GUTACHTERLICHE STELLUNGNAHME



28. April 2026

Fachgutachterliche Bewertung der im Auftrag der Städte Homburg und Neunkirchen vorgelegten Stellungnahmen des Büros

Markt und Standort

vom 15.07.2025 und vom 18.03.2026
sowie weiterer Stellungnahmen u.a. der Landeshauptstadt Saarbrücken und des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren im Rahmen des Verfahrens zur Änderung des B-Plans und des Flächennutzungsplans zur Realisierung der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO) in

Zweibrücken (SK Zweibrücken)

ecostra-Untersuchung im Auftrag der
VIA Outlets Zweibrücken B.V., Amsterdam (NL)

ecostra

Märkte verstehen | Risiken bewerten | Chancen erkennen

Analysen und Strategien für Märkte und Standorte in Europa

Das ecostra-Leistungsprogramm umfasst:

- Standort- & Potenzialanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Analysen für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Auswirkungsanalysen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- 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 Handelsgroßprojekten 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
- Vergnügungsstättenkonzepte
- Untersuchungen zur Nahversorgungssituation
- Gewerbeflächenbedarfsanalysen und Büromarktuntersuchungen zur Flächennutzungsplanung
- Regionalwirtschaftliche Analysen (z.B. Auswirkungen, Umwegeffekte 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.ecostra.com
info@ecostra.com

Vorbemerkung

In der rheinland-pfälzischen Stadt Zweibrücken ist die Erweiterung des dort seit dem Jahr 2001 in Betrieb befindlichen Outlet Centers „Zweibrücken Fashion Outlet" (ZFO) geplant. So soll die Verkaufsfläche dieses Objekts von derzeit ca. 21.000 m² auf zukünftig ca. 29.500 m² VK erweitert werden. Hierzu hat die ecostra GmbH im Auftrag des Betreibers VIA Outlets Zweibrücken B.V. diverse Untersuchungen zu den möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens erstellt. So u.a. folgende Studien:

- ECOSTRA: Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet" (ZFO) in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Wiesbaden, 16.09.2019
- 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 Outlet (ZFO) in der Stadt Zweibrücken. Anlage zu der am 16.09.2019 vorgelegten ecostra-Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des ZFO. Wiesbaden, 11.01.2021
- ECOSTRA: Analyse der in ausgewählten Städten und Gemeinden des mittleren Einzugsgebietes (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

Im März 2022 hat die für das Raumordnungsverfahren mit integriertem Zielabweichungsverfahren zuständige Behörde, die Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd (SGD-Süd), den Trägern öffentlicher Belange (TÖB) die zu dieser Planung erstellten Gutachten und Unterlagen zur Verfügung gestellt und um Stellungnahme gebeten. Bis Ende September 2022 sind hierzu eine ganze Reihe von Stellungnahmen der TÖB, teilweise auch ergänzt durch eigenständige Gutachten, eingegangen, welche sich insbesondere auch mit den von ecostra erstellten, o.g. Studien beschäftigen:

- DR. DONATO ACOCELLA: ROV mit integriertem ZAV für die Erweiterung des FOC Zweibrücken (ZFO). Anmerkungen im Auftrag der Stadt Saarbrücken zu den ecostra-Untersuchungen, Lörrach, 27.06.2022
- STADT+HANDEL: Stellungnahme im Auftrag der Stadt Pirmasens im Kontext der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO), Dortmund / Karlsruhe, 07.07.2022
- MARKT UND STANDORT: Stellungnahme im Auftrag der Stadt Homburg (Saar) zum Gutachten „Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO) in der Kreisfreien Stadt Zweibrücken, Londoner Bogen 10 - 19" sowie diverse Ergänzungen und

Nachträge (genannt ecostra-Gutachten), Erlangen, 17.07.2022 (nachfolgend: M+S (07 / 2022-Ho))

- MARKT UND STANDORT: Stellungnahme im Auftrag der Stadt Neunkirchen zum Gutachten „Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO) in der Kreisfreien Stadt Zweibrücken, Londoner Bogen 10 - 19" sowie diverse Ergänzungen und Nachträge (genannt ecostra-Gutachten), Erlangen, 17.07.2022 (nachfolgend: M+S (07 / 2022-Ne))

In der Folge beauftragte die VIA Outlets Zweibrücken B.V. ecostra mit der Überprüfung und Bewertung dieser Stellungnahmen:

- ECOSTRA: Bewertung und Kommentierung der eingegangenen Stellungnahmen der Träger öffentlicher Belange und anderer Beteiligter zum Raumordnungsverfahren mit integriertem Zielabweichungsverfahren zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet in Zweibrücken (SK Zweibrücken). Wiesbaden, 22.03.2023

Diese ecostra-Stellungnahme wurde dann im Auftrag der Stadt Zweibrücken durch das Büro Junker+Kruse nochmals plausibilisiert:

- JUNKER+KRUSE: Erweiterung des Fashion Outlet Centers in der Stadt Zweibrücken. Plausibilitätsprüfung der vorgelegten Bewertung und Kommentierung der eingegangenen Stellungnahmen durch ecostra (03/2023). Dortmund, 03 / 2023

Auf Grundlage u.a. der im Rahmen des Verfahrens eingereichten Unterlagen und Stellungnahmen entschied die SGD-Süd Ende August 2023, dass unter Beachtung bestimmter Maßgaben eine Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlets auf eine Gesamtverkaufsfläche von 29.500 m² als raumverträglich einzustufen ist:

- STRUKTUR- UND GENEHMIGUNGSDIREKTION SÜD: Raumordnerischer Entscheid mit integriertem Zielabweichungsbescheid über die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet in der kreisfreien Stadt Zweibrücken. Neustadt a.d. Weinstraße, 31.08.2023

In Zusammenhang mit dem von den Städten Homburg und Neunkirchen eingelegten Widerspruch gegen den Zielabweichungsbescheid wurde erneut eine Stellungnahme des Büros Markt und Standort vorgelegt:[1]

- MARKT UND STANDORT: Kommentierung der Aussagen im ROV / ZAV zur Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet sowie der Ausführungen in den Stellungnahmen der Gutachter Ecostra sowie Junker+Kruse vom März 2023 im Auftrag der Städte Homburg und Neunkirchen. Erlangen, 12.12.2023 (nachfolgend: M+S (12 / 2023))

[1] Von Seiten der Stadt Pirmasens wurde kein Widerspruch gegen den Entscheid der SGD-Süd eingebracht.

Darauf hin hatte ecostra wiederum die Aufgabe, auch diese Stellungnahme des Büros Markt und Standort zu überprüfen:

- ECOSTRA: Fachgutachterliche Bewertung der im Rahmen des Widerspruchsverfahrens zum Zielabweichungsbescheid der SGD-Süd beim ZAV / ROV im Auftrag der Städte Homburg und Neunkirchen durch das Büro Markt und Standort vorgelegten Stellungnahme vom 12.12.2023. Genehmigungsverfahren zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet in Zweibrücken (SK Zweibrücken). Wiesbaden, 05.04.2024

Dasselbe wurde dann auch im Auftrag der Stadt Zweibrücken durch das Büro Junker+Kruse vorgenommen:

- JUNKER+KRUSE: Erweiterung des Fashion Outlet Centers in der Stadt Zweibrücken. Stellungnahme zur vorgelegten Kommentierung von Markt und Standort vom 12. Dezember 2023. Dortmund, 04 / 2024

Die Widersprüche der Städte Homburg, Neunkirchen und Saarbrücken wurden von der SGD-Süd im Juli 2024 auf Grundlage einer mangelnden Widerspruchsbefugnis der saarländischen Kommunen als unzulässig zurückgewiesen. Die SGD-Süd erkannte entsprechend keine Verletzung der eigenen Rechte dieser Städte.

Da die erstmalige Erhebung der Bestands- und Leistungsdaten des Einzelhandels für die ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 bereits mehrere Jahre zurücklag und zwischenzeitlich nicht nur die Corona-Pandemie, sondern u.a. auch die Energiepreis- und Inflationsentwicklung in der Folge des russischen Überfalls auf die Ukraine den Einzelhandel nicht nur im Untersuchungsraum einem besonderen Druck ausgesetzt hatte, wurde in den Jahren 2024 / 2025 eine Teilaktualisierung der Auswirkungsanalyse vorgenomnen, welche in zwei Abschnitten erfolgte:

- 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
- ECOSTRA: 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. Wiesbaden, 26.09.2025

Im Zuge der formellen Beteiligung im vorliegenden Verfahren zur Änderung des Bebauungsplans sowie des Flächennutzungsplans für die geplante ZFO-Erweiterung legten dann die Städte Homburg und Neunkirchen jeweils zwei neue Stellungnahmen des Büros Markt und Standort vor. Die Stadt Saarbrücken verfasste eine eigene Stellungnahme, welche aber weit überwiegend auf Argumente zurückgriff, welche im Rahmen des vorgelagerten Zielabweichungsverfahrens in einer Stellungnahme des Büros

Acocella enthalten waren.[1] Ebenso wurde noch eine Stellungnahme des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren eingereicht. Im Einzelnen:

- MARKT UND STANDORT: Nachweis der Vorschädigungen in der Innenstadt von Homburg im Auftrag der Stadt Homburg. Erlangen, 15.07.2025 (nachfolgend: M+S (07 / 2025-Ho))
- MARKT UND STANDORT: Nachweis der Vorschädigungen in der Innenstadt von Neunkirchen im Auftrag der Stadt Neunkirchen. Erlangen, 15.07.2025 (nachfolgend: M+S (07 / 2025-Ne))
- MARKT UND STANDORT: Stellungnahme zu den aktualisierten Begutachtungen durch ecostra GmbH und durch Junker+Kruse im Auftrag der Stadt Homburg. Erlangen, 18.03.2026 (nachfolgend: M+S (03 / 2026-Ho))
- MARKT UND STANDORT: Stellungnahme zu den aktualisierten Begutachtungen durch ecostra GmbH und durch Junker+Kruse im Auftrag der Stadt Neunkirchen. Erlangen, 18.03.2026 (nachfolgend: M+S (03 / 2026-Ne))
- LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN: Stellungnahme Bauleitplanung des ZEF. Schreiben vom 24.03.2026
- BTE HANDELSVERBAND TEXTIL SCHUHE LEDERWAREN: Stellungnahme zur geplanten (fünften) Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO) im Rahmen der Offenlegung des Bebauungsplans „Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken". Berlin, 03 / 2026

Die hier nun vorliegende ecostra-Stellungnahme hat die Aufgabe, die im Rahmen des Verfahrens zur Änderung des B-Plans und des Flächennutzungsplans vorgelegten o.g. Stellungnahmen aus fachgutachterlicher Sicht zu prüfen und zu bewerten.

Alle für die nachfolgende gutachterliche Stellungnahme verwendeten Daten und Angaben wurden nach bestem Wissen erfasst, aufbereitet und ausgewertet. Die vorliegende ecostra-Untersuchung dient dem Auftraggeber bzw. den zuständigen Genehmigungsbehörden als Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage in Zusammenhang mit dem laufenden Genehmigungsverfahren zur geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet.

Wiesbaden, 28. April 2026

ecostra GmbH

Dr. Joachim Will

Hans Weprich

[1] Vgl. hierzu DR. DONATO ACOCELLA: ROV mit integriertem ZAV für die Erweiterung des FOC Zweibrücken (ZFO). Anmerkungen zu den ecostra-Untersuchungen. Lörrach, 27.06.2022

Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1. AUFBAU UND STRUKTUR DER STELLUNGNAHMEN VON MARKT UND STANDORT 1

2. ÜBERPRÜFUNG UND BEWERTUNG DER M+S-STELLUNGNAHMEN ZUM „NACHWEIS DER VORSCHÄDIGUNG“ 3

2.1 M+S-Argumente zu einer möglichen Vorschädigung des ZVB „Innenstadt Homburg“ 3

2.2 M+S-Argumente zu einer möglichen Vorschädigung des ZVB „Innenstadt Neunkirchen“ 11

2.3 M+S-Aktualisierung der Berechnungen zum Umsatzabzug in Homburg und Neunkirchen durch die ZFO-Erweiterung 19

2.4 M+S-Stellungnahmen für Homburg und Neunkirchen zu den aktualisierten ecostra-Begutachtungen 23

3. STELLUNGNAHME DES BTE HANDELSVERBAND TEXTIL SCHUHE LEDERWAREN VOM MÄRZ 2026 38

4. STELLUNGNAHME DER LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN VOM 24.03.2026 44

1. Aufbau und Struktur der Stellungnahmen von Markt und Standort

Die M+S-Stellungnahmen, welche im Auftrag der Städte Homburg und Neunkirchen jeweils am 15.07.2025 vorgelegt wurden und einen **„Nachweis der Vorschädigung"** in den entsprechenden Innenstädten erbringen sollen, zeigen einen weitestgehend identischen Aufbau. In beiden Stellungnahmen finden sich sehr häufig identische Textbausteine, so dass in der nachfolgenden Bewertung an mehreren Stellen eine gemeinsame Behandlung beider M+S-Ausarbeitungen erfolgen kann. Verschiedene Passagen dieser Textbausteine decken sich inhaltlich bzw. hinsichtlich der entsprechenden Daten mit den Ausführungen der M+S-Stellungnahmen für Homburg und Neunkirchen vom 17.07.2022, welche bereits in der ecostra-Stellungnahme vom 22.03.2023 detailliert behandelt wurden.

Anders als noch im Jahr 2022 liefert M+S nun eine sehr kurz gehaltene, gleichwohl aber etwas detailliertere Beschreibung der jeweiligen Angebotsstrukturen und der städtebaulichen Situation in den abgegrenzten Innenstädten von Homburg und Neunkirchen. Dabei werden auch Investitionsmaßnahmen der öffentlichen Hand u.a. unter Auflistung der jeweiligen Städtebauförderprogramme aufgeführt. Ebenfalls eher skizzenhaft wird auf die Wettbewerbssituation u.a. auch mit Bezug auf die Mittelzentren in der Region sowie allgemein mit dem Online-Handel eingegangen. Darauf aufbauend wird dann in einem sehr kurzen Fazit die Entwicklungsperspektive dieser Innenstädte kommentiert. Dabei geht M+S für beide Innenstädte – d.h. in Homburg wie auch in Neunkirchen – von einer erheblichen Vorschädigung und stark geschwächten Strukturen aus. In Kapitel 4 werden dann – wie bereits dargestellt – verschiedene, bereits in der M+S-Studie 2022 vorgetragene Argumente und Berechnungen zum möglichen Umsatzabzug der ZFO-Erweiterung aufgegriffen, wobei M+S eine Neuberechnung vornimmt, die – gegenüber 2022 – zu noch deutlich höheren Umsatzumverteilungsquoten kommt. In einem letzten Kapitel wird dann, u.a. anhand der Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung in den Innenstädten von Homburg und Neunkirchen, die Bedeutung des ZFO und dessen Erweiterung für die beiden Innenstädte bewertet, wobei aufgrund der von M+S scheinbar erkannten Vorschädigungen eine Absenkung des Anhaltswertes für die Umsatzumverteilungsquoten auf 5 % empfohlen wird.

Auch die beiden von M+S im Auftrag der Städte Homburg und Neunkirchen am 18.03.2026 vorgelegten **Stellungnahmen zu den zuletzt von ecostra vorgelegten Gutachtenaktualisierungen sowie zur Plausibilisierung der ecostra-Gutachten durch Junker+Kruse** zeigen einen völlig identischen Aufbau. Lediglich die Ausführungen zu den jeweiligen Innenstädten werden dann jeweils konkreter entsprechend der auftraggebenden Stadt aufbereitet. Die Argumentation fokussiert dann v.a. auf den Umstand, dass nach Einschätzung von M+S ecostra die Vorschädigungen in den Innenstädten von Homburg und Neukirchen nicht berücksichtigt habe. Auch das im Auftrag der Stadt Zweibrücken mit der Plausibilisierung der ecostra-Gutachten betraute Büro

Junker+Kruse wird dahingehend kritisiert, dass diese Plausibilisierung nur oberflächlich vorgenommen und so die gestellte Aufgabe nicht sachgerecht erfüllt wurde.

Wie bereits in den M+S-Stellungnahmen aus den Jahren 2022 und 2023 verweist M+S sehr häufig auf Beschreibungen, Daten und Feststellungen der ecostra-Gutachten und -Stellungnahmen, vermeidet aber exakte Zitate ebenso wie überhaupt wesentliche Elemente der ansonsten bei wissenschaftlichen Arbeiten üblichen Quellenangaben und Zitierweisen fast durchwegs vernachlässigt werden.[1]

Nachfolgend werden die beiden M+S-Stellungnahmen vom 15.07.2025 („Nachweis der Vorschädigung" in Homburg bzw. Neunkirchen) sowie die beiden M+S-Stellungnahmen vom 18.03.2026 („Stellungnahme zu den aktualisierten Begutachtungen" von ecostra und Junker+Kruse) einer detaillierten fachlichen Prüfung und Kommentierung unterzogen.

[1] Wie bereits in den früheren Stellungnahmen werden die von ecostra vorgetragenen Argumente von M+S nur schlagwortartig dargestellt, in keinem einzigen Fall aber umfassend zitiert. Auch auf eine exakte Seitenangabe der Fundstelle wird verzichtet. Im Sinne einer Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Ausführungen von M+S wären entsprechende Zitate und exakte Verweise in der Sache sicherlich hilfreich gewesen. Denn wie bereits mit Bezug auf die M+S-Stellungnahmen aus den Jahren 2022 und 2023 gezeigt werden konnte und bei den neu von M+S vorgelegten Stellungnahmen noch gezeigt werden wird, sind verschiedene Aussagen und Angaben aus ecostra-Stellungnahme von M+S nicht korrekt dargestellt bzw. wurden und werden mit eigenen Interpretationen angereichert und dann als ecostra-Aussagen wiedergegeben.

2. Überprüfung und Bewertung der M+S-Stellungnahmen zum „Nachweis der Vorschädigung“

Die im Auftrag der Städte Homburg und Neunkirchen von M+S jeweils am 15.07.2025 vorgelegten Stellungnahmen enthalten Abschnitte, welche nahezu wortgleich identisch sind (z.B. die Vorbemerkung), andere die sich mit der jeweils konkreten Situation der beiden Innenstädte und deren Entwicklungen in den letzten Jahren beschäftigen (Kap. 3) und wiederum andere Abschnitte (Kap. 4), welche Daten und Argumente anführen, welche im Wesentlichen bereits in der M+S-Stellungnahmen vom Juli 2022 zum Raumordnungs- bzw. Zielabweichungsverfahren und vom Dezember 2023 beim Widerspruch der Städte Homburg und Neunkirchen gegen den Zielabweichungsbescheid vorgetragen wurden. Diese von M+S vorgetragene Kritik konnte bereits in den ecostra-Stellungnahmen vom März 2023 sowie vom April 2024 als irreführend bzw. als grob fehlerhaft zurückgewiesen werden. Soweit erforderlich, wird in der nachfolgenden Ausarbeitung auf die bereits in den genannten ecostra-Stellungnahmen hierzu vorgetragenen Argumente verwiesen. In einem abschließenden Kapitel versucht M+S dann, u.a. anhand einer Darstellung der in den letzten Jahren negativen Verkaufsflächenentwicklung in den Innenstädten von Homburg und Neukirchen sowie – als Vergleichswert – der positiven Verkaufsflächenentwicklung des ZFO einen Zusammenhang zu konstruieren und so dem ZFO zumindest eine Teilschuld an der erkannten Negativentwicklung der Innenstädte zuzuweisen. In beiden M+S-Stellungnahmen finden sich auch in diesem Abschnitt wieder umfangreiche völlig identische Textbausteine, was die Frage nahelegt, ob bzw. inwieweit hier die konkrete örtliche Situation in Homburg bzw. Neunkirchen überhaupt eine Rolle gespielt hat.

2.1 M+S-Argumente zu einer möglichen Vorschädigung des ZVB „Innenstadt Homburg“

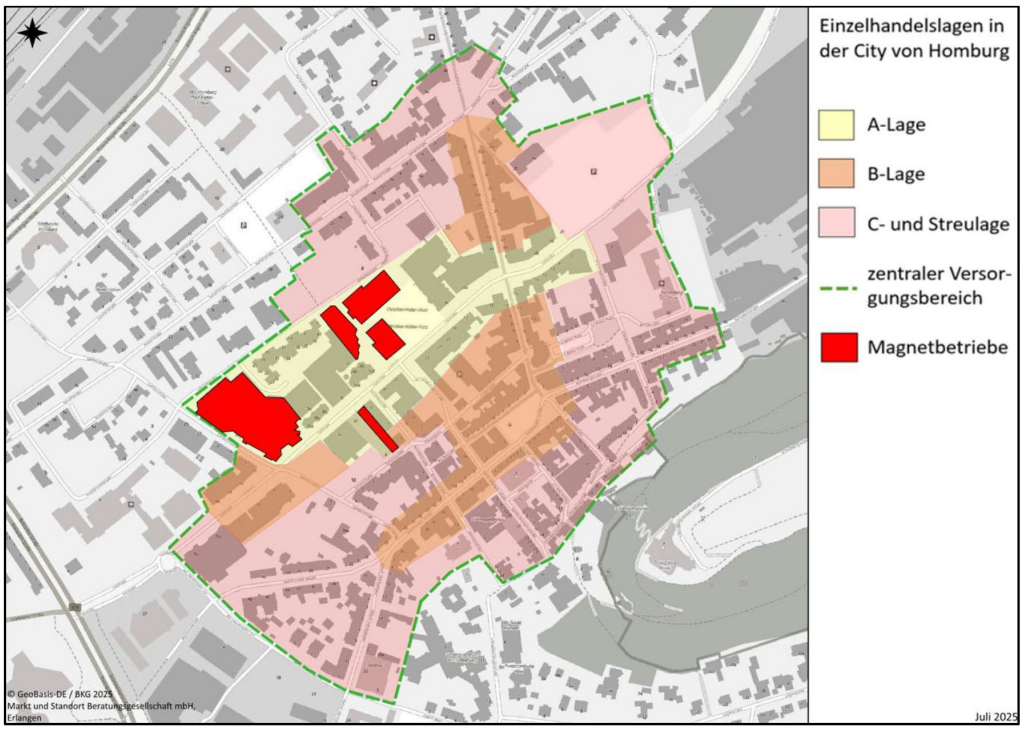
Bereits in der Auswirkungsanalyse 2019 hat ecostra neben der Totalerhebung des gesamten Einzelhandelsstandortes Homburg und einer umfassenden Beschreibung sämtlicher Geschäftslagen eine detaillierte Aufbereitung der Bestands- und Leistungsdaten des Einzelhandels vorgenommen.[1] Die räumliche Abgrenzung der Homburger Innenstadt wurde dem damals öffentlich verfügbaren kommunalen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2012 entnommen, das vom Büro isoplan-Marktforschung erstellt worden war.[2] 2024 wurde dann von ecostra u.a. für die abgegrenzte Innenstadt von Homburg eine Aktualisierung der Bestands- und Leistungsdaten durchgeführt und so die entsprechenden Veränderungen – insbesondere auch durch die Corona-Pandemie sowie durch die unmittelbaren Folgen des Ukraine-Krieges (u.a. Energiepreisentwicklung, Inflation)

[1] Vgl. ECOSTRA (09 / 2019): op.cit., S. 62ff

[2] Vgl. ISOPLAN-MARKTFORSCHUNG: Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Homburg/Saar – Fortschreibung 2012 (Kurzfassung vom 06.12.2011). Saarbrücken, 2011

