Sortimenten bleiben die Umsatzrückgänge unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit. Eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen sind insgesamt auszuschließen.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Zweibrücken sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus guterlicher Sicht weiterhin als verträglich zu bewerten.*

### 2.3.6 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Oberzentrum Kaiserslautern

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Kaiserslautern (vgl. Kapitel 1.6) wird die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 2,1 – 2,2 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,8 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 1,7 – 1,8 Mio. € bzw. von ca. 2,2 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von 0,3 – 0,4 Mio. € bzw. von ca. 4,9 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Analyse 2021 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:



Tab. 26: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Kaiserlautern im Vergleich der Jahre 2021 und 2025

Sortimente	2019		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	1,6	1,5	1,7 – 1,8	2,2
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	0,2	2,9	0,3 – 0,4	4,7
• Sonstige Sortimente	0,2 – 0,3	0,6	< 0,1	k.A.
• <b>Insgesamt</b>	<b>2,0</b>	<b>1,4</b>	<b>2,1 – 2,2</b>	<b>1,8</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Gegenüber der ecostra-Auswirkungsanalyse 2021 sind die absoluten Umsatzabzüge insgesamt nur geringfügig angestiegen, was dann auch nur zu einer entsprechend leichten Zunahme der Umsatzumverteilungsquote führt, die mit ca. 1,8 % weiterhin im Bereich der üblichen konjunkturellen Schwankungen liegt und somit kaum spürbar ist. Im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung liegt dieser Wert mit ca. 2,2 % nur unwesentlich höher und lässt auch hier keine spürbaren Auswirkungen erkennen. Im Segment (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist eine gewisse Intensivierung der Wettbewerbswirkungen hingegen nicht auszuschließen, wobei aber auch hier die relativen Umsatzrückgänge deutlich unterhalb der relevanten Schwellenwerte liegen und auch nur einer geringen absoluten Größe entsprechen. Bei den sonstigen Sortimenten haben sich die bereits in der Vergangenheit sehr geringen Umsatzumlenkungen weiter reduziert und bewegen sich nun unterhalb einer rechnerischen Nachweisschwelle. Angesichts der noch immer sehr geringen Umsatzrückgänge gegenüber der Innenstadt von Kaiserlautern, die sich zudem auf eine Vielzahl an Betrieben verteilen und damit kaum spürbar sind, können negative städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen weiterhin ausgeschlossen werden.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Kaiserlautern sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht weiterhin als verträglich zu bewerten.*

#### 2.4 Exkurs: die möglichen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des ZFO unter der modellhaften Annahme eines überhöhten Umsatzanteils aus Zone I

Die in Kap. 2.3 dargestellten Analysen und Bewertungen basieren – wie bereits die ecostra-Auswirkungsanalysen 2019 und 2021 – auf einer fachlich fundierten und möglichst realitätsnahen Einschätzung der Umsatzleistung und räumlichen Umsatzherkunft des bestehenden wie auch erweiterten ZFO (vgl. dazu Kap. 2.1).

Im Zuge des Raumordnungsverfahrens mit integriertem Zielabweichungsverfahren wurde auf Wunsch der Stadt Zweibrücken über die vorliegenden Untersuchungen hinaus eine zusätzliche Modellrechnung durchgeführt, welche im Sinne eines „extremen worst-case“ von einem überhöhten Umsatzanteil aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I)



ausging.<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup> Aus fachgutachterlicher Sicht stellte der erhöhte Wertansatz der Umsatzherkunft ein unrealistisches Szenario dar, was in der entsprechenden Stellungnahme auch so festgehalten wurde. Wie die Analysen gezeigt haben, waren 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. Das Planvorhaben war also 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.

