STADT+HANDEL

Standort- und Potenzialanalyse City Outlet Emmerich am Rhein

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhrer
M.A. Ulf Braun
M. Sc. Mathias Tetzlaff

Dortmund, 10. November 2017

STADT+HANDEL

Im Auftrag:

Stadt Emmerich am Rhein

Auftragnehmer

STADT+HANDEL

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon: +49 231 8626890
Fax: +49 231 8626891

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon: +49 40 53309646
Fax: +49 40 53309647

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon: +49 721 14512262
Fax: +49 721 14512263

Markt 9
04109 Leipzig
Fon: +49 341 92723942
Fax: +49 341 92723943

Stadt + Handel
Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 2

Abkürzungsverzeichnis ii

1 Ausgangssituation und Zielsetzung 1

2 Grundlagen/allgemeine Trends zur Vertriebsform Outlet-Center 3

2.1 Definition Factory Outlet Center (FOC) 3
2.2 Warenangebot, Sortiment und Marken 3
2.3 Standortanforderung und Einzugsgebiete 4
2.4 Bauliche Ausprägung klassischer FOC 7
2.5 City Outlet Center 7
2.6 Entwicklung des Betriebstypus in Europa und Deutschland 9

3 Standortbewertung 10

3.1 Regionale Einbettung 10
3.2 Innenstadt Emmerich am Rhein 15
3.3 Rahmenbedingungen für ein mögliches City Outlet Emmerich 24
3.4 Standortbewertung 26

4 Wettbewerbsanalyse 27

4.1 Wettbewerb durch Outlet Center und Outletstandorte 29
4.1.1 Wettbewerb durch Outlet Center 29
4.1.2 Fazit zum Wettbewerb durch FOC und Outletagglomerationen 33
4.2 Wettbewerb durch innerstädtische Haupteinkaufslagen 35

5 Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale 38

5.1 Einzugsgebiet 38
5.2 Einwohnerpotenziale 42
5.3 Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet 44

6 Berechnung des Umsatzpotenzials 46

6.1 Umsatzpotenzial im Einzugsgebiet 46
6.2 Touristische Nachfragepotenziale 49
6.3 Umsatzprognose 52

7 Zusammenfassung 54

Anhang I

Abbildungsverzeichnis I

Tabellenverzeichnis I

Literatur und sonstige Quellen III

STADT+HANDEL

Abkürzungsverzeichnis

Abs. .....Absatz
A .....Autobahn
B .....Bundesstraße
BauGB .....Baugesetzbuch
BauNVO .....Baunutzungsverordnung
BGF .....Bruttogeschossfläche
Bzgl. .....bezüglich
bzw. .....beziehungsweise
d. h. .....das heißt
EW .....Einwohner
f. .....folgende
ggf. .....gegebenenfalls
Hrsg. .....Herausgeber
i. H. v. .....in Höhe von
inkl. .....inklusive
i. S. v. .....im Sinne von
L .....Landesstraße
m .....Meter
m² .....Quadratmeter
mind. .....mindestens
max. .....maximal
Mio. .....Millionen
MIV .....Motorisierter Individualverkehr
ÖPNV .....öffentlicher Personennahverkehr
OVG .....Oberverwaltungsgericht
rd. .....rund
S. .....Seite
s. .....siehe
u. a. .....unter anderem
v. a. .....vor allem
VG .....Verwaltungsgericht
VGH .....Verwaltungsgerichtshof
vgl. .....vergleiche
VKF .....Verkaufsfläche
ZVB .....zentraler Versorgungsbereich
z. B. .....zum Beispiel
z. T. . .....zum Teil

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In Emmerich am Rhein bestehen Überlegungen zur Etablierung eines City Outlets. Die kritische Masse zur erfolgreichen Etablierung eines City Outlets wird dabei unter Berücksichtigung der Erfahrungen in anderen Projektzusammenhängen mit mind. 7.000 - 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche (GVKF) eingeschätzt. Der Angebotsschwerpunkt von City Outlets liegt üblicherweise im Bereich Fashion (s. Kapitel 3.3). Förderliche Rahmenbedingungen für die Realisierung eins City Outlets in Emmerich am Rhein sind u. a.:

- eine attraktive und mit einer homogenen Außenwirkung versehene innerstädtische Struktur, bspw. ein ansprechendes Stadtbild bzw. die Nutzung des Potenzials durch die Rheinpromenade;
- die potenzielle Wahrnehmung als Tagesausflugsziel für die Umgebung und die nächsten Ballungszentren oder auch für niederländische Kunden;
- das Lagekriterium „abseits aber erreichbar", insbesondere im Zusammenhang mit den größeren Ballungsräumen, was eine wesentliche Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit eines City Outlets ist.

Es ist zu berücksichtigen, dass in räumlicher Nähe zu Emmerich am Rhein ein Fashion Outlet diskutiert wird (Zevenaar). Nach aktuellem Sachstand ist von einer zeitnahen Realisierung des FOC Zevenaar auszugehen. Zusätzlich ist im weiter nordöstlich entfernten Ochtrup die Erweiterung des DOC Ochtrup angedacht. Weitere Planungen für ein Outlet Center bestehen in Remscheid und Wuppertal. Diese vier Planungen sind von besonderer Relevanz, da sich die Planung FOC Zevenaar in unmittelbarer Nähe zu Emmerich am Rhein befindet und insbesondere die beiden letztgenannten Planungen u.a. auf Kunden aus dem Ruhrgebiet abzielen.

Als Grundlage für den weiteren Projektprozess hat die Stadt Emmerich am Rhein Stadt + Handel angefragt, eine Standort- und Potenzialanalyse für ein mögliches City Outlet zu erarbeiten. Aus Sicht von Stadt + Handel sind im Hinblick auf den weiteren Fortgang des Projektes insbesondere die folgenden Aspekte und Themenbereiche von erhöhter Relevanz und werden demnach in der vorliegenden Analyse tiefergehend beleuchtet:

Vorstellung der Grundlagen und allgemeiner Trends

- Definitionen, Sortimentierung, Standortanforderungen und bauliche Ausprägung von City Outlets.

Prüfung Immobilien- und Flächensituation vor Ort

- Analyse Potenzialflächen (inkl. Leerstände und mindergenutzte Flächen).

Prüfung Standortbezogene Rahmenbedingungen

- Standortrahmenbedingungen wie z. Bsp. Verkehr, sozioökonomische Rahmenbedingungen, Tourismus.

Wettbewerbsanalyse

- Wettbewerb durch vergleichbare Angebotsstrukturen (insb. FOC);
- Wettbewerb durch innerstädtische Haupteinkaufslagen.

Prüfung Umsatzpotenzial

- Ermittlung des perspektivischen zonalen Einzugsgebietes (unter Berücksichtigung einer perspektivischen Entwicklung in Zevenaar);
- Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im zonalen Einzugsgebiet sowie Tourismuspotenzial;
- Marktanteilsberechnung.

Unter Berücksichtigung der gewonnenen Erkenntnisse und Analyseergebnisse erfolgt eine Zusammenfassung und abschließende Bewertung der gewonnenen Erkenntnisse der Standort- und Potenzialanalyse.

Die gutachterlichen Aussagen und Einschätzungen beruhen u.a. auf:

- Eigener Vor-Ort-Begehung und Verkaufsflächenerhebung 07-08/2016;
- Aussagen und Analysen im Zusammenhang mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Emmerich am Rhein;
- sekundärstatistischen Daten und Fachliteratur.

2 Grundlagen/allgemeine Trends zur Vertriebsform Outlet-Center

2.1 Definition Factory Outlet Center (FOC)

Factory Outlet Center (FOC) sind eine besondere Form des Shopping-Centers. Sie werden auch Hersteller-Direktverkaufszentrum oder Outlet Center genannt. Designer Outlet Center (DOC) sind ebenfalls FOC, nehmen jedoch für sich in Anspruch, einen hohen Anteil an hochpreisigen Premiummarken zu bieten. Die Bezeichnung kann jedoch auch nur aus Marketinggründen verwendet werden.

Factory Outlet Center sind eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängender Anlage, in der insbesondere von Herstellern, aber auch vertikal integrierten Einzelhändlern unter Umgehung des institutionellen Einzelhandels Waren an Endverbraucher abgesetzt werden. Alle Waren werden mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % verkauft, wobei v. a. direkt an der Ware eine doppelte Preisauszeichnung erfolgt. Die doppelte Preisauszeichnung (High Street Price/Outlet Price) ist mietvertraglich vorgeschrieben. Die Koordination, Organisation und das Marketing erfolgen durch ein Centermanagement. [1]

Factory Outlet Center unterscheiden sich von Fabrikverkäufen durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. Eine Ansammlung von Fabrikverkaufsstellen unterschiedlicher Hersteller stellt kein FOC dar, wenn die Outlet Stores keinem gemeinsamen Management unterliegen (z.B. adidas Outlet und weitere Outletansiedlungen in Herzogenaurach).

Je nach Institut werden unterschiedliche Werte zur Flächenabgrenzung eines FOC verwendet. Das Institut für Gewerbezentren erfasst in Marktübersichten FOC ab einer Verkaufsfläche von 4.000 m², Ecostra verwendet einen Flächenwert von 5.000 m² Verkaufsfläche.[2]

Die aktuelle Praxis zeigt jedoch, dass i. d. R. deutlich größere Verkaufsflächendimensionierungen realisiert bzw. aktuell betrieben werden (vgl. Ecostra 2016c und s. nachfolgende Kapitel).

2.2 Warenangebot, Sortiment und Marken

In einem FOC mieten Markenartikelhersteller separate Ladeneinheiten an, um eigene Produkte direkt an Konsumenten zu veräußern. Hierbei erfolgen in der Regel in einem Outlet Store die Präsentation und der Verkauf der Waren von nur einer Marke bzw. eines Herstellers. Alternativ können auch Waren unterschiedlicher Marken oder Hersteller in einem Ladengeschäft verkauft werden.

---

[1] Vgl. Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (gif) (2014): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse, S. 99 und Ecostra (2015): Outlet Centres in Europe, Vorwort S. 1.

[2] Vgl. gif (2014), S. 99.

Die angebotenen Waren in einem FOC sind meist B-Ware (2.-Wahl-Produkte mit kleinen Fehlern), Produkte der Vorsaison, Restposten und Auslaufmodelle, Retouren, Produktionsüberhänge und Produktmuster zu Markttestzwecken.[3] In den Outlet Stores ist die Sortimentszusammensetzung meist weder besonders breit noch tief, d. h. das Angebot unterliegt z. B. hinsichtlich der verfügbaren Größen und Farben einem bestimmten Maß an Zufälligkeit. Diese Markenartikel werden mit z. T. hohen Preisabschlägen gegenüber dem Ladenpreis angeboten und ausgezeichnet, damit dem Kunden der Preisabstand transparent wird.

Sortimentsstruktur und Preisgestaltung sind einer der wesentlichen Unterscheidungsmerkmale von FOC zu anderen Vertriebsformen des Einzelhandels. Die Preisreduktionen der Markenartikel bilden den Kern des Marketingkonzepts eines FOC, weshalb es problematisch für ein FOC ist, wenn bei einzelnen Outlet Stores kein realer Preisvorteil gegenüber anderen Anbietern im traditionellen Einzelhandel gegeben ist. So sind beispielsweise größere Einzelhandelsfilialisten durchaus auch in der Lage, durch ein entsprechendes Einkaufsvolumen günstigere Einkaufskonditionen zu erzielen und diese an den Kunden weiterzugeben.

In FOC liegt der Sortimentsschwerpunkt im Bereich Bekleidung, weitere häufig vertretene Warengruppen sind Sportartikel, Lederwaren/Schuhe und Haushaltswaren. FOC bieten meist Waren von Herstellern im gehobenen Preissegment an. Je höher die Zahl der in einem FOC vertretenen Premiummarken (z.B. Hugo Boss, Versace, Gucci) ist, desto höher sind die räumliche Ausstrahlung und damit der ökonomische Erfolg eines FOC.[4] Um Premiummarken anzuziehen, muss ein FOC eine gewisse regionale Attraktivität und touristische Ausstrahlungskraft generieren können. Dies gelingt erfahrungsgemäß ab einer Verkaufsflächengröße von mindestens 10.000 bis 15.000 m².[5]

Im Unterschied zu Shopping Centern fehlen in FOC oft großflächige Betriebseinheiten, die in Shopping Centern als Magnetbetrieb eine wichtige Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des gesamten Centers aufweisen. Das FOC schöpft seine Attraktivität aus der Bündelung von vielen Ladeneinheiten innerhalb der Anlage, wobei die Auswahl der Marken (insbesondere Premiummarken) einen hohen Stellenwert für die Attraktivität besitzt.

2.3 Standortanforderung und Einzugsgebiete

FOC sind auf ein großes Einzugsgebiet angewiesen und sprechen Einkaufstouristen an, weshalb sie bevorzugt an Hauptverkehrsachsen angesiedelt sind. Die Einzugsgebiete können Räume mit bis zu 90 Minuten PKW-Fahrzeit umfassen, in Einzelfällen kann das Einzugsgebiet auch größer ausfallen.[6] Aufgrund des sehr hohen Anteils an PKW-Kunden sind großzügige,

---

3 Vgl. gif (2014), S. 99 und Institut für Gewerbezentren, Glossar Homepage www.shoppingcenters.de.

4 Vogels, P. & Will, J. (1999): Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen von Factory-Outlet-Center. Grundlagenuntersuchung im Rahmen des Forschungsfeldes „Zentren" des experimentellen Wohnungs- und Städtebau. Basel, Boston, Berlin, S. 56f.

5 GMA (2014): InfoDienst, Ausgabe Juli 2014, S. 8.

6 Vgl. gif (2014), S. 100.

ebenerdige Parkierungsanlagen notwendig. Die Standorte von FOC benötigen aufgrund der Orientierung auf PKW-Kunden eine leistungsfähige (Verkehrs-)Infrastruktur, weshalb sie oft in Gewerbegebieten angesiedelt sind. (Teil-)integrierte Standortlagen werden auch realisiert, sofern die Ansprüche des FOC hinsichtlich Verkehr und Flächenverfügbarkeit befriedigt werden können.