– erfasst.[1] Die räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadt von Homburg blieb dabei gegenüber der Auswirkungsanalyse 2019 unverändert, um die Vergleichbarkeit der Bestands- und Leistungsdaten zu gewährleisten. Dabei wurde in der entsprechenden ecostra-Stellungnahme vom März 2025 gleichzeitig aber auch darauf hingewiesen, dass die Abgrenzung des ZVB Innenstadt im aktualisierten Einzelhandelskonzept von Homburg im räumlichen Umgriff zwischenzeitlich etwas kleiner gefasst ist.[2]

Unabhängig davon ergeben sich aus den zuletzt von M+S veröffentlichten Bestandsdaten des Einzelhandels im ZVB Innenstadt von Homburg zu den jüngsten Erhebungsdaten von ecostra kaum relevante Abweichungen.[3] Der im ZVB Innenstadt von Homburg offensichtlich beachtliche Besatz an zentrenbildenden Einrichtungen wird von S+M wie folgt kommentiert: *„Diese Betriebskombination auf kleinem Raum lässt auf ein vielfältiges Angebot schließen."*[4]



Quelle: M+S Einzelhandelskonzept Homburg 2025

[1] Vgl. ECOSTRA (03 / 2025): op.cit., S. 67ff; vgl. ecostra (09 / 2025): op.cit., S. 1ff

[2] In dem 2023 von M+S vorgelegten aktualisierten Einzelhandelskonzept für Homburg wurde die räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadt gegenüber dem Einzelhandelskonzept 2012 geringfügig modifiziert, indem einzelne Teilräume, in denen sich keine oder fast keine Einzelhandelsbetriebe befanden, aus der Innenstadtabgrenzung herausgenommen wurden. Der Bereich des Enklerplatzes ist aber weiterhin im ZVB Innenstadt enthalten und soll wohl als Potenzialfläche dienen; vgl. MARKT UND STANDORT: Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Kreis- und Universitätsstadt Homburg. Erlangen, 12 / 2025, S. 155

[3] Durchaus überraschenderweise hat M+S im Jahr 2025 den Einzelhandel in der Homburger Innenstadt mindestens zweimal erhoben. So verweist die M+S-Stellungnahme vom März 2025 auf Bestandserhebungen vom Februar 2025 und das M+S-Einzelhandelskonzept vom Dezember 2025 auf Bestandserhebungen vom Juli 2025. Dabei liegen die von M+S im Einzelhandelskonzept genannten Bestandsdaten mit ca. 118 Betrieben und ca. 21.170 m² VK nahezu gleich wie die ecostra-Erhebungsdaten vom November 2024; vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 156; vgl. ECOSTRA (03 / 2025): op.cit., S. 70

[4] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 4

Auch auf die Existenz von mehreren innerstädtischen Magnetbetrieben (u.a. Brinkmann und Media-Markt im „Saar-Pfalz-Center", P&C, H&M sowie Müller Drogeriemarkt in der Talstraße) weist M+S explizit hin.[1] Trotz der genannten offensichtlich attraktiven und leistungsstarken Magnetbetriebe geht M+S davon aus, dass es sich um eine vergleichsweise *„geringe Zahl und Größe der Magnetbetriebe"*[2] handelt, was lt. M+S *„eine bedeutende Angebotsschwäche der Innenstadt von Homburg"*[3] darstellt. Diese scheinbar „bedeutende Angebotsschwäche" leitet M+S allein aus dem Vergleich mit der Innenstadt von Neunkirchen ab, wo großflächige Betriebe offensichtlich häufiger vorzufinden sind und erkennt für Homburg hier eine *„Mangelsituation (…) (die) man durchaus als Vorschaden einordnen"*[4] kann. Dieser Vergleich hinkt aber allein bereits aufgrund der räumlich weiter gefassten Innenstadtabgrenzung in Neunkirchen; eine Innenstadtabgrenzung, die Standortlagen umfasst, welche aus fachlicher Sicht kaum die relevanten Kriterien für zentrale Versorgungsbereiche erfüllen und jedenfalls in wesentlichen Teilen eine geeignete städtebauliche Dichte vermissen lassen. Aber allein die Tatsache, dass eine Stadt der Größe und Versorgungsfunktion von Homburg in der Innenstadt über leistungsstarke und kundenattraktive Einzelhandelsbetriebe, wie P&C, H&M, Media Markt, Müller verfügt, ist bereits mehr als beachtlich.[5] Hier trotzdem eine „Mangelsituation" zu erkennen, benötigt schon sehr viel gutachterliche Fantasie. Bei der Vorlage des ebenfalls vom M+S erstellten kommunalen Einzelhandelskonzepts von Homburg im Dezember 2025 war bezogen auf die Magnetbetriebe jedenfalls keine Rede mehr von einer Mangelsituation. Ein entsprechender Hinweis findet sich hier an keiner Stelle. Vielmehr sind die Magnetbetriebe lt. M+S sogar ursächlich dafür, dass die Talstraße im Einzelhandelskonzept als sog. A-Lage ausgewiesen werden konnte.[6] Dagegen werden im kommunalen Einzelhandelskonzept von Seiten M+S *„kritische Anmerkungen (als) notwendig (erachtet), die sich auf die Aufenthaltsqualität, das Parken und die Verkehrsbelastung beziehen. Daneben sind insbesondere das Saar-Pfalz-Center und die Talpassage in Bezug auf die bauliche Qualität und die daraus resultierende atmosphärischen Mängel kritisch zu sehen."*[7] Diese „kritischen Anmerkungen" beziehen sich allerdings auf städtebauliche Defizite, welche mit einer möglichen Vorschädigung durch äußere Einflüsse nichts zu tun haben.

In Zusammenhang mit einer möglichen Vorschädigung wird von M+S das Argument angeführt, dass die gescheiterte Etablierung u.a. eines weiteren Shoppingcenters auf dem Enklerplatz in Homburg *„in erster Linie (auf) die harte Wettbewerbssituation in der Region und die seit einigen Jahren eklatante Expansionsschwäche von Shopping-Centern in Mittelstädten"*[8] zurückzuführen sei. Inwieweit das benachbarte Mittelzentrum

---

1 Vgl. M+S (07 / 2025-ho): op.cit., S. 4

2 Op.cit., S. 9

3 Op.cit.

4 Op.cit.

5 Andere Mittelzentren in der Region, wie z.B. Blieskastel und St. Ingbert, verfügen nicht einmal in Ansätzen über einen vergleichbaren Besatz an solchen Magnetbetrieben.

6 Vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 108f

7 Op.cit., S. 109

8 M+S (07 / 2025-ho): op.cit., S. 9

Neunkirchen zu dieser „harten Wettbewerbssituation in der Region" beigetragen hat, muss für den Moment noch offen bleiben. Immerhin spricht M+S in der im Auftrag von Neunkirchen erarbeiteten Stellungnahme vom Juli 2025 davon, dass *„zum Teil (…) diese erfolgreiche Expansion der Neunkirchener Innenstadt einen maßgeblichen Wettbewerbsdruck auf die Innenstadt von Homburg ausgeübt"*[1] hat. Insofern seien stadtplanerische Bemühungen zur Verbesserung der örtlichen Angebotssituation ins Leere gelaufen. Auch durch ständige Wiederholung wird dieses von M+S vorgetragene Argument nicht besser und wurde bereits in den ecostra-Stellungnahmen vom März 2023 und April 2024 detailliert widerlegt, so dass an dieser Stelle auf die bereits vorliegenden Stellungnahmen zu verweisen ist.[2] Die eigentlichen Ursachen für diese gescheiterten Projekte sind woanders zu sehen.

Das Argument einer intensiven Wettbewerbssituation, welche Einfluss auf die innerstädtische Entwicklung von Homburg nimmt, findet sich in der M+S-Stellungnahme auch noch in einem speziellen Kapitel, wo u.a. auch auf die Anzahl und räumliche Verortung von höherrangigen zentralen Orten eingegangen wird.[3] Hier konstatiert M+S, dass *„die Ausdehnung des Homburger Einzugsbereiches (…) die starke Konkurrenzwirkung deutlich"*[4] macht, wobei *„insbesondere die Lage zwischen den benachbarten Mittelzentren Neunkirchen und Zweibrücken (…) die Wettbewerbswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel in Homburg"*[5] verstärke. Es ist aus fachlicher Sicht durchaus erstaunlich, dass M+S in ihrer Stellungnahme, aber auch in dem im Dezember 2025 vorgelegten Einzelhandelskonzept für Homburg, die Mittelzentren Zweibrücken und Blieskastel dem Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes Homburg zurechnet.[6] Falls dies tatsächlich so sein sollte, deutet dies auf eine besondere Attraktivität und Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes Homburg hin, welche den sonstigen Ausführungen von M+S entgegenstehen würde. Dass diese benachbarten Mittelzentren dem Einzugsgebiet von Homburg zuzurechnen sind, ist landes- und regionalplanerisch eigentlich nicht vorgesehen und bedarf – falls dem so ist – einer besonderen Begründung, die im gegenständlichen Fall jedoch fehlt. Demnach geht M+S davon aus, dass

---

1 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 8

2 In der ecostra-Stellungnahme vom April 2024 heißt es wie folgt: *„Im Falle von Homburg illustrieren die in der ecostra-Stellungnahme vom März 2023 beschriebene ECE-Planung zur Realisierung eines Shoppingcenters in der Innenstadt ebenso wie das Nachfolgeprojekt der Deutschen Immobiliengruppe (DI) nachdrücklich, dass die Existenz des ZFO solche Planungen und Investitionen in der Innenstadt von Homburg offensichtlich nicht verhindert. Wenn M+S nun versucht, einen Zusammenhang der Aufgabe dieser Projekte mit dem ZFO zu konstruieren, ignoriert M+S die unzweifelhafte Sachkompetenz der Projektverantwortlichen bei ECE und DI und die Tatsache, dass bereits solche Planungsprozesse mit einem nicht geringen Investitionsaufwand verbunden sind. Beide – d.h. ECE und DI – haben aber trotz der Existenz des ZFO zu den jeweiligen Zeitpunkten wirtschaftliche Chancen für solche Vorhaben in der Homburger Innenstadt erkannt. Es wäre geradezu vermessen, wenn M+S hier behaupten wollte, dass diese Projektentwickler bei ihren Planungen den überörtlichen Wettbewerb völlig ausgeblendet haben und erst zu einem späten Planungszeitpunkt auf die Existenz des ZFO aufmerksam geworden sind. Hier wäre eine etwas nüchterne und nicht von Schwarz-Weiss-Denken geprägte Sichtweise bei M+S wünschenswert. Die wesentlichen Ursachen für das Scheitern dieser Projekte in Homburg sind jedenfalls nicht beim ZFO zu sehen und wurden in der ecostra-Stellungnahme vom März 2023 bereits detailliert beschrieben."*; ECOSTRA (04 / 2024): op.cit., S. 37

3 Vgl. hierzu M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 10f

4 M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 11

5 Op.cit.

6 Vgl. op.cit.; vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 33ff

Homburg im Einzelhandel mittelzentrale Versorgungsfunktion von Zweibrücken und Blieskastel übernimmt und *„diese dichtgefügte Konkurrenzsituation (…) Kaufkraft des eigenen Einzugsbereiches"*[1] bindet. Nach M+S hat Homburg offensichtlich einen Anspruch auf die Kaufkraft der Einwohner u.a. von Zweibrücken und Blieskastel, weil diese von M+S dem Einzugsgebiet von Homburg zugerechnet werden. Es ist aus fachlicher Sicht aber ggf. davon auszugehen, dass das Einzugsgebiet des Einzelhandels von Homburg schlichtweg falsch abgegrenzt wurde. Dafür spricht u.a. auch die von M+S im Jahr 2021 durchgeführte telefonische Haushaltsbefragung, deren Ergebnisse u.a. im aktualisierten Einzelhandelskonzept Homburg 2025 abgedruckt sind.[2] Aber auch diese Haushaltsbefragung wirft einige fachliche Fragen auf, welche im gegenständlichen Zusammenhang durchaus relevant sind. Im Einzelnen:

- Der geografische Raum der Haushaltsbefragung wurde offensichtlich auf ein bereits vorab definiertes Einzugsgebiet des Einzelhandels ausgerichtet, wobei – folgt man den Ausführungen des M+S-Einzelhandelskonzepts Homburg 2025 – wesentliche Grundlagen der Abgrenzung von Einzugsgebieten für Städte als Einzelhandelsstandorte vernachlässigt bleiben.[3]
- So ist es nicht nachvollziehbar, weshalb das Mittelzentrum Zweibrücken mit 35 befragten Haushalten und das Mittelzentrum Blieskastel mit 20 befragten Haushalten einbezogen wurde, das Mittelzentrum Neunkirchen jedoch nicht. Zweibrücken liegt von Homburg ca. 12 km bzw. 11 PKW-Fahrminuten entfernt, Blieskastel ca. 13 km bzw. 15 min. und Neunkirchen ca. 14 km bzw. 14 min.
- Im hier projektrelevanten Kernsortiment Bekleidung und Schuhe geben von den ca. 400 befragten Haushalten ca. 16,2 % an, die diesbezüglichen Einkäufe in der Stadt Zweibrücken und ca. 16,8 % im ZFO zu tätigen. Im nicht zum Befragungsraum zählenden Neunkirchen sind dies nach den M+S-Ergebnissen sogar 17,7 % der Befragten. Da davon auszugehen ist, dass – wie in Homburg selbst – ein nicht geringer Teil der örtlichen Wohnbevölkerung von Zweibrücken ihre diesbezüglichen Einkäufe beim Einzelhandel vor Ort – in der Innenstadt und / oder im ZFO – erledigt, dann ist die Wettbewerbsbedeutung von Zweibrücken wie auch des ZFO für den Einzelhandelsstandort Homburg offensichtlich gering bzw. deutlich geringer als die Wettbewerbsdeutung von Neunkirchen (in dem nicht befragt wurde).
- Nach den Vorgaben der gif-Richtlinie wird das *„allgemeine Einzugsgebiet des Einzelhandels einer Stadt oder Gemeinde (…) üblicherweise durch die Betriebe des mittelfristigen Bedarfs (v.a. Bekleidung, Schuhe, Sport) in der Innenstadt gebildet."*[4] Wenn also Zweibrücken bzw. das ZFO gerade bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs – und somit dem Kernsortiment des ZFO - eine so starke Konkurrenz zum

---

1 M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 11

2 Vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 56ff

3 Vgl. GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (HRSG.): Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten. Wiesbaden, 07 / 2020, S. 58ff; Hinweis: M+S verwendet zur Bestimmung des Einzugsgebietes nahezu keines der in der gif-Richtlinie genannten Methoden, sondern bezieht sich nur auf die Pendlerstatistik und eine Wettbewerbsstärke umliegender zentraler Orte, die aus allgemeinen Umsatzkennziffern abgeleitet wird; vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 33ff

4 GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (HRSG.): op.cit., S. 63

Einzelhandelsstandort Homburg wäre, wie M+S konstatiert, ist es nicht nachvollziehbar, dass M+S Zweibrücken dem Einzugsgebiet von Homburg zurechnet.

Es zeigt sich, dass inhaltlich und systematisch bei den Ausarbeitungen von M+S einige grundlegende Widersprüche auftauchen bzw. Plausibilitätsprobleme erkennbar sind.[1]

Eine weitere Vorschädigung glaubt M+S in dem lt. eigenen Aussagen vollkommen fehlenden Sportangebot in der Innenstadt von Homburg zu erkennen und verortet als Ursache die *„regionale Dichte des Wettbewerbs, aber auch aufgrund der langjährigen Entwicklungen im ZFO"*[2]. Allerdings muss M+S hier zumindest das Galileo Outdoor Sportfachgeschäft in der Saarbrücker Straße übersehen haben; damit stimmt es eben nicht, dass dieses Angebot „vollkommen fehlt". Bereits 2014 hatte Sport Klees sein Hauptgeschäft von Homburg nach Neunkirchen verlagert, so dass für das eher schwach ausgebaute innerstädtische Sportangebot nach aller Wahrscheinlichkeit auch nicht die „regionale Dichte des Wettbewerbs" oder gar die „Entwicklungen im ZFO" ursächlich gewesen sein konnten, denn die regionale Wettbewerbsdichte und die ZFO-Entwicklungen dürften sich in Neukirchen kaum von Homburg unterscheiden. Allerdings stellt sich bei dem hier vorgetragenen Argument grundsätzlich die Frage, ob ein fehlendes bzw. nur noch geringes Angebot in einer einzigen Warengruppe gleich eine „Vorschädigung der Innenstadt" auslösen kann; dies wäre ggf. von Fachjuristen auf Grundlage der gängigen Rechtsprechung zu prüfen.[3] Nach Einschätzung von ecostra ist jedenfalls davon auszugehen, dass nicht einmal ein Oberzentrum – und in diesem Sinne folglich schon gar nicht ein Mittelzentrum wie Homburg - zur Erfüllung seiner landes- und regionalplanerischen Versorgungsfunktionen in jeder einzelnen Warengruppe eine seiner regionalplanerisch festgelegten Zentralität entsprechende Strahlkraft haben muss. Die Zentralität und Versorgungsfunktion eines zentralen Ortes speist sich aus vielen Quellen. Folgt man den Ergebnissen des M+S-Einzelhandelskonzepts 2025 für Homburg, erreicht diese Stadt im innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung & Lederwaren sogar eine Einzelhandelszentralität von 138,3.[4] Dies illustriert, dass bei diesem Sortiment per Saldo der Umsatz des örtlichen Einzelhandels um ca. 38,3 % über dem entsprechenden Kaufkraftvolumen der eigenen Wohnbevölkerung liegt, was für ein Mittelzentrum einen sehr guten Wert darstellt. Auch andere zentrenrelevante Warengruppen erreichen in Homburg lt. M+S-Einzelhandelskonzept sehr positive Einzelhandelszentralitäten (z.B.

---

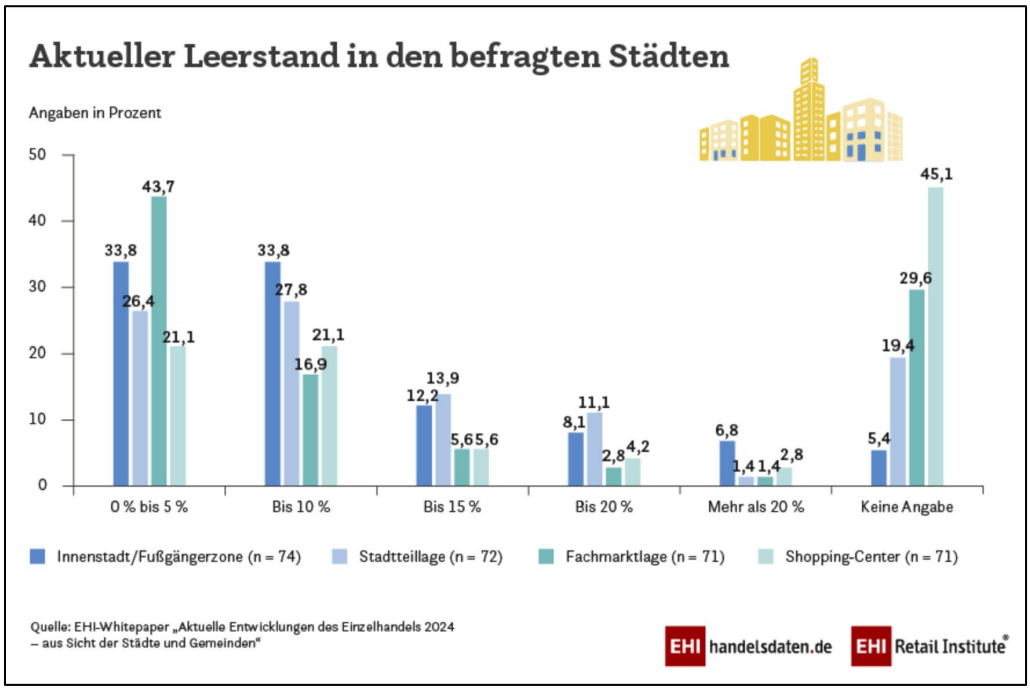
[1] Damit stellt sich die weitergehende Frage, ob das aktuelle Einzelhandelskonzept Homburg 2025 überhaupt als städtebauliches Entwicklungskonzept verwendbar ist, da dieses offensichtlich nicht widerspruchsfrei ist; vgl. hierzu u.a. BVerwG, Urteil vom 26. März 2009 – Az. 4 C 21.07

[2] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 9

[3] Ein geringes oder schwaches Angebot in nur einem Sortiment scheint jedenfalls für die Annahme einer „Vorschädigung" oder „Unterversorgung" und einer damit ggf. verbundenen Herabsetzung des relevanten Anhaltswertes der Umsatzumverteilung von ca. 10 % nicht ausreichend zu sein. So führt z.B. das OVG Koblenz (Urteil vom 15.11.2010 – 1 C 10320/09.OVG -, Rn. 105) folgendes aus: *„Die Überschreitung der 10%-Grenze in wenigen Teilsortimenten führt dagegen nicht zu einer Unzulässigkeit der Planung. Zur Überzeugung des Senats ist hier vielmehr auf den Querschnitt des gesamten Sortiments bzw. allenfalls auf das Kernsortiment (hier: Bekleidung) abzustellen. Ansonsten könnte die 10%-Grenze bei entsprechender Diversifikation der Sortimente zur Beliebigkeit herabgestuft werden können."*

[4] Vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 53; Hinweis: die Zusammenfassung der beiden Warengruppen Bekleidung und Lederwaren ist eher unüblich. Lederwaren werden meist zusammen mit der Warengruppe Schuhe ausgewiesen.

Haushaltswaren / Glas / Porzellan, Uhren / Schmuck). Damit stehen die im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Werte in offensichtlichem Widerspruch zu der von M+S konstatierten „Vorschädigung der Innenstadt".



Quelle: EHI Retail Institute

Beim Thema „mögliche Vorschädigung" ist auch die Ladenleerstandsituation in den Blick zu nehmen. M+S verweist darauf, dass sich diese in der Innenstadt von Homburg *„schleichend verschärft"*[1] habe. M+S bezeichnet eine Ladenleerstandsquote von ca. 5 % als *„unproblematisch"*[2] und kommt im Fall der Innenstadt von Homburg auf *„eine Zahl von 25 Objekten, was (…) einer Leerstandsquote von rund 8 % entspricht."*[3]. Im nur wenige Monate später veröffentlichten Einzelhandelskonzept von Homburg nennt M+S eine Zahl von 33 leerstehenden Geschäften in der Innenstadt und konnte eine Leerstandsquote von ca. 7,4 % errechnen.[4] Da scheint bei dem M+S-Zahlenwerk irgendetwas nicht zu passen. Entweder hat die Zahl der Betriebe als Referenzgröße in der Innenstadt von Homburg innerhalb von wenigen Monaten deutlich zugenommen oder es wurden einmal Äpfel und einmal Birnen gezählt.[5] Bemerkenswert ist jedenfalls, dass M+S bezogen auf die Zahl der Ladenleerstände in der Innenstadt von Homburg im kommunalen Einzelhandelskonzept 2025 folgendes Fazit zieht: *„In der Summe finden sich derzeit 33 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Dies ist im*

1 M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 9

2 Op.cit., S. 10

3 Op.cit.

4 Vgl. M+S (12 / 2025): op.cit., S. 123

5 Auch die Bezugsgrößen sind eher verwirrend. Im kommunalen Einzelhandelskonzept 2025 nennt M+S eine Gesamtzahl an Betriebe in der Innenstadt von 290 (vgl. S. 123). In der Stellungnahme vom Juli 2025 spricht M+S von 132 Einzelhandelsbetrieben und 184 Dienstleistungsbetrieben, also in Summe 316 Betriebe in der Innenstadt (vgl. S. 4).