Trotz der gutachterlichen Feststellung, dass es sich um eine unrealistische Modellrechnung handelt, wurde diese auch im raumordnerischen Entscheid von der SGD Süd angesprochen. Vor diesem Hintergrund bestand der Wunsch der Stadt Zweibrücken bzw. des ZEF, nun auch im Rahmen der vorliegenden Aktualisierung die möglichen Auswirkungen bei einem solchermaßen modellhaft überhöhten Umsatzanteil aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I) zu analysieren und zu bewerten. Wie die bisherigen Berechnungen gezeigt haben, nähern sich die möglichen absoluten und relativen Umsatzumverteilungen in Folge der geplanten ZFO-Erweiterung einzig in der Innenstadt von Saarbrücken – und hier wiederum ausschließlich im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe & Lederwaren – einer als ggf. kritisch zu bewertenden Größenordnung. Daher ist es auch gutachterlicher Sicht hinreichend, die Berechnungen unter der Annahme eines überhöhten Umsatzanteils aus Zone I nur für den ZVB Innenstadt von Saarbrücken durchzuführen.

#### **2.4.1 Räumliche Umsatzherkunft, Kaufkraftabschöpfung und Veränderung der Kaufkraftströme bei einem überhöhten Umsatzanteil von 25 % aus dem Naheinzugsgebiet**

Ausgehend von der modellhaften Annahme eines Umsatzanteils von ca. 25 % aus der Zone I steigt der absolute Umsatz des ZFO aus diesem Raum von ca. 38,3 Mio. € (bei einem Umsatzanteil Zone I von 19 %) auf ca. 49,4 Mio. €. In der Folge erhöht sich auch die Marktdurchdringung im Naheinzugsgebiet und erreicht z.B. mit ca. 7,8 % bei (Sport-) Bekleidung und ca. 7,5 % bei (Sport-) Schuhen & Lederwaren eine sehr beachtliche Höhe (vgl. folgende Tabelle).

---

<sup>1</sup> Vgl.: ECOSTRA: 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 Outlets (ZFO) in der Stadt Zweibrücken. Anlage zu der am 16.09.2019 vorgelegten ecostra-Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des ZFO. Wiesbaden, 11.01.2021.

<sup>2</sup> Nach Erkenntnissen von ecostra begründet sich der Umsatzanteil von ca. 19 % aus der Zone I im Falle des ZFO 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. Diese siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sind bei der Bewertung der 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.



Tab. 27: Gegenüberstellung der Umsatzleistung und der Kaufkraftabschöpfungsquoten in Zone I bei einem Umsatzanteil aus Zone I von 19 % bzw. 25 %

Sortimente	Umsatzanteil Zone I: 19 %		Umsatzanteil Zone I: 25 %	
	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- abschöpf- ungsquote	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- abschöpf- ungsquote
• (Sport-) Bekleidung	28,8	5,9 %	37,9	7,8 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	6,0	5,7 %	7,9	7,5 %
• Sonstige Sortimente	3,5	0,7 %	3,6	0,7 %
• <b>Insgesamt</b>	<b>38,3</b>	<b>3,5 %</b>	<b>49,4</b>	<b>4,5</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca. Wert, ggf. Rundungsdifferenzen

Mit einem erhöhten Umsatzanteil aus Zone I steigt in der Folge auch der umverteilungsrelevante Umsatz in diesem Raum. Bei ansonsten unveränderten Parametern der Einkaufsverflechtungen und Kaufkraftströme im Untersuchungsraum (vgl. Tab. 19) erhöht sich der Umsatz, welcher gegenüber den bestehenden Betrieben und Lagen in Zone I umverteilt wird, von ca. 12,6 Mio. € auf rd. 21,5 Mio. € (= + ca. 71 %). Konsequenterweise führen diese Modellannahmen dann auch zu höheren absoluten und relativen Umsatzabzügen bei den vorhandene Betrieben in Zone I. Die sich daraus ergebenden Auswirkungen in der Innenstadt von Saarbrücken werden im folgenden Abschnitt dargestellt.