FOC meiden i. d. R. die Nähe zu größeren Städten und den dort verorteten Einzelhandelsschwerpunkten. Da die Outlet Stores im FOC direkt von den Herstellern betrieben werden, würde ein innerstädtisches oder innenstadtnahes FOC direkt in Konkurrenz mit den Einzelhändlern stehen, die vom selben Hersteller beliefert werden. Als Standort kommen i. d. R. kleinere und mittlere Städte im weiteren Umfeld von bzw. zumeist zwischen zwei oder mehreren Ballungsräumen für FOC in Betracht, um in erreichbarer Entfernung ein möglichstes großes Bevölkerungspotenzial erschließen zu können. Zudem suchen FOC oft die Nähe zu Gegenden mit touristischem Potenzial, um zusätzlich zum Bevölkerungspotenzial des Einzugsgebiets auch vom Tourismuspotenzial profitieren zu können. Eine gute Verkehrsanbindung (i. d. R. ein Autobahnanschluss) ist zentral für den Erfolg eines FOC, um das Bevölkerungspotenzial und touristische Potenzial voll ausschöpfen zu können. Ein beachtlicher Anteil der Kunden besuchen FOC als Tourist oder Geschäftsreisender auf der Durchreise.[7] FOC müssen bzw. können daher auch als Freizeiteinrichtung für Shoppingtouristen verstanden werden. Sie können vorhandene oder geplante touristische Ansätze einer Region fördern. Im Regelfall wird die wirtschaftliche Grundlage von FOC durch die Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet gesichert, während zusätzliche Einnahmen von Touristen oder Einwohnern außerhalb des Einzugsgebiets lediglich ertragssteigernd wirken. Die Ausrichtung eines FOC kann jedoch variieren. Eine starke Ausrichtung auf den Tourismus besteht bspw. beim Outlet Center Brenner in Südtirol, welches direkt an der Brenner-Autobahn an der Grenze zwischen Österreich und Italien gelegen ist. Das Center profitiert neben dem Transitverkehr der Brennerroute auch vom Sommer- und Wintertourismus der Region Nord- und Südtirol bzw. von Italienreisenden bzw. auch in entgegengesetzter Richtung von Österreich- oder Deutschlandreisenden.

Die große räumliche Ausstrahlung von FOC wirkt sich gleichzeitig begrenzend auf die Zahl der möglichen FOC aus – mit der zunehmenden Dichte von Outlet Centern verringert sich die Tragfähigkeit eines FOC durch die Begrenzung des Einzugsgebiets durch den FOC-Wettbewerb. Das Potenzial für FOC in Deutschland ist somit begrenzt – einerseits aufgrund der restriktiven Genehmigungspraxis, andererseits durch die erforderlichen großen Einzugsgebiete. FOC werden daher in der Fachdiskussion als Nischenprodukt mit nur begrenztem Potenzial angesehen.

---

[7] GMA (2014): InfoDienst, S. 8.

Tabelle 1: FOC-Merkmale

Merkmale eines klassischen FOC
▪ Direktvertrieb von Markenartikeln an Endkunden unter Umgehung des Einzelhandels ▪ Verkauf von Waren mit deutlichem Preisabschlag (i. d. R. mind. 25 %) ▪ Doppelte Preisauszeichnung (High Street Preis/Outlet Preis) ▪ Angebotene Waren sind meist B-Ware, Vorsaisonprodukte, Auslaufmodelle, Retouren, Produktionsüberhänge und Produktmuster ▪ Keine breite oder tiefe Sortimentszusammensetzung ▪ Sortimentsschwerpunkt bei Bekleidung ▪ Einheitlich geplanter Gebäudekomplex bzw. Anlage mit einer einheitlichen architektonischen Gestaltung ▪ Attraktivität durch große Anzahl an Ladeneinheiten, selten großflächige Betriebseinheiten ▪ Einheitliches Marketing und Management durch einen Betreiber
Standortanforderungen eines FOC
▪ Sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem PKW ▪ Autobahnanschluss bevorzugt ▪ Großzügiges Parkplatzangebot ▪ Flächenverfügbarkeit (z.B. in Gewerbegebieten) ▪ Großes Einzugsgebiet (bis zu 90 PKW-Minuten Fahrzeit, z. T. darüber) ▪ Ausreichendes Bevölkerungspotenzial in zumutbarer Entfernung ▪ Standorte in Klein- und Mittelstädten im Umfeld von Ballungsräumen ▪ Vermeidung von Konkurrenz zu innerstädtischem Einzelhandel großer Städte ▪ Nähe zu Hauptverkehrsachsen für Transit- und Urlaubsverkehr bevorzugt ▪ Nähe zu touristischen Attraktionen/touristisch geprägten Räumen ▪ Distanz zu etablierten FOC-Standorten

Quelle: Eigene Darstellung.

2.4 Bauliche Ausprägung klassischer FOC

Anhand der baulichen Struktur können in Europa drei Typen von FOC unterschieden werden:

- „*Village-Center*": Orientiert sich am Stil einer gewachsenen Einkaufsstraße, wobei die Outlet Stores ausschließlich ebenerdig und beidseitig entlang einer offenen Fußgängerzone untergebracht sind und meist regionaltypische (z.T. auch historisierende oder „disneyfizierende") Architekturelemente aufgenommen werden. Parkierungsangebote finden sich unmittelbar außerhalb des Village-Center.
  Beispiel: Wertheim Village, Ingolstadt Village, Roppenheim The Style Outlets (F)
- „*Strip-Center*": Besteht aus Outlet Stores, welche ausschließlich ebenerdig um einen in der Mitte gelegenen Parkplatz angeordnet sind. Dieser bauliche Typ ist in den USA sehr verbreitet.
  Beispiel: Troyes Designer Outlet (F)
- „*Mall-Center*": In der baulichen Struktur mit einem geschlossenen Einkaufszentrum vergleichbar, wobei hier auch eine mehrgeschossige Anordnung der Verkaufsebenen erfolgen kann.[8]
  Beispiel: Outlet Center Brenner (I)

City Outlets stellen hierbei eine Sonderform eines FOC dar, da sie sich in gewachsene innerstädtische Geschäftslagen einfügen (s. u.). Diese Sonderform wird im nachfolgenden Kapitel beschreiben.

2.5 City Outlet Center

Mit dem City Outlet Bad Münstereifel wurde im Jahr 2014 in Deutschland eine neue Form eines Outlet Centers eröffnet, welches im Gegensatz zur Ausprägung der klassischen Factory Outlet Center (s. Kapitel 2.4) mit bestehenden Ladengeschäften in einer historischen Innenstadt realisiert wurde. Diese FOC-Hybridform mit besonderen Merkmalen erfordert definitorisch eine Abgrenzung zu klassischen FOC-Formen. Ecostra ordnet City Outlet Center daher den sogenannten Organisierten Outlet Agglomerationen (OOA) zu.

Folgende spezifische Merkmale zeichnen ein City Outlet Center aus:

- Standort in städtebaulich integrierter Lage, z.B. Geschäftslage einer historischen Innenstadt mit z. T. hoher Leerstandsproblematik;
- Nutzung bestehender Ladengeschäfte (z.B. Leerstände), ggf. ergänzt um Neubauten, daher uneinheitliche Architektursprache der Gebäude und kein zusammenhängender Gebäudekomplex;

[8] gif (2014), S. 99.

- Gemischte Eigentumsverhältnisse der Immobilien, in denen sich die Geschäftsflächen des City Outlets befinden, mit dem Großteil der Objekte im Eigentum des Investors;
- Professionelles Centermanagement, das Marketing und Management übernimmt;
- Vermietung erfolgt nicht zwingend zentral über eine Betreibergesellschaft;
- Durchsetzung mit „outlet-fremden" Nutzungen in räumlichen Teilabschnitten (z.B. Gastronomie, Dienstleistungen, Full-Price-Einzelhandel, Wohnungen);
- Öffentliche Straßen, Plätze und Wege durchziehen das Outlet, für dessen Gestaltung und Pflege in erster Linie die Kommune zuständig ist.[9]

Herkömmliche FOC-Standorte stellen, oftmals losgelöst von bestehenden Siedlungsstrukturen, auf teils sehr großen Flächen ein in sich geschlossenes Konzept dar. Im Gegensatz dazu fügt sich ein City Outlet durch die Nutzung von Betriebsgebäuden in bestehende innerstädtische Strukturen ein bzw. greift diese Bestandsstrukturen auf. Durch die Eingliederung in die bestehende Bebauung fehlt das einheitliche architektonische Erscheinungsbild, das sonst für Shopping Center und FOC typisch ist.

Ein weiteres Merkmal eines City Outlets ist die aufgelockerte, nicht durchgängige Anordnung von Outlet-Betrieben. Hierdurch besteht die Gefahr, dass das Outlet Center durch den Kunden nicht als ein ganzheitliches, „in sich stimmiges" Konzept wahrgenommen wird, dass Kopplungseffekte geringer ausfallen und die Attraktivität eines Besuchs schwindet, wenn die Distanzen zwischen den Betrieben des City Outlets zu groß sind. Die hohe Dichte und Anzahl an verfügbaren bzw. nutzbaren Ladeneinheiten sind wesentliche Attraktivitätsfaktoren eines herkömmlichen FOC. Für innerstädtische City Outlet Center besteht daher das Risiko, dass durch eine zu geringe Anbieterzahl, eine zu disperse Verteilung im Raum bzw. falsche Verortung von Magnetbetrieben (Outlet-Stores ‚starker' Marken) oder zu geringe Verkaufsflächen die Attraktivität bzw. Strahlkraft nicht ausreichend ist, um die für einen langfristig wirtschaftlichen Betrieb des Outlet Centers notwendige Nachfrage – insbesondere aus einem großräumigen Einzugsgebiet – generieren zu können.

Das Fehlen eines einheitlichen Erscheinungsbildes kann aber auch den Charme einer Einkaufsinnenstadt ausmachen. Ein City Outlet in einer gewachsenen, historischen Altstadt stellt eine Abwechslung zur sonst üblichen ‚künstlichen' Einkaufswelt eines FOC dar. Die Durchmischung z. B. mit Cafés, Dienstleistungsbetrieben, klassischen Einzelhandelsbetrieben und insbesondere echten historischen Gebäuden kann wesentlich zur Atmosphäre beitragen und lädt zum „Entdecken" der Innenstadt ein, insbesondere durch die outletfremden und touristischen Einrichtungen.

Grundsätzlich ist ein City Outlet eine relative junge bzw. neue Sonderform des Betriebstyps FOC, die auf dem deutschen Markt zum ersten Mal im City Outlet Bad Münstereifel – bisher

---

[9] Ecostra (2016a): Outlet Centres in Europe, Vorwort S. 2.

erfolgreich – umgesetzt wurde. Das City Outlet Bad Münstereifel gilt deutschlandweit in vielen Kommunen als gelungener Ansatz, die eigene historische Innenstadt durch die Betriebsform City Outlet positiv und zukunftsfähig im interkommunalen Wettbewerbsgefüge der Einzelhandelsstandorte aufzustellen.

2.6 Entwicklung des Betriebstypus in Europa und Deutschland

In Deutschland vollzieht sich die FOC-Entwicklung im Allgemeinen langsamer, als in anderen europäischen Ländern. Insgesamt sind in Europa 166 Factory Outlet Center in Betrieb. Spitzenreiter ist Großbritannien mit 36 FOC, während Deutschland europaweit mit derzeit 13 FOC-Standorten den 5. Platz belegt.[10] Zudem gibt es in ganz Deutschland Planvorhaben im FOC-Bereich (Neuansiedlungen, Erweiterungen, City Outlet Center).

In Frankreich und Großbritannien wurden die ersten FOC in Europa in den 1980er Jahren entwickelt. In Deutschland begann die FOC-Entwicklung erst ab der Jahrtausendwende, bis dahin bestanden nur einzelne Fabrikverkaufsstellen. Die Outlet City Metzingen, ein seit den 1970er Jahren gewachsener Fabrikverkauf mit Hugo Boss als Keimzelle, ist kein FOC im klassischen Sinne laut oben genannter Definition[11], dennoch als einer der FOC-Standorte in Deutschland mit überregionaler bzw. auch starker shoppingtouristischer Ausstrahlung (weltweit, insbesondere asiatischer Raum) zu benennen. Aktuell ist eine Erweiterung des Standorts geplant.

Als wesentliche Ursachen für die verzögerte FOC-Entwicklung in Deutschland sind die restriktive Genehmigungspraxis in den Planungsbehörden der Bundesländer aufgrund der entsprechenden Landesplanungsgesetzgebungen sowie großer Widerstand von Kommunen und Einzelhändlern zu nennen. Streitpunkte in der Diskussion um die Ansiedlung von FOC sind im Wesentlichen die Verlagerung zentrenrelevanter Sortimente an dezentrale Standorte, die Angst um Arbeitsplätze im klassischen Einzelhandel und die Auswirkungen auf den klassischen Einzelhandel in den Innenstädten. Andererseits erhoffen sich die Standortkommunen und z. T. auch die Regionen von der Ansiedlung eines FOC einen Anschub für den lokalen und regionalen Tourismus mit positiven Effekten auf die daraus resultierenden Wertschöpfungsketten.

Während herkömmliche FOC aufgrund ihrer Lage und Ausprägung oft vielfältigen Problemen bei der Genehmigungspraxis gegenüber stehen, stellt sich dies für City Outlets aufgrund ihrer integrierten, innerstädtischen Lage oft eher unproblematisch dar.

---

[10] Nach FOC/OOA-Definition von Ecostra: Ecostra (2016a): Outlet Centres in Europe. Wiesbaden; GMA zählt zwei weitere Standorte als FOC (Fashion In Outlet Center Selb und myland outlet Wadgassen): GMA (2015): Factory Outlet Center in Deutschland und Österreich. Ludwigsburg.

[11] Neben den rd. 60 Outlet Stores der Outlet City Metzingen haben sich weitere Fabrikverkäufe anderer Eigentümer angesiedelt, die nicht am Marketingkonzept teilnehmen.