Verhältnis zur Gesamtzahl der Betriebe (290) keine dramatische Zahl."[1] Eine ähnlich relativierende Feststellung fehlt jedenfalls in der M+S-Stellungnahme vom Juli 2025. Die Ladenleerstände in der Innenstadt von Homburg taugen jedenfalls nicht dazu, irgendeine Vorschädigung argumentativ zu stützen. Im Vergleich mit anderen Städten ist die Ladenleerstandsquote in der Innenstadt von Homburg mit weniger als 10 % jedenfalls in einer durchaus üblichen Größenordnung (vgl. vorstehende Grafik des EHI Retail Institute).

Damit kann das Argument einer möglichen Vorschädigung im Fall von Homburg als unzutreffend zurückgewiesen werden. Aber auch unabhängig davon haben die Ergebnisse der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 und jene der Aktualisierung dieser Auswirkungsanalyse 2025 deutlich aufgezeigt, dass der Umsatzabzug durch die geplante ZFO-Erweiterung sich in einer insgesamt sehr geringen Größenordnung bewegt und somit – selbst wenn theoretisch von einer gewissen Vorschädigung auszugehen wäre - keine relevanten negativen Auswirkungen hierdurch zu erwarten sein werden.[2]

In einem weiteren Abschnitt der M+S-Stellungnahme werden scheinbar sämtliche in den letzten 2 Jahrzehnten durchgeführte kommunale Maßnahmen zur Wirtschaftsförderung und Entwicklung der Innenstadt aufgelistet. Auch das Engagement der lokalen Werbegemeinschaft und der Händler findet Erwähnung. Fast durchwegs handelt es sich hierbei aber um völlig übliche Projekte und Maßnahmen, welche auch in anderen vergleichbaren Städten so durchgeführt werden und somit weder mit einer besonders intensiven regionalen Wettbewerbssituation und schon gar nicht mit der Existenz des ZFO begründet werden können. Trotz all dieser Maßnahmen konstatiert M+S, dass in Homburg *„seit Jahren ein Investitionsstau zu beobachten*"[3] ist und diverse Projekte (u.a. Bebauung Vauban-Carrée, Shoppingcenter Enklerplatz) gescheitert sind. Hier wird von M+S leider unterschlagen, dass die eigentlichen Gründe für das Scheitern dieser Projekte woanders – und nicht beim ZFO – zu sehen sind.[4]

Fazit: M+S versucht offensichtlich, mit Verweis auf einen regional besonders intensiv ausgeprägten interkommunalen Wettbewerb im Einzelhandel und die Existenz des ZFO eine Vorschädigung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt Homburg zu konstruieren, welche sich nach Prüfung der Fakten nicht aufrechterhalten lässt. Dieser Versuch dient ganz augenscheinlich dazu, die Schwelle des Anhaltswertes zur Bestimmung städtebaulich relevanter Auswirkungen zu reduzieren und so der geplanten Erweiterung des ZFO ein städtebauliches Argument entgegenhalten zu können. Die Prüfung der erneuten Ausführungen von M+S hat jedoch gezeigt, dass z.T. Argumente aus früheren M+S-Stellungnahmen nahezu unverändert wiederholt werden, welche durch die bisherigen ecostra-Stellungnahmen längst widerlegt bzw. ad absurdum geführt sind (z.B. Scheitern

[1] M+S (12 / 2025): op.cit., S. 123

[2] Vgl. ECOSTRA (09 / 2025): op.cit., S. 28

[3] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 13

[4] Die wesentlichen Ursachen für das Scheitern dieser Projekte wurden in der ecostra-Stellungnahme vom März 2023 bereits detailliert beschrieben und bislang von M+S aber leider nicht zur Kenntnis genommen; vgl. ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 31

der Projekte Enklerplatz und Vauban-Carrée). Weder die Zahl der Ladenleerstände, die M+S selbst in der Homburger Innenstadt erfasst hat, noch die Zahl und Art der innerstädtischen Magnetbetriebe rechtfertigt es, von einer besonderen Problemlage zu sprechen. Vielmehr ist das Gegenteil der Fall. Dafür sprechen im Übrigen auch die branchenbezogenen Zentralitätswerte, welche M+S selbst in dem im Dezember 2025 veröffentlichten Einzelhandelskonzept Homburg ausweist. Gerade auch der innerstädtische Einzelhandel – und hier die Leitbranche Bekleidung – weisen starke Kaufkraftzuflüsse aus dem überörtlichen Umfeld und somit überdurchschnittlich gute Werte auf. Dazu kommt noch, dass M+S selbst das Mittelzentrum Zweibrücken (mit dem ZFO) dem Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes Homburg zuordnet, d.h. das Mittelzentrum Homburg im Einzelhandel u.a. auch Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Zweibrücken mit übernimmt, was sicherlich nicht im Einklang mit landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen stehen dürfte. Falls dies aber tatsächlich so sein sollte, deutet dies vielmehr auf einen Einzelhandelsstandort, der aufgrund seiner Attraktivität und Leistungsfähigkeit eine besonders weitreichende räumliche Ausstrahlung und Anziehungskraft besitzt. Das Argument einer Vorschädigung der Homburger Innenstadt trägt somit nicht und ist zurückzuweisen.

2.2 M+S-Argumente zu einer möglichen Vorschädigung des ZVB „Innenstadt Neunkirchen"

Wie bereits im Fall von Homburg hat ecostra in der Auswirkungsanalyse 2019 neben der Totalerhebung des gesamten Einzelhandelsstandortes Neunkirchen und einer umfassenden Beschreibung sämtlicher Geschäftslagen eine detaillierte Aufbereitung der Bestands- und Leistungsdaten des Einzelhandels vorgenommen.[1] Die Abgrenzung des ZVB Innenstadt von Neunkirchen basierte auf dem damaligen Einzelhandelskonzept der Stadt, das – wie bereits auch im Fall von Homburg - von dem Büro isoplan-Marktforschung erstellt wurde.[2] Ebenso wurden im Jahr 2024 u.a. für die so abgegrenzte Innenstadt von Neunkirchen die Bestands- und Leistungsdaten aktualisiert und die entsprechenden Veränderungen erfasst.[3] Die räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadt blieb dabei unverändert, um die Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten. Im isoplan-Einzelhandelskonzept 2018 wurde die Abgrenzung des ZVB Innenstadt Neunkirchen im Westen um das Gebiet des neu angesiedelten Globus SB-Warenhauses erweitert.[4] Insgesamt handelt es sich bei dem ZVB Innenstadt von Neunkirchen um ein sehr weiträumig abgegrenztes Gebiet, was u.a. auch folgender Vergleich belegt: der ZVB Innenstadt des ca. 47.100 Einwohner starken Mittelzentrums Neunkirchen umfasst nach der aktuellen Abgrenzung eine Fläche von ca. 288.100 m², dagegen umfasst z.B. der

[1] Vgl. ECOSTRA (09 / 2019): op.cit., S. 74ff

[2] Vgl. ISOPLAN-MARKTFORSCHUNG: Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen – Fortschreibung 2015. Saarbrücken, 2015

[3] Vgl. ECOSTRA (03 / 2025): op.cit., S. 103ff; vgl. ecostra (09 / 2025): op.cit., S. 3ff

[4] Am 22.03.2022 wurde an der Margarethe-Bacher-Straße in Neunkirchen ein Globus SB-Warenhaus mit ca. 7.150 m² VK eröffnet. Dem Standort sind ebenerdig ca. 600 Parkplätze vorgelagert. Um die Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, sind die Werte des Globus in den Daten der im März und September 2025 von ecostra vorgelegten Aktualisierungen der Grundlagendaten und der Kaufkraftstromanalyse nicht enthalten.

ZVB Innenstadt des ca. 183.510 Einwohner umfassenden Oberzentrums Saarbrücken nur eine Fläche von 347.100 m².[1] Damit hat Saarbrücken zwar eine höhere landes- und regionalplanerische Zentralität und eine um den Faktor 3,9 höhere Einwohnerzahl als das Mittelzentrum Neunkirchen, verfügt aber über einen ZVB Innenstadt, der flächenmäßig nur um den Faktor 1,2 größer ist. Von einer Innenstadt *„auf kleinem Raum"*[2] wie M+S meint, ist jedenfalls beim ZVB Innenstadt von Neunkirchen nicht auszugehen, das Gegenteil ist der Fall.

Zunächst zu den Bestandsdaten: Unter Einbezug des Globus SB-Warenhauses ergeben sich für den ZVB Innenstadt von Neunkirchen zwischen den von ecostra 2024 und den von M+S 2025 ausgewiesenen Bestandsdaten nur überschaubare Abweichungen. So hatte ecostra im November 2024 insgesamt ca. 123 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen ca. 34.160 m² VK erfasst; mit dem Globus erhöhen sich die Werte auf ca. 124 Betriebe mit zusammen ca. 41.310 m² VK. M+S hatte im Februar 2025 auf Basis der erweiterten Innenstadtabgrenzung ca. 126 Betriebe mit insgesamt ca. 45.015 m² VK erfasst.[3]

Wie bereits bei der Innenstadt von Homburg kommentiert M+S nun bei der Innenstadt von Neunkirchen – in übrigens völlig identischen Worten – die Situation wie folgt: *„Diese Betriebskonzentration auf kleinem Raum lässt auf ein vielfältiges Angebot schließen."*[4] Ein „vielfältiges Angebot" lässt eigentlich eine weitgehend stabile Situation und einen guten Branchen- und Betriebstypenmix erwarten. Wie sich aber zeigen wird, kommt M+S letztlich zu einem völlig anderen Ergebnis.

Als Besonderheit von Neunkirchen beschreibt M+S die angebotsbezogene Zweiteilung der Innenstadt. So konzentriert sich der inhabergeführte Fachhandel in dem älteren, östlichen Teil, während in dem neueren, westlichen Teil die Filialisten und Magnetbetriebe dominieren.[5] Als innerstädtische Magnetbetriebe werden u.a. das Globus SB-Warenhaus, Decathlon, Drogeriemarkt Müller, Smyths Toys, Thalia Buchhandlung und Woolworth genannt. An anderer Stelle führt M+S noch den Modemarkt Adler als weiteren Magnetbetrieb an, der sich in der von M+S sog. *„'alten `Innenstadt"*[6] befand und der vor Kurzem *„seine Pforten geschlossen (habe), was zu einer maßgeblichen Schwächung des Bereiches Bliespromenade führte."*[7] Ob die 2021 in die Insolvenz geratene und 2024 von der Unternehmensgruppe Modepark Röther übernommenen Filialstandorte der Adler Modemärkte überhaupt in der Lage waren, eine Magnetfunktion auszuüben, ist aus fachlicher Sicht mit einigen Fragezeichen zu versehen. Dasselbe gilt auch für die seit Oktober 2020 geschlossene ehemalige Filiale des Galeria-Kaufhof

---

1 Die Flächenwerte wurden von ecostra mit Hilfe von ArcGIS berechnet.

2 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 4

3 Vgl. ECOSTRA (03 / 2025): op.cit., S. 106; vgl. M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 5

4 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 4; vgl. hierzu auch M+S (07 /2025-Ho): op.cit., S. 4

5 Vgl. M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 7

6 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 7

7 Op.cit.

Warenhauses, der M+S in früheren Stellungnahmen ebenfalls eine Magnetfunktion für die Innenstadt zugewiesen hatte.[1] In der Fachwelt ist weitgehend unbestritten, dass – wenn überhaupt – nur noch die profitablen Standorte von Galeria-Kaufhof eine gewisse Magnetfunktion hatten; der Standort Neunkirchen gehörte mit Sicherheit nicht dazu.

In diesem Zusammenhang ist bemerkenswert, dass M+S selbst in ihrer aktuellen Stellungnahme darauf hinweist, dass in Neunkirchen ca. 6 % der Innenstadtbetriebe (= ca. 8 Betriebe) über mehr als 1.000 m² VK verfügen, diese aber ca. 57 % der gesamten innerstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Dabei ist die im Oktober 2020 geschlossene ehemalige Filiale des Galeria-Kaufhof Warenhauses noch nicht einmal enthalten. Ebenso wenig die ca. 2.000 m² VK des Adler Modemarktes.

Damit lässt sich aus den eigenen Daten und Beschreibungen von M+S eine mehr als eindeutige Verschiebung der Schwergewichte im Betriebstypenmix der Innenstadt auf großflächige Betriebsformen ableiten. Gleichzeitig wird erkennbar, dass durch die seit den 1980er Jahren mit der Ansiedlung des Shoppingcenters „Saarpark-Center", der Realisierung des Decathlon-Sportfachmarktes 2012 und der Ansiedlung des Globus SB-Warenhauses 2022 eine sukzessive räumliche Verlagerung der Einkaufsschwerpunkte innerhalb des Innenstadtgebietes nach Westen vorgenommen wurde. All dies erfolgte durch entwicklungsplanerische Entscheidungen der städtischen Gremien, welche diese Entwicklung entweder bewusst angestrebt oder aber zumindest in Kauf genommen haben. Dabei wurde offensichtlich wenig Rücksicht auf räumliche Zäsuren oder auf ein verändertes städtebauliches Umfeld genommen. So zeigen die westlich der Gustav-Regler-Straße gelegenen Standorte (u.a. Decathlon, Globus) wohl kaum einen städtebaulichen Charakter, der einem innerstädtischen Umfeld gleichkommt, sondern erinnern vielmehr an dezentrale Gewerbegebietslagen. Zudem ist von diesen Standorten eine bestenfalls suboptimale fußläufige Anbindung an die östlich gelegenen Teile der Innenstadt gegeben. Attraktive und fußläufig erlebbare Wegebeziehungen sind hier jedenfalls nicht erkennbar. Mit der mehrspurigen Gustav-Regler-Straße ist dann eine Verkehrsachse zu überqueren, welche eine deutliche räumliche Zäsur bildet. Da hilft auch nicht, dass innerhalb des „Saarpark-Center" der Mallverlauf unter dieser Straße hindurchführt, da hier von Westen kein geeigneter Zugang zu diesem Shoppingcenter vorhanden ist, dieses klare Rückseiten ausbildet und auch insgesamt einen stark introvertierten baulichen Charakter zeigt. Auch der Decathlon-Standort nordwestlich des Kreuzungsbereiches der Gustav-Regler-Straße (L 124) und der Peter-Neuber-Allee / Lindenallee (L115) ist durch diese Verkehrsachsen klar von der Innenstadt abgesetzt und zeigt bereits durch die Lage des Haupteingangs des Marktes eine räumliche Ausrichtung, welche sich nicht der Innenstadt zu-, sondern von ihr abwendet.

[1] Vgl. hierzu M+S (07 / 2022-Ne): op.cit., S. 32; vgl. hierzu auch die Replik in ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 32f. Dieses Warenhaus in Neunkirchen wurde im Rahmen der Restrukturierung des Filialnetzes bei dem Schutzschirm-Insolvenzverfahren des damaligen Galeria Karstadt Kaufhof-Konzerns 2020 geschlossen. Nach vorliegenden Informationen war ein wesentlicher Grund hierfür, dass das Gebäude in der Neunkircher Innenstadt nicht im Eigentum des Konzerns stand, sondern angemietet war. Fehlende Einigungen über Mietkonditionen oder die generelle Unwirtschaftlichkeit angemieteter Flächen führten oft zum Aus für solche Standorte. Insofern war Neunkirchen kein Sonderfall. Das ehemalige Kaufhof-Gebäude wurde zwischenzeitlich von der Stadt Neunkirchen erworben. Aktuell werden noch mögliche Nachnutzungsoptionen geprüft, wobei u.a. auch ein Abriss möglich scheint.

Besonders auffällig ist eine fehlende fußläufige Anbindung und Verknüpfung der Standorte neben dem bereits angesprochenen Decathlon-Standort bei den Wegebeziehungen zwischen dem Globus SB-Warenhaus und den weiter östlich gelegenen Geschäftslagen der Innenstadt. Hier hatte M+S in der von diesem Büro im Vorfeld der Globus-Ansiedlung erstellten Auswirkungsanalyse die Schaffung entsprechend attraktiver fußläufiger Anbindungen für erforderlich gehalten.[1] Diese Maßnahmen wurden aber - soweit erkennbar - nicht umgesetzt. In dieser Auswirkungsanalyse wurde zudem die Frage der städtebaulich integrierten Lage des Planstandort des Globus-Marktes in einfacher Weise dahingehend beantwortet, dass das Planareal sich schließlich innerhalb des im isoplan-Einzelhandelskonzept von 2018 abgegrenzten Erweiterungsbereiches des ZVB Innenstadt befinden würde.[2] Eine Prüfung, ob diese ZVB-Abgrenzung bzw. jene des ZVB-Erweiterungsbereiches auf Grundlage der relevanten fachlichen Kriterien vorgenommen wurde und somit sachgerecht ist, hat offensichtlich nicht stattgefunden.

Während der Decathlon Sportfachmarkt in nicht geringem Umfang auch zentrenrelevante Sortimente führt, ist bei dem Globus SB-Warenhaus der Anteil zentrenrelevanter Sortimente im Vergleich zum Warenangebot bei anderen Standorten dieses Betreibers eher gering. Allerdings bedingt das attraktive und leistungsstarke Warenangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich, dass mit der Realisierung des Globus-Standortes jedenfalls in nicht geringem Umfang Kundenfrequenzen an diesen westlichen Randstandort verlagert wurden, wobei – wie bereits dargestellt – nennenswerte Kundenaustauschbeziehungen mit der sonstigen Innenstadt von Neunkirchen aufgrund der unattraktiven Wegebeziehungen nicht erkennbar sind. Von vermutlich weitaus größerer Relevanz für die Innenstadtentwicklung in Neunkirchen war jedoch die Realisierung des Shoppingcenters „Saarpark Center", das nicht nur einen klaren Schwerpunkt bei den zentrenrelevanten Sortimenten hat, sondern u.a. auch in der Flächenstruktur viele kleinere und mittlere Shopgrößen zeigt, welche ansonsten in innerstädtischen Geschäftsstraßen zu finden sind. In Anbetracht des Besatzes kann weitgehend zweifelsfrei konstatiert werden, dass Neunkirchen seine Innenstadt mit der Realisierung dieses Shoppingcenters ersetzt hat.[3] Diese Tatsache scheint aber auch M+S selbst nicht negieren zu wollen, wie die folgende Feststellung zeigt:

---

[1] Vgl. MARKT UND STANDORT: Auswirkungsanalyse. Errichtung eines Globus SB-Warenhauses in der Kreisstadt Neunkirchen. Erlangen, 04 / 2019, S. 75f

[2] Vgl. op.cit., S. 75 (hier: *„Die Standortlage ist entsprechend der Aussagen im Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Neunkirchen (2018) als städtebaulich integriert zu bewerten. Daraus ergibt sich die Zugehörigkeit des Vorhabenstandort zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt."*); vgl. auch op.cit., S. 77

[3] Dies wurde von ecostra bereits in der Stellungnahme vom März 2023 so beschrieben. Dort heißt es wie folgt: *„Im Falle von Neunkirchen ist darüber hinaus davon auszugehen, dass das im August 1989 innerhalb der Innenstadt eröffnete, großdimensionierte EKZ ‚Saarpark Center' dazu geführt hat, mehr oder weniger die bisherige Innenstadt zu ersetzen. Jedenfalls sind sämtliche Geschäftslagen außerhalb dieses Centers heute bestenfalls als Nebeneinkaufslagen mit nur wenig attraktivem Besatz zu bewerten; das Markenangebot in Neunkirchen konzentriert sich eindeutig innerhalb des Shoppingcenters, das als introvertierte Mall konzipiert ist und nur wenig Austauschbeziehungen mit dem Umfeld zeigt."*; ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 31

„Die intensive Wettbewerbssituation für den innerstädtischen Einzelhandel in Neunkirchen entsteht innerhalb der Innenstadt durch die Konkurrenzsituation insbesondere des Saarpark-Centers mit dem Rest der Innenstadt."[1]

Durch die späteren Innenstadterweiterungsmaßnahmen nach Westen und Nordwesten wurde diese Entwicklung dann nochmals verstärkt. Damit wird deutlich, dass in der Vergangenheit in Neunkirchen bei der Innenstadtentwicklung offensichtlich

- stark auf großflächige Betriebsformen des Handels gesetzt wurde und gleichzeitig
- die Angebotsschwerpunkte sukzessive räumlich immer weiter weg von den ursprünglichen Einkaufslagen der Innenstadt nach Westen verschoben wurden.

In Zusammenhang mit der – wie bereits dargestellt – vergleichsweise sehr weiträumigen Abgrenzung des ZVB Innenstadt ist dies eine planerisch durchaus bedenkliche Entwicklung, die auch von M+S in ihrer Stellungnahme an verschiedenen Stellen implizit und an anderen Stellen durchaus deutlich angesprochen wird:

„Eine Ausweisung von Einkaufslagen in der Stufung A-, B- oder C-Lage wurde in den Einzelhandelskonzepten der Stadt Neunkirchen nicht vorgenommen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Top-Einkaufslage ausgehend von Stummplatz das Saarpark-Center darstellt. Mit dem Verlust des Kaufhofstandortes hat die Stummstraße an Bedeutung verloren. Decathlon und Globus sind weniger integriert in die Lauflagen, so dass man für den Rest der Innenstadt eher von schwächeren Einkaufslagen B- oder C-Lage ausgehen muss. Die Kopplungen zwischen dem Saarpark-Center, Decathlon und Globus einerseits mit der gewachsenen Innenstadt sind immer noch als unterentwickelt einzuordnen."[2]

„Die in den letzten fünf Jahrzehnten gelungenen Erweiterungen der Innenstadt von Neunkirchen haben attraktive Angebotsstrukturen geschaffen. Allerdings haben sie auch bestehende Strukturen in der ‚alten' Innenstadt angegriffen, die man durchaus als Vorschäden einstufen kann."[3]

„In der Innenstadt von Neunkirchen werden aktuelle Probleme, abgesehen von den seit Jahrzehnten mangelnden Kopplungen zwischen ‚neuen' und ‚alten' Standortbereichen sichtbar."[4]

„Große freigewordene Flächenpotenziale ermöglichten in unmittelbarer Nachbarschaft zur Innenstadt über Jahrzehnte die Modernisierung der Innenstadt durch Erweiterung. Damit war es möglich eine große Anzahl attraktiver Magnetbetriebe, ergänzt um eine Vielzahl interessanter Filialisten anzusiedeln. Eine funktionale Anbindung, die die verbleibende Innenstadt maßgeblich gestärkt hätte, ist trotz erheblicher Bemühungen der Stadt Neunkirchen über die Jahrzehnte nicht vollkommen gelungen. So haben sich dort erhebliche Vorschäden etabliert, die

1 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 10

2 M+S (07 / 2025): op.cit., S. 8

3 Op.cit.

4 Op.cit.

natürlich auch durch die allgemein schwierigen Rahmenbedingungen verstärkt wurden."[1]

Die von M+S beklagte „mangelnde Kopplungen" zwischen der „alten" und der „neuen" Innenstadt waren bereits zu einem frühen Zeitpunkt erkennbar. Gleichwohl wurden sukzessive Innenstadterweiterungsmaßnahmen nach Westen bzw. Nordwesten von Seiten der Stadt vorangetrieben. Dies trotz der offensichtlichen Tatsache, dass nicht zuletzt vorhandene räumliche Zäsuren und die Blockwirkung des introvertierten Gebäudes des „Saarpark Centers" hier besondere Herausforderungen einer städtebaulichen Integration darstellten. Gleichzeitig war ebenfalls zu einem frühen Zeitpunkt erkennbar, dass bisherige Geschäftsstraßen (z.B. die Hüttenbergstraße) aufgrund der kleinteiligen Ladenstruktur, einer mangelnden Aufenthaltsqualität und z.T. schwierigen topografischen Bedingungen bei dieser Entwicklung unter einen besonderen Druck geraten werden. All dies wurde in der Stadtentwicklungsplanung offensichtlich ignoriert bzw. dem Ansiedlungsinteresse großflächiger Betriebsformen geopfert. Dass die lt. M+S „erheblichen Bemühungen" der Stadt, die entsprechenden Konsequenzen des eigenen Handelns abzumildern, nach Einschätzung von M+S „nicht vollkommen gelungen" sind, ist aus fachlicher Sicht bestenfalls als beschönigend zu werten und widerspricht auch vorherigen Aussagen von M+S in ihrer Stellungnahme. Eine funktionale Anbindung der „alten" an die „neue" Innenstadt ist faktisch bislang nicht gelungen!