#### 2.4.2 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt des Oberzentrums Saarbrücken unter der modellhaften Annahme eines überhöhten Umsatzanteils von ca. 25 % aus Zone I

Unter Annahme eines modellhaft überhöhten Umsatzanteils von ca. 25 % aus der Zone I würde die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 12,2 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 3,5 % entsprechend würde. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen wäre folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- (Sport-) Bekleidung = Umsatzrückgang von ca. 9,5 – 9,6 Mio. € bzw. von ca. 3,8 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von 2,2 – 2,3 Mio. € bzw. von ca. 11,9 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von 0,4 Mio. € bzw. von ca. 0,5 %

Während sich die Umsatzumverteilungsquoten bei (Sport-) Bekleidung und den sonstigen Sortimenten weiterhin in einem unkritischen Rahmen bewegen und somit betrieblich kaum spürbar sein werden, würde die Umsatzumverteilungsquote bei (Sport-) Schuhen & Lederwaren mit ca. 11,9 % bereits eine sehr deutlich spürbare Größenordnung erreichen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ein bestimmter „Schwellenwert“ für einen raumordnungsrechtlich bzw. städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen „logischen“ Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss in Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden (OVG Münster, Urteil vom 02.10.2013 – 7 D 18/14.NE). Das 10 %-Kriterium ist nicht mehr, aber auch nicht weniger als ein sachlicher Anhaltspunkt für die Beurteilung von schädlichen bzw. erheblichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche einer Nachbargemeinde. Bleibt der Kaufkraftabfluss dahinter zurück, kann gleichwohl die Funktionsfähigkeit der zentralen



Wie bereits dargestellt, besteht das Schuh- und Lederwarenangebot in der Saarbrücker Innenstadt zum überwiegenden Teil aus kundenattraktiven und kapitalstarken Filialisten (z.B. Deichmann, Snipes, Foot Locker, Tamaris, Schuhmarke) sowie etablierten Fachgeschäften (u.a. Fifty 6, Leder Spahn), welche i.d.R. eine gute ökonomische Leistungsfähigkeit zeigen und somit auch etwaige Wettbewerbswirkungen in der genannten Größenordnung – trotz spürbarer Umsatzeinbußen – i.d.R. durchaus verkraften können.<sup>1</sup> Gleichwohl ist angesichts der möglichen Umsatzrückgänge der Marktaustritt einzelner Betriebe nicht gänzlich auszuschließen, wobei aber auch in diesem Fall eine dauerhafte Beeinträchtigung der Angebotsvielfalt, der Versorgungsfunktion und der Funktionsfähigkeit des ZVB Innenstadt von Saarbrücken ausgeschlossen werden kann. Auch bei der Geschäftsaufgabe mehrerer Betriebe wäre noch immer ein differenziertes und abgestuftes Angebot an Schuhen und Lederwaren in der Saarbrücker Innenstadt vorhanden. Dies gilt umso mehr, als über die spezialisierten Filialisten und Fachgeschäfte hinaus, auch diverse weitere Modeanbieter (u.a. Galeria Karstadt, TK Maxx, Sport Kohlen) über ein – teils durchaus umfangreiches – Schuh- und Lederwarensortiment verfügen. Ein wesentlicher Funktionsverlust des ZVB Innenstadt ist somit trotz der deutlich spürbaren Wettbewerbswirkungen ebenso wenig zu erwarten wie negative städtebauliche Effekte. So stellt die Saarbrücker Innenstadt auch vor dem Hintergrund der – in der Gesamtbetrachtung durchaus marktüblichen – Angebotsrückgänge der letzten Jahren noch immer eine attraktive Einkaufsdestination dar, was u.a. durch eine deutschlandweite Untersuchung des Instituts für Handelsforschung Köln zur Attraktivität von Innenstädten unterstrichen wird. In der Anfang 2025 veröffentlichten Studie erreichte die Saarbrücker Innenstadt eine überdurchschnittliche Bewertung von 2,4 (Ø Deutschland: 2,7), wobei v.a. Aspekte wie das Einzelhandels- und Gastronomieangebot von den Passanten positiv bewertet wurden.<sup>2</sup> Auch nach Zahlen des auf Passantenfrequenzmessungen spezialisierten Dienstleisters Hystreet gehört die Bahnhofstraße zu den meistfrequentierten Geschäftslagen in Deutschland.<sup>3</sup> Vor dem Hintergrund dieser positiven Standortbedingungen ist damit zumindest für die A-Lage der Saarbrücker Innenstadt noch immer von einer ausreichenden Flächennachfrage auszugehen, sodass auch etwaige – auf die ZFO-Erweiterung zurückgehende – Geschäftsschließungen i.d.R. einer adäquaten Nachfolgenutzung zugeführt werden können.