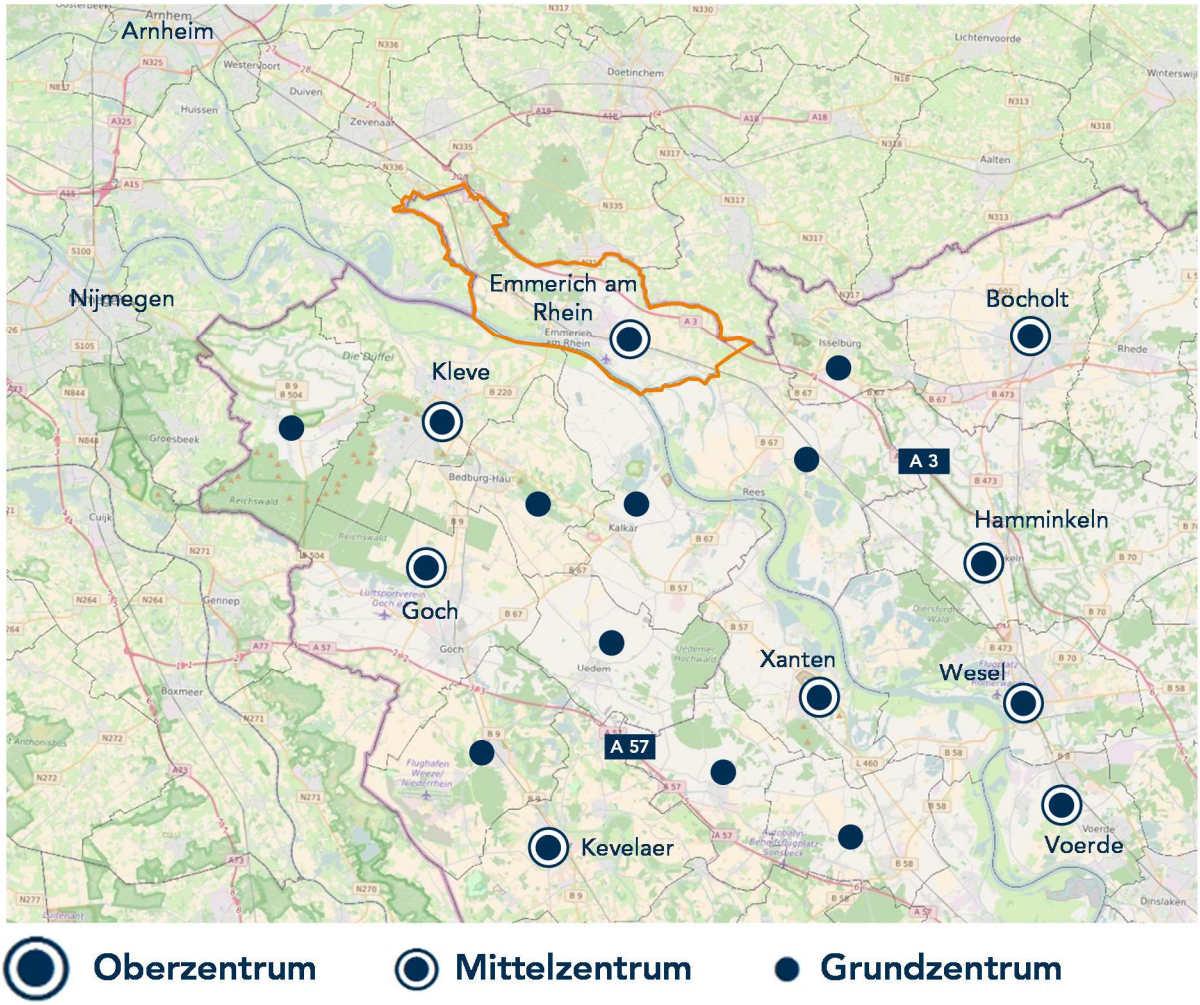
3 Standortbewertung

3.1 Regionale Einbettung

Lage und Siedlungsstruktur

Das zum Kreis Kleve zugehörige Mittelzentrum Emmerich am Rhein (31.995 Einwohner) liegt im Nordwesten des Landes Nordrhein-Westfalen direkt an der Landesgrenze zu den Niederlanden.

Abbildung 1: Lage Emmerich am Rhein in der Region



Quelle: © GeoBasis-DE/BKG 2015 (Daten verändert); Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die nächstgelegenen weiteren Mittelzentren im Umland sind Bocholt (71.443 Einwohner), Goch (33.889 Einwohner), Kleve (49.729 Einwohner) und Wesel (60.595 Einwohner). Die Stadt Duisburg (491.231 Einwohner) in rd. 81 km und die Stadt Essen (582.624 Einwohner) in rd. 85 km südöstlicher Entfernung stellen die nächstgelegenen Oberzentren auf deutscher

Seite dar. Auf niederländischer Seite sind die größeren Städte Nijmegen (172.064 Einwohner) und Arnhem (153.818 Einwohner) zu nennen[12]. Insgesamt betrachtet, befindet sich die Stadt Emmerich am Rhein in einem ländlich geprägten Raum.

Die Stadt Emmerich am Rhein setzt sich aus insgesamt acht statistischen Bezirken zusammen, in denen insgesamt 31.995 Einwohner leben. Der Kernort Emmerich stellt mit 19.201 Einwohnern bzw. rd. 60 % eindeutig den Siedlungsschwerpunkt der Stadt Emmerich am Rhein dar. Die nächstgrößten statistischen Bezirke sind Elten (4.680 Einwohner) und Hüthum (3.144 Einwohner).

Tabelle 2: Bevölkerungsverteilung in der Stadt Emmerich am Rhein

Name statistischer Bezirk	Einwohner	Bevölkerungsanteil in %*
Emmerich	19.274	60
Elten	4.698	15
Hüthum	3.156	10
Vrasselt	1.551	5
Praest	1.641	5
Klein-Netterden	825	3
Dornick	476	1
Borghees	374	1
Gesamt	**31.995**	**100**

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der Hauptwohnsitze KRZN (Stand: 30.11.2015) – dabei wurden die Einwohner, welche keinem stat. Bezirk zuzuordnen sind anteilig auf die stat. Bezirke aufgeteilt;
* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Verkehr

Trotz seiner siedlungsräumlichen Lage in einem überwiegend ländlich geprägten Raum verfügt Emmerich am Rhein über einen leistungsfähigen Anschluss an das überregionale Fernverkehrsnetz. Insbesondere durch den direkten Anschluss an die Bundesautobahn A 3 (Anschlussstelle Emmerich und Elten) wird die überörtliche Anbindung für den motorisierten Individualverkehr (MIV) geschaffen. Über die Bundesstraßen B 8 und B 220 besteht darüber hinaus eine gute interkommunale Verbindung zu den umliegenden Kommunen gleichzeitig wird durch die genannten Bundesstraßen das Stadtgebiet von Emmerich am Rhein erschlossen.

[12] Einwohnerzahlen: Emmerich: KRZN (Stand 30.11.2015); IT.NRW 2017 (Stand: 31.12.2015); Statistics Netherlands: Nijmegen (Stand: 31.12.2015); Arnhem (Stand: 31.12.2015).

Emmerich am Rhein ist zudem über den östlich des Hauptzentrums gelegenen Bahnhof sowie den Haltepunkt im Ortsteil Praest an das Streckennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Es besteht eine leistungsfähige Verbindung insbesondere in Richtung Wesel (Fahrtzeit rd. 30 Minuten) und Duisburg (Fahrtzeit rd. 60 Minuten) mit Haltepunkten in den umliegenden Kommunen. Eine zusätzliche Angebotsform des öffentlichen Personennahverkehrs stellt das Busliniennetz des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr (VRR) dar, welches neben örtlichen Buslinien auch Verbindungen in die umliegenden Kommunen anbietet.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Insgesamt ist die Bevölkerungszahl im Vergleich zum Jahr 2010 um rd. 2,5 % gestiegen (vgl. Junker & Kruse 2011). Die Stadt Emmerich am Rhein hat die prognostizierte Einwohnerzahl für 2017 bereits aktuell überschritten[13]. Für die nächsten Jahre wird eine leichte positive Entwicklung für Emmerich am Rhein prognostiziert. Diese Prognose ist unter Berücksichtigung der aktuellen bereits oberhalb der Prognosewerte liegenden Bevölkerungsentwicklung als konservative Variante aufzufassen.

Die Bevölkerungsentwicklung in Emmerich am Rhein und in dem umliegenden Landkreis Kleve weist eine leicht positive Tendenz auf. Zwischen 2011 und 2015 stieg die Einwohnerzahl von Emmerich am Rhein um 3,4 %. Die Bevölkerungsvorausberechnung für Emmerich am Rhein ist ebenfalls positiv. Für den Zeitraum von 2014 bis 2025 wird eine Bevölkerungszunahme um 6,7 % prognostiziert.[14] Für den Kreis Kleve wird bis 2025 ein leichter Bevölkerungszuwachs um 3,5 % prognostiziert, der benachbarte Kreis Wesel weist wiederum eine leicht negative Bevölkerungsprognosen auf (- 2,2 %).[15] Die auf niederländischer Seite größtenteils an die Stadt Emmerich am Rhein angrenzende Provinz Gelderland weist eine leicht positive Bevölkerungsprognose von rd. 1,5 % auf (Zeitraum 2015 - 2025).[16]

Die Arbeitslosenquote im Kreis Kleve liegt mit 6,2 % leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt (5,8 %). Der Wert für den Kreis Kleve liegt unter der Arbeitslosenquote des benachbarten Kreis Wesel (6,8 %) und der Provinz Gelderland (6,6 %).[17]

---

13 Prognose IT.NRW auf Basis der Daten vom 0.1.01.2014.

14 Prognose basierend auf IT.NRW 2017.

15 Prognose basierend auf IT.NRW 2017.

16 Swing 2016 - Statistisch Zakboek Gelderland 2016

17 Bundesagentur für Arbeit, Stand: Oktober 2016, Swing 2016 - Statistisch Zakboek Gelderland 2016.

Tabelle 3: Ausgewählte sozioökonomische Rahmendaten Emmerich am Rhein und umliegende Keise bzw. Provinzen im Vergleich

Parameter	Emmerich am Rhein		Kreis Kleve		Kreis Wesel		Deutschland	Provinz Gelderland	
	Daten	Vergleich zum Bundesdurchschnitt*	Daten	Vergleich zum Bundesdurchschnitt*	Daten	Vergleich zum Bundesdurchschnitt*		Daten	Vergleich zum Bundesdurchschnitt*
Bevölkerung (Stand 31.12.2015)	30.968	-	310.337	-	462.664	-	82.175.700	2.035.351	-
Bevölkerung weiblich in % (Stand 31.12.2015)	49,3	→	50,1	→	51,1	→	51,3	50,53	↘
Ausländeranteil in % (Stand 31.12.2015)	24,9	↑	13,3	↗	8,6	↘	9,3	2,8	↘
Bevölkerungsdichte (Stand 31.12.2015 (D: 2014), Einwohner/km²)	385,2	↑	251,7	↗	443,7	↑	227	410	↘
Bevölkerungsentwicklung seit 2011 in %	+ 3,4	↗	+ 3,0	↗	+ 0,64	↓	+ 2,3	+ 1,2	↘
Bevölkerungsentwicklung 2014 bis 2025 in % (NL: 2015 - 2025)	+ 6,7	↑	+ 3,5	↗	- 2,2	↓	+ 1,1**	+ 1,5	↘
Arbeitslosenquote in % der abhängigen zivilen Erwerbspersonen (Oktober 2016)	k. A.	-	6,2	↗	6,8	↗	5,8	6,6	↗

STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 3

Bevölkerungsstruktur nach Alter in % (Stand 31.12.2015)									
unter 25	25,7	↗	25,4	↗	23,2	↘	23,9	31,5	↑
25 - 45	23,5	↘	23,3	↘	22,0	↘	24,9	23,1	↘
45 - 65	29,9	↘	31,6	↗	32,6	↗	30,1	28,9	↘
65 und älter	20,9	↘	19,7	↘	22,2	↗	21,1	18,8	↘

Quelle: Eigene Darstellung nach IfH Köln 2015; Bevölkerungsvorausberechnungen ab 01.01.2014: IT.NRW 2017; Swing 2016 - Statistisch Zakboek Gelderland 2016, Statistics Netherlands (CBS) 2016 – StatLine, Statistisches Bundesamt 2016. Bundesagentur für Arbeit 2016 – Statistik.
* Abweichung vom nationalen Durchschnitt: (↑ =positive Abweichung); (↓ =negative Abweichung)
** verschiedene Varianten der Entwicklung möglich (Statistisches Bundesamt 2016).

Tourismus

Die Stadt Emmerich am Rhein befindet sich an der wichtigen überregionalen Bundesautobahn 3 angrenzend an das niederländische Staatsgebiet. Aktuell weisen die Rheinpromenade (gastronomisches Angebot) und der nordwestlich anschließende Geistmarkt die höchste Tourismusaffinität in Emmerich am Rhein auf. Die genannten Bereiche werden i. S. d. Entwurf des EHK Emmerich 2017 als Schwerpunkträume (Gastronomie = Rheinpromenade; Tourismus/Dienstleistung = Geistmarkt) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Emmerich am Rhein ausgewiesen.

Tabelle 4: Tourismuskennzahlen für Emmerich am Rhein

Beherbergungsbetriebe*	Schlafgelegenheiten**	Gästeankünfte*		Gästeübernachtungen insgesamt*		Ø Aufenthaltsdauer (Tage)
		Gesamt	Ausland	Gesamt	Ausland	
15	302	17.387	24,1 %	30.748	24,5 %	1,8

Quelle: IT.NRW 2017; Daten für das Jahr 2015.
* Betriebe mit 10 oder mehr Gästebetten (inkl. Campingplätze); jeweils geöffnet im Juli 2015.
** 1 Gästebett = 1 Schlafgelegenheit; Camping: 1 Stellplatz wird in 4 Schlafgelegenheiten umgerechnet.

Rund 30.748 Gäste übernachteten 2015 in Emmerich am Rhein, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug rd. 1,8 Tage. Damit ist die Aufenthaltsdauert niedriger als die durchschnittliche Aufenthaltsdauert von 2,1 Tagen in der Tourismusregion Niederrhein. Die Tourismusregion Niederrhein zählte 2015 rd. 2,0 Mio. Gästeankünfte und rd. 4,2 Mio. Übernachtungen. Der Anteil der Übernachtungen von Ausländern an allen Übernachtungen in der Tourismusregion beträgt rd. 19,3 %. Dieser Wert ist deutlich geringer als der prozentuale Anteil in Emmerich am Rhein. Dies begründet sich insbesondere auch aufgrund der Grenznähe Emmerichs.