In dieses Bild reiht sich dann fast nahtlos der Umstand ein, dass in Neunkirchen noch nicht einmal das Rathaus in der Innenstadt, sondern *„außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt rund 1.000 Meter entfernt liegt."*[2] Ein Umstand, den offensichtlich auch M+S als Fehlentwicklung bewertet.

Bereits in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 wurde auf eine sehr labile Einzelhandelssituation im ZVB Innenstadt hingewiesen, wobei allerdings das Shoppingcenter „Saarpark-Center" als eindeutige Haupteinkaufslage ausgenommen wurde. Dieses Shoppingcenter wurde von ecostra 2019 ebenso wie bei der Aktualisierung 2025 hinsichtlich Mieterbesatz und Kundenfrequenzen durchaus positiv bewertet. M+S selbst spricht beim „Saarpark-Center" von einem „attraktiven und funktionierenden Shopping-Center".[3] Unabhängig davon ist es für die strukturelle Situation des Einzelhandels einer Stadt und deren Geschäftslagen schon bemerkenswert, wenn sich die innerstädtische Haupteinkaufslage eines höherrangigen zentralen Ortes innerhalb (!!) eines Shoppingcenters befindet und es sich damit um einen privaten und nicht um einen öffentlichen Raum handelt. Dies dürfte in Deutschland in dieser Form nicht allzu oft vorzufinden sein.

In der Kommentierung und Bewertung der überörtlichen Wettbewerbssituation für den Einzelhandelsstandort Neunkirchen bezieht sich M+S auf die 2018 vom Büro isoplan-

---

1 Op.cit., S. 9f

2 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 12

3 M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 20

Marktforschung erstellte Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts.[1] M+S übernimmt dabei das in diesem Einzelhandelskonzept abgegrenzte Einzugsgebiet und konstatiert: *„Die Ausdehnung des Neunkirchener Einzugsbereiches macht die starke Konkurrenzwirkung deutlich."*[2] Für eine kritische Überprüfung dieses Einzugsgebietes und von dessen räumlicher Ausdehnung hat M+S dabei aber offensichtlich keinen Anlass gesehen. Bei einer bereits nur oberflächlichen Überprüfung hätte jedoch auffallen müssen, dass dieses Einzugsgebiet neben Neunkirchen selbst nicht nur die umliegenden Mittelzentren Homburg, St. Ingbert, Blieskastel und Zweibrücken umfasst, sondern sogar das Oberzentrum Saarbrücken. Der Umstand, dass nach Einschätzung von isoplan – und scheinbar auch nach Einschätzung von M+S – die Wohnbevölkerung von Saarbrücken eine nachhaltige und erkennbare Einkaufsorientierung auf Einzelhandelsangebote in Neunkirchen haben soll, löst schon einigen Erklärungsbedarf aus. Und dies ganz unabhängig von dem Umstand, ob dies mit landes- und regionalplanerischen Vorstellungen zur jeweiligen Versorgungsfunktion in Einklang zu bringen ist. Mit einer fachlich korrekten und auch nur annähernd realitätsnahen Einschätzung hat diese Einzugsgebietsabgrenzung in Anbetracht der örtlichen und regionalen Einzelhandelsstrukturen nichts zu tun.[3] Allein dies deutet bereits darauf hin, dass auch die Stadt Neunkirchen – wie bereits Homburg – ihre Stadtentwicklungsplanung seit Jahren auf ein grob fehlerhaftes Einzelhandelskonzept gestützt hat.

Wie bereits in der Stellungnahme für Homburg listet M+S dann scheinbar sämtliche kommunale Maßnahmen zur Innenstadtgestaltung und -attraktivierung auf, wobei sich auch hier u.a. neben der Straßenbeleuchtung, einem Jugendfreiraum und der Umgestaltung eines Schulhofes alles findet, was auch ansonsten zu üblichen kommunalen Maßnahmen zählt und das weder mit einer besonders intensiven regionalen Wettbewerbssituation und schon gar nicht mit der Existenz des ZFO begründet werden kann. All diese Maßnahmen und Projekte haben jedenfalls nicht dazu geführt, die u.a. auch von M+S beklagte suboptimale Verknüpfung der „alten" mit der „neuen" Innenstadt zu verbessern. Aber wie bereits dargestellt, war die eigentliche stadtplanerische Fehlentwicklung in der Ansiedlungspolitik großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu sehen, welche in Neunkirchen als Innenstadterweiterungen deklariert wurden. Die erkennbaren Schwächen gerade der sog. „alten Innenstadt" von Neunkirchen sind somit wesentlich eine Konsequenz des eigenen planerischen Handelns der Stadt und entsprechend sind – soweit erkennbar – nennenswerte Vorschädigungen jedenfalls hausgemacht. Damit ergibt sich, dass nur eingeschränkte Abwehransprüche gegenüber den Wirkungen eines Einzelhandelsplanung in einer anderen Gemeinde – wie hier der ZFO-Erweiterung -

---

[1] Vgl. ISOPLAN-MARKTFORSCHUNG: Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Neunkirchen. Fortschreibung 2018. Saarbrücken, 23.11.2018

[2] M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., s. 11

[3] Dies hätte M+S bereits bei der im Jahr 2019 erstellten Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung des Globus SB-Warenhauses in Neunkirchen auffallen müssen. Aber auch dort wurde das isoplan-Einzugsgebiet völlig unkritisch behandelt. So schreibt M+S*: „Eine solche Ausdehnung des Einzugsbereiches, wie die Stadt Neunkirchen sie erreicht, basiert auf einem attraktiven Einzelhandelsgebot, insbesondere auf der Anziehungskraft des Saarpark-Centers, gepaart mit einer günstigen Verkehrslage, die durch die Anbindung an das Autobahnnetz (A6, A8, A623) sowie durch die B41 geprägt ist."*; vgl. M+S (04 / 2029): op.cit., S. 26

geltend gemacht werden können, wenn Neunkirchen zuvor durch eigene Planungen ihre Innenstadt geschädigt hat.[1]

Aber unabhängig davon haben die Ergebnisse der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 und jene der Aktualisierung dieser Auswirkungsanalyse 2025 deutlich aufgezeigt, dass der Umsatzabzug durch die geplante ZFO-Erweiterung sich in einer insgesamt sehr geringen Größenordnung bewegt und somit – auch unter Berücksichtigung einer gewissen Vorschädigung - keine relevanten negativen Auswirkungen hierdurch zu erwarten sein werden.[2]

Fazit: M+S versucht – wie bereits im Fall von Homburg – auch bei Neunkirchen mit Verweis auf einen regional besonders intensiv ausgeprägten interkommunalen Wettbewerb im Einzelhandel und die Existenz des ZFO eine Vorschädigung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt zu konstruieren. Anders als bei Homburg ist bei Neukirchen zumindest bei der von M+S so genannten „alten Innenstadt" tatsächlich von geschwächten Strukturen auszugehen, wobei M+S sogar von *„erheblichen Vorschäden"*[3] spricht. Diese geschwächten Strukturen befinden sich außerhalb des Shoppingcenters „Saarpark Center", das demgegenüber eine stabile Situation aufweist und hinsichtlich Betriebstypen- und Angebotsmix die Geschäftslagen der „alten Innenstadt" weitestgehend ersetzt hat und nun die eigentliche Innenstadt von Neunkirchen bildet. Ebenfalls wie bei Homburg dient dieser Versuch von M+S, eine besondere Vorschädigung der Innenstadt zu konstruieren dazu, die Schwelle des Anhaltswertes zur Bestimmung städtebaulich relevanter Auswirkungen reduzieren zu wollen und so der geplanten Erweiterung des ZFO ein städtebauliches Argument entgegenhalten zu können. Sofern überhaupt relevant kann eine Vorschädigung im gegenständlichen Fall aus fachlicher Sicht eindeutig auf die eigene Ansiedlungspolitik der Stadt Neunkirchen selbst zurückgeführt werden kann. Wie bereits dargestellt hat das 1989 eröffnete Shoppingcenter „Saarpark Center" nahezu sämtliche einzelhandelsbezogenen Versorgungsfunktionen der bisherigen Innenstadt übernommen und auch nach Erkenntnis von M+S die umliegenden Geschäftsstraßen einem besonderen Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Eine Entwicklung, die durch die diversen weiteren großflächigen Einzelhandelsansiedlungen bzw. die sukzessiven Innenstadterweiterungen nach Westen und Nordwesten nochmals verstärkt wurde, während gleichzeitig eine geeignete fußläufige Anbindung dieser neuen Einkaufsschwerpunkte augenscheinlich nicht erfolgte. Dazu kommt, dass das kommunale Einzelhandelskonzept von einem Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes ausging, das auch für Nicht-Fachleute erkennbar unrealistisch war und dem Neunkirchener Einzelhandel überörtliche Versorgungsfunktionen zugerechnet hat, welche nicht zuletzt auch in klarem Widerspruch zu entsprechenden landes- und regionalplanerischen Zielvorstellungen stehen. Sofern also überhaupt von einer relevanten Vorschädigung der Innenstadt von Neunkirchen auszugehen ist, wäre diese jedenfalls auf das bisherige Handeln der

[1] Vgl. hierzu u.a. GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (07 / 2020): op.cit., S. 174

[2] Vgl. ECOSTRA (09 / 2025): op.cit., S. 29

[3] M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 10

Stadt in der städtebaulichen Entwicklungsplanung zurückzuführen und somit als Eigenverschulden einzustufen.

2.3 M+S-Aktualisierung der Berechnungen zum Umsatzabzug in Homburg und Neunkirchen durch die ZFO-Erweiterung

In Kapitel 4 der M+S-Stellungnahmen vom Juli 2025 für Homburg und Neunkirchen greift M+S nochmals zunächst weitgehend unverändert Daten und Berechnungen auf, welche dieses Büro bereits in ihren Stellungnahmen vom Juli 2022 dargestellt hatte.[1] Diese wurden von ecostra im Rahmen der Bewertung und Kommentierung der eingegangenen Stellungnahmen der TÖB und anderer Beteiligter zum Raumordnungsverfahren zur Erweiterung des ZFO detailliert behandelt und konnten sämtlich als unzutreffend oder gar als grob fehlerhaft zurückgewiesen werden.[2] Auch die darauf folgende Replik von M+S war in keiner Weise geeignet, die Methodik und Ergebnisse der ecostra-Auswirkungsanalyse in Zweifel zu ziehen, was dann nochmals von ecostra in einer folgenden Stellungnahme deutlich gemacht werden konnte.[3] Dies bezieht sich u.a.

- auf die von M+S 2022 auf dem Areal des ZFO durchgeführte PKW-Kennzeichenerhebung sowie die von M+S ebenfalls 2022 durchgeführte telefonische Haushaltsbefragung, deren methodische Defizite ebenso wie mangelnde Plausibilität aufgezeigt werden konnte. Beide Untersuchungen werden von M+S nun erneut als Belege für ihre Thesen angeführt ohne dass die von ecostra angesprochenen Kritikpunkte ausgeräumt wurden.[4]
- auf die Darstellung der räumlichen Umsatzherkunft des bestehenden und erweiterten ZFO, wo M+S eine einfache Saldierung der aktuellen und zukünftigen Umsätze vornimmt und die Differenz ausschließlich mit Bezug auf die Erweiterung darstellt. Dass so eine von M+S monierte *„eklatante Abweichung der Annahmen zur Umsatzherkunft auffällig"*[5] wird, ist wenig überraschend. Denn M+S hat in seiner methodischen Vorgangsweise das bestehende ZFO und die Erweiterungsfläche des ZFO als völlig eigenständige betriebliche Einheiten mit jeweils eigener Kaufkraftabschöpfung bewertet, d.h. als im Grunde separate, eigenständige Center. Dies ist aus fachlicher Sicht aber unzulässig. Die durch die Erweiterungsmaßnahme gewonnene zusätzliche Attraktivität baut zwingend auf die vorhandene Attraktivität und Ausstrahlung des bestehenden Centers auf. Denn zusätzliche bzw. neue Kunden, welche durch die gestiegene Attraktivität des erweiterten ZFO dieses nun besuchen, werden nicht nur den Erweiterungsteil des Centers aufsuchen und dort ausschließlich ihre Einkäufe tätigen, sondern selbstverständlich das gesamte erweiterte ZFO. Dasselbe gilt auch für Ausgaben, welche bereits bestehende Kunden des Centers dann in den Outlet-

1 Vgl. M+S (07 / 2022-Ho): op.cit.; vgl. M+S (07 / 2022-Ne): op.cit.

2 Vgl. ECOSTRA (03 / 2022): op.cit.

3 Vgl. hierzu M+S (12 / 2023): op.cit.; vgl. ECOSTRA (04 / 2024): op.cit.

4 Vgl. M+S (2025 / 07-Ho): op.cit., S. 14; vgl. H+S (2025 / 07-Ne): op.cit., S. 13

5 M+S (2025 / 07-Ho: op.cit., S. 15; M+S (2025 / 07-Ne): op.cit., S. 14

Stores der Erweiterung tätigen. Die geplante Erweiterung des ZFO wird nur in vergleichsweise geringer Weise dazu führen, dass ein Einwohner aus dem räumlichen Nahbereich – sei dies Homburg, Neunkirchen oder Pirmasens – plötzlich häufiger oder mehr im ZFO einkauft als vorher, da diese Einkaufsorientierung aufgrund des geringen Distanzwiderstandes bereits vorher gegeben war. Bei einem Verbraucher mit einer mehr oder weniger längeren Anreisezeit ist dies anders zu sehen. Auch dies ist eigentlich handelsanalytisches Grundwissen. Insofern sind die den M+S-Darstellungen zugrunde liegenden Annahmen völlig realitätsfremd.[1]

M+S führt aber auch noch neue Thesen ein, welche Annahmen und Behauptungen unterstellen, die ecostra in der Auswirkungsanalyse angeblich getroffen habe. So wird von M+S unterstellt, dass

- ecostra davon ausgehe, dass *„höhere Kaufkraftniveaus in entfernten Lagen (…) höhere Kundenanteile"*[2] bewirken. Dies ist schlichtweg falsch. Eine solche Annahme oder Behauptung hat ecostra nie aufgestellt. Höhere Kundenanteile aus größeren Distanzen haben mit dem dortigen Kaufkraftniveau nichts zu tun.
- ecostra ohne fachliche Belege davon ausgehe, dass die Betreiber ihr Marketingziel, weiter entfernt liegende Räume erschließen zu können, auch erreichen. Hier ist die Kenntnis der räumlichen Kundenherkunft einer Vielzahl von Outlet Centern unterschiedlicher Größe, Standort- und Marktbedingungen sowie einem unterschiedlichen Markenbesatz völlig hinreichend. Diese Kenntnisse sind durch umfangreiche empirische Daten abgesichert und in der relevanten Fachliteratur auch dokumentiert. Über solche Marktkenntnisse scheint M+S jedoch leider nicht zu verfügen.
- ecostra davon ausgehe, dass eine hohe Kaufkraftabschöpfung des ZFO im Naheinzugsgebiet (Zone I) eine weitere Umsatzsteigerung in dieser Zone durch die geplante Erweiterung verhindern würde. Auch dies hat ecostra nie behauptet. Richtig ist vielmehr, dass eine weitere Steigerung einer bereits hohen Kaufkraftabschöpfung in einer bestimmten Zone – und hier v.a. im Nahbereich - einen besonderen Attraktivitätszuwachs eines Einzelhandelsobjekts erfordert. Dies ist eigentlich handelsanalytisches Grundwissen. Hier wäre eine etwas sorgfältigere Lektüre der ecostra-Auswirkungsanalyse hilfreich gewesen.[3]
- lt. ecostra *„nahezu 40 % der Umsätze aus Gebieten stammen, die eine Fahrtzeit von mehr als 90 Minuten zum ZFO erfordern."*[4] Auch dies ist schlichtweg falsch. ecostra hat an keiner Stelle einen Umsatzanteil von Kunden mit einer Fahrzeit von mehr als

---

[1] Dies ist umso erstaunlicher, als M+S selbst konstatiert, dass wenn den Berechnungen *„nicht die Erweiterung für sich, sondern die Wirkung des Gesamtprojektes zugrunde gelegt wird, (…) durch einfache Differenzrechnung die unterstellte Herkunft der neuen Kundenumsätze dargestellt werden"* kann. Genau dies ist eben nicht der Fall, da durch die Differenzrechnung eben eine Aufteilung in Bestand und Erweiterung und somit eine separate Betrachtung erfolgt; vgl. M+S (2025 / 07-Ho): op.cit., S. 15; vgl. M+S (2025 / 07-Ne): op.cit., S. 14

[2] Op.cit.

[3] Entsprechend kann hier auf die Ausführungen in der ecostra-Auswirkungsanalyse verwiesen werden, wo die exakten Werte detailliert dargestellt und kommentiert sind; vgl. ECOSTRA (09 / 2019): op.cit., S. 163

[4] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 15; M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 14

90 PKW-Fahrminuten ausgewiesen. Im Übrigen auch kein solcher Umsatzanteil für eine 60 Minuten Fahrzeit-Isochrone, wie M+S behauptet.[1] Der Anteil der Streuumsätze, d.h. mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes beträgt nach den ecostra-Analysen ca. 28 %.[2] Dieses Einzugsgebiet ist durch diverse räumliche Stauchungen zudem deutlich kleiner als eine 90 PKW-Fahrminuten-Isochrone.[3] Bei einer auch nur einigermaßen sorgfältigen Lektüre hätte M+S dies eigentlich auffallen müssen.

Ausgehend von diesen z.T. ecostra untergeschobenen Annahmen und Behauptungen greift M+S auf eigene Berechnungen zu den Umsätzen des erweiterten ZFO und zu den Veränderungen der Kaufkraftströme zurück, welche so auch bereits in den M+S-Stellungnahmen des Jahres 2022 abgedruckt waren. Diese wurden in der ecostra-Stellungnahme vom März 2023 detailliert diskutiert und als falsch zurückgewiesen und dann – in Replik auf die M+S-Stellungnahme vom Dezember 2023 - nochmals in der ecostra-Stellungnahme vom April 2024 behandelt. Da M+S hier zunächst keine neuen Aspekte einführt, kann an dieser Stelle auf das damalige Fazit der ecostra-Stellungnahme zurückgegriffen werden:

> *„Bei der von M+S vorgenommenen Alternativberechnung zur Umsatzumverteilung durch die ZFO-Erweiterung handelt es sich um reine Zahlenspielereien ohne jeglichen Realitätsbezug. Die von M+S hier getroffenen Annahmen basieren entweder auf einer ungeeigneten oder fehlerhaft ermittelten Grundlage und widersprechen einer ansonsten üblichen, fachlich korrekten Vorgehensweise zur Ermittlung der Umsatzerwartung oder -leistung von Einzelhandelsobjekten. Nicht zuletzt wird bei M+S davon ausgegangen, dass in der Zwischenzeit zwar die Innenstädte von Homburg und Neunkirchen u.a. von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen und mit entsprechenden Bestands- und Umsatzrückgängen konfrontiert waren, das ZFO von dieser Entwicklung aber völlig unberührt blieb. Dies deutet auf eine sehr selektive Auswahl, Nutzung und Interpretation von Marktdaten und -entwicklungen."*[4]

Hinsichtlich der relevanten Detailaspekte ist auf die damaligen Ausführungen der ecostra-Stellungnahmen vom März 2023 und April 2024 zu verweisen.

Wie bereits in der M+S-Stellungnahme 2022 führt dieses Büro dann auch bei den aktuellen Stellungnahmen vom Juli 2025 erneut eine sog. „Alternativberechnung"[5] zur ecostra-Kaufkraftstromanalyse durch, welche *„davon aus(geht), dass es einen spürbaren Unterschied macht, ob eine Distanz von 20 Minuten (Homburg, Neunkirchen) oder*

---

[1] An dieser Stelle führt sich M+S selbst ad absurdum, wenn dieses Büro ecostra unterstellt, das *„37 % der Umsätze aus Gebieten stammen, die weiter als 60 Minuten entfernt sind"* und dann gleich im nächsten Satz die weitere Unterstellung nachschiebt, dass *„nahezu 40 % der Umsätze aus Gebieten stammen, die eine Fahrzeit von mehr als 90 PKW-Fahrminuten zum ZFO erfordern."*; M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 15; M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 14. Augenscheinlich herrschte an dieser Stelle bei M+S große Verwirrung oder es wurde einfach nur schlampig gearbeitet.

[2] Vgl. ECOSTRA (09 / 2019): op.cit., S. 158

[3] Vgl. op.cit., S. 42ff

[4] ECOSTRA (03 / 2024): op.cit., S. 28

[5] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 18; M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 17

nahezu 40 Minuten nach Saarbrücken zurückgelegt werden muss."[1] Offensichtlich übersieht M+S dabei die Tatsache, dass

- es einen Unterschied zwischen dem Wohnort eines Verbrauchers und dessen Einkaufsort gibt, d.h. Umsätze mit Kunden aus Homburg oder Neunkirchen müssen nicht notwendigerweise auch vorher beim Einzelhandel von Homburg oder Neunkirchen gebunden gewesen sein, sondern vielleicht in Saarbrücken. Damit wird die Umsatzumverteilung nicht in Homburg oder Neunkirchen, sondern in Saarbrücken wirksam. Wenn M+S nun meint, dies würde *„zu dem für das Vorhaben günstigen Effekt (führen), dass der größte Teil der Umsatzumlenkungen dorthin gerechnet wird, wo die Bestandsumsätze hoch sind und so auch die Umsatzumlenkungsquoten niedrig bleiben*"[2] zeigt dies bestenfalls, dass M+S die Grundlagen einer Kaufkraftstromanalyse nicht verstanden hat.
- bei jedem untersuchten Einzelhandelsstandort auch dessen überörtliches Einzugsgebiet zu beachten ist; d.h. Umsätze, welche z.B. durch die ZFO-Erweiterung gegenüber dem Einzelhandel in Neunkirchen abgezogen werden, stammen nicht notwendigerweise nur von der Wohnbevölkerung aus Neunkirchen, sondern sehr wohl auch von der Wohnbevölkerung im überörtlichen Einzugsgebiet dieser Stadt. In Anbetracht des lt. M+S sehr weiträumigen Einzugsgebietes des Einzelhandelsstandortes Neunkirchen kann somit die Wegedistanz des entsprechenden Kunden zum ZFO nicht 20 PKW-Fahrminuten, sondern 5 PKW-Fahrminuten dauern, oder auch 30 PKW-Fahrminuten. All dies hat eine fachgerechte Kaufkraftstromanalyse zu berücksichtigen.
- Saarbrücken vom ZFO räumlich zwar weiter entfernt liegt als Homburg oder Neunkirchen, aber über ein weitaus umfangreicheres Markenangebot verfügt und nicht zuletzt als Oberzentrum über eine entsprechend deutlich stärkere überörtliche Anziehungskraft verfügt.