---

Versorgungsbereiche so gestört sein, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können. Dafür bedarf es dann aber greifbarer Anhaltspunkte (OVG Lüneburg, Beschluss vom 18.02.2011 – 1 M 252/10; vgl. hierzu u.a. auch OVG NRW, Urteile vom 09.11.2012 – 2 D 63/11.NE – und vom 30. September 2009 – 10 A 1676/08 -; BRS 74 Nr. 5; BVerwG, Urteil vom 29. April 2010 – 4 CN 3.08 -, BVerwGE 137, 38).

<sup>1</sup> Bei einem derzeitigen Einzelhandelsumsatz von ca. 18,9 Mio. € im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe / Lederwaren bedeutet ein theoretischer Umsatzrückgang von ca. 2,2 – 2,3 Mio. €, dass beim Schuh- und Lederwarenhandel in der Saarbrücker Innenstadt noch ein Umsatzvolumen von ca. 16,6 – 16,7 Mio. € verbleibt, was einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von ca. 3.930 €/m<sup>2</sup> VK entspricht. Dies stellt noch immer einen äußerst zufriedenstellenden Wert dar, welcher – auch angesichts der Kostenstruktur in der Saarbrücker Innenstadt – einen wirtschaftlich tragfähigen Betrieb gewährleisten sollte.

<sup>2</sup> Bewertung nach dem Schulnotensystem. Vgl: IFH KÖLN: Vitale Innenstädte. Europas größte Passantenbefragung. Köln, 2025; SAARBRÜCKER ZEITUNG: Saarbrückens Innenstadt im Check – Landeshauptstadt knapp vor Trier. [https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/saarbruecken/bundesweites-staedte-ranking-so-gut-schneidet-saarbruecken-ab\\_aid-127054133](https://www.saarbruecker-zeitung.de/saarland/saarbruecken/bundesweites-staedte-ranking-so-gut-schneidet-saarbruecken-ab_aid-127054133) (abgerufen am 24.09.2025).

<sup>3</sup> So konnten im mittleren Abschnitt der Bahnhofstraße im August 2025 ca. 1,3 Mio. Passanten gezählt werden, womit sich die Bahnhofstraße auf ähnlichem Niveau wie z.B. der Westenhellweg in Dortmund, die westliche Shadowstraße in Düsseldorf oder südliche Hohe Straße in Köln bewegt. Im Ranking unter mehr als 340 untersuchten Geschäftsstraßen nimmt die Bahnhofstraße damit den 21. Platz ein. Vgl.: Hystreet.com



Insgesamt ist festzuhalten, dass auch unter Berücksichtigung eines deutlich überhöhten Umsatzanteils aus Zone I im Sinne eines „extremen worst-case“ das Planvorhaben gegenüber dem ZVB Innenstadt von Saarbrücken als verträglich zu bewerten ist. Gleichwohl ist nochmals zu betonen, dass es sich bei der diesen Berechnungen zugrundeliegenden Annahme eines Umsatzanteils von ca. 25 % aus der Zone I aus fachgutachterlicher Sicht um ein unrealistisches Szenario handelt.

**Fazit:** *Bezogen auf die Einkaufslagen in der Innenstadt von Saarbrücken sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht auch im Fall eines überhöhten Umsatzanteils aus Zone I (Naheinzugsgebiet) weiterhin als verträglich zu bewerten.*

## 2.5 Zusammenfassende Neubewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund der Raumordnungsziele und -grundsätze

Die vorliegende Untersuchung baut unmittelbar auf der am 14.03.2025 von ecostra erstellten Studie mit der Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet aus dem Jahr 2019 bzw. 2021 auf, welche eine Analyse der zwischenzeitlichen Veränderungen des relevanten Einzelhandelsbestandes in den Innenstädten zentraler Orte im Umland des ZFO zum Ziel hatte. In Ergänzung zu der Aktualisierung von März 2025 hatte diese Untersuchung nun die Aufgabe, für jene Städte und Gemeinden eine nochmalige Analyse der Veränderungen der Kaufkraftströme und damit der möglichen Auswirkungen vorzunehmen, welche nach den Ergebnissen der im Jahr 2019 bzw. 2021 erstellten Auswirkungsanalyse mit erhöhten Umsatzumverteilungsquoten konfrontiert waren. Im Einzelnen handelte es sich um die folgenden Städte aus der Zone I