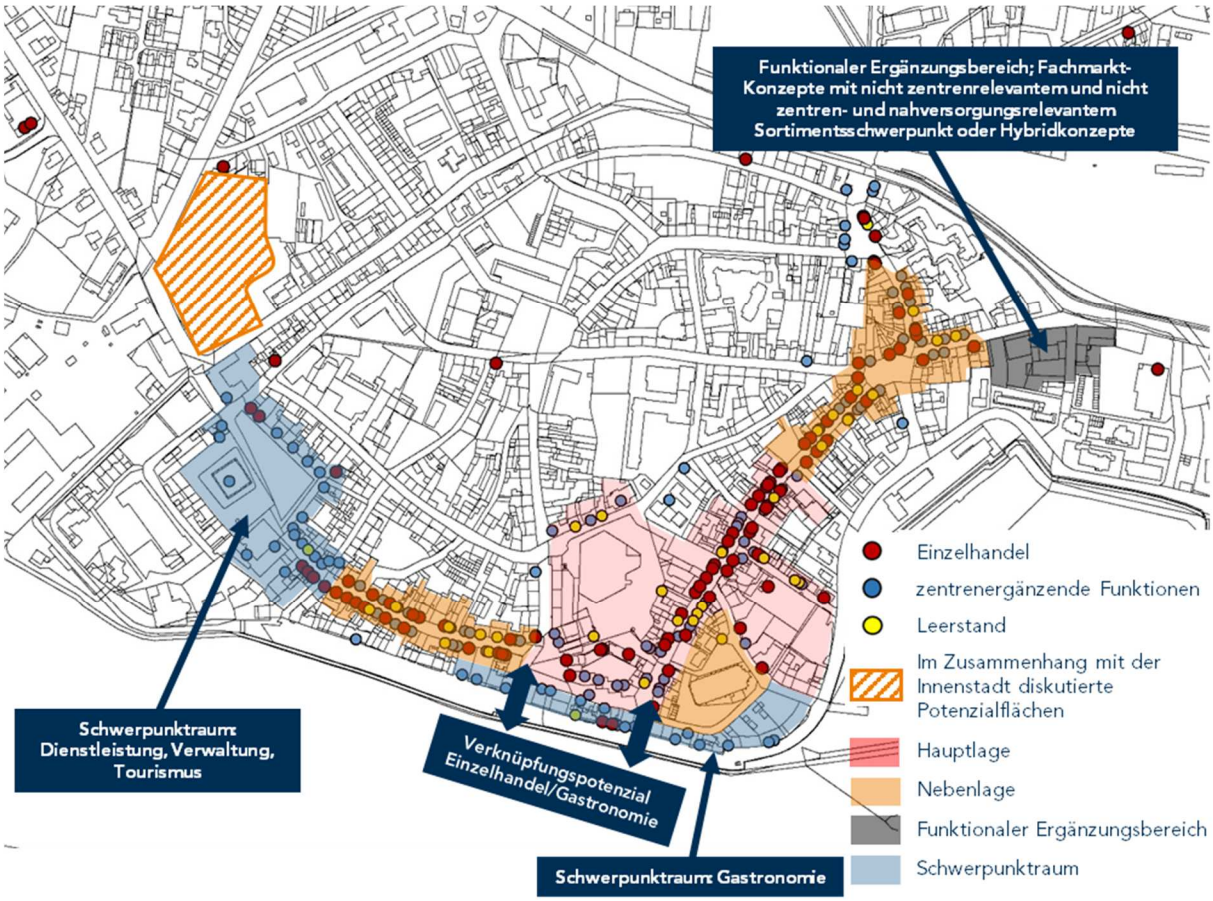
3.2 Innenstadt Emmerich am Rhein

Die Innenstadt befindet sich im Süden des Siedlungsschwerpunktes der Stadt Emmerich am Rhein. Im Süden bildet der Rhein eine natürliche Barriere. Im Westen stellen der Straßenzug Großer Wall sowie die industriell-gewerblich genutzte Fläche eine Begrenzung dar. Der nördliche Bereich der Innenstadt ist überwiegend durch Wohnnutzung sowie öffentliche Einrichtungen geprägt. In östlicher Richtung stellt die Freifläche an der Mennonitenstraße bzw. am Straßenzug Ostwall die Begrenzung der wesentlichen Einkaufslage der Innenstadt dar. Dieser Bereich (Wemmer&Janssen) wird absehbar als funktionaler Ergänzungsbereich für Fachmarktkonzepte mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt oder Hybridkonzepte (bspw. Dänisches Bettenlager) genutzt werden.

Die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt Emmerichs für den motorisierten Individualverkehr ist als ausbaufähig zu bewerten. Dies gilt insbesondere hinsichtlich der Parkplatzsituation. Einerseits ist das Innenstadtzentrum großräumig über die Bundesautobahn A3 sowie die Bundesstraßen B8 und B220 erreichbar. Andererseits ist der Hauptgeschäftsbereich über die zentralen Hauptverkehrsstraßen (u.a. Reeser Straße, Netterdensche Straße, Speelberger Straße, ‚s-Heerenberger Straße) sowie aufgrund der zentralen Lage im Hauptsiedlungsbereich aus dem gesamten Stadtgebiet gut zu erreichen. Innerhalb des Zentrums sind die Voraussetzungen für eine fußläufige Erschließung durch Straßen und Wege sowie die Gestaltung eines Teilbereichs der Innenstadt als Fußgängerzone (Kaßstraße) als gut zu bewerten.

An den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist die Innenstadt durch den rd. 500 Meter östlich gelegenen Bahnhof Emmerich angeschlossen, welcher eine Anbindung an das Streckennetz der Deutschen Bahn gewährleistet. Die an den zentralen Versorgungsbereich angegliederten Omnibushaltestellen (u.a. Geistmarkt, Neuer Steinweg, Kleiner Löwe, Derksen) sowie der an den Bahnhof angegliederte Busbahnhof verbinden die wesentlichen Einkaufslagen der Innenstadt mit den weiteren Siedlungsbereichen und den umliegenden Kommunen.

Abbildung 2: Innenstadt nach Lagen (gemäß Entwurfstand EHK November, 2017)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07-08/2016; Kartengrundlage: Stadt Emmerich am Rhein.

Ausgehend von der Hühnerstraße im Nordosten der Innenstadt erstreckt sich die räumliche Ausdehnung der wesentlichen Einkaufslagen der Innenstadt zunächst bandartig entlang der Kaßstraße. Im südlichen Bereich umfasst die Einkaufslage der Innenstadt neben der Nutzungen entlang der Kaßstraße sowie der Christoffelstraße darüber hinaus im Wesentlichen die Bereiche Neumarkt und Alter Markt, die Grundstückfläche der Rheincenter-Passage sowie den östlichen Teil der Rheinpromenade.

Vom Alten Markt aus verläuft die Einkaufslage der Innenstadt weiter in Ost-West-Richtung entlang der Steinstraße und endet im Bereich des Geistmarktes. Dieser Bereich der Innenstadt bietet neben vereinzelten kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen einen hohen Anteil an ergänzenden Funktionen, welche vor allem den Branchen Dienstleistungen, Gastronomie, Tourismus und Verwaltung zuzuordnen sind.

Innere Organisation der Innenstadt

Die Innenstadt von Emmerich am Rhein weist eine heterogene Struktur auf und kann in verschiedene Lagen differenziert werden. Zur Differenzierung der Innenstadt Emmerichs werden die Haupt- und Nebenlagen und die Schwerpunkträume Gastronomie sowie Dienstleistung,

Verwaltung und Tourismus definiert (s. Abbildung 2). Die Einordnung erfolgt anhand der städtebaulichen und der handelsprägenden Struktur.

Hauptlage

Als Hauptlage kann die „beste Adresse" eines Geschäftsbereiches bezeichnet werden. Eine erhöhte Handelsdichte, ein hoher Filialisierungsgrad sowie erhöhte Passantenfrequenzen sind charakteristisch. Innerhalb der Innenstadt bilden die Einzelhandelsbetriebe und die ergänzenden Zentrenfunktionen (u. a. Dienstleistung, Gastronomie) eine Hauptlage entlang der Kaßstraße (zwischen der Einmündung Gaemsgasse und Kirchstraße). In diesem als Fußgängerzone ausgebauten Bereich, der durch einen Angebotsmix aus filialisierten und inhabergeführten Einzelhandel charakterisiert ist, sind neben der Rheincenter-Passage mit dem dort angesiedelten Lebensmittelvollsortimenter Rewe, dem Bekleidungsfachmarkt C&A und dem Textildiscounter Kik zusätzlich der Drogeriefachmarkt dm und der Sportartikelanbieter Sport Tenhagen als die wesentlichen Frequenzbringer verortet.

Neben der Kaßstraße wird zudem die sich südlich anschließende Christoffelstraße der Hauptlage der Innenstadt zugeordnet. Aktuell zeichnet sich der Besatz entlang der Christoffelstraße durch ein Mix aus kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben und Gastronomiebetrieben aus und entspricht unter Berücksichtigung des Bestandes gegenwärtig nicht den aufgezeigten Kriterien einer Hauptlage als die „beste Adresse" eines Geschäftsbereiches. Aufgrund der räumlichen Nähe und der direkten Anbindung zur Rheinpromenade kommt der Christoffelstraße zusammen mit dem südlichen Bereich der Kaßstraße innerhalb der Innenstadt jedoch eine wichtige Verbindungsfunktion zwischen Einzelhandel und dem Schwerpunktraum Gastronomie zu (s. Abbildung 2).

Aufgrund bevorstehender Einzelhandelsentwicklungen (Fachmärkte) wird zudem der Bereich des Neumarktes als perspektivische Hauptlage definiert.

Nebenlagen

Nebenlagen sind gekennzeichnet durch eine deutlich geringere Einzelhandelsdichte und Passantenfrequenz sowie einen abnehmenden Filialisierungsgrad. Betriebe, die eine Frequenzbringerfunktion wahrnehmen, fehlen weitgehend. Vielmehr sind kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe bzw. spezialisierte Anbieter, die ein bestimmtes Zielpublikum ansprechen, charakteristisch. Darüber hinaus ist ein höherer Nutzungsanteil von ergänzenden Funktionen (u. a. Dienstleistung, Gastronomie) in Erdgeschosslage für diesen Lagebereich prägend. Auch nimmt der Anteil von Leerständen zu. Das Angebot dieser Lagen ergänzt funktional das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot der Hauptlage. Als Nebenlagen sind die Steinstraße, die Straße Hinter der alten Kirche, der Hottomannsdeich, der nördliche Bereich der Kaßstraße zwischen Gaemsgasse und Kleiner Löwe, der Bereich Kleiner Löwe, die Hühnerstraße sowie die Mennonitenstraße einzustufen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass im östlichen Randbereich der Mennoitenstraße (Wemmer&Janssen) ein

Ergänzungsbereich mit Fachmarktkonzepten angedacht ist (nicht zentrenrelevanter Sortimentsschwerpunkt). In diesem Zusammenhang würde hinsichtlich der Frequenz eine Aufwertung der Lage erreicht werden können.

Ergänzende Funktionen (u. a. Dienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung, Tourismus)

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Nutzungen mit ergänzender Funktion, wie beispielsweise Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe, die Attraktivität einer Innenstadt.

In Emmerich am Rhein wird das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt durch insgesamt 109 Nutzungen mit ergänzender Funktion allein in Erdgeschosslage ergänzt, welche die Gesamtfunktionalität des deutlich fördern. Besondere Bedeutung kommt dabei den Gastronomiebetrieben sowie den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen etc. zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigung eines Einkaufs und dem Aufsuchen eines Dienstleistungs- oder Gastronomieangebots, so dass diese Einrichtungen zur Attraktivierung und Belebung der Innenstadt beitragen. Die ergänzenden Funktionen sind räumlich ausgewogen in der Innenstadt verteilt. Dennoch lassen sich in der Innenstadt zwei besondere Schwerpunkträume im Bereich der ergänzenden Funktionen ausmachen. Dies ist zum einen der Schwerpunktraum Gastronomie, der sich neben seinem breiten Angebot an gastronomischen Betrieben durch seine Lage direkt am Ufer des Rheins auszeichnet. Zum anderen lässt sich im Bereich des Geistmarktes ein Schwerpunktraum für Dienstleistung, Verwaltung und Tourismus identifizieren.

Schwerpunktraum Gastronomie

Im Süden der Innenstadt erstreckt sich entlang der Rheinpromenade bis zur Touristeninformation (Haus Nr. 27) der sogenannte Schwerpunktraum Gastronomie. In diesem Bereich nimmt der Einzelhandel gegenwärtig eine deutlich untergeordnete Rolle ein. Prägend für diesen Bereich ist vielmehr die Vielzahl an gastronomischen Betrieben. Im Hinblick auf die Gesamtfunktionalität der Innenstadt ist dieser Bereich zu berücksichtigen und in die räumlichen Abgrenzungen einzubeziehen. Er leistet einen bedeutsamen Beitrag zur Gesamtfunktionalität der Innenstadt und gewährleistet eine zusätzliche Nutzungsmischung.

Schwerpunktraum Dienstleistung, Verwaltung, Tourismus

Der Schwerpunktraum Dienstleistung, Verwaltung, Tourismus im Bereich des Geistmarktes schließt direkt westlich der Nebenlage Steinstraße an. Wie auch im Schwerpunktraum Gastronomie sind Einzelhandelsnutzungen in diesem Bereich nur untergeordnet vertreten. Die bestehende Geschäftsstruktur wird dabei überwiegend geprägt durch kleinteiligen, spezialisierten Einzelhandel mit Fachgeschäftscharakter. Der Besatz ist weniger dicht als in der Haupt- und Nebenlage. Charakteristisch für diesen Bereich ist die hohe Dichte an ergänzenden Funktionen (u. a. Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung). Besonders hervorzuheben sind hierbei das Rathaus, die Stadtbücherei, die Post, das Rheinmuseum Emmerich sowie die

Christuskirche. Ergänzt werden diese Einrichtungen durch zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen.

Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

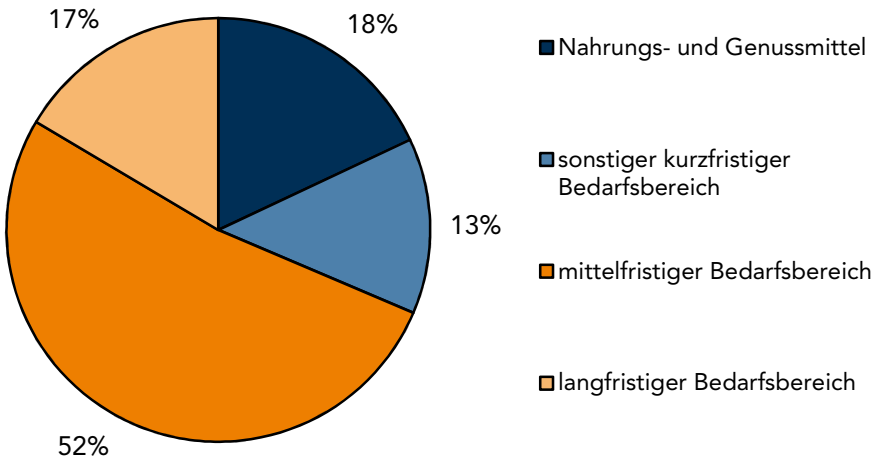
Insgesamt sind in der oben dargestellten Innenstadt (s. Abbildung 2) 85 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 14.160 m² verortet. Gemessen an der Verkaufsfläche liegt der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt mit rd. 4.200 m² im Sortiment Bekleidung. Nachfolgend verzeichnen die Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 2.580 m², GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör mit rd. 1.760 m² sowie Schuhe/Lederwaren mit rd. 1.400 m² die nächst größeren Verkaufsflächenanteile in der Innenstadt.

Der größte Betrieb in der Innenstadt ist der Lebensmittelvollsortimenter Rewe, es folgen der Bekleidungsanbieter C&A, der Drogeriefachmarkt dm, der Textildiscounter Kik sowie der Sportartikelanbieter Sport Tenhagen. Die genannten Betriebe prägen die Struktur der Innenstadt und sind wesentliche Frequenzbringer für diese. Ihnen kommt sowohl im Einzelnen als auch im Verbund eine besonders hohe städtebaulich-funktionale Bedeutung zu. Für die Innenstadt ist allerdings auch der kleinteilige, z. T. sehr dicht und kompakt wirkende Einzelhandel als wesentliches Qualitätsmerkmal herauszustellen.

Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (rd. 52 %), wobei insbesondere den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren eine hohe Bedeutung zukommt. Auf Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs entfallen rd. 31 % der innerstädtischen Verkaufsfläche, schwerpunktmäßig auf den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel.

Güter des langfristigen Bedarfsbereichs nehmen rd. 17 % an der Gesamtverkaufsfläche in der Innenstadt ein, wobei die Verkaufsflächenanteile zum größten Teil durch die Sortimente Möbel, Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie medizinische und orthopädische Artikel/Optik gebildet werden.

Abbildung 3: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche in der Innenstadt Emmerich am Rhein

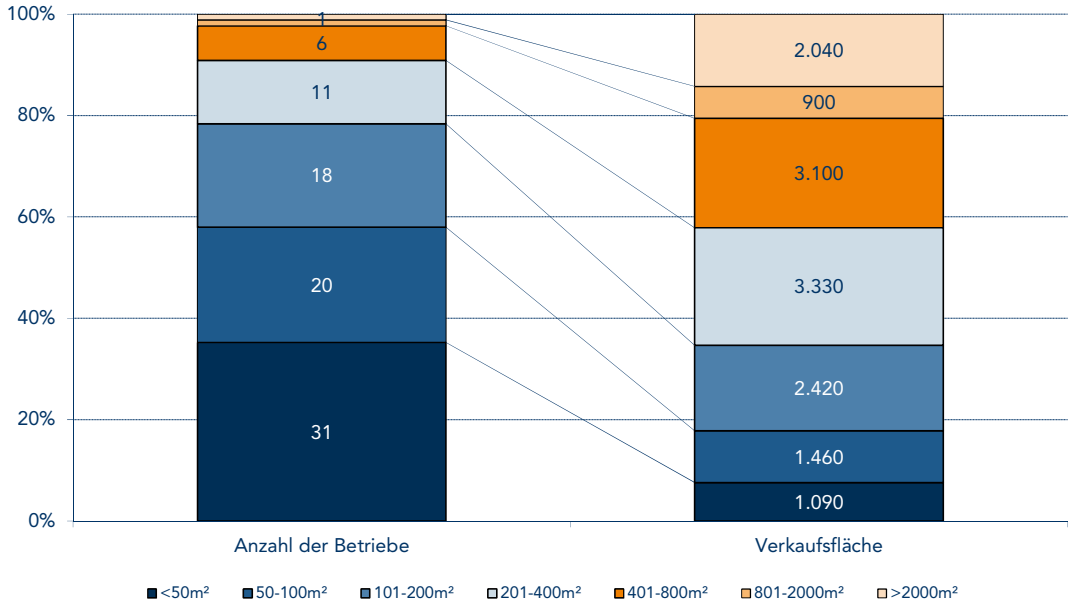


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07-08/2016.

Betriebsgrößenstruktur

Mit rd. 78 % verfügt die Mehrheit der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt über Ladengrößen von bis zu 200 m² Verkaufsfläche. Mittlere (201 m² bis 400 m²) und große Betriebe (401 m² bis 800 m²) sind in der Innenstadt mit insgesamt rd. 19 % vertreten. Großflächige Betriebe (> 800 m²) bestehen in der Innenstadt Emmerich am Rhein lediglich in Form des Lebensmittelvollsortimenters Rewe und des Bekleidungsanbieters C&A. Die durchschnittliche Ladengröße in der Innenstadt beträgt rd. 143 m² und kann demnach insgesamt als kleinteilig bewertet werden.

Abbildung 4: Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen in der Innenstadt Emmerich am Rhein



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07-08/2016; VKF-Angaben auf 10 m² gerundet.

Ladenleerstand

Leerstände spielen als Indikator für die Attraktivität und Vitalität einer Innenstadt eine entscheidende Rolle. In der Innenstadt Emmerich am Rhein wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme (07-08/2016) insgesamt 34 leerstehende Nutzungseinheiten registriert. Bezogen auf die Innenstadt ergibt sich hier eine Leerstandsquote von rd. 29 % an allen verfügbaren Ladenlokalen. Bei den Leerständen handelte es sich überwiegend um kleinflächige Ladenlokale, die den Flächenansprüchen aktueller Betreiber nur noch bedingt entsprechen. Eine räumliche Konzentration der Leerstände lässt sich insbesondere in der Steinstraße feststellen. In diesem Bereich der Innenstadt sind signifikante qualitative Entwicklungsspielräume festzustellen.

Abbildung 5: Lagen in Emmerich am Rhein

Hauptlage (hier: Kaßstraße)

Schwerpunkt Gastronomie (Rheinpromenade)

Nebenlage (links: Steinstraße; rechts: kleiner Löwe)

Ergänzungsbereich Fachmarktkonzepte (links: Mennoitenstraße) und Potenzialfläche (rechts: Steintor)

Leerstand (links: Alter Markt; rechts: Gaemsgasse)

Quelle: Fotos Stadt + Handel 07/2016.

3.3 Rahmenbedingungen für ein mögliches City Outlet Emmerich

Verkaufsflächen für das das mögliche City Outlet Emmerich wären im Bereich der Innenstadt und hier im Bereich Kaßstraße, Steinstraße sowie mit einer gewissen räumlichen Distanz ergänzend im Bereich der Potenzialfläche (Steintor, s. Abbildung 2) zu realisieren. Gegebenenfalls würden sich für aktuell getrennte jedoch benachbart liegende Ladenlokale die Möglichkeiten von Zusammenlegungen ergeben um größere Ladenflächen zu schaffen.

Die kritische Masse zur erfolgreichen Etablierung eines City Outlets wird erfahrungsgemäß mit 7.000 - 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche (GVKF) eingeschätzt. Die sortimentsspezifische Zusammensetzung der Verkaufsfläche stellt sich auf Basis von Erfahrungswerten aus anderen Projektzusammenhängen für die obere Variante der Dimensionierung wie folgt dar:

Tabelle 5: Sortimente und Verkaufsflächen eines möglichen City Outlets

Sortimentsbereich	VKF-Anteil (in %)	VKF (in m²)
Bekleidung	**70**	**5.600**
Sportartikel	**10**	**800**
Schuhe/Lederwaren	**8**	**640**
Sonstige Sortimente, *davon:*	**12**	**960**
Home (GPK)	*5*	*400*
Food	*3*	*240*
Cosmetics	*2*	*160*
Schmuck	*1,5*	*120*
Spielwaren	*0,5*	*40*
Gesamt	**100**	**8.000**

Quelle: Verkaufsfläche/Verkaufsflächenaufteilung: vergleichbare Vorhaben nach Erhebungen und anderen Projektzusammenhängen von Stadt + Handel 2008 - 2017.

Die Ansiedlung der dem möglichen City Outlet Emmerich zugehörigen Betriebe könnte einerseits durch die Nutzung von aktuellen Leerstände erfolgen, wodurch die Leerstandsquote deutlich gesenkt werden könnte und zum anderen durch die Nutzung der bereits angesprochenen Potenzialfläche[18]. Die entsprechenden in Frage kommenden Leerstände bzw. Immobilien können entweder gemietet, gepachtet oder durch den Betreiber bzw. die Investoren gekauft werden. Durch die notwendigen Investitionen in die aktuell leer stehenden Ladenlokale und Immobilien sowie die Wiederbelebung der Leerstände können folglich städtebauliche Missstände beseitigt und insgesamt die Aufenthalts- und Erlebnisqualität sowie Attraktivität der Innenstadt Emmerichs erhöht und räumlich ausgeweitet werden. Hiervon dürften insbesondere die aktuell von der Leerstandsproblematik betroffenen Lagen Steinstraße, Alter Markt und nördliche Kaßstraße profitieren. Die aktuell in der Innenstadt befindlichen 34 Leerstände weisen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.000 m² auf.[19] Dementsprechend könnten bis zu rd. 38 % der benötigen Verkaufsfläche für das City Outlet in

[18] Hier sei auf die kritische Einordnung im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes hingewiesen, die sich insbesondere auf nahversorgungsrelevanten Einzelhandel bezieht. Im Falle einer City Outlet-Entwicklung könnten die Flächen durchaus einen zielführenden Beitrag liefern, um die notwendige Masse an VKF für ein City Outlet zu generieren.

[19] Dabei ist darauf hinzuweisen, dass dieser Wert aufgrund der nicht zugänglichen Flächen der leerstehenden Ladenlokale lediglich einen groben Schätzwert darstellt.

der Innenstadt akquiriert werden. Die weiteren Flächen könnten durch die im Zusammenhang mit der Innenstadt diskutierte Potenzialfläche sowie ggfs. durch teilweise Umwidmung bestehender Einzelhandelsbetriebe bereitgestellt werden.

Grundsätzlich wären somit ausreichend Flächenpotenziale (Potenzialfläche und Innenstadt) für die Ansiedlung eines City Outlets in Emmerich gegeben.

3.4 Standortbewertung

Folgende Übersicht stellt die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein überblicksartig dar.

Tabelle 6: SWOT-Analyse der Standorteigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten

Stärken („Strengths“)	Schwächen („Weaknesses“)
▪ Flächenverfügbarkeit für mögliches City Outlet in der Innenstadt durch bestehende Ladeneinheiten und Leerstände sowie Potenzialfläche (Steintor) rechnerisch gegeben ▪ Direkter Autobahnanschluss über die BAB 3 und dadurch ein hohes Reisefrequenzpotenzial ▪ Bahnanbindung und räumliche Nähe des Bahnhofes Emmerich zur Innenstadt ▪ Geringer Markenbesatz in der Innenstadt, für potenzielle FOC-Marken interessant ▪ Unter Berücksichtigung der Entwicklung Neumarkt: attraktivere Hauptlage der Innenstadt mit Magnetbetrieben	▪ Zum Teil veraltete Bausubstanz, insbesondere auch sanierungsbedürftige Häuser in Nebenlagen und somit hoher Sanierungsstau ▪ Intensive Beschilderung und Bewerbung notwendig, da Einsehbarkeit von Autobahn nicht gegeben ▪ Stark begrenztes Potenzial durch Einwohner im definierten Einzugsgebiet bzw. insbesondere durch die Planungen des Fashion Outlets in Zevenaar ▪ kleinflächige Verkaufsflächen in Bestandsgebäuden, Flächenzusammenlegung und Nutzung mehrerer Geschosse vermutlich notwendig ▪ langgezogenes Innenstadtzentrum mit fehlender funktionaler Anbindung an den Gastronomieschwerpunkt (Rheinpromenade)
Chancen („Opportunities“)	**Gefahren („Threats“)**
▪ Aufwertung der momentan in Teilen leerstehenden Einzelhandelslagen (insb. Steinstraße) ▪ Synergieeffekte für bestehenden Einzelhandel, Gastronomie- und Übernachtungsgewerbe ▪ Stärkung des Tourismus durch gesteigerte Attraktivität ▪ Positive Bevölkerungsprognose für das definierte Einzugsgebiet ▪ Touristisches Potenzial durch die Lage am Rhein	▪ Gefahr der Verdrängung inhabergeführter Geschäfte in der Innenstadt ▪ Stark begrenztes Potenzial für wirtschaftlichen Betrieb durch vorhandenen Wettbewerb (FOC/Outlet-Konkurrenz) ▪ Fortgeschrittene Planungen zu Fashion Outlet in Zevenaar ▪ Aktuell stehen nur begrenzte Parkplatzkapazitäten zur Verfügung (insbesondere unter Berücksichtigung einer möglichen Aktivierung der Potenzialfläche und der angedachten Fachmarkt-Nutzung an der Mennoitenstraße)

Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017.