Der von M+S verfolgte methodische Ansatz ist entsprechend eindimensional und ignoriert wesentliche Grundlagen einer sach- und fachgerechten Analyse von Handelsstandorten. Auf dieser Grundlage ist es dann auch nicht mehr überraschend, wenn M+S bei der eigenen, aktualisierten Alternativberechnung – ohne weitere Offenlegung der Daten und Berechnungen - zu Umsatzumverteilungsquoten kommt, welche im Fall von Homburg zwischen ca. 13,9 % (Bekleidung & Sportbekleidung) und 36,6 % (Schuhe & Lederwaren) sowie im Fall von Neunkirchen zwischen ca. 9,6 % (Bekleidung & Sportbekleidung) und ca. 27,2 % (Schuhe & Lederwaren) schwanken.[3] Aus fachlicher Sicht ist weder diese Methodik haltbar noch das Ergebnis in irgendeiner Form zu akzeptieren. Diese von M+S ausgewiesenen Werte sind schlichtweg absurd. Hier fällt der von M+S

[1] Op.cit.

[2] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 19; M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 18

[3] Vgl. M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 20; vgl. M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 19

gegenüber ecostra geäußerte Vorwurf, es handle sich um ein *„Musterbeispiel eines ergebnisorientierten Gutachtens"*[1] eindeutig auf die M+S-Autoren zurück.

Fazit: Wie bereits in der M+S-Stellungnahme 2022 versucht M+S erneut eigene „Alternativberechnungen" zum möglichen Umsatzabzug der ZFO-Erweiterung gegenüber den Innenstädten von Homburg und Neunkirchen durchzuführen. Ausgangspunkt bilden für M+S dabei Thesen zu scheinbar von ecostra getroffenen Annahmen, welche aber entweder auf Missverständnissen beruhen oder aber auf eine fehlende Sorgfalt bei der Lektüre der Unterlagen zurückgeführt werden können. Anders als in der M+S-Stellungnahme 2022 basieren die neuen Berechnungen nun aber nicht mehr auf den Ergebnissen der damaligen KFZ-Kennzeichenerhebung am Standort des ZFO oder auf der telefonischen Haushaltsbefragung in der Region, welche beide erhebliche methodische Defizite gezeigt hatten. Vielmehr werden nun Annahmen zu Kaufkraftströmen allein auf Basis von Distanzwerten zwischen Homburg bzw. Neunkirchen und den ZFO in den Vordergrund gestellt, welche allerdings die tatsächlichen Kaufkraftstromverflechtungen in der Region nicht einmal ansatzweise abbilden. Gerade auch die Bedeutung von Saarbrücken als Einzelhandelsstandort und regionales Oberzentrum mit einem vergleichsweise breiten und tiefen Markenangebot wird hier von M+S völlig falsch eingeschätzt. In Verbindung mit einem zwischenzeitlichen Abschmelzen der Verkaufsflächenausstattung in den Innenstädten von Homburg und Neunkirchen ermittelt M+S dann im Rahmen einer „aktualisierten Alternativberechnung" neue Umsatzumverteilungsquoten, welche Größenordnungen von z.T. über 30 % erreichen. Alle diese Berechnungen von M+S basieren auf fehlerhaften Annahmen, offensichtlich fehlenden Kenntnissen zum Kundenverhalten beim Outlet-Shopping ebenso wie zu den spezifischen Merkmalen der Vertriebsform Outlet Center. Gleichzeitig sind beachtliche methodische Defizite in der Anwendung des handelsanalytischen Instrumentariums erkennbar. Allein die Tatsache, dass Umsatzumverteilungsquoten gegenüber dem betroffenen Einzelhandelsbesatz einer Innenstadt – wie hier von M+S genannt - bislang noch bei keiner einzigen Neuansiedlung oder Erweiterung eines Outlet Centers in Europa auch nur in Ansätzen bekannt geworden sind, hatte für dieses Gutachterbüro eigentlich Anlass zur Reflexion ihrer Ergebnisse und zur Überprüfung ihrer Methodik sein müssen. Insofern sind auch die Aussagen dieser neuerlichen M+S-Stellungnahmen nicht geeignet, die Ergebnisse der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 ebenso wie auch der späteren Aktualisierungen in Frage zu stellen.

2.4 M+S-Stellungnahmen für Homburg und Neunkirchen zu den aktualisierten ecostra-Begutachtungen

Mit Datum vom 18.03.2026 legte M+S zwei weitere Stellungnahmen vor, welche jeweils im Auftrag der Stadt Homburg bzw. Neunkirchen erstellt wurden und – wie bereits auch die beiden Stellungnahmen vom 15.07.2025 – im Wesentlichen identische Inhalte zeigen. In diesen Stellungnahmen beschäftigt sich M+S mit den beiden von ecostra vorgelegten Studien zur Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse

[1] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 20; M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 19

(14.03.2025) und zur Aktualisierung der Kaufkraftstromanalyse und Neubewertung der Auswirkungen (26.09.2025). Ebenso geht M+S noch kurz auf die von Junker+Kruse durchgeführte fachliche Überprüfungen der ecostra-Studien ein.[1]

Die Bearbeitung der ecostra-Begutachtungen durch M+S in ihren beiden Stellungnahmen folgt der von ecostra vorgegebenen Kapitelstruktur und stellt deren Inhalte stichwortartig dar, wobei M+S dann abschließend jeweils eine kurze Kommentierung verfasst hat.

In der ecostra-Stellungnahme vom März 2025 wurden einleitend die allgemeinen Entwicklungen im deutschen Einzelhandelsmarkt und die damit verbundenen Herausforderungen für den Handel detailliert aufbereitet und kommentiert. Dazu zählen u.a. die Auswirkungen der Corona-Pandemie, der Preisentwicklungen in der Folge des Ukraine-Kriegs ebenso wie die Marktanteilsentwicklungen des Online-Shoppings. Dies diente u.a. auch dazu die in der Folge von ecostra beim Einzelhandel der zentralen Orte der Region ermittelten Veränderungen in einen gesamtwirtschaftlichen Kontext einordnen zu können, denn bei den bisherigen von M+S vorgelegten Stellungnahmen konnte durchaus der Eindruck entstehen, dass eine Negativentwicklung des innerstädtischen Einzelhandels der Region nahezu ausschließlich auf die Existenz des ZFO zurückzuführen war. Eine solch monokausale Ursachenforschung greift jedenfalls viel zu kurz. Anders als M+S meint, war es an dieser Stelle gar nicht erforderlich „die Rolle der Outlet-Center im Wettbewerbsbild" ebenfalls konkret zu beleuchten, da es sich gesamtwirtschaftlich um eine sehr kleine Nische des deutschen Einzelhandelsmarktes handelt und die konkrete Wettbewerbsbedeutung des ZFO für die zentralen Orte der Region sowieso im Fokus der Analysen steht.

Die unmittelbar folgenden Kommentierungen von M+S zur Entwicklung der Bedeutung des Fremdenverkehrs in der Region und zur Vermietungssituation im ZFO können hier vernachlässigt werden, da diese keine neuen Erkenntnisse bringen.

Anders ist dies bei der Kommentierung der im städtebaulichen Vertrag enthaltenen Maßgabe aus dem raumordnerischen Entscheid der SGD Süd vom 31.08.2023 zur Definition des Luxussortimentes zu sehen, wo – wie gezeigt werden wird - M+S einem gravierenden Missverständnis unterliegt. Hierzu findet sich bei M+S folgende Ausage:

> *„Die Definition des Luxussortiments ist entscheidend für die Bewertung der Annahmen zu den Umsatzumlenkungen. Vor allem wegen des Luxussegments ist laut ecostra die Abschöpfung in der Zone 3 und vor allem darüber hinaus besonders hoch."*[2]

Es zeigt sich, dass ecostra von M+S erneut Aussagen zugeschrieben werden, welche ecostra so nie getätigt hat. Es ist schlichtweg unrichtig, dass ecostra eine irgendwie

[1] Zu der auf dem Deckblatt der M+S-Stellungnahme angeführten Untersuchung der von ecostra vorgenommenen fachgutachterlichen Bewertung der Neufassung der B-Plan-Festsetzungen u.a. mit Verzicht auf die sog. „Korridorsperre" vom 12.06.2025 findet sich in der M+S-Ausarbeitung jedoch kein weiterer Hinweis.

[2] M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 5; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 5

besonders hoch ausgeprägte Kaufkraftabschöpfung im Ferneinzugsgebiet (Zone III) mit dem Luxussortiment im ZFO bzw. dessen Erweiterungsteil begründet hat.[1] Die Erhöhung der Kaufkraftabschöpfung (nicht nur) in räumlich weiter entfernten Teilen des Einzugsgebietes wird von ecostra mit der geplanten Verkaufsflächenerweiterung und dem Attraktivitätszuwachs als Einkaufsdestination durch das weiter vergrößerte Markenangebot begründet. Dabei wurde für das ZFO ein Markenbild zugrunde gelegt, wie es sich hinsichtlich des Markenniveaus bereits heute dort findet, allerdings im Umfang zunimmt.

Entsprechend ist ecostra bei der Analyse der Kaufkraftströme auch nicht – wie M+S fälschlicherweise meint – davon ausgegangen, dass im Erweiterungsteil des ZFO ausschließlich oder auch nur in wesentlichen Teilen Luxusmarken untergebracht werden. Eine solche Annahme lag weder der Erstanalyse vom 16.09.2019 noch den Aktualisierungen vom 14.03.2025 bzw. 26.09.2025 zugrunde. Falls dem so gewesen wäre, wären von der geplanten Erweiterung jedenfalls Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten gewesen, welche sich wohl kaum auf die zentralen Orte in der Region beziehen, da dort kein entsprechendes Luxusangebot vorhanden ist. Sondern diese Wettbewerbsverflechtungen wären nahezu ausschließlich bei Geschäftsstraßen in Frankfurt (Goethestraße), Düsseldorf (Kö) oder gar gleich in Paris (Avenue Montaigne, Rue du Faubourg Saint-Honoré, Champs-Élysées etc.) wirksam geworden. Mit großer Sicherheit wären jedoch durch die geplante Erweiterung des ZFO von ca. 8.500 m² VK und einer Belegung fast oder sogar ausschließlich mit Luxusmarken keinerlei spürbare Umsatzrückgänge bei solchen Geschäftslagen in Frankfurt, Paris oder sonst irgendwo feststellbar gewesen, da selbst bei einem solchermaßen eng definierten Angebot durch die enormen Distanzen eine breite Streuwirkung eintritt.

Da ecostra aber tatsächlich davon ausgegangen ist, dass die Erweiterung des ZFO sich v.a. in einer Preislage und mit einem Markenbild vollzieht, wie dies bereits im bestehenden ZFO abgebildet ist und nun aber – lt. Vorgabe des raumordnerischen Entscheides – für diese Erweiterungsmaßnahme ein höherwertiges Angebot gefordert ist, handelt es sich bei dem von ecostra verfolgten Untersuchungsansatz bezogen auf sämtliche Ober- und Mittelzentren im Untersuchungsraum um einen Ansatz, welcher den bisherigen städtebaulichen „worst-case"-Ansatz nochmals verstärkt. Sollte nämlich ein preislich oder markenmäßig höherwertiges Angebot im Rahmen der ZFO-Erweiterung realisiert werden, würde dies zu einer Abmilderung der möglichen Umsatzabzüge gegenüber den betroffenen zentralen Orten im Umland und somit zu einer Abschwächung der möglichen Auswirkungen führen. Dies gilt insbesondere auch für Homburg und Neunkirchen. Dies hat M+S hier offensichtlich völlig falsch verstanden und bewertet.

Damit geht dann letztlich auch die Kritik von M+S an der Definition des Luxussortiments völlig fehl. Selbst wenn nur ein deutlich nachrangiger Teil der neuen Mieter bei der ZFO-Erweiterung dem Luxussegment zuzurechnen wäre, mildert dies tendenziell die bereits

[1] Auch an dieser Stelle wäre ein Verweis mit einer exakten Quellenangabe hilfreich gewesen. Aber leider verzichtet M+S durchwegs auf solche Hilfestellungen, welche gerade auch hier dazu beigetragen hätten, das auf Seite von M+S entstandene Missverständnis zu vermeiden.

unter dem bisherigen „worst-case"-Ansatz als eindeutig verträglich diagnostizierten Umsatzabzüge gegenüber den zentralen Orten im Umland weiter ab. Aus Sicht von ecostra ist es jedoch durchaus möglich, ein Luxussortiment definitorisch zu bestimmen, wobei aber – wie auch sonst – die definierten Grenzen nie trennscharf zu sehen sind, sondern immer einen Graubereich darstellen. Neben der Kaufkraft und der Preislage kommen hier auch unterschiedliche Lebensstile zum Tragen, d.h. für einen Verbraucher mag ein bestimmtes Produkt Luxus sein, das für einen anderen Verbraucher aufgrund einer mangelnden Begehrlichkeit eben kein Luxus im Sinne eines erstrebenswerten Gutes darstellt. Darüber hinaus ist die Markendynamik zu beachten. Für eine hinreichende Bestimmung erscheint aus fachlicher Sicht die für den B-Plan vorgeschlagene Definition jedoch völlig ausreichend zu sein.

Erneut setzt sich M+S dann mit der Einzugsgebietsabgrenzung von ecostra auseinander, welche sich im räumlichen Zuschnitt und der Zonierung gegenüber jener der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 unverändert darstellt, wohl aber bei den Einwohner- und Kaufkraftpotenzialen leichte Zuwächse verzeichnet. Allerdings wiederholt M+S hier wiederum ein weiteres Missverständnis, das schon in den M+S-Stellungnahmen vom Juli 2025 für Homburg und Neunkirchen enthalten war:[1]

> *„Die Abgrenzung und Zonierung des Einzugsbereiches haben sich nicht verändert. Es wird nach wie vor von Fahrtzeitisochronen mit 30-, 60- und 90 Fahrminuten ausgegangen."*[2]

> *„Die ecostra versäumt es nach wie vor, die Zonierung, die ausschließlich auf den Isochronen basiert, auf den betrieblichen Einzugsbereich anzupassen."*[3]

Wie bereits in Kap. 2.3 dieser Stellungnahme dargestellt, basiert das betriebliche Einzugsgebiet des ZFO eben nicht auf Fahrzeit-Isochronen, sondern auf einem umfangreichen Kriterienkatalog, der detailliert bereits in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 und dann nochmals bei der Aktualisierung dieser Auswirkungsanalyse 2025 beschrieben wurde (vgl. jeweils Kap. 4.1, S. 40f). In beiden Fällen wurden räumliche Stauchungen dieses Einzugsgebietes durch relevante Wettbewerbsstandorte berücksichtigt und beschrieben.

Wenn nun M+S meint, dass es ausreichend ist, in einer Karte die konkurrierenden Outlet Center in Talange und Roppenheim (beide Frankreich) einzuzeichnen und PKW-Fahrzeit-Isochronen mit 30-, 60- und 90-PKW-Fahrminuten mit jenen des ZFO zu verschneiden, unterliegt dieses Büro einem gravierenden Irrtum. Weder das Outlet Center in Talange noch jenes in Roppenheim erreichen hinsichtlich Standortqualität, Attraktivität und Leistungsfähigkeit das Niveau des ZFO. Dies illustrieren u.a. die jährlichen Mieterbewertungen im „Outlet Centre Performance Report Europe", eine Untersuchung die

---

1 Vgl. M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 15; vgl. M+s (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 14; vgl. Kap. 2.3 dieser Stellungnahme

2 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 6; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 6

3 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 7; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 7

seit 2008 durchgeführt wird und somit auch langfristige Einschätzungen ermöglicht.[1] Während z.B. Roppenheim – abgesehen von den unmittelbaren Grenzräumen – nur sehr bedingt ein Einzugsgebiet auf deutscher Seite im Westen ausbildet, gelingt dies dem ZFO weitaus besser auf der französischen Seite. Roppenheim ist somit stark auf das Elsass (u.a. Straßburg) und den unmittelbaren westlichen deutschen Grenzraum ausgerichtet. Talange ist flächenmäßig nicht nur deutlich kleiner, sondern zeigt auch einen erheblich schwächeren Markenbesatz; das betriebliche Einzugsgebiet von Talange beinhaltet keine Gebiete in Deutschland. Auch die Besucherzahlen illustrieren entsprechende Unterschiede: das ZFO hatte im Jahr 2024 insg. ca. 3,3 Mio. Besucher, Roppenheim lag bei ca. 2,0 Mio. Für das Center Marques Avenue Talange werden keine Besucherzahlen veröffentlicht; nach ecostra-Schätzung bewegen sich diese zwischen 1 und 2 Mio. p.a.[2] Wenn sich M+S mit diesen Wettbewerbsstandorten auch nur rudimentär auseinandergesetzt hätte, wären diese Unterschiede sicherlich bemerkt worden.

Dies bedeutet: selbst wenn die 60-min-PKW-Fahrzeit-Isochrone ausgehend vom Standort des Outlet Centers in Roppenheim bis in die 30-min-PKW-Fahrzeit-Isochrone des Standortes des ZFO reicht, heisst dies noch lange nicht, dass die Einwohner dieser ZFO-Zone auch nur irgendeine nachhaltige Einkaufsorientierung in Richtung auf dieses französische Outlet Center zeigen. Dabei handelt es sich in der Tat um *„grundlegende Zusammenhänge"*[3], welche aber offensichtlich auf Seiten von M+S nicht verstanden oder nicht sachgerecht bewertet wurden.

Bei der Kommentierung der von ecostra vorgenommenen Aktualisierung der Bestandsdaten und deren Veränderungen im Einzelhandel der zentralen Orte beschränkt M+S sich – je nach Auftraggeber – auf Ausführungen zu Homburg oder Neunkirchen. Der dabei enthaltene Hinweis von M+S, dass ecostra *„die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neunkirchen vom November 2018 mit der der neue Globus-Standort Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches Neunkirchen wurde"*[4] nicht berücksichtigt hat, ist – wie dargestellt - der Vergleichbarkeit der Daten geschuldet. Unter Einbezug des neu angesiedelten Globus SB-Warenhauses mit ca. 7.150 m² VK wäre der Verkaufsflächenrückgang in der Innenstadt Neunkirchen weitaus weniger stark ausgefallen, als von ecostra dargestellt. Gleichzeitig mangelt es dem Globus-Standort, der baulichen Ausführung dieses Marktes wie auch dem gesamten Umfeld an einem städtebaulichen Charakter, der eine Zuweisung bzw. Integration in den höchstrangigen ZVB der Stadt rechtfertigen würde. Entsprechend sind die gesamten räumlich-funktionalen Beziehungen zwischen diesem Standort (aber auch weiteren „Innenstadt"-Standorten im Nordwesten) und der bisherigen Innenstadt bestenfalls suboptimal ausgebildet. Hier kann – auch zur Vermeidung ständiger Wiederholungen - auf die bereits vorgenommenen Ausführungen in Kap. 2.2 dieser Stellungnahme verwiesen werden.

---

[1] Vgl. ECOSTRA & MAGDUS: Outlet Centre Performance Report Europe 2025. Wiesbaden / Sahune, 03 / 2026 (und frühere Ausgaben).

[2] Vgl. hierzu die Angaben zur jährlichen Besucherentwicklung in ECOSTRA: The big ecostra Outlet Centre Handbook Europe 2025. Wiesbaden, 01 / 2025

[3] M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 7; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 7

[4] M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 8; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 8

Dies gilt ebenso für die M+S-Darstellung der Situation, wie sie scheinbar nach Ansicht dieses Büros in den Innenstädten von Homburg und Neukirchen gegeben ist. Dabei äußert M+S zumindest im Fall von Homburg den Vorwurf, ecostra habe die durch die ZFO-Erweiterung zu erwartenden Umsatzumlenkungen *„nachweislich viel zu gering gerechnet"*[1]. Leider bleibt M+S aber diesen Nachweis schuldig und bleibt bei dieser unbelegten Behauptung. In Anbetracht aber der bereits aufgezeigten diversen Fehleinschätzungen und der offensichtlichen methodischen Defizite dieses Büros dürfte ein solcher Nachweis aber auch kaum gelingen können.

Dies wird u.a. in den weiteren Ausführungen zur Wettbewerbsentwicklung deutlich, wo M+S mit Verweis auf die Erweiterungsplanung des Outlet Center in Montabaur auf die – auch von ecostra erwarteten – verstärkten Wettbewerbsverflechtungen zwischen diesen beiden Outlet Centern eingeht. Hier tätigt M+S weitere Feststellungen, die geeignet sind, erhebliche Zweifel an grundlegenden betriebswirtschaftlichen Kenntnissen und der Funktionsweise von Handelsstandorten dieses Büros zu begründen. Konkret wird von M+S mit Bezug auf die Wettbewerbsverflechtungen zwischen dem ZFO und dem Outlet Montabaur folgendes behauptet:

> *„Hier nimmt ecostra die Sichtweise des Betreibers ein, der aufgrund seiner eigenen geplanten Erweiterung zusätzlichen Wettbewerb gut aushalten kann. Eine solch eingeschränkte bewertende Haltung wird der Aufgabe eines Gutachters nicht gerecht.* ***Als Gutachter sollte man sich fragen, inwieweit die zwangsläufig weniger zu erzielenden Umsätze in der Zone 3 nicht eine Verlagerung von Marktanteilen in zentralere Zonen des Einzugsbereiches zu Folge haben könnte.*** *Das muss man unterstellen, da ecostra offenbar nicht von einer geringeren Umsatzerwartung im ZFO ausgeht."*[2]

M+S behauptet hier nichts anderes, als dass der Betreiber eines Einzelhandelsobjektes bei einer Wettbewerbsverschärfung in einem eher entfernteren Teilraum seines Einzugsgebietes und einem damit drohenden Umsatzrückgang ganz einfach in der Lage ist, durch eine intensivere Bearbeitung von näher gelegenen Teilräumen dieses Einzugsgebietes den entsprechenden Umsatzausfall zu kompensieren. Dies ist bestenfalls naiv! Bereits zur Vermeidung von Streuverlusten im Marketing wird ein Handelsunternehmen, egal welcher Branche und unabhängig vom Betriebstyp, gerade auch das Naheinzugsgebiet möglichst optimal bearbeiten und versuchen, hier soviel Kaufkraft wie möglich als Umsatz abzuschöpfen. Aufgrund des geringen Distanzwiderstandes ist dies in einem räumlichen Nahbereich für einen Betreiber weitaus effektiver möglich als in Räumen mit größeren Distanzen. So ist ecostra bislang noch kein Fall bekannt geworden, bei dem der Betreiber eines Centers auf Umsätze mit Kunden aus einem Nahbereich zugunsten von Umsätzen mit Kunden aus größeren Distanzen verzichtet hätte. Aber genau dies deutet M+S mit ihrer These an. Umsatzrückgänge durch Wettbewerbsverflechtungen mit dem Outlet Montabaur nach dessen geplanter Erweiterung im nördlichen Teilbereich der Einzugsgebietszone III lassen sich nicht einfach durch eine

---

[1] M+S (03 / 2025-Ho): op.cit., S. 9

[2] M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 9; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 9; Hervorhebung durch Fettschrift durch ecostra!

erhöhte Kaufkraftabschöpfung aus der Zone I kompensieren: sie führen zu nichts anderem als zu einer reduzierten Umsatzerwartung des erweiterten ZFO.