- Homburg
- Neunkirchen
- Pirmasens
- Saarbrücken
- Zweibrücken

sowie um das Oberzentrum Kaiserlautern aus der Zone II. Die Analyse war fokussiert auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt. Dabei waren neben den aktualisierten Marktdaten (Einwohner, Kaufkraft, Einzelhandelsbestände und -umsätze) die laut raumordnerischen Entscheid der SGD-Süd vom 31.08.2023 vorgegebenen sortimentsbezogenen Verkaufsflächengrößen zur Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet anzusetzen.

Die nun vorliegende aktualisierte Analyse der Veränderungen der Kaufkraftströme hat gezeigt, dass sich im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 bzw. 2021 in den zentralen Versorgungsbereichen der 6 untersuchten Städten des Nah- und mittleren Einzugsgebiets durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet meist nur geringfügig höhere Umsatzabzüge feststellen lassen, welche in keinem Fall zu städtebaulichen Auswirkungen in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen führen.



Da die sechs im Rahmen dieses Gutachtens behandelten Innenstädte in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 bzw. 2021 die stärkste Betroffenheit aller untersuchten zentralen Orte aufwiesen, sind städtebauliche Auswirkungen gleichzeitig auch für alle übrigen Städte und Gemeinden in der Zone I (Naheinzugsgebiet) und Zone II (mittleres Einzugsgebiet) ebenfalls auszuschließen.

Das Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z60) bleibt somit eindeutig eingehalten.

Die seit der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 erfolgten Veränderungen der Rahmenbedingungen des Planvorhabens wie auch der Einzelhandelsstrukturen des regionalen Einzelhandels haben keinen Einfluss auf das Zentralitätsgebot (Z57), das städtebauliche Integrationsgebot (Z58) oder das Kongruenzgebot, so dass keine Neubewertung dieser Ziele der Raumordnung notwendig ist.

**Insgesamt ist aus gutachterlicher Sicht festzustellen, dass die Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch auch unter den zwischenzeitlich etwas veränderten Marktbedingungen weiterhin eindeutig als verträglich einzustufen ist.**



# Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Homburg im Zeitraum von 2018 bis 2024	1
Tab. 2:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Homburg im Zeitraum von 2018 bis 2024	2
Tab. 3:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Neunkirchen im Zeitraum von 2018 bis 2024	3
Tab. 4:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Neunkirchen im Zeitraum von 2018 bis 2024	4
Tab. 5:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Pirmasens im Zeitraum von 2018 bis 2024	5
Tab. 6:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Pirmasens im Zeitraum von 2018 bis 2024	5
Tab. 7:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Saarbrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024	6
Tab. 8:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Saarbrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024	7
Tab. 9:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Zweibrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024	9
Tab. 10:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Zweibrücken im Zeitraum von 2018 bis 2024	9
Tab. 11:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Kaiserlautern im Zeitraum von 2021 bis 2024	10
Tab. 12:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Kaiserlautern im Zeitraum von 2020 bis 2024	11
Tab. 13:	Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet in den Jahren 2019 und 2025	12
Tab. 14:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der Umsatzleistung des Zweibrücken Fashion Outlet mit ca. 19.500 m <sup>2</sup> VK im Jahr 2019	13
Tab. 15:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der aktuellen Umsatzleistung des Zweibrücken Fashion Outlet mit ca. 20.110 m <sup>2</sup> VK im Jahr 2025	14
Tab. 16:	Flächenkonzeption des Zweibrücken Fashion Outlets	17
Tab. 17:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 29.500 m <sup>2</sup> VK erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet im Jahr 2019	20
Tab. 18:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 29.500 m <sup>2</sup> VK erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet im Jahr 2025	21
Tab. 19:	Neuberechnung der durch die Erweiterung des Zweibrücken auf insgesamt ca. 29.500 m <sup>2</sup> VK ausgelösten Kaufkraftströme in den projektrelevanten Sortimentsbereichen und in der Differenzierung nach Zonen der Kundenherkunft	24
Tab. 20:	Überblicksdarstellung des durch die geplante Erweiterung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet auf ca. 29.500 m <sup>2</sup> VK ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges ggü. dem	