4 Wettbewerbsanalyse

Im Sinne der Untersuchungsfragestellung wird zur Einschätzung der potenziellen Umsatzerwartung des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein eine Wettbewerbsanalyse der relevanten regionalen Einzelhandelssituation sowie der Wettbewerbssituation im Segment der FOC und der relevanten innerstädtischen Angebotsstrukturen durchgeführt. Hierzu werden sowohl die relevanten FOC (s. Kapitel 4.1.1 wie auch die innerstädtischen Haupteinkaufslagen in den umliegenden zentralen Orten bzw. der relevanten niederländischen Städte (s. Kapitel 4.2) nachfolgend charakterisiert und bewertet[20]. Im Rahmen der Bewertung wird ein besonderes Augenmerk auf die Attraktivität, Leistungsfähigkeit, Wettbewerbsfähigkeit und insbesondere die Wettbewerbsrelevanz für ein mögliches City Outlet in Emmerich am Rhein gelegt.

Gemäß der Ausrichtung von FOC und CO auf ein überregionales Einzugsgebiet (s. Ausführungen in Kapitel 2) sind im Rahmen der Wettbewerbsanalyse für diese Betriebsformen entsprechende Standorte in Teilbereichen Nordrhein-Westfalens sowie in Teilbereichen in der westlich angrenzenden Provinz Gelderland (Niederlande) zu berücksichtigen. Die entsprechend zu berücksichtigenden FOC- und CO-Standorte werden in Kapitel 4.1 näher beschrieben. Abschließend wird ihre Leistungsfähigkeit sowie die Wettbewerbsbedeutung für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein (s. Kapitel 4.1.2) aufgezeigt. Diese Analyse ist grundlegend für die Ableitung des Einzugsgebiets des möglichen City Outlet Emmerich am Rhein sowie für die Ableitung der in diesem zu erreichenden Marktanteile.

Neben dem Wettbewerb mit FOC und Outletstandorten wird das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein aufgrund seiner Ausrichtung und Sortimentierung auch in Wettbewerb mit dem klassischen Einzelhandelsangebot innerstädtischer Zentren treten, da hier in ähnlichen Betriebstypen ein vergleichbares bzw. identisches Warenangebot vorhanden ist. Die Analyse der relevanten regionalen Einzelhandelssituation umfasst daher auch die zu Emmerich am Rhein nächstgelegenen Mittelzentren sowie die nächstgelegenen Städte in den Niederlanden, für welche von einer regionalen Ausstrahlung ausgegangen werden kann. Für diese werden anhand von entsprechenden kommunalen Entwicklungskonzepten (Einzelhandelskonzepte u. ä.) sowie eigenständiger Recherchen die Einzelhandelsbedeutung der innerstädtischen Lagen aufgezeigt (s. Kapitel 4.2). Sofern in diesen Kommunen innerstädtische Einkaufszentren angesiedelt sind, werden auch diese entsprechend gewürdigt. Abschließend werden die Leistungsfähigkeit sowie die Wettbewerbsbedeutung der innerstädtischen Einkaufslagen für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein aufgezeigt.

---

[20] Auf Basis Angaben aus vorliegenden Einzelhandelskonzepten (sofern öffentlich zugänglich und verfügbar) sowie eigenen Datengrundlagen und Recherchen.
Für einige Outletstandorte (DOC Roermond) sind die öffentlich zugänglichen Angaben zur jeweiligen VKF und Anzahl der Shops widersprüchlich. Für diese Standorte wurden jeweils die aktuellsten plausiblen Daten angegeben.

Neben den nachfolgend dargestellten Wettbewerbsstrukturen sei darauf hingewiesen, dass in unmittelbarer räumlicher Nähe zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein die Ansiedlung eines Fashion Outlets in Zevenaar geplant ist.

4.1 Wettbewerb durch Outlet Center und Outletstandorte

4.1.1 Wettbewerb durch Outlet Center

Designer Outlet Ochtrup	
Adresse:	Laurenzstr. 51 - 55, 48607 Ochtrup
Typ	FOC
Betreiber	McArthurGlen
Verkehrsanbindung	A 31 Bottrop/Emden, B 54 Gronau/Münster Kreuz Schüttorf/A 30 rd. 20 km entfernt
Eröffnung	2012
VKF in m²/Shopanzahl	11.650 (Erweiterung auf 19.100 m² VKF geplant); ca. 70
Markenbesatz *(Auswahl Hauptsortimente Bekleidung, Schuhe, Sportartikel)*	Adidas, Bench, Bugatti, Cecil, Clarks, Converse, Desigual, Dockers, Esprit, Jack&Jones, Jack Wolfskin, Levi's, Lacoste, Liebeskind Berlin, Marc O'Polo, Mexx, Nike, Only, Puma, Street One, Tom Tailor, Vero Moda
Bewertung	Autokundenorientierter, leistungsfähiger Standort mit überregionaler Ausstrahlung
Entfernung	rd. 110 km nordöstlich von Emmerich am Rhein

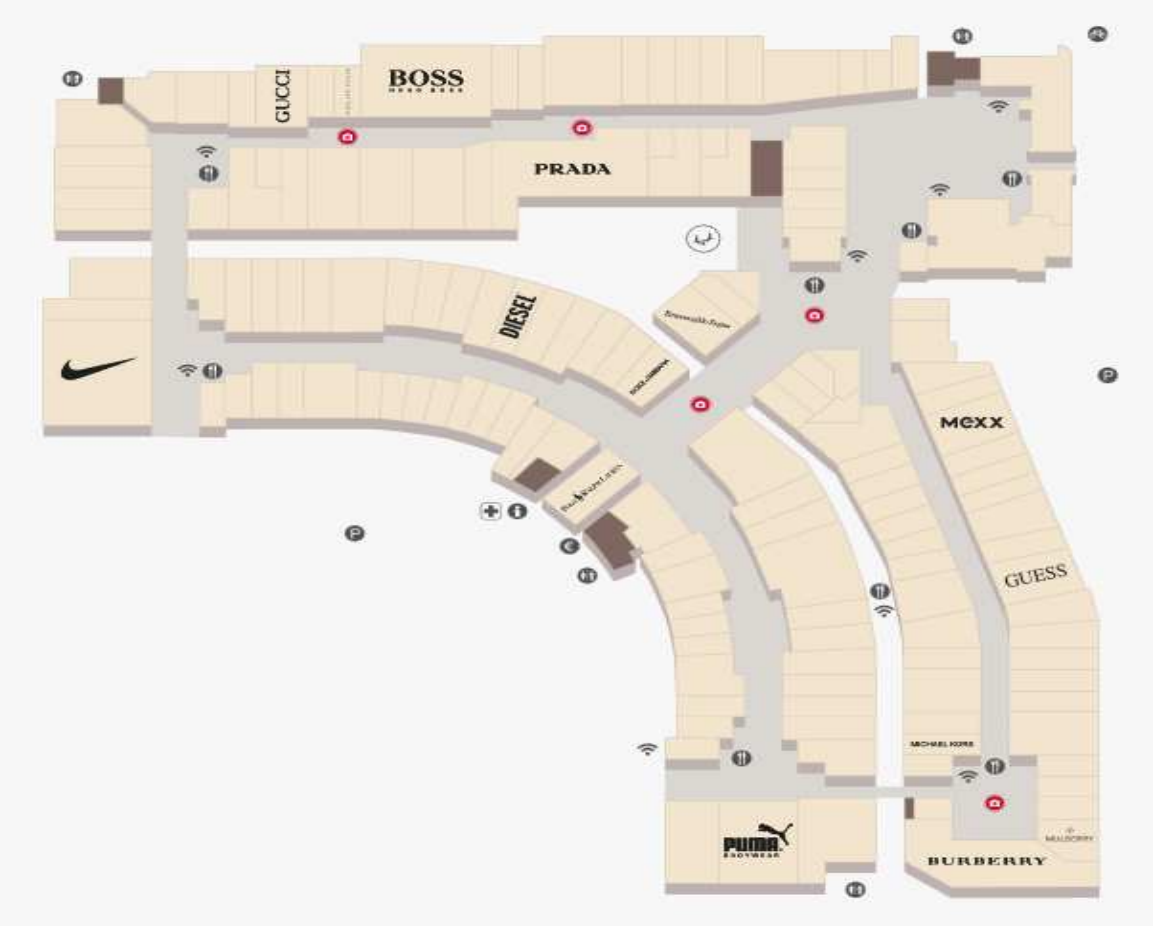
Quelle: www.mcarthurglen.com/de/designer-outlet-ochtrup/de/

STADT+HANDEL

Batavia Stad Fashion Outlet	
Adresse:	Bataviaplein 60, 8242 PN Lelystad (NL)
Typ	FOC
Betreiber	Batavia Stad Management B.V.
Verkehrsanbindung	A6 Amsterdam (über A1)/Groningen (über E22) - Bremen
Eröffnung	2001
VKF in m²/Shopanzahl	24.000 (Erweiterung auf 28.400 m² VKF); ca. 105
Markenbesatz *(Auswahl Hauptsortimente Bekleidung, Schuhe, Sportartikel)*	Adidas, Armani, Asics, Benetton, Björn Borg, Bonita, Calvin Klein, Clarks, Converse, Desigual, Esprit, G-Star, Gaastra, Gant, Gerry Weber, Hugo Boss, Jack & Jones, Lacoste, Lee, Marc O'Polo, Mustang, Napapijri, Nike, O'Neill, Only, Puma, Superdry, Tom Tailor, Tommy Hilfiger, Vero Moda, Wellensteyn, Wrangler
Bewertung	Autokundenorientierter, leistungsfähiger Standort mit überregionaler Ausstrahlung
Entfernung	rd. 115 km nordwestlich von Emmerich am Rhein

Quelle: www.bataviastad.nl

Designer Outlet Roermond	
Adresse:	Stadsweide 2, 6041 TD Roermond (NL)
Typ	FOC
Betreiber	McArthurGlen
Verkehrsanbindung	A52 Mönchengladbach/Roermond
Eröffnung	2001
VKF in m²/Shopanzahl	32.645 (Erweiterung auf 46.700 m² VKF zum 04/2017); ca. 150 (ca. 210 nach Erweiterung)
Markenbesatz *(Auswahl Hauptsortimente Bekleidung, Schuhe, Sportartikel)*	Adidas, Armani, Björn Borg, Bench, Burberry, Clarks, Converse, Dockers, Escada, Gant, Geox, Gucci, Lacoste, Levi's, Marc O'Polo, Mexx, Mustang, Napapijri, Nike, O'Neill, Prada, Puma, Ralp Lauren, Reebok, s.Oliver, Tom Tailor, UGG, Vans, Versace, Wellensteyn
Bewertung	Autokundenorientierter, leistungsfähiger Standort mit überregionaler Ausstrahlung
Entfernung	rd. 100 km südwestlich von Emmerich am Rhein



Quelle: www.mcarthurglen.com/nl/designer-outlet-roermond/de/

STADT+HANDEL

Rosada Fashion Outlet Rosendaal	
Adresse:	Rosada 70, 4703 TB Rosendaal (NL)
Typ	FOC
Betreiber	Stable International
Verkehrsanbindung	A58 Bergen/A4 Antwerpen – Brüssel; A58 Eindhoven/A67 Venlo - Duisburg
Eröffnung	2006
VKF in m²/Shopanzahl	19.000; ca. 125
Markenbesatz *(Auswahl Hauptsortimente Bekleidung, Schuhe, Sportartikel)*	Adidas, Björn Borg, Bonita, Cecil, Desigual, Dockers, Esprit, Gerry Weber, Jack&Jones, Levi's, Mustang, Nike, Oneil, Only, Puma, Reebok, s.Oliver, Street One, Tom Tailor, Vero Moda
Bewertung	Autokundenorientierter, leistungsfähiger Standort mit überregionaler Ausstrahlung
Entfernung	rd. 180 km südwestlich von Emmerich am Rhein

Quelle: de.rosadafashionoutlet.com

4.1.2 Fazit zum Wettbewerb durch FOC und Outletagglomerationen

Neben den im vorstehenden Kapitel 4.1.1 bereits bestehenden FOC sind die folgenden Planungen von Relevanz für ein mögliches City Outlet in Emmerich am Rhein.

Tabelle 7: Weitere relevante geplante Outlet Center

Land	Lage	Status	Eröffnung (Plan)	Verkaufsfläche
Niederlande	Zevenaar	fortgeschrittene Planungsphase	2021	15.000 m²
Deutschland	Wuppertal	fortgeschrittene Planungsphase	Herbst 2017 *(1. Phase)* 2019 *(3. Phase)*	10.000 m² *(1. Phase)* 30.000 m² *(3. Phase)*
	Remscheid	fortgeschrittene Planungsphase	Sommer 2020	20.000 m²

Quelle: ecostra 2016c.

Demnach besteht für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein insbesondere eine hohe Wettbewerbsintensität durch das in unmittelbarer Nähe geplante Fashion Outlet Zevenaar (fortgeschrittene Planungsphase). Das potenzielle Einzugsgebiet erfährt weitere räumliche Einschränkung durch die Planungen in Remscheid bzw. Wuppertal. Dabei ist zu berücksichtigen, dass absehbar lediglich ein FOC realisiert werden wird (Remscheid oder Wuppertal).

In der Zusammenschau ergibt sich folgendes Bild (s. folgende Tabelle) hinsichtlich der Attraktivität/Leistungsfähigkeit der FOC und Outletagglomerationen sowie ihrer Wettbewerbsdeutung zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein.