In einem weiteren Argumentationsstrang versucht M+S auf Basis einer Zusammenstellung von ecostra-Bestandsdaten aufzuzeigen, dass zwischen 2018 und 2024 in verschiedenen zentralen Orten der Region ein starkes Abschmelzen der innerstädtischen Verkaufsflächen im projektrelevanten Segment erfolgte. Vor diesem Hintergrund behauptet M+S, dass ein Gutachter allein *„mit dem Hinweis, diese Entwicklungen seien analog zum deutschen Gesamtmarkt, nicht einfach über diese dramatische Entwicklung hinweggehen und weiterhin keinerlei städtebauliche Auswirkungen sehen (kann), indem potenzielle Auswirkungen in die Ferne der Zone 3 oder darüber hinaus gerechnet werden."*[1] Diese Behauptung ist ebenfalls zurückzuweisen. Anders als M+S ist ecostra detailliert auf die seit 2018 feststellbaren allgemeinen Entwicklungen in der Einzelhandelslandschaft eingegangen, denen sich – und dem wird sich selbst M+S nicht verschließen wollen – auch die hier untersuchten zentralen Orte nicht vollständig entziehen konnten (z.B. Marktanteilsentwicklung des Online-Handels). Was M+S hier jedoch nicht zur Kenntnis nehmen will und in den diesbezüglichen Ausführungen verschweigt ist, dass ecostra bei jedem einzelnen der zentralen Orte nicht nur die Veränderung der Bestands- und Leistungsdaten im Vergleichszeitraum ermittelt und dargestellt hat, sondern zusätzlich eine jeweils detaillierte qualitative Kommentierung und Bewertung der Veränderungen vorgenommen hat. Neben textlichen Ausführungen wurde dies auch anhand einer Bewertungsmatrix gezeigt.[2] Auch hier wäre erneut auf Seiten von M+S eine etwas sorgfältigere Lektüre der Unterlagen zielführend gewesen, sofern bei M+S keine „böse Absicht" zu unterstellen wäre. Auch wurden – wie bereits schon mehrfach belegt – keine „potenziellen Auswirkungen in die Ferne der Zone 3 oder darüber hinaus gerechnet", wie M+S ohne weitere Belege unterstellt.

Im Vergleich der Umsatzentwicklung des innerstädtischen Einzelhandels von Neunkirchen spekuliert M+S, was die Ursache für die beachtliche Steigerung der Flächenproduktivität im Bekleidungssektor von ca. 3.580,-- € / m² VK auf ca. 4.255,-- € / m² VK gewesen sein könnte. Wenn M+S hier nun vermutet, dass der Marktaustritt des großdimensionierten und gleichzeitig umsatzschwachen Galeria Kaufhof Warenhauses hierfür (mit) ursächlich war, so liegt M+S richtig. Aber M+S hätte hier gar nicht spekulieren müssen, da die entsprechenden Gründe von ecostra in der entsprechenden Studie erläutert werden. Im Bekleidungssektor wird hier auch noch auf die Schließung des großdimensionierten Adler-Modemarktes hingewiesen.[3] Eine sorgfältige Lektüre hatte auch hier schnell zu einer Klärung von offenen Sachfragen geführt.

Auf der anderen Seite werden von M+S in diesem Abschnitt wiederum Fragen aufgeworfen, welche nicht allein mit einer oberflächlichen Lektüre zu erklären sind. So zeigt sich M+S verwundert, dass die Schließung des Galeria-Standortes in Saarbrücken im dortigen Bekleidungshandel nicht zu einer vergleichbaren Steigerung der

[1] M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 10; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 10

[2] Vgl. ecostra (03 / 2025): op.cit., S. 52ff (Kap. 5)

[3] Vgl. ecostra (09 / 2025): op.cit., S. 4

Flächenproduktivität geführt hat, wie in Neukirchen. Die Ursache ist ganz einfach: die durch die Schließung des Galeria-Standortes in Saarbrücken innerhalb des eigenen Einzelhandelsstandortes verlagerten Umsätze treffen auf einen weitaus größeren Bestand vor Ort als in Neunkirchen. Hier ist Neunkirchen (ca. 19.635 m² VK bei Bekleidung) einfach nicht mit Saarbrücken (ca. 63.720 m² VK bei Bekleidung) sinnvoll vergleichbar.

Sodann beklagt M+S, dass bei ecostra *„keine realen Umsätze aus den Büchern der Betreiber verwendet werden."*[1] Dass dies für ein Büro, das nach eigenen Angaben in der Vergangenheit schon einmal Standort- und Auswirkungsanalysen für Einzelhandelsobjekte erstellt hat, etwas Neues ist, muss in der Tat überraschen. Denn dies ist der Normalfall und sollte auch für M+S nicht fremd sein. Immerhin liegen von M+S erstellte Auswirkungsanalysen für Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben vor, bei denen eigentlich „reale Umsätze aus den Büchern der Betreiber" verfügbar hätten sein müssen, M+S aber auf Angaben aus BBE-Publikationen mit allgemeinen Benchmarks zurückgegriffen hat.[2]

Dass M+S offensichtlich das Marktanteilsmodell nicht kennt oder beherrscht wird allein schon aus der Behauptung deutlich, dass von ecostra „aus der Umsatzleistung des ZFO die Kaufkraftabschöpfung berechnet wurde und nicht umgekehrt, wie es nach dem Marktanteilsprinzip gefordert ist."[3] Tatsächlich wurde über die Kaufkraftabschöpfung die ZFO-Umsätze ermittelt, was M+S aber offensichtlich nicht erkannt hat. Die Frage der sach- und fachgerechten Umsatzermittlung im Rahmen einer Auswirkungsanalyse wurde von M+S bereits in der Vergangenheit mehrfach thematisiert, wobei immer wieder Thesen aufgestellt wurden, welche auf Seiten von M+S jedenfalls einige fachliche Defizite offenbarten. Hier kann – wiederum zur Vermeidung von Wiederholungen – auf die entsprechenden Ausführungen von ecostra in den bisherigen Stellungnahmen verwiesen werden.[4]

In der weiteren Folge beschäftigt sich M+S mit den für das erweiterte ZFO vorgesehenen B-Plan-Festsetzungen und moniert, dass hier theoretisch *„für Innenstädte sehr relevante Drogeriemärkte"*[5] in einer Größenordnung von bis zu insgesamt ca. 700 m² VK möglich wären, registriert hierbei aber leider nicht, dass unter der aktuellen B-Plan-Situation des bestehenden ZFO zumindest das Kernsortiment – ggf. aber sogar das gesamte Sortiment – eines typischen Drogeriemarktes auf einer Fläche von bis zu insgesamt ca. 21.000 m² VK möglich wäre. Das müsste bei M+S eigentlich die Frage aufwerfen, aus welchen Gründen hier Drogeriemärkte in beachtlichem Umfang seit der erstmaligen Eröffnung des ZFO vor über 25 Jahren nicht schon angesiedelt worden sind bzw. bei allen bislang realisierten Outlet Centern in Deutschland und Westeuropa sich

---

1 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 11; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 11

2 Vgl. u.a. MARKT UND STANDORT: Auswirkungsanalyse über die Verlagerung des Norma Standortes Kemptener Straße und der Ergänzung um verschiedene Fachmärkte in der Stadt Füssen. Erlangen, 30.10.2020, S. 21

3 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 11; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 11

4 Vgl. ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 12ff (hier v.a. Kap. 2.3 & 2.4); vgl. ECOSTRA (04 /2024): op.cit., S. 11ff (hier v.a. Kap. 2.3 & 2.4).

5 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 11; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 12

bislang in einem Outlet Center kein Drogeriemarkt wie die von M+S angesprochenen Drogeriemärkte von Rossmann, dm oder Müller findet.[1] Aber eine solch erkenntnisleitende fachliche Neugier ist bei M+S scheinbar leider nicht vorhanden, sondern es wird ein handelsbezogenes Nirwana beschrieben. Auch hier zeigt sich, dass die von M+S geäußerte Kritik nicht wirklich durchdacht ist und auch keine innere Systematik zeigt.

Dies wird auch in der von M+S auf Basis von ecostra-Daten vorgenommenen Zusammenstellung der räumlichen Umsatzherkunft des bestehenden und des erweiterten ZFO deutlich, wobei die Angaben allein auf die Darstellung von Prozentangaben reduziert werden. Diese Form der Datenpräsentation lädt aber – offensichtlich bewusst und zielgerichtet – zu Fehlinterpretationen ein. Sachgerecht wäre eine Darstellung gewesen, welche gleichzeitig die räumliche Umsatzherkunft in absoluten und relativen Werten zeigt. Eine solche Darstellung sieht dann wie folgt aus:

	Umsatzherkunft Bestands-objekt ZFO		**Umsatzherkunft ZFO nach Erweiterung**	
Zonen	**In Mio. €**	**In %**	**In Mio. €**	**In %**
Zone I	33,5	24	38,3	19
Zone II	36,3	26	46,0	23
Zone III	38,2	27	58,7	30
Streuumsätze	31,7	23	54,6	28
Insgesamt	**139,8**	**100**	**197,7**	**100**

Quelle: ecostra-Zusammenstellung

[1] Nach Angaben des EHI Retail Institute umfasst das Kernsortiment eines Drogeriemarktes ca. 5.400 Artikel und somit ca. 65 % des gesamten Non-Food-Warenangebotes. Dieses Kernsortiment besteht aus den Warengruppen „Haar-, Haut-, Mund- und Körperpflege" (ca. 3.000 Artikel bzw. ca. 36 %) und „Dekorative Kosmetika, Duftwasser" (ca. 2.400 Artikel bzw. ca. 29 %). Bereits unter den bisherigen B-Plan-Festsetzungen des ZFO waren diese Produkte zulässig. Dazu kommen dann noch Teile des Randsortiments eines Drogeriemarktes, wie z.B. „Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren" (ca. 500 Artikel bzw. ca. 6 %), „Schmuck, Foto, Uhren, Brillen", „Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Bilderwaren, Galanteriewaren" (jeweils ca. 200 Artikel bzw. ca. 2 %) sowie „Elektrokleingeräte und -artikel" (ca. <100 Artikel bzw. ca. <1 %), welche in Summe weitere 10 % des Non-Food-Warenangebotes eines Drogeriemarktes ausmachen und nach den bisherigen B-Plan-Festsetzungen fast durchwegs ebenfalls zulässig waren. Sonstige Randsortimente schwanken zwischen ca. <100 Artikel bzw. ca. <1 % und ca. 500 Artikel bzw. ca. 6 %, wobei sich dies auf insgesamt 8 weitere Warengruppen verteilt; vgl. hierzu EHI RETAIL INSTITUTE (HRSG.): EHI-Dossier Drogeriemärkte in Deutschland 2013. Köln, 2013.

Damit wären bereits ca. 75 % des üblichen Warenangebotes eines Drogeriemarktes innerhalb des ZFO zulässig. Sodann gibt es in den bisherigen Vorgaben noch eine Öffnungsklausel dahingehend, dass ausnahmsweise auch solche, in den Festsetzungen nicht genannten Waren zulässig werden können, soweit diese im Einzelfall keine weitergehenden Auswirkungen i.S. des § 11 Abs. 3 und der Raumordnung und Landesplanung haben, als die in den B-Plan-Festsetzungen genannten Sortimente. Ausnahmen, welche über diese Öffnungsklausel genehmigt werden, erfordern jedoch ein gemeindliches Einvernehmen nach § 36 i.V.m. § 31 Abs. 1 BauGB, wobei der Nachweis für jedes einzelne Sortiment geführt werden müsste, grundsätzlich jedoch möglich wäre. Der Nachweis fehlender relevanter Auswirkungen wäre vermutlich in Anbetracht der geringen Artikelzahl der sonstigen Randsortimente eines Drogeriemarktes problemlos zu führen und somit wäre das erforderliche gemeindliche Einvernehmen wohl zu erwarten. Daraus folgt:

- Sofern ein typischer Drogeriemarkt-Betreiber – wie die von M+S angesprochen dm und Rossmann – einen Outlet-Store im ZFO realisieren wollten, könnten diese Drogeriemarkt-Betreiber problemlos ihr Kernsortiment sowie wesentliche Teile des Randsortiments auf Basis der bisherigen ZFO-Festsetzungen ohne Flächenbeschränkung abbilden. Die Einschränkungen im Bereich einzelner Randsortimente wären nach aller Voraussicht durch die Öffnungsklausel wohl überwindbar.
- Es bestehen aus fachlicher Sicht jedoch erhebliche Zweifel, dass die VIA Outlets aus Gründen des Branchenmix sowie der angestrebten Marktpositionierung des ZFO überhaupt einen solchen Drogeriemarkt als Mieter im Center akzeptieren würden. Zudem ist davon auszugehen, dass ein Drogeriemarkt betriebswirtschaftlich überhaupt nicht in der Lage wäre, die in einem Outlet-Center üblichen Umsatzmieten zu erwirtschaften, welche nur bei wenigen Magnetbetrieben unterhalb von 10 % liegen, der marktübliche Mietanteil am Umsatz bei einem Drogeriemarkt beträgt jedoch ca. 4,0 – 5,5 % und somit um etwa die Hälfte niedriger; vgl. HYPZERT FACHGRUPPE EINZELHANDEL (HRSG.): Bewertung von Einzelhandelsimmobilien. Berlin, 10 / 2019, S. 133

Damit wird dann auf einmal auch deutlich, dass die Aussage von M+S, ecostra würde davon ausgehen, *„dass aufgrund der derzeitigen Präsenz des ZFO in der Zone 1 bereits der Markt soweit abgeschöpft ist, dass zusätzliche Einkäufe der Verbraucher in der Zone 1 unterbleiben"*[1] schlichtweg falsch ist. M+S vermutet, dass lt. ecostra*, „die Erweiterung im Grunde für die Nahbevölkerung nichts Neues brächte und deshalb die Attraktivität für diese sich nicht veränderte."*[2] Auch diese Vermutung ist falsch, wie sich einfach an den obigen Daten ablesen lässt. Der Umsatz mit Kunden aus der Zone I steigt mit der Erweiterung von bisher ca. 33,5 Mio. € auf zukünftig ca. 38,3 Mio. €. Das ist ein Zuwachs, der belegt, dass durch die Erweiterung auch in der Zone I neue Kundengruppen erschlossen werden können bzw. bestehende Kundengruppen erhöhte Umsätze tätigen. Allerdings ist es so – und dies verschweigt M+S ebenfalls – dass sich die Kaufkraftabschöpfungsquote des ZFO im Kernsortiment (Sport-) Bekleidung in der Zone I (Naheinzugsgebiet) von ca. 5,2 % im Jahr 2019 auf ca. 5,8 % erhöht. Auch dies widerlegt die offensichtlich falschen, o.g. Thesen von M+S.

Aber damit will M+S es noch nicht bewenden lassen und legt gleich die nächste offensichtlich falsche These nach. So wird behauptet, dass *„die Ausgaben der Verbraucher aus der Zone 1 im ZFO ausschließlich in Betrieben innerhalb der Zone 1 umgelenkt werden, (was) zeigt wie innerhalb der Modellrechnung mit Annahmen umgegangen wird."*[3] Dass dem nicht so ist, zeigt nicht nur ein Blick in die ausführlichen Erläuterungen zu den Kaufkraftbewegungen in der ecostra-Studie.[4] Besonders deutlich wird dies in Tab. 19, wo in geradezu beispielhafter Detailliertheit und Transparenz die Kaufkraftströme über alle Zonen des Einzugsgebiet und darüber hinaus dargestellt werden. Dabei wird jeweils deutlich, mit welchen Kunden aus welchen Zonen des Einzugsgebietes die durch die geplante Erweiterung getätigten zusätzlichen Umsätze erwirtschaftet werden und wo diese Umsätze vorher gebunden waren.[5] Als Auszug aus dieser Tab. 19 wird nachfolgend die Darstellung der Kaufkraftströme in der Zone I (Naheinzugsgebiet) aufgeführt:

1 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 12; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 12

2 Op.cit.

3 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 12; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 13

4 Vgl. ECOSTRA (09 / 2025): op.cit., S. 22ff (Hier Kap. 2.2)

5 Op.cit., S. 24 (Hier Tab. 19)

Tab. 19: Neuberechnung der durch die Erweiterung des Zweibrücken auf insgesamt ca. 29.500 m² VK ausgelösten Kaufkraftströme in den projektrelevanten Sortimentsbereichen und in der Differenzierung nach Zonen der Kundenherkunft

		Bekleidung inkl. Sportbekleidung	(Sport-) Schuhe / Lederwaren	Sonstiges	Summe
		in Mio. €			
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
	Insgesamt	**9,1**	**2,7**	**0,7**	**12,6**

Allein dieser Auszug zeigt bereits, dass durch die geplante Erweiterung sich der Umsatz des ZFO mit Kunden aus der Zone I um ca. 4,8 Mio. € erhöht. Davon waren bislang

- ca. 0,2 Mio. € bzw. 5 % an Einzelhandelsstandorten in der Zone II als Umsatz gebunden; d.h. diese Umsatzumverteilung wird nicht in der Zone I, sondern in der Zone II wirksam
- jeweils weniger als 0,1 Mio. € an Einzelhandelsstandorten in der Zone III und an solchen außerhalb des Einzugsgebietes gebunden.

Durch Umsatzzuflüsse von Kunden von außerhalb der Zone I, welche aber bislang an Einzelhandelsstandorten in dieser Zone I eingekauft hatten und ihre Einkäufe nun mehr oder weniger auf das ZFO verlagern, beläuft sich der Umsatzabzug durch die ZFO-Erweiterung gegenüber dem betroffenen Einzelhandel in der Zone I nicht auf die ca. 4,6 Mio. € (d.h. ca. 4,8 Mio. € ./. 0,2 Mio. €; siehe oben), sondern auf ca. 12,6 Mio. €. Nochmals: mit Kunden aus der Zone I wird durch die ZFO-Erweiterung eine Umsatzsteigerung von ca. 4,8 Mio. € erzielt, der Umsatzabzug gegenüber dem betroffenen Einzelhandel in der Zone I beträgt nun aber nicht ca. 4,8 Mio. €, sondern ca. 12,6 Mio. €.

Wenn M+S nun davon ausgeht, dass *„die Annahme einer Kaufkraftbindung von 95 % in der Zone 1 (…) tatsächlich unrealistisch*"[1] ist, dann ist zunächst festzustellen, dass M+S hier einem Missverständnis unterliegt. In der Übersicht zu den Kaufkraftströmen (siehe auch Abbildung oben) ist dezidiert von der *„gebundenen Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone*"[2] und eben nicht von einer „Kaufkraftbindung" die Rede. Umsatz und Kaufkraft sind hier zwei unterschiedliche Bezugsgrößen. Der von ecostra verwendete Begriff des „gebundenen Umsatzes" bezieht sich auf den durch das ZFO im Rahmen der Erweiterung zusätzlich generierten Umsatz, der bislang durch Kunden aus der

[1] M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 12; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 13

[2] ECOSTRA (09 / 2025): op.cit., S. 24 (Hier Tab. 19)

genannten Zone (hier Zone I) als Umsatz (!!) im bestehenden Einzelhandel in der genannten Zone (hier v.a. Zone II) gebunden war. Nicht alle Kunden aus der Zone I geben auch ihre gesamte Kaufkraft beim Einzelhandel in der Zone I aus, wie M+S offensichtlich unterstellen will. Demnach wäre eine „Kaufkraftbindung von 95 %" tatsächlich unrealistisch. Auch diese Fehleinschätzung hätte durch eine sorgfältigere Lektüre der Unterlagen durch M+S vermieden werden können.

Neben dem Umsatz mit Kunden aus der Zone I sind im Rahmen der Kaufkraftstromanalyse dann noch jene Kaufkraftzuflüsse zu berücksichtigen, welche durch den Einzelhandel der Zone I bislang mit Kunden mit Wohnsitz außerhalb dieser Zone getätigt wurden und die nun durch die Erweiterung des ZFO vom Einzelhandel in der Zone I auf das ZFO verlagert werden. Dies führt letztlich dazu, dass sich der Umsatz des ZFO mit Kunden aus der Zone I durch die geplante Erweiterung nur um ca. 4,8 Mio. € erhöht, der Umsatzrückgang des betroffenen Einzelhandels in der Zone I sich jedoch auf ca. 12,6 Mio. € - also mehr als das Doppelte – beläuft. All dies ist transparent und nachvollziehbar u.a. der genannten Tabelle 19 der ecostra-Studie zu entnehmen.[1]

Das Kaufkraftstrommodell erlaubt eine sachgerechte Analyse von Kaufkraftströmen, welche gerade bei solch weiträumig ausstrahlenden Vertriebsformen des Einzelhandels, wie Outlet Center oder auch Möbelhäuser, immer auch die abgegrenzten Zonen eines Einzugsgebietes überschreiten, d.h. die Kunden aus der jeweiligen Zone haben nicht immer notwendigerweise ihre Einkäufe auch bei Einzelhandelsstandorten in dieser Zone erledigt. Wenn M+S nun meint, dies wäre *„üblicherweise aus dem Worst Case Zuschlag auf die Umsatzerwartung"*[2] in hinreichender Weise ableitbar, so greift dies viel zu kurz und ist als Methodik jedenfalls nicht in der Lage, eine auch einigermaßen realistische Bewertung zu ermöglichen. Allein über eine sorgfältige und transparente Analyse der Kaufkraftströme lassen sich mögliche Auswirkungen bestimmen, nicht über irgendwelche Aufschläge auf die Umsatzerwartung. Insofern ist die Behauptung von M+S, dass die von ecostra hier verwendete *„Art der Festsetzung von Kaufkraftströmen (…) manipulativ und zielgerichtet (wirke) und (…) ganz sicher nicht den Vorgaben der GIF"*[3] entspräche, als schlichtweg falsch zurückzuweisen. Ganz offensichtlich hat M+S auch die gif-Richtlinie zu den „Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten" entweder überhaupt nicht oder nur oberflächlich gelesen, denn dort wird die für eine Kaufkraftstromanalyse verwendete Methodik detailliert beschrieben.[4] Nach den Ausführungen der gif-Richtlinie ist jedenfalls – anders als M+S meint – ein „worst-case"-Zuschlag auf die Umsatzerwartung eines Einzelhandelsprojektes nicht ausreichend.

Abschließend geht M+S dann noch kurz auf die von ecostra vorgenommene Aktualisierung der Bestands- und Leistungsdaten in Homburg und Neunkirchen ein, wobei an

---

1 Vgl. op.cit.

2 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 12; M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 13

3 Op.cit.

4 Vgl. GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (07 / 2020): op.cit., S. 149ff

dieser Stelle jedoch keine neuen Argumente mehr vorgetragen werden. So wird von M+S lediglich konstatiert, dass bei der ecostra-Aktualisierung 2025 in Fall von

- Homburg die Umsatzumverteilungsquote *„durchaus zu niedrig gerechnet ist"*[1] und *„eine Berücksichtigung der Vorschäden in den Nebenlagen (nicht) erfolgt"*[2] ist.
- Neunkirchen *„eine Berücksichtigung der erheblichen festgestellten Vorschäden in der Innenstadt (…) offenbar nicht (erfolgt). Nach ecostra zählt das Saarpark-Center zu den leistungsfähigsten Shopping-Centern im Untersuchungsraum, so dass hier nichts zu befürchten ist."*[3]

Wie im Fall von Homburg ebenso wie im Fall von Neunkirchen gezeigt werden konnte, wurde im Rahmen der ecostra-Untersuchungen auf Grundlage eines soliden Daten- und Methodensatzes jeweils eine fach- und sachgerechte Bewertung der dortigen Situation sowie der durch die geplante Erweiterung des ZFO zu erwartenden Auswirkungen vorgenommen. All diesen Analysen lag ein Ansatz zugrunde, welcher vollumfänglich dem von der Rechtsprechung geforderten realitätsnahen „worst-case" gerecht wird und somit die aus städtebaulicher Sicht zu erwartenden Auswirkungen keinesfalls unterschätzt.