	relevanten Einzelhandel in den jeweiligen ZVB Innenstadt der ausgewählten Städte und Gemeinden in Zone I & Zone II	26
Tab. 21:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Homburg im Vergleich der Jahre 2019 und 2025	28
Tab. 22:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Neunkirchen im Vergleich der Jahre 2019 und 2025	29
Tab. 23:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Pirmasens im Vergleich der Jahre 2019 und 2025	30
Tab. 24:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Saarbrücken im Vergleich der Jahre 2019 und 2025	31
Tab. 25:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Zweibrücken im Vergleich der Jahre 2019 und 2025	33
Tab. 26:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet im ZVB Innenstadt von Kaiserlautern im Vergleich der Jahre 2021 und 2025	34
Tab. 27:	Gegenüberstellung der Umsatzleistung und der Kaufkraftabschöpfungsquoten in Zone I bei einem Umsatzanteil aus Zone I von 19 % bzw. 25 %	36



## Anhang:

### Branchennummern und Warengruppensystematik im Einzelhandel

#### 10 Nahrungs- und Genussmittel

- 11 Lebensmittel, Reformwaren
- 12 Getränke, Spirituosen, Tabak
- 13 Brot, Back- & Konditorwaren
- 14 Fleisch & Wurstwaren

#### 20 Gesundheit, Körperpflege

- 21 Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik
- 22 Apothekerwaren
- 23 Sanitätswaren

#### 30 Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf

- 31 Blumen, Pflanzen
- 32 Zoo- und Heimtierbedarf

#### 40 Zeitungen, Zeitschriften, Bücher

- 41 Zeitungen, Zeitschriften
- 42 Bücher

#### 10 bis 40 überwiegend kurzfristiger Bedarf

#### 50 PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren

- 51 Papier-, Büro-, Schreibwaren
- 52 Hobby- / Bastelbedarf / Musikalien
- 54 Spielwaren

#### 60 Bekleidung, Schuhe, Sport

- 61 Oberbekleidung, gemischtes Sortiment
- 62 Damenbekleidung
- 63 Herrenbekleidung
- 64 Kinderbekleidung
- 65 Wäsche, Kurzwaren
- 66 Schuhe
- 67 Lederwaren
- 68 Sportbekleidung

#### 70 GPK, Hausrat, Geschenkartikel

- 71 GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel
- 72 Haus-, Tisch- & Bettwäsche

#### 50 bis 70 überwiegend mittelfristiger Bedarf

#### 80 Elektrowaren

- 81 Weiße Ware
- 82 Leuchten, Elektro-Installation, Zubehör
- 83 Braune Ware (Radio, TV)
- 84 Tonträger, Bildträger
- 85 Telefone und Zubehör
- 86 Büromaschinen, Computer und Zubehör

#### 90 Einrichtung, Möbel

- 91 Möbel
- 92 Kücheneinrichtungen
- 93 Antiquitäten, Kunst
- 94 Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke

#### 100 Sonstiger Einzelhandel

- 101 Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf
- 102 Foto
- 103 Optik, Hörgeräte-Akustik
- 104 Uhren, Schmuck
- 105 Autozubehör
- 106 Sportgeräte
- 107 Sonstige Einzelhandelswaren

#### 80 bis 100 überwiegend langfristiger Bedarf

#### 20 bis 100 Non-Food insgesamt

#### 10 bis 100 Einzelhandelswaren insgesamt





**ecostra GmbH**

Wirtschafts-, Standort- und  
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstrasse 42  
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0

[www.ecostr.com](http://www.ecostr.com)  
[info@ecostra.com](mailto:info@ecostra.com)