Tabelle 8: FOC und Outletagglomerationen: Wettbewerbsintensität zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein

Name	Standort kommune	VKF in m²	Magnetbetriebe bzw. wesentliche Markenanbieter	Attraktivität/ Leistungsfähigkeit*	Wettbewerbs bedeutung *
Designer Outlet Ochtrup	Ochtrup	11.650 *(Erweiterung: 20.000)*	Adidas, Bench, Bugatti, Cecil, Clarks, Converse, Desigual, Dock-ers, Esprit, Jack&Jones, Jack Wolfskin, Levi's, Lacoste, Liebeskind Berlin, Marc O'Polo, Mexx, Nike, Only, Puma, Street One, Tom Tailor, Vero Moda	4	5
Designer Outlet Roermond	Roermond	32.645 *(Erweiterung: 46.700)*	Adidas, Armani, Björn Borg, Bench, Burberry, Clarks, Converse, Dock-ers, Escada, Gant, Geox, Gucci, Lacoste, Levi's, Marc O'Polo, Mexx, Mustang, Napapijri, Nike, O'Neill, Prada, Puma, Ralp Lauren, Reebok, s.Oliver, Tom Tailor, UGG, Vans, Versace, Wellensteyn	5	4
Rosada Fashion Outlet Rosendaal	Rosendaal	19.000	Adidas, Björn Borg, Bonita, Cecil, Desigual, Dockers, Esprit, Gerry We-ber, Jack&Jones, Levi's, Mustang, Nike, Oneil, Only, Puma, Reebok, s.Oliver, Street One, Tom Tailor, Vero Moda	4	2
Batavia Stad Fashion Outlet	Lelystad	24.000 *(Erweiterung: 28.400)*	Adidas, Armani, Asics, Benetton, Björn Borg, Bonita, Calvin Klein, Clarks, Converse, Desigual, Esprit, G-Star, Gaastra, Gant, Gerry Weber, Hugo Boss, Jack & Jones, Lacoste, Lee, Marc O'Polo, Mustang, Na-papijri, Nike, O'Neill, Only, Puma, Super-dry, Tom Tailor, Tommy Hilfiger, Vero Moda, Wellensteyn, Wrangler	4	2
Fortgeschrittene Planungsphase					
Zevenaar Fashion Outlet	Zevenaar	15.000	noch nicht absehbar		5
-	Wuppertal	10.000 *(1. Phase)* 30.000 *(3. Phase)*			2
McArthurGlen Remscheid	Remscheid	20.000			2

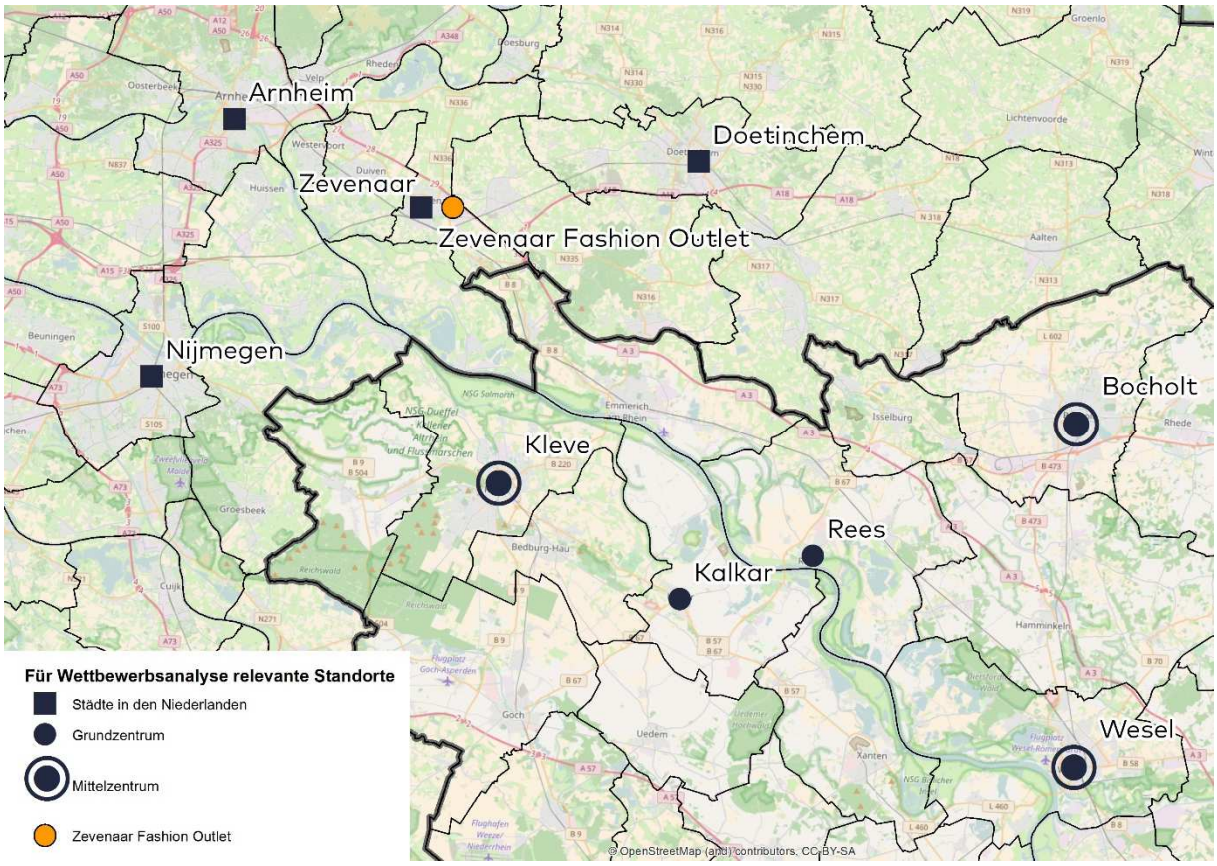
Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017.
* Werte 1 - 5, wobei 5 eine sehr hohe Leistungsfähigkeit bzw. eine sehr hohe Wettbewerbsbedeutung für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein bedeutet.

4.2 Wettbewerb durch innerstädtische Haupteinkaufslagen

Die Analyse der relevanten regionalen Einzelhandelssituation umfasst die zur Stadt Emmerich am Rhein nächstgelegenen Mittelzentren in Nordrhein-Westfalen. Die Beschreibung dieser basiert auf den Angaben kommunaler Entwicklungskonzepte (Einzelhandelskonzepte u. ä. sofern verfügbar) sowie eigenständigen Recherchen zum Einzelhandelsbesatz und dessen Bedeutung. Sofern in diesen Kommunen innerstädtische Einkaufszentren angesiedelt sind, werden auch diese in Hinblick auf die Wettbewerbsrelevanz zum möglichen City Outlet berücksichtigt. Für die Bewertung der Wettbewerbsintensität zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein sind insbesondere die Innenstädte bzw. Innenstadtzentren der nächst gelegenen Mittelzentren in Nordrhein-Westfalen sowie der nächstgelegenen größeren Städte in den Niederlanden von Bedeutung. Diese sind insbesondere hinsichtlich Markenbesatz, Sortimentsstruktur und Angebotsniveau von Relevanz. Erfahrungsgemäß kann aufgrund der räumlichen Nähe von intensiven Wettbewerbsbeziehungen zwischen Emmerich am Rhein bzw. dem möglichen City Outlet und den umliegenden Mittelzentren und Einkaufsinnenstädten (Niederlande) ausgegangen werden.

Die nachfolgende Karte stellt die in der Wettbewerbsanalyse berücksichtigten Wettbewerbsstandorte (innerstädtische Zentren) dar:

Abbildung 6: Wettbewerbsrelevante Standorte (innerstädtische Zentren) für ein mögliches City Outlet Emmerich am Rhein



Quelle: Eigene Darstellung.

Dezentrale Angebotsstrukturen sind i. d. R. eher durch die Ausrichtung auf Fachmarktkonzepte und entsprechende Sortiments- und Angebotsstrukturen geprägt. Diese weisen i. d. R. für ein FOC bzw. das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein nur eine geringere Wettbewerbsintensität auf und werden daher bei der Bewertung der Mittelzentren bzw. Einkaufsinnenstädte und ihrer Wettbewerbsintensität zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein nicht berücksichtigt.

Die Wettbewerbsbeziehungen zu den nächst gelegen Oberzentren dürften sich erfahrungsgemäß im Vergleich zu den nächst gelegenen Mittelzentren als eher weniger intensiv darstellen. Aufgrund der Lage von Emmerich am Rhein handelt es sich hierbei um überregionale Einkaufsdestinationen. Konkret sind hier die Oberzentren Duisburg (rd. 81 km), Essen (rd. 85 km), Bochum (rd. 101 km), Dortmund (rd. 117 km) und Münster (rd. 121 km) zu nennen.[21]

In der Zusammenschau ergibt sich folgendes Bild (s. folgende Tabelle) hinsichtlich der Attraktivität/Leitungsfähigkeit der innerstädtischen Haupteinkaufslagen der umgebenden

[21] Entfernung jeweils kürzeste Strecke.

Mittelzentren und Einkaufsinnenstädte sowie ihrer Wettbewerbsdeutung zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein.

Demnach bestünde für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein insbesondere eine hohe Wettbewerbsintensität durch die deutschen Innenstädte von Bocholt (rd. 14 km), Kalkar (rd. 19 km), Kleve (rd. 15 km), Rees (rd. 16 km), Wesel (rd. 45 km) sowie die niederländischen Innenstädte von Arnheim (rd. 38 km), Doetinchem (rd. 19 km), Nijmegen (rd. 40 km) und Zevenaar (rd. 21 km).

Tabelle 9: Innerstädtische Einkaufslagen und Wettbewerbsintensität zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein

Innenstadt-zentrum	GVKF (in m²)	Magnetbetriebe bzw. wesentliche Markenanbieter	Attraktivität/ Leistungsfähigkeit*	Wettbewerbs-bedeutung *
Deutschland				
Bocholt	67.000	Orsay, Gerry Weber, MS Mode Bocholt, Ernsting's, Schuhhaus Rekers, nuova moda, ABC Schuhe, Peek & Cloppenburg, H&M, C&A, Jack&Jones, NewYorker, Deichmann	3	4
Kalkar	k. A.	Takko, Kik, K+K Schuhcenter, Ernstings family	1	1
Kleve	36.000	C&A, Woolworth, Marc O'Polo, Gina Laura, Kaufhof, H&M, Ecco, Ulla Popken, Schuhhaus Kürvers, NKD, Kik, Only, Mensing, H&M	3	4
Rees	7.000	Ernsting's family, Bekleidungshaus Wessendorf, Tangelder Modehaus, Kik	1	1
Wesel	42.000	C&A, Kaufhof, Hunkemöller, Ernsting's family, Reno, Deichmann, H&M, NewYorker, Kik	3	3
Niederlande				
Arnheim	> 100.000	Primark, H&M, HEMA, C&A, Bershka, Foot-Looker, G-Star, WE Store, Tommy Hilfiger, COS, Guts&Gusto, Betty Barclay, ECCO, Only, New Yorker, Ulla Popken, Sacha, Hunkemöller	4	4
Doetinchem	60.000	HEMA, H&M, Aktie Sport, Sport 2000, Intersport, Vero Moda, WE Store, Jack&Jones, Only, C&A, Hunkemöller	3	3
Nijmegen	100.000	HEMA, Primark, H&M, Only, Zara, Mango, Ecco, Vero Moda, Tally Weijl, Jack&Jones, Gerry Weber, Ulla Popken, C&A, Hunkemöller, WE Store, JD Stores, Perry Sport, Miss Etam	4	4
Zevenaar	23.000	Kik, Intersport, Takko, WIbra	1	1

Quelle: Eigene Darstellung und Dekstop-Research Stadt + Handel 2017; Verkaufsflächen: Gemeente Zevenaar (2015), BBE Handelsberatung GmbH (2013), CIMA Beratung + Management GmbH (2011), Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung (2015), Planquadrat Dortmund (2013); Verkaufsflächen gerundet.
* Werte 1 - 5, wobei 5 eine sehr hohe Leistungsfähigkeit bzw. eine sehr hohe Wettbewerbsbedeutung für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein bedeutet;
** keine gesicherte Quantifizierung in der Literatur.

5 Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Die Daten zu den nachfrageseitigen Rahmenbedingungen im Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein wurden von Stadt + Handel – mit Blick auf die Untersuchungsfragestellung – durch sekundärstatistische Analysen erarbeitet und aufbereitet.

5.1 Einzugsgebiet

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Es ist somit mit Umsätzen von Personen, die außerhalb des definierten Einzugsgebietes leben, zu rechnen (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug), hierzu zählen u.a. Urlaubsreisende. Die Kernstadt von Emmerich am Rhein, welche potenziell für das City Outlet als Standort dient, befindet sich in relativer Nähe (ca. 4 km) zu Bundesautobahn 3 (Abfahrt Emmerich). Diese Bundesautobahn stellt eine wichtige Verbindung vom Ruhrgebiet in die Niederlande (Richtung Amsterdam) dar, wodurch diese insbesondere auch durch Urlaubsreisende genutzt wird. Hier kann für einen Teil dieser Urlaubsreisenden von einem Besuch des möglichen City Outlets auf der Hin-/Rückfahrt zu/von der geplanten Urlaubs-Destination ausgegangen werden. Diese (diffusen) Potenziale wurden für die nachfolgenden Berechnungen in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

Es liegen derzeit noch keine gesicherten Erkenntnisse zur räumlichen Kundenherkunft von City Outlets vor. Eine tendenziell geringere Verkaufsfläche, die vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Umfeld des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein (Planung Fashion Outlet Zevenaar, DOC Ochtrup) sowie die weiteren FOC-Planungen in Nordrhein-Westfalen (u.a. Remscheid, Wuppertal) sprechen einerseits für ein – im Vergleich zu klassischen FOC-Standorten – geringeres Einzugsgebiet, die Lage im ländlichen Raum, mit größeren Entfernungen zu den nächsten Oberzentren sowie die verkehrliche Anbindung und der Urlaubsreisendenverkehr über die Bundesautobahn 3 (Ruhrgebiet-Amsterdam) sprechen eher für ein ausgedehntes, „FOC-typisches" Einzugsgebiet von 90 Minuten. Stadt + Handel definiert für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein unter kritischer Würdigung der o.g. Einflussfaktoren ein Einzugsgebiet von max. 60 Fahrminuten.