Fazit: Auch in den im März 2026 von M+S im Auftrag von Homburg und Neunkirchen vorgelegten ergänzenden Stellungnahmen zeigt sich ein Bild, das nachweislich von einer mangelnden Sorgfalt in der Lektüre, Auswertung und Bearbeitung vorliegender Unterlagen geprägt sowie mit Fehlinterpretationen oder Missverständnissen durchsetzt ist. Gleichzeitig werden ecostra von M+S immer wieder Aussagen zugeschrieben, welche so nie getätigt wurden. Belastbare Daten und Erkenntnisse werden jedenfalls von M+S auch diesmal nicht vorgetragen, vielmehr handelt es sich fast durchwegs um bestenfalls launische Kommentierungen der einzelnen Kapitel der ecostra-Untersuchungen. Offensichtlich weder verstanden noch realisiert hat M+S, dass ecostra bei der Analyse der Auswirkungen der geplanten ZFO-Erweiterung eben kein Luxussortiment zugrunde gelegt hat, sondern ein Marken- und Preisniveau identisch zum aktuellen Bestand. Der Umstand, dass lt. städtebaulichem Vertrag nun verstärkt Marken aus dem Luxus- und Premiumsegment angesiedelt werden sollen, führt eben dazu, dass die möglichen Auswirkungen des Vorhabens bei ecostra auf jeden Fall überzeichnet werden (d.h. nochmalige Verstärkung des sog. „worst-case"-Ansatzes), während die Belegung der ZFO-Erweiterung mit Luxusmarken den gegenteiligen Effekt gehabt hätte. Anders als M+S behauptet, besteht das von ecostra abgegrenzte Einzugsgebiet auch nicht ausschließlich aus PKW-Fahrzeit-Isochronen, sondern berücksichtigt sehr wohl räumliche Stauungen durch Wettbewerbsstandorte. Allerdings sind bei der Einwertung dieser Wettbewerbseinflüsse die jeweiligen Standortfaktoren, Flächengröße, Markenbesatz und Leistungsfähigkeit des Betreibers zu beachten; etwas das M+S grundsätzlich nicht in Bedacht zu nehmen scheint. Wenn dann M+S vermutet, dass Umsatzrückgänge durch einen veränderten Wettbewerb in Teilen des Ferneinzugsgebietes durch einen Betreiber

1 M+S (03 / 2026-Ho): op.cit., S. 13

2 Op.cit.

3 M+S (03 / 2026-Ne): op.cit., S. 13

ganz einfach dadurch kompensiert werden können, indem eine intensivere Bearbeitung des Naheinzugsgebietes erfolgt, so verabschiedet sich M+S nicht nur von grundlegenden Erkenntnissen und Erfahrungen der Handelsanalyse, sondern skizziert ein absatzpolitisches Nirwana. Weitere durchaus vergleichbare Thesen von M+S können ebenfalls nur mit Kopfschütteln zur Kenntnis genommen werden; so z.B. die Wirkungen des jeweiligen Galeria-Marktaustritts auf die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten in Neunkirchen und Saarbrücken, die fehlende Kenntnis zur offensichtlich schon immer vorhandenen Möglichkeit zur Ansiedlung nicht nur des Kernsortiments eines Drogeriemarktes in großflächigem Rahmen im bereits bestehenden ZFO, die Verwechslung der Begriffe „Kaufkraftbindung" und „gebundener Umsatz" oder die Annahme, dass ein städtebaulicher „worst-case" in einer Auswirkungsanalyse nur dadurch entsteht, indem ein Zuschlag auf die Umsatzerwartung eines Planobjektes vorgenommen wird. Wenn M+S dann auch nicht zur Kenntnis genommen hat, dass in der ecostra-Kaufkraftstromanalyse bei einem Mehrumsatz des erweiterten ZFO von ca. 4,8 Mio. € mit Kunden aus der Zone I aber eine Umsatzumverteilung gegenüber dem betroffenen Einzelhandelsbestand in der Zone I in Höhe von ca. 12,6 Mio. € - also um mehr als das doppelte – erfolgt, kann dies dann nicht mehr verwundern.

Nachdem ecostra bei den Schriftsätzen von M+S bereits in der Vergangenheit diverse Fehlannahmen, methodische Defizite und fehlende Fachkenntnisse aufzeigen konnte, reagiert dieses Büro nun an verschiedener Stelle offensichtlich beleidigt. Wenn also M+S meint, die Aktualisierung der ecostra-Auswirkungsanalyse als *„Musterbeispiel eines ergebnisorientierten Gutachtens mit städtebaulich verträglichem Ausgang"*[1] zu bezeichnen, so fällt diese Bewertung eindeutig auf M+S zurück. Fachlich fundierte Argumente, welche geeignet wären, die Methodik und die Ergebnisse der ecostra-Studien in irgendeiner Form zu erschüttern oder in Frage zu stellen, liegen weiterhin nicht vor.

So ist es im Lichte der nun vorgelegten neuen Schriftsätze von M+S aus Sicht von ecostra durchaus angebracht, das von ecostra bereits in der Stellungnahme vom 05.04.2024 verfasste Schlusswort nochmals zu wiederholen. Dort heißt es wie folgt:

> *„Abschließend noch ein Wort zu der von M+S monierten ‚Sprache' in den ecostra-Stellungnahmen. Wie gezeigt wurde, sind bei M+S nur relativ geringe Kenntnisse der Merkmale und Spezifika der Vertriebsform Outlet Center auffällig. Dies wäre an sich noch verzeihlich, da es sich um einen kleinen Nischenmarkt innerhalb des Einzelhandelsmarktes handelt und die Auseinandersetzung mit dieser Vertriebsform für ein Gutachterbüro meist eher die Ausnahme als die Regel darstellt. Allerdings wäre es durchaus sachgerecht gewesen, wenn M+S ihre Auftraggeber auf diesen Sachverhalt hingewiesen und in der Prägnanz ihrer Aussagen eine etwas größere Zurückhaltung geübt hätte. Hier hat sich M+S offensichtlich ‚weit aus dem Fenster gelehnt'. Gleichzeitig illustriert der gegenständliche Fall, dass M+S augenscheinlich auch erhebliche methodische Probleme bei grundlegenden Aspekten der Einzelhandelsanalyse hat (Einzugsgebietsabgrenzung, Umsatzermittlung, Verwendung von Benchmarks etc.). Nach Einschätzung von ecostra bewegen sich die vorliegenden M+S-Stellungnahmen auf einem fachlich äußerst niedrigen Niveau. Zur Absicherung dieser Einschätzung wurden in hinreichender Weise Fehler, Defizite, mangelnde Kenntnisse, Widersprüche, unbelegte*

[1] M+S (07 / 2025-Ho): op.cit., S. 20; M+S (07 / 2025-Ne): op.cit., S. 19

Behauptungen etc. aufgezeigt. Grundsätzlich ist niemand – auch nicht ecostra – davor gefeit, einmal Fehler zu machen oder eine Fehleinschätzung abzugeben. Aber solche Arbeiten – wie die hier von M+S vorgelegten Stellungnahmen – tragen dazu bei, die Branche der Einzelhandelsgutachter an sich in Verruf zu bringen. Insofern ist eine sehr pointierte Sprache, welche dies offenlegt und klar benennt, nicht nur gerechtfertigt, sondern sogar erforderlich."[1]

Dem ist auch aus heutiger Sicht nichts hinzuzufügen!

[1] ECOSTRA (04 / 2024): op.cit., S. 45

3. Stellungnahme des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren vom März 2026

Im Rahmen der Offenlegung des B-Plans zur Erweiterung des ZFO ist eine weitere Stellungnahme des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren eingegangen. Eine erste Stellungnahme mit weitgehend identischen Inhalten wurde vom BTE im Dezember 2024 im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit vorgelegt.[1] Verschiedene Teile der beiden BTE-Stellungnahmen sind völlig identisch, wiederum andere weichen leicht voneinander ab. Letztlich relevant dürfte nur die zuletzt eingereichte Stellungnahme sein. Soweit aus Sicht von ecostra erforderlich, werden jedoch auch ggf. abweichende Aspekte aus der ersten BTE-Stellungnahme vom Dezember 2024 hier mit aufgegriffen. Die BTE-Stellungnahme 2024 umfasste 4 Seiten, die aktuelle BTE-Stellungnahme nun insgesamt 6 Seiten. Beide Stellungnahmen sprechen einleitend davon, dass von Seiten des BTE eine eigenständige Auswirkungsanalyse erstellt wurde. Allerdings finden sich nur in der jüngeren Stellungnahme Hinweise auf die verwendete Methodik. So wird hier das Huff-Modell genannt. Weder die in das Modell eingespeisten Grundlagendaten noch die eigentlich empirisch (einzu-)schätzenden Parameter der Formel werden offengelegt. Für den Parameter λ hat der BTE nach eigenen Angaben entsprechend den am plausibelsten erscheinenden Wert gewählt (sog. Maximum-Likelihood-Methode).[2] Damit bleiben die gesamten Eingangswerte der Formel intransparent.

Nach Angaben des BTE in beiden Stellungnahmen ist für das erweiterte ZFO mit insgesamt ca. 29.500 m² VK von einem Umsatzvolumen in einer Größenordnung von ca. 236 bis ca. 257 Mio. € auszugehen. Gegenüber dem aktuellen Bestand würde dies lt. BTE einem Umsatzzuwachs von ca. 68 bis ca. 74 Mio. € entsprechen, was der BTE eine *„konservative Betrachtung"*[3] nennt. Dies entspricht einer Flächenproduktivität des erweiterten ZFO von ca. 8.000,-- bis ca. 8.700,-- € / m² VK.

Bei dieser geschätzten Raumleistung verweist der BTE auf Angaben aus einem zwischen 2021 und 2025 geführten Rechtsstreitverfahren gegen die Anzahl der verkaufsoffenen Sonntage des ZFO, wobei u.a. ein Gutachten des Büros Dr. Lademann & Partner vorgelegt wurde, in dem diese *„auf der Grundlage eigener Archivdaten"*[4] den Umsatz des bestehenden ZFO im Jahr 2019 auf ca. 230 bis 250 Mio. € schätzen.[5] Dieser Rechtsstreit wurde von dem Modehändler Jost aus Landau in der Pfalz nicht gegen das ZFO, sondern

---

1 Vgl. BTE: Stellungnahme zur geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO) im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit gemäß § 3 Abs. 1 BauGB. Berlin, 12 / 2024; nachfolgend BTE (12 / 2024)

2 Vgl. BTE (03 / 2026): op.cit., S. 1

3 BTE (03 / 2026): op.cit., S. 1; BTE (12 / 2024): op.cit., S. 1

4 DR. LADEMANN & PARTNER: Verkaufsoffene Sonntage im Zweibrücken Fashion Outlet. Fachgutachterliche Stellungnahme. Hamburg, 18.05.2021, S. 7

5 Vgl. op.cit.

gegen den ZFO-Mieter Betty Barclay geführt.[1] Bereits damals war kritisch zu hinterfragen, welche „eigenen Archivdaten" auf Seiten des Büros Dr. Lademann & Partner dies hätten sein sollen, da dieses Büro nach vorliegenden Informationen zu keinem Zeitpunkt Zugang zu Umsatzdaten des ZFO hatte. Es ist insofern davon auszugehen, dass es sich lediglich um Schätzwerte von Dr. Lademann & Partner handelte. Jedenfalls wurde deutlich, dass die „konservative Umsatzbetrachtung" des BTE für das auf ca. 29.500 m² VK erweiterte ZFO sich in etwa in einer identischen Größenordnung bewegt, wie die Umsatzschätzung von Dr. Lademann & Partner für das bestehende ZFO mit ca. 21.000 m² VK im Geschäftsjahr 2019. Zur Bestätigung der Realitätsnähe der Annahme zur Höhe der Flächenproduktivität und damit zur geschätzten Umsatzgröße verweist der BTE dann auf *„den im Rahmen eines Rechtsstreits bekannt gewordenen Umsatz eines Anbieters im Modesegment, der einen Store im ZFO betreibt. Demnach wurde eine Flächenproduktivität von rund 11.400 € / qm-Verkaufsfläche erzielt."*[2] Bei diesem Rechtsstreit handelt es sich um das bereits angesprochene Verfahren des Modehändlers Jost gegen den Outlet Store von Betty Barclay im ZFO. Die entsprechenden Umsatzdaten des Stores von Betty Barclay wurden im Rahmen des Verfahrens offengelegt. Was die BTE an dieser Stelle allerdings nicht anspricht, ist die Tatsache, dass der Outlet Store von Betty Barclay innerhalb des ZFO mit ca. 80 m² VK zu den kleindimensionierten Shops zählt. Der Durchschnittswert für die Verkaufsfläche aller Shops im ZFO beträgt nach dem aktuellsten Aufmaß von ecostra ca. 175 m² VK, liegt also mehr als doppelt so hoch wie der Flächenwert von Betty Barclay. Nun ist es bei der Analyse von Einzelhandelsstandorten allgemein hinreichend bekannt, dass kleindimensionierte Shops bezogen auf die Fläche eine z.T. deutlich höhere betriebliche Kostenbelastung haben, als großdimensionierte Shops. Dies gilt für Outlet-Stores genauso wie im sonstigen stationären Handel. So sind bei einem kleindimensionierten Shop bezogen auf eine identische Flächengröße (z.B. 1 m² Mietfläche) u.a.

- der Flächenmietpreis
- die Personalkosten
- die Kosten für Ladenbau und technische Infrastruktur (u.a. Kassensystem)

durchwegs deutlich höher als bei einem flächengroßen Shop, wo entsprechende Skaleneffekte nutzbar gemacht werden können. Insofern ist es unzulässig bzw. irreführend von der betriebswirtschaftlich erforderlichen Raumleistung eines vergleichsweise kleindimensionierten Shops auf die Flächenproduktivität eines gesamten Centers zu schließen. Dies hätte dem BTE eigentlich bekannt sein müssen.

Bei den weiteren Ausführungen geht die BTE dann davon aus, dass *„die geplante Flächenerweiterung (…) zu einer Ausdehnung des bestehenden Einzugsgebietes führen"*[3] würde, wobei sich dies beim Ferneinzugsgebiet (Zone III) v.a. in östlicher und

[1] Jost war zu diesem Zeitpunkt Präsident des BTE. Nachdem die Klage zunächst von den unteren Instanzen abgewiesen wurde, war die Revision erfolgreich. Das OLG Zweibrücken hob mit Urteil vom 23. Oktober 2025 (AZ.: 4 U 202/21) die Möglichkeit der zusätzlichen Sonntagsöffnungen für den Mieter Betty Barclay auf. Die anderen Mieter des ZFO dürfen weiterhin an 16 Sonntagen im Jahr öffnen. Der BTE will auch weiter gegen diese Sonntagsöffnungen vorgehen.

[2] BTE (03 / 2026): op.cit., S. 1 (Hier Fußnote)

[3] Op.cit., S. 2

nordöstlicher Richtung vollzieht und dabei auf die Bundesländer Baden-Württemberg und Hessen sowie auf Teile von Frankreich ausgreift. Hier hat sich die Einschätzung der BTE gegenüber der Stellungnahme vom Dezember 2024 dahingehend verändert, als damals nur von einer marginalen Erweiterung des Ferneinzugsgebietes ausgegangen wurde.[1] Leider findet sich in keiner der BTE-Stellungnahmen eine Kartendarstellung oder eine Auflistung der administrativen Einheiten, welche dem Einzugsgebiet und dessen jeweiligen Zonen zuzuordnen wären. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die BTE beim „bestehenden Einzugsgebiet" auf die Darstellung in der ecostra-Auswirkungsanalyse bezieht, welche nun nach Ansicht des BTE eine räumliche Erweiterung erfährt.

Neben der fehlenden Darstellung eines Einzugsgebietes finden sich in der BTE-Stellungnahme auch keinerlei Angaben zur Berechnung der Kaufkraft in diesem Einzugsgebiet bzw. zu den dort vorhandenen Kaufkraftvolumina. Nachdem sich das Einzugsgebiet lt. BTE räumlich vergrößert hat, müssten die Einwohner- und Kaufkraftwerte jedenfalls oberhalb der von ecostra ermittelten Daten liegen.

Obwohl also keine solche Einwohner- und Kaufkraftdaten dargestellt werden, sieht sich der BTE in der Lage, Werte zu Umsatzerwartungen des erweiterten ZFO sowie zur räumlichen Zusammensetzung dieser Umsätze auszuweisen. Erstaunlicherweise liegen die Anteile der von der BTE für das erweiterte ZFO ermittelten räumlichen Umsatzherkunft bei nahezu identischen Werten wie bei ecostra für das bestehende ZFO (ohne Erweiterung) im Jahr 2025. Dies kann u.a. durch nachfolgende Übersicht illustriert werden:[2]

Umsatzanteil aus...	**ecostra für ZFO mit**		**BTE für ZFO mit**
	ca. 21.000 m² VK	**ca. 29.500 m² VK**	**ca. 29.500 m² VK**
Zone I (Naheinzugsgebiet)	24 %	19 %	24 %
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	26 %	23 %	27 %
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	27 %	30 %	29 %
Streuumsätze	23 %	28 %	20 %
Insgesamt	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Quelle: ecostra-Zusammenstellung auf Basis ecostra (09 / 2025): op.cit., S.15 & BTE: op.cit., S. 2

Wenn sich nun aber nach Einschätzung des BTE das Einzugsgebiet des ZFO durch die geplante Erweiterung räumlich vergrößert und bei ecostra das Einzugsgebiet des erweiterten ZFO in seinem räumlichen Zuschnitt und der Zonierung unverändert bleibt, dann führt dies dazu, dass bereits rein rechnerisch ein Absinken der Anteile der räumlichen Umsatzherkunft im Nahbereich (z.B. Zone I) bei ecostra die logische Konsequenz sein muss, während durch den veränderten bzw. vergrößerten räumlichen Zuschnitt des Einzugsgebietes bei der BTE ein solches Absinken des Anteils der Zone I nicht notwendigerweise zeigt.

[1] Vgl. BTE (12 / 2024): op.cit., S. 1

[2] Die Angaben des BTE in der Stellungnahme vom Dezember 2024 zur räumlichen Umsatzherkunft weichen gegenüber den Angaben in der neuen Stellungnahme leicht ab, wobei sich ein höherer Umsatzanteil aus dem Ferneinzugsgebiet (Zone III) ergibt.

Leider liegen von Seiten des BTE keine Angaben dahingehend vor, wie sich die Umsätze des derzeit bestehenden ZFO mit ca. 21.000 m² VK auf die einzelnen Zonen des nun (von der BTE) erweiterten Einzugsgebietes verteilen. Nur durch die Differenz zwischen dem bisher aus den jeweiligen Einzugsgebietszonen generierten Umsatz und den nach der Erweiterung aus diesen Zonen generierten Umsatz lässt sich die umsatzumverteilungsrelevante Größe ermitteln, wobei dann auch Kaufkraftströme zu beachten sind, welche die Einzugsgebietszonen des erweiterten ZFO überschreiten.

Gleichwohl sieht sich der BTE in der Lage, für die Innenstädte einzelner zentraler Orte Umsatzumverteilungsquoten für ausgewählte projektrelevante Sortimentsbereiche auszuweisen. Hier ist davon auszugehen, dass der BTE auf Bestands- und Leistungsdaten der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 sowie der Aktualisierung 2025 zurückgegriffen hat, da ansonsten keine solchen Daten in einer systematisierten Form für den gesamten Untersuchungsraum vorliegen.[1] Aber zu den Datengrundlagen äußert sich der BTE leider ebenfalls nicht. Unabhängig davon ist festzustellen, dass die in der BTE-Stellungnahme genannten Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den entsprechenden Innenstädten in der Zone I im Sortimentsbereich

- Bekleidung (inkl. Sportbekleidung) zwischen ca. 4,0 % (Neunkirchen) und ca. 6,2 % (Zweibrücken)
- Schuhe & Lederwaren (inkl. Sportschuhe) zwischen ca. 6,4 % (Homburg) und ca. 12,6 % (Saarbrücken)

schwanken. Welche absoluten Umsatzgrößen hinter diesen Prozentwerten stehen, muss jedoch weitgehend spekulativ bleiben. Sollte die BTE hier tatsächlich auf die aktuellen Bestands- und Leistungsdaten der zentralen Orte aus der ecostra-Studie vom September 2025 zurückgegriffen haben, wären manche Werte des Umsatzabzuges völlig identisch oder nahezu identisch zu den ecostra-Ergebnissen (z.B. Umsatzabzug von ca. 0,4 Mio. € bei Schuhe & Lederwaren in Neunkirchen), andere würden wiederum stark von den ecostra-Ergebnissen abweichen. Nach den Angaben des BTE überschreiten nur in Saarbrücken – und hier nur bei Schuhe & Lederwaren – die Umsatzumverteilungsquoten den Anhaltswert von ca. 10 % für mögliche städtebauliche Auswirkungen. Alle anderen Umsatzumverteilungsquoten liegen mehr oder weniger deutlich unter diesem Anhaltswert.[2]

Allerdings meint der BTE in der Stellungnahme vom März 2026 nun erstmals – ähnlich auch wie zuvor M+S (vgl. Kap. 2) – dass die 10 %-Schwelle als Anhaltswert für mögliche städtebaulich relevanten Auswirkungen *„vor dem Hintergrund der seit mehreren Jahren andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im stationären / innerstädtischen*

[1] Dies würde dann auch erklären, dass die von der BTE für die einzelnen Innenstädte genannten Umsatzumverteilungsquoten zwischen der alten und der neuen BTE-Stellungnahme leicht abweichen.

[2] Vgl. BTE (03 / 2026): op.cit., S. 2ff; Hinweis: für nicht näher benannte „zahlreiche Klein- und Grundzentren" nennt der BTE noch „Umsatzabflüsse in einer weiten Spannbreite von bis zu 12 Prozent" (S. 4), versäumt aber auch nur eine einzige Gemeinde mit Namen zu nennen.

Bekleidung-, Schuh- und Lederwareneinzelhandel (…) kritisch zu sehen"[1] sei und auf einen Wert von ca. 5 % abgesenkt werden sollte. Dieses Argument findet sich in der BTE-Stellungnahme vom Dezember 2024 nicht. Dabei verweist der BTE auf die Historie dieses Schwellenwertes, welcher aus einer GMA-Grundlagenuntersuchung stammt, die im Jahr 1998 veröffentlicht wurde.[2] Diese Untersuchung und die darin enthaltene empirische Herleitung des Schwellenwertes scheint für den BTE veraltet zu sein. So konstatiert der BTE: *„Nach Auffassung des BTE ist dieser so hergeleitete Grenzwert in der heutigen Zeit keineswegs mehr als Referenzwert annehmbar / verwendbar. Im Rahmen der nachstehenden Bewertungen werden daher bereits bei Umsatzumverteilungseffekten ab ca. 5 Prozent nachhaltige negative städtebauliche Auswirkungen angenommen."*[3]

Leider hat der BTE aber übersehen, dass deutlich jüngere Untersuchungen diesen Anhaltswert und dessen Anwendung bei der Prüfung und Bewertung von Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe weiterhin als sachgerecht bestätigen. So konstatiert die Folgeuntersuchung des Deutschen Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. aus dem Jahr 2017, dass *„sich durch die vorliegenden Ergebnisse bestätigt (hat), dass für die genauere Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes der Schwellenwert der Umsatzumverteilung von 10 % durchaus geeignet ist."*[4] Dabei wird selbstverständlich auch darauf hingewiesen, dass dieser Schwellenwert jeweils im Einzelfall vor dem Hintergrund möglicher Vorschädigungen bzw. auch einer ggf. besonderen Stabilität der Geschäftslagen zu prüfen ist.

Für eine Absenkung des Anhaltswertes an sich gibt es somit aus fachlicher Sicht keine Notwendigkeit. Hier ist die bereits schon bisher praktizierte qualitative Prüfung und Bewertung auf Grundlage der spezifischen örtlichen Situation völlig hinreichend. Eine solche Prüfung und Bewertung wurde in den ecostra-Auswirkungsanalysen in sachgerechter Weise vorgenommen.

Fazit: Die im Dezember 2024 sowie die März 2026 von Seiten des BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren vorgelegten Stellungnahmen greifen beide auf scheinbare Umsatzdaten des ZFO zurück, deren Herkunft und Herleitung bestenfalls als hochspekulativ bezeichnet werden kann. So hat das Büro Dr. Lademann & Partner bislang keinen Zugang zu realen Umsatzdaten des ZFO gehabt, ebenso wie die Extrapolation von Flächenproduktivitäten eines Outlet Stores mit deutlich unterdurchschnittlicher Flächengröße auf das gesamte Center aus fachlicher Sicht nun zu einer groben Fehleinschätzung führen kann. Aber auch weitere Grundlagen für das vom BTE verwendete Berechnungsmodell sind entweder völlig unklar (z.B. räumliche Erweiterung des

[1] BTE (03 / 2026): op.cit., S. 2 (Hier in Fußnote)

[2] Vgl. PAUL-HEINZ VOGELS, STEFAN HOLL & HANS-JÖRG BIRK: Auswirkungen grossflächiger Einzelhandelsbetriebe. Basel / Boston / Berlin, 1998

[3] BTE (03 / 2026): op.cit., S. 2 (Hier in Fußnote)

[4] DEUTSCHES SEMINAR FÜR STÄDTEBAU UND WIRTSCHAFT (DSSW): Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Berlin, 2017, S. 184

Einzugsgebietes, fehlende Einwohner- und Kaufkraftermittlung), werden ohne jegliche weitere Herleitung einfach als gegeben präsentiert (z.B. räumliche Umsatzherkunftswerte des erweiterten ZFO nach Zonen) und zeigen entsprechend letztlich keine – zumindest rechnerische – Möglichkeit einer Plausibilisierung (z.B. Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den Innenstädten der zentralen Orte). Während in den allermeisten Fällen der bewährte und allgemein verwendete Anhaltswert von ca. 10 % Umsatzumverteilung mehr oder weniger deutlich verfehlt wird und auch die BTE-Werte unterhalb dieser Schwelle liegen, erscheint es dem Verband in der jüngeren Stellungnahme plötzlich notwendig zu sein, eben diese Schwelle auf ca. 5 % abzusenken. Eine ggf. vorhandene Vorschädigung der innerstädtischen Angebotsstrukturen, welche nun als Argument für eine solche Halbierung des Anhaltswertes herangezogen wird, war für die BTE in der Stellungnahme vom Dezember 2024, also ca. 1 ½ Jahre vorher, noch kein Thema bzw. offensichtlich nicht relevant. Unabhängig davon ist das gesamte von der BTE hier präsentierte Berechnungsmodell aus fachlicher Sicht in dieser Form nicht akzeptabel und damit zurückzuweisen. Für eine fundierte Einschätzung und Bewertung der möglichen Auswirkungen der geplanten ZFO-Erweiterung sind beide BTE-Stellungnahmen schlichtweg nicht verwendbar.

4. Stellungnahme der Landeshauptstadt Saarbrücken vom 24.03.2026

Die mit Datum vom 24.03.2026 vorgelegte Stellungnahme der Landeshauptstadt Saarbrücken wiederholt in wesentlichen Teilen Argumente, welche von dieser Stadt bereits in der Stellungnahme für das Raumordnungsverfahren mit integriertem Zielabweichungsverfahren 2022 vorgetragen wurden.[1] Entsprechend kann hier auf die bereits vorliegende ausführliche Beantwortung der 2022 angesprochenen Aspekte in der ecostra-Stellungnahme vom 22.03.2023 verwiesen werden.[2] Dies bezieht sich insbesondere auf Fragestellungen wie z.B.

- Einteilung und Gliederung der projektrelevanten Sortimente
- Höhe der Flächenproduktivitäten (Umsatz / m² VK) beim bestehenden und erweiterten ZFO
- räumliche Umsatzherkunft des ZFO nach Zonen des Einzugsgebietes
- Aufbereitung der Bestands- und Leistungsdaten zum Einzelhandel der untersuchten zentralen Orte

sowie letztlich die Bewertung der Auswirkungen. Leider ist festzustellen, dass die aktuelle Stellungnahme von Saarbrücken einige Brüche in der Systematik der verwendeten Quellen aufweist. So werden z.T. Daten und Angaben aus der ecostra-Auswirkungsanalyse 2019 mit Daten und Angaben der Fortschreibung dieser Auswirkungsanalyse 2025 vermischt. Saarbrücken scheint nicht registriert zu haben, dass mit der Aktualisierung der Auswirkungsanalyse 2025 auch eine Aktualisierung der Bestands- und Leistungsdaten des ZFO erfolgte. So verweist Saarbrücken erneut – wie bereits in der Stellungnahme im Jahr 2022 – darauf, dass ecostra für das bestehende ZFO *„eine Flächenleistung von ca. 6650 €/Quadratmeter Verkaufsfläche angegeben (…) (habe). Nach der Erweiterung soll die Flächenleistung auf ca. 6470 €/Quadratmeter Verkaufsfläche absinken.“*[3] Vor dem Hintergrund des zwischenzeitlich im Einzugsgebiet gestiegenen Kaufkraftvolumens sowie einer veränderten Sortimentskonzeption des ZFO war bei der Aktualisierung der ecostra-Auswirkungsanalyse aber eine Neuberechnung der Umsatzerwartung erforderlich. Die entsprechende Aktualisierung führte zum Ergebnis, dass aufgrund zwischenzeitlich gestiegener Kaufkraftvolumina im Einzugsgebiet und der nominalen Preisentwicklung nun von einer Umsatzgröße des erweiterten ZFO von ca. 197,7 Mio. € bzw. einer Flächenproduktivität von ca. 6.700,-- € / m² VK auszugehen ist. Diese veränderte Umsatzentwicklung ergibt sich ausschließlich aus dem etwas gewachsenen Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet, da die Kaufkraftabschöpfungsquoten des ZFO in

[1] Vgl. LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN: Raumordnungsverfahren (ROV) mit integriertem Zielabweichungsverfahren (ZAV) für die Erweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet“. Saarbrücken, ohne Datum, Eingang am 15.07.2022

[2] Vgl. ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 39ff

[3] LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN (03 / 2026): op.cit., S. 4

diesem Einzugsgebiet gegenüber den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse von 2019 weitestgehend unverändert geblieben sind.[1]

Anders als die Stadt Saarbrücken annimmt, führen Shops im Premium- bzw. Luxussegment nur in seltenen Ausnahmefällen zu einer Erhöhung der Flächenproduktivitäten in einem Center. Fast immer ist das Gegenteil der Fall. Ein hohes Preisniveau der angebotenen Waren führt nicht notwendigerweise auch zu einem hohen Umsatz. Solche Shops bezahlen zudem auch nicht die höchsten Mieten und sind – abgesehen von wenigen Flagship-Stores in Haupteinkaufslagen der Metropolen - auch häufig gar nicht in der Lage, diese Mieten zu erwirtschaften, sondern verlangen von den sonstigen Vermietern immer besonders günstige Konditionen sowie diverse Incentives. Das gilt für klassische Shoppingcenter genauso wie für Outlet Center. Der Umstand, dass in der Centerplanung – sofern möglich – trotz einer niedrigen Mieteinnahme immer auch versucht wird, hochpreise Marken zu integrieren, liegt allein an dem Image- und Attraktivitätszuwachs für das gesamte Center und somit an dem Beitrag zur Positionierung des Centers in einem Markt. Die Refinanzierung der günstigen Mieten und der Incentives für die Luxusmarken erfolgt durch die Möglichkeit, höhere Mieten bei anderen Mietern aufzurufen, welche für sich durch die Standortnachbarschaft einen Imagegewinn erwarten. Insofern ist hier vermieterseitig von einer Mischkalkulation auszugehen. Bereits im Widerspruchsverfahren zum Zielabweichungsbescheid 2024 wurde von Seiten von M+S bereits fälschlicherweise ein Zusammenhang zwischen Mietern aus dem Luxussegment und einer hohen Flächenproduktivität konstruiert. Hier kann ergänzend auch auf die entsprechend detaillierte und mit diversen Nachweisen versehene, damalige Beantwortung durch ecostra verwiesen werden.[2]

Auch die erneut vorgetragenen Verweise auf Flächenproduktivitäten von bestehenden und geplanten Outlet Centern, welche u.a. Pressemitteilungen entnommen sind bzw. auf Annahmen von Gutachtern im Rahmen von Genehmigungsverfahren zurückzuführen sind, wurden bereits in früheren Stellungnahmen als irreführend und nicht belastbar zurückgewiesen.[3] Dasselbe gilt nun auch für das neu vorgetragene Beispiel, wobei durch die Stadt Saarbrücken Angaben von der Website der VIA Outlets herangezogen werden. Dabei vermutet die Stadt, dass aufgrund der Tatsache, dass die VIA Outlets neben dem Standort Zweibrücken auch noch 2 Outlet Center in Portugal und 3 in Spanien betreibt, die Flächenproduktivität in Zweibrücken deutlich über dem über alle Center-Standorte der VIA Outlets errechneten Durchschnittswert von ca. 5.400,-- € / m² Mietfläche liegen müsste. Die Vermutung der Stadt Saarbrücken basiert auf der Annahme, dass Portugal im Europavergleich *„ein sehr unterdurchschnittliches und Spanien ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf(weist).“*[4] Diese Annahme greift aber deutlich zu kurz, da

---

1 Vgl. ECOSTRA (09 / 2019): op.cit., S. 161; vgl. ECOSTRA (09 / 2025): op.cit., S. 21

2 Vgl. ECOSTRA (04 / 2024): op.cit., S. 13ff

3 Vgl. ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 46ff

4 LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN (03 / 2026): op.cit., S. 5

- das Kaufkraftniveau in Spanien und Portugal zwar in der Tat niedriger als in Deutschland ist, der Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum in diesen Ländern jedoch deutlich höher ist. Während dieser Anteil im Jahr 2024 in Deutschland bei ca. 25,1 % lag, betrug der entsprechende Wert in Spanien ca. 33,9 % und in Portugal ca. 38,9 %.[1] Es werden in diesen Ländern also deutlich höhere Anteile der Kaufkraft der privaten Haushalte im Einzelhandel als Umsatz wirksam.
- Outlet Center in diesen Ländern häufig integraler Bestandteil des touristischen Leistungsangebotes und entsprechend in die touristische Vermarktung eingebunden sind. Diese Center partizipieren somit in nicht geringem Umfang an den Touristen vor Ort, welche meist eine höhere Kaufkraft als die regionale Bevölkerung haben und insbesondere im Urlaub entsprechend ausgabefreudig sind.
- Outlet Center in südeuropäischen Ländern regelmäßig zur Spitzengruppe der aus Mietersicht am Besten performenden Outlet Center in Europa zählen.[2] Dies gilt trotz des Umstandes, dass in den südeuropäischen Ländern die Outlet-Dichte und somit die Wettbewerbsintensität deutlich höher ist als in Deutschland.[3]

Insofern übersieht die Stadt Saarbrücken bei der von ihr versuchten Herleitung einer möglichen Flächenproduktivität von ca. 9.400,-- € / m² wesentliche gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Fakten sowie Unterschiede in den jeweiligen nationalen Märkten. Die Vermutung der Stadt, dass *„die von ecostra angesetzte und von Junker+Kruse bestätigte Flächenleistung von knapp 6.700 €/qm Verkaufsfläche weit unterschätzt ist"*[4], kann somit begründet zurückgewiesen werden.

Als weiteres Argument greift die Landeshauptstadt Saarbrücken erneut die Frage nach den jeweiligen Umsatzanteilen nach Zonen des ZFO-Einzugsgebietes auf und meint weiterhin, der von ecostra ermittelte Umsatzanteil der Zone I (Naheinzugsgebiet) sei zu gering. Gegenüber der von Saarbrücken am 15.07.2022 beim damaligen Raumordnungsverfahren bereits vorgelegten Stellungnahme werden hier jedoch weder neue Belege noch neue Argumente eingeführt, sondern nur die damals bereits vorgetragenen Ausführungen wiederholt. Diese wurden sämtlich bereits in der entsprechenden ecostra-Stellungnahme vom 22.03.2023 detailliert behandelt und dort als auf veralteten und nicht vergleichbaren Daten basierend und als unzutreffend und irreführend zurückgewiesen.[5] An dieser Bewertung hat sich nichts geändert.

---

[1] Vgl. GFK GEOMARKETING (HRSG.): Einzelhandel Europa 2024 und 2025. Studie zu relevanten Einzelhandelsindikatoren in Europa. Bruchsal, 07 / 2025, S. 14

[2] Vgl. ECOSTRA & MAGDUS: Outlet Centre Performance Report Europe 2025. Wiesbaden, 03 / 2026 (und zurückliegende Jahrgänge); vgl. ECOSTRA & MAGDUS: Premiere: Erstmals wird ein italienisches Center von Mietern zum profitabelsten Outlet in Europa gekürt. Pressemitteilung vom 08. April 2025, Download von https://ecostra.com/wp-content/uploads/2025/04/ecostra-Pressemitteilung-OCPRE-2025-04-08.pdf

[3] So hat Deutschland derzeit eine Outlet-Dichte von Ø ca. 3,3 m² VK / Einwohner, in Portugal beträgt dieser Wert ca. 9,1 m², in Spanien ca. 6,1 m² und in Italien ca. 9,6 m²; vgl. hierzu ECOSTRA: Outlet-Expansion verläuft weiterhin mit angezogener Handbremse. Pressemitteilung vom 26. Juni 2025, Download von https://ecostra.com/wp-content/uploads/2025/06/ecostra-Pressemitteilung-Outlet-Center-Europa-2025-06-26.pdf

[4] LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN (03 / 2026): op.cit., S. 6

[5] Vgl. ECOSTRA (03 / 2023): op.cit., S. 50ff

Anhand der von ecostra auf Grundlage der Vor-Ort-Erhebungen erstellten Bewertungsmatrix[1] des Einzelhandelsstandortes Saarbrücken zu unterschiedlichen Zeitpunkten – d.h. 2018 / 2019 bei der Erstellung der Auswirkungsanalyse sowie 2024 bei der Aktualisierung dieser Analyse - vermutet die Landeshauptstadt Saarbrücken, dass sich diverse Merkmale dieser Matrix weiter verschlechtert haben, so u.a. das Merkmal „Stabilität der zentralen Einkaufslagen" oder „Ladenleerstandssituation im ZVB Innenstadt". Tatsächlich zeigt die aktuelle Matrix mit der Bewertung der jeweiligen Entwicklung der Merkmale bis 2024, dass auch ecostra von einer gewissen Verschlechterung ausgeht. Allerdings wird bei der qualitativen Bewertung der Situation auch deutlich, dass diese Negativentwicklung bislang alles andere als problematisch ist:

> *„Die Entwicklung der Einzelhandelssituation in der Innenstadt von Saarbrücken ist – ähnlich wie in Kaiserlautern – zweigeteilt zu bewerten. Die innerstädtische Haupteinkaufslage Bahnhofstraße wie auch die Nebenlagen in der Altstadt haben sich insgesamt stabil entwickelt. Größere Ladenleerstände oder Zonen mit erkennbarer Negativentwicklung sind – abgesehen von der leerstehenden Kaufhof-Immobilie – nicht zu erkennen. Die erfolgten Veränderungen und Bestandswechsel haben insgesamt zu keinem nennenswerten Funktionsverlust dieser Lagen geführt, zumal die wesentlichen Magnet- und Leitbetriebe fast durchweg noch in Betrieb sind. Demgegenüber befindet sich die Europa-Galerie in einer krisenhaften Situation, wobei abzuwarten ist, ob die aktuell laufende Neupositionierung im Young-Fashion-Segment die Trendwende herbeiführen wird.*
>
> *Weiterhin ist zu beachten, 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 umfangreiches 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."*[2]

Auch der BTE kommt in seiner Stellungnahme zum Ergebnis, dass durch die geplante ZFO-Erweiterung *„nachhaltige negative städtebauliche Auswirkungen (…) aufgrund der (derzeit noch vorhandenen) Leistungsfähigkeit des innerstädtischen Einzelhandels in Saarbrücken nur bedingt zu erwarten"*[3] sind. Dies zeigen auch die von ecostra neu berechneten Umsatzumverteilungsquoten, welche in der aktualisierten Auswirkungsanalyse etwas angestiegen sind und bei (Sport-) Bekleidung mit ca. 2,1 % unproblematisch sind, bei (Sport-) Schuhen & Lederwaren mit ca. 7,6 % allerdings bereits deutlich spürbar sein werden, aber städtebaulich relevante Auswirkungen jedenfalls ausgeschlossen werden können.[4] Überraschenderweise zeigen die diesbezüglichen Ausführungen der

---

1 Diese Bewertungsmatrix 2018 / 2019 umfasste die Merkmale „Umsatz / Zentralität Einzelhandelsstandort insgesamt", „Stabilität der zentralen Einkaufslagen", „Breite und Tiefe des Markenangebots", „Magnetbetriebe", „Passantenfrequenz im ZVB Innenstadt" und „Ladenleerstandsituation im ZVB Innenstadt". Das Bewertungsspektrum reichte von „sehr gut" bzw. „völlig unproblematisch" bis „mangelhaft" bzw. „sehr problematisch"; vgl. ECOSTRA (03 / 2025): op.cit., S. 123

2 ECOSTRA (03 / 2025): op.cit., S. 131

3 BTE (03 / 2026): op.cit., S. 4

4 Vgl. ECOSTRA (09 / 2025): op.cit., S. 31f

Stadt Saarbrücken, dass offensichtlich zwar die von ecostra vorgenommene Aktualisierung der Grundlagendaten vom 14.03.2025 zur Kenntnis genommen, die Aktualisierung der Kaufkraftstromanalyse vom 26.09.2025 aber übersehen wurde. So konstatiert die Stadt Saarbrücken: *„Für 2024 / 2025 werden keine quantitativen Umverteilungen angegeben, sondern nur qualitativ umschrieben."*[1] Das ist unzutreffend, in der aktualisierten Kaufkraftstromanalyse vom September 2025 wurde eine Neuberechnung mit detaillierter quantitativer und qualitativer Analyse vorgenommen.

Ebenso unzutreffend ist, wenn die Stadt Saarbrücken meint den Eindruck haben zu müssen, *„das ZFO hole einen Teil der nach Saarbrücken abgeflossenen Kaufkraft lediglich nach Zweibrücken zurück."*[2] Dies wurde von ecostra nie weder behauptet oder auch nur angedeutet, sondern ist eine Eigeninterpretation der Stadt vor dem Hintergrund, dass das aktuelle kommunale Einzelhandelskonzept von Saarbrücken festhält, dass Zweibrücken zum Einzugsgebiet der Stadt zählt und somit Kaufkraftzuflüsse durch die Wohnbevölkerung von Zweibrücken in den Einzelhandel von Saarbrücken gegeben sind. Ob es sich bei diesen Einkäufen der Zweibrücker Wohnbevölkerung um quantitativ für den Standort relevante Größenordnungen handelt, ist aus fachlicher Sicht nachrangig. Entscheidend ist für eine Zuordnung zu einem Einzugsgebiet ist, dass *„eine erkennbare und nachhaltige Einkaufsorientierung der dortigen Wohnbevölkerung auf den Einzelhandel"*[3] der jeweiligen Stadt gegeben ist; dies scheint für den Gutachter des kommunalen Einzelhandelskonzepts von Saarbrücken der Fall gewesen zu sein. Ob dann die geplante ZFO-Erweiterung in der Lage wäre, diese aus Zweibrücken abfließende Kaufkraft zurückzuholen, wurde von ecostra nie thematisiert.

Die von der Stadt Saarbrücken ebenfalls angesprochene Differenzierung zwischen Bekleidung und Sportbekleidung sowie zwischen Schuhen und Sportschuhen basiert auf einer Maßgabe des raumordnerischen Entscheides der SGD-Süd. Hierzu wurde eine spezifische Definition entwickelt, welche geeignet ist, die tatsächlich dem Sport zuzurechnenden Produkte eindeutig zu identifizieren. Dass diese Sportprodukte innerhalb des gesamten Warenangebotes des ZFO nur ein Nischenangebot darstellen, illustriert bereits die Begrenzung dieser Waren anhand von B-Plan-Festsetzungen auf jeweils maximal 500 m² VK. Damit liegen solche Sportprodukte für sich genommen nicht nur unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit, sondern Sportbekleidung hat bezogen auf das Bekleidungsangebot im ZFO einen Flächenanteil von ca. 2,3 % und auf das Gesamtangebot einen Flächenanteil von ca. 1,7 %. Bei Sportschuhen beträgt der Anteil bezogen auf Schuhe & Lederwaren ca. 11,9 % und bezogen auf das Gesamtangebot ebenfalls ca. 1,7 %. In Anbetracht des weiträumigen Einzugsgebietes und einer entsprechend breiten Streuwirkung sind aus fachlicher Sicht hier keine spürbaren Wirkungen bei betroffenen Einzelhandelsstandorten zu erwarten. Das somit eine weitere gesonderte Betrachtung nicht mehr erforderlich ist, drängt sich geradezu auf.

---

1 LANDESHAUPTSTADT SAARBRÜCKEN (03 / 2026): op.cit., S. 11

2 Op.cit.

3 GIF GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (07 / 2020): op.cit., S. 58

Fazit: Die aktuelle Stellungnahme der Landeshauptstadt Saarbrücken wiederholt in wesentlichen Abschnitten die Argumente, welche bereits in ihrer Stellungnahme für das Raumordnungsverfahren mit integriertem Zielabweichungsverfahren 2022 vorgetragen wurden. Entsprechend kann bei vielen – nun erneut vorgetragenen Aspekten – auf die sehr detaillierte Behandlung in der ecostra-Stellungnahme vom 22.03.2023 verwiesen werden. Häufig werden dabei von der Stadt Saarbrücken völlig veraltete Quellen herangezogen, Vergleichswerte von Outlet Centern genannt, welche mit der gegenständlichen Planung aus vielen Gründen gar nicht vergleichbar sind oder Daten aus Genehmigungsverfahren verwendet, welche auf Annahmen der dort befassten Gutachten basierten, wobei die jeweils konkreten Standort- und Marktbedingungen relevant waren. Neue, relevante Benchmarks zur Bewertung von Outlet-Center-Standorten wurden von Seiten Saarbrückens jedenfalls nicht in die Diskussion eingeführt. Identisch wie bereits M+S unterliegt auch Saarbrücken dem Irrtum, dass die Integration von Stores im Luxus- bzw. Premium-Segment zu höheren Flächenproduktivitäten des gesamten Centers führt; hier zeigen die Praxiserfahrungen der Immobilienwirtschaft ein gegenteiliges Bild. Auch die Annahme, dass Outlet Center in den südeuropäischen Ländern aufgrund einer geringeren Kaufkraft der dortigen Bevölkerung nur unterdurchschnittliche Flächenproduktivitäten erwirtschaften, kann aus fachlicher Sicht nur mit einer fehlenden Marktkenntnis erklärt werden. Erstaunlich ist jedoch, dass die Stadt Saarbrücken die Ergebnisse der von ecostra im September 2025 vorgelegten aktualisierten Kaufkraftstromanalyse offensichtlich nicht zur Kenntnis genommen hat und nur Daten aus älteren Untersuchungen zitiert. Ansonsten hätte die Stadt Saarbrücken voraussichtlich zur Kenntnis genommen, dass ecostra sehr wohl auch hier eine aktuelle Betrachtung vorgenommen hat und – zumindest in der qualitativen Bewertung der möglichen Auswirkungen – auch der BTE zu einem Ergebnis kommt, das zu jenem von ecostra fast identisch ist. Somit ist festzuhalten, dass von Seiten der Stadt Saarbrücken v.a. alte, bereits widerlegte Argumente vorgetragen wurden und neu in das Verfahren eingebrachte Aspekte entweder auf Missverständissen oder fehlenden Marktkenntnissen beruhten und somit zurückgewiesen werden müssen.

ecostra GmbH

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstraße 42
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0

www.ecostra.com
info@ecostra.com