Bei der Abgrenzung des möglichen Einzugsgebiets haben ergänzend zur Angebots- und Nachfragesituation insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

- die zu erwartende Attraktivität und Anziehungskraft des möglichen City Outlets (u.a. Branche, Größe, Standorteigenschaften);
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld (z. B. Planung Fashion Outlet Zevenaar, DOC Ochtrup, DOC Roermond);

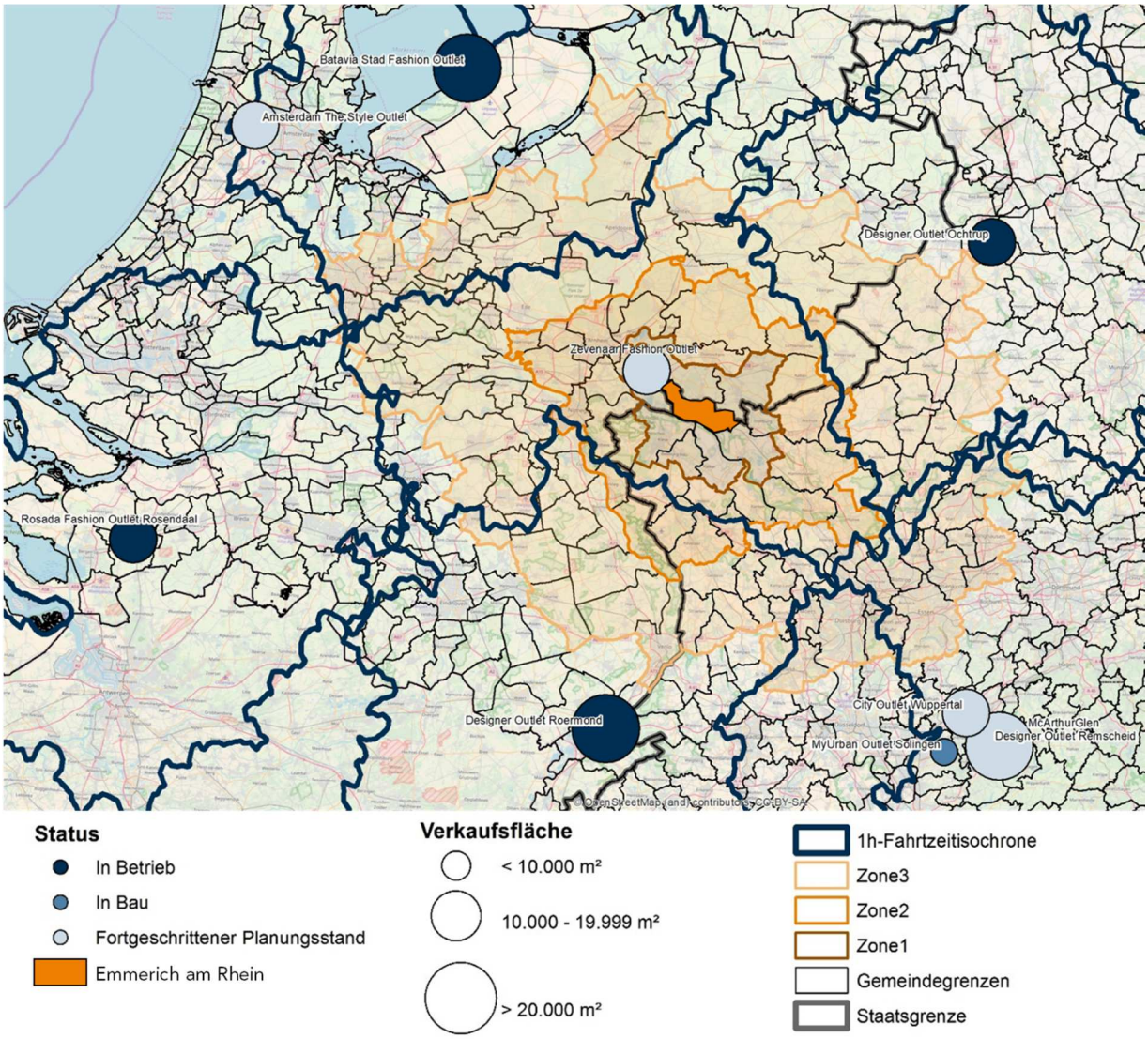
- die verkehrlichen, topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten im Einzugsgebiet (z. B. BAB 3);
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung;
- die administrative Gliederung innerhalb des Untersuchungsraumes sowie traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung (z. B. unmittelbar räumliche Nähe zu den Niederlanden).

Aufbauend auf der Analyse der konkreten Wettbewerbssituation wurde für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein mithilfe eines modifizierten Zeit-Distanz-Modells ein in sechs Zonen unterteiltes Einzugsgebiet erstellt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um drei Zonen mit jeweils einen niederländischen sowie einen deutschen Teilbereich handelt. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das gesamte zonale Einzugsgebiet überwiegend eine Überschneidung mit dem geplanten Fashion Outlet Zevenaar aufweist.

In der nachfolgenden Abbildung sind u.a. die folgenden Informationen dargestellt:

- relevante FOC-Standorte nach Status und Verkaufsfläche;
- zonales Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich;
- Ein-Stunden-Fahrzeit-Isochrone um die FOC-Standorte in Lelystad, Rosendaal, Roermond, Ochtrup sowie um den geplanten Standort in Remscheid.

Abbildung 7: Zoniertes Einzugsgebiet für ein mögliches City Outlet Emmerich am Rhein (unter Berücksichtigung Zevenaar)



Quelle: Eigene Darstellung.

Zone 1a (Naheinzugsgebiet Deutschland) orientiert sich im Wesentlichen an der 20 Minuten Fahrzeitisochrone um Emmerich am Rhein. Diese Zone umfasst somit die umliegenden Kommunen von Emmerich am Rhein. Diese Kommunen (Kleve, Kalkar, Bedburg-Hau, Rees, Isselburg) werden unmittelbar über die Bundesautobahn 3 bzw. die Bundesstraße 67 und 220 erschlossen. Folglich wäre ein mögliches City Outlet Emmerich am Rhein für die Bewohner dieser Kommunen das nächstgelegene FOC. Eine weitere Ausdehnung in östlicher Richtung ist aufgrund der angebotsstarken Innenstädte Bocholts und Wesels (insb. auch Bekleidung) trotz der guten Anbindung über die Bundesautobahn 3 nicht gegeben. Das Einzugsgebiet der Zone 1a wird zudem aufgrund von Zeit-Distanz-Faktoren limitiert.

Zone 1b (Naheinzugsgebiet Niederlande) orientiert sich im Wesentlichen an der 20 Minuten Fahrzeitisochrone um Emmerich am Rhein und umfasst die Kommunen westlich und

nördlich Emmerichs auf dem Gebiet der Niederlande. Das Naheinzugsgebiet wird dabei insbesondere durch das geplante Fashion Outlet Zevenaar limitiert. Aus diesem Grund ist in dieser Zone – im Vergleich zur Zone 1a – mit einer geringeren Marktdurchdringung zu rechnen. In nördlicher Richtung besteht über die B 220 bzw. die N 316 eine gute Anbindung für die an der Grenze gelegenen niederländischen Kommunen, wenngleich dort über die A 18 auch eine gute Anbindung nach Zevenaar gegeben ist.

Zone 2a (erweitertes Einzugsgebiet Deutschland) umfasst im Wesentlichen die südlich und westlich von Emmerich am Rhein verorteten Kommunen. Diese Kommunen befinden sich innerhalb der 40 Minuten Fahrzeitisochrone um Emmerich am Rhein. Insbesondere entlang der A 3 in südwestlicher Richtung ist aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes gegeben. In östlicher Richtung besteht eine leichte Überschneidung mit der 60 Minuten Fahrzeitisochrone des DOC Ochtrup und in südlicher Richtung eine Überschneidung mit der 60 Minuten Fahrzeitisochrone des DOC Roermond. Aufgrund der geringfügigen Überschneidungen mit den 60 Minuten Fahrzeitisochronen anderer Outlet-Center sowie der relativen räumlichen Nähe zu Emmerich am Rhein sind diese Kommunen noch zur Zone 2 des Einzugsgebietes zu rechnen, wenngleich in dieser Zone insgesamt mit einer geringeren Marktdurchdringung zu rechnen ist als in Zone 1.

Zone 2b (erweitertes Einzugsgebiet Niederlande) umfasst im Wesentlichen die im Norden und Westen von Emmerich am Rhein verorteten Kommunen im Hoheitsgebiet der Niederlande. Diese Kommunen befinden sich innerhalb der 40 Minuten Fahrzeitisochrone um Emmerich am Rhein und weisen geringfügige Überschneidungen mit den 60 Minuten Fahrzeitisochronen des DOC Ochtrup bzw. DOC Roermond auf. Unter Berücksichtigung der Planung vom Fashion Outlet Zevenaar ist in dieser Zone mit einer deutlich geringeren Marktdurchdringung zu rechnen.

Zone 3a (Ferneinzugsgebiet Deutschland) orientiert sich im Wesentlichen an der 60 Minuten Fahrzeitisochrone um Emmerich am Rhein. Der überwiegende Anteil der Kommunen, die sich innerhalb dieser Fahrdistanz befinden, weisen Überschneidungen mit den 60 Minuten Fahrzeitisochronen um die Wettbewerbsstrukturen (DOC Ochtrup, DOC Roermond sowie Planungen von Outlets in Remscheid und Wuppertal) auf. In südlicher Richtung umfasst das Einzugsgebiet der Zone 3a die Kommunen Straelen und Krefeld und in östlicher Richtung Coesfeld. In südwestlicher Richtung ist aufgrund der Verkehrsanbindung über die A 3 die weiteste Ausdehnung festzustellen. Im Südosten umfasst das Ferneinzugsgebiet Teilbereiche des Ruhrgebietes (u. a. Duisburg, Essen, Oberhausen). Hier sind naturgemäß umfassende Angebotsstrukturen (insb. Bekleidung) vorhanden, wodurch, auch aufgrund der hohen Raum-Zeit-Distanzen, eine stark reduzierte Marktdurchdringung zu erwarten ist.

Zone 3b (Ferneinzugsgebiet Niederlande) umfasst die Kommunen der 60 Minuten Fahrzeitisochrone um Emmerich am Rhein, die Überschneidungen mit den 60 Minuten Fahrzeitisochronen um die Wettbewerbsstrukturen (DOC Roermond, DOC Ochtrup, Fashion Outlet Batavia Stad) aufweisen. Weiterhin ist im östlichen Randbereich des Einzugsgebietes

eine geringfügige Überschneidung mit dem Fashion Outlet Rosendaal festzustellen. Das Einzugsgebiet reicht im Westen bis Utrecht und in nordwestlicher Richtung über Apeldoorn hinaus. In südlicher Richtung befindet sich Venlo innerhalb der 60 Minuten Fahrzeitisochrone. Aufgrund der traditionellen Einkaufsorientierung der Bevölkerung, des geplanten Fashion Outlet Zevenaar sowie des geplanten Amsterdam The Style Outlet ist in dieser Zone – auch aufgrund der hohen Raum-Zeit-Distanzen – mit einer deutlich geringeren Marktdurchdringung zu rechnen.

5.2 Einwohnerpotenziale

Das definierte Einzugsgebiet eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein weist eine Bevölkerungszahl von rd. 7,3 Mio. auf. Eine detaillierte Aufgliederung der Einwohner auf die sechs Zonen des Einzugsgebiets ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Zone 1a, 2a und 3a jeweils das deutsche Staatsgebiet umfassen und die Zonen 1b, 2b und 3b das niederländische Staatsgebiet.

Tabelle 10: Einwohner im Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein

Einzugsgebiet	Einwohner	Anteil (in %)
Zone 1a	139.669	2
Zone 1b	117.787	2
Naheinzugsgebiet	***257.456***	***4***
Zone 2	314.143	4
Zone 2b	824.953	11
Erweitertes Einzugsgebiet	***1.139.096***	***15***
Zone 3a	3.331.579	45
Zone 3b	2.617.185	36
Ferneinzugsgebiet	***5.948.764***	***81***
Summe	**7.345.316**	**100**

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis IT.NRW 2017 (Stand: 31.12.2015) und dds 2016 (Stand: 31.12.2015).

Rund ein Fünftel des Bevölkerungspotenzials entfällt auf das Naheinzugsgebiet (Zone 1a und 1b) sowie das erweiterte Einzugsgebiet (Zonen 2a und 2b). Der größte Anteil der Einwohner (81 %) ist somit im Ferneinzugsgebiet (Zonen 3a und 3b) verortet, hierzu zählen u.a. die niederländischen Städte Apeldoorn, Utrecht, Venlo sowie die deutschen Städte Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Krefeld, Oberhausen.

Fast die Hälfte des Einwohnerpotenzials (rd. 49 %) ist in den Niederlanden verortet.

Tabelle 11: Kommunen im Einzugsgebiet eines möglichen City Outlets Emmerich am Rhein

Landkreis	Kommune
Naheinzugsgebiet Zone 1a (≤ 20 PKW-Fahrminuten)	
Borken	Isselburg
Kleve	Bedburg-Hau, Kalkar, Kleve, Rees
Erweitertes Einzugsgebiet Zone 1b (≤ 20 PKW-Fahrminuten)	
Gelderland (Provinz)	Montferland, Oude IJsselstreek, Rijnwaarden, Zevenaar
Erweitertes Einzugsgebiet Zone 2a (21 bis ≤ 40 PKW-Fahrminuten)	
Borken	Isselburg, Rhede
Kleve	Bedburg-Hau, Emmerich, Goch, Kalkar, Kevelaer, Kleve, Kranenburg, Rees, Uedem, Weeze,
Münster	Bocholt
Wesel	Hamminkeln, Hünxe, Sonsbeck, Wesel, Xanten
Erweitertes Einzugsgebiet Zone 2b (21 bis ≤ 40 PKW-Fahrminuten)	
Gelderland (Provinz)	Aalten, Arnhem, Bergen (L.), Brummen, Bronckhorst, Duiven, Doesburg, Doetinchem,Gennep, Groesbeek, Lingewaard, Montferland, Mook en Middelaar, Overbetuwe, Oost Gelre, Oude IJsselstreek, Revenaar, Westervoort, Winterswijk, Renkum, Rheden, Rozendaal, Nijmegen, Rijnwaarden
Ferneinzugsgebiet Deutschland Zone 3a (≤ 60 PKW-Fahrminuten)	
Borken	Ahaus, Legden, Raesfeld, Stadtlohn, Südlohn, Velen, Vreden, Borken, Gescher, Heek, Heiden, Isselburg, Rhede
Coesfeld	Coesfeld
Kleve	Bedburg-Hau, Emmerich, Geldern, Goch, Issum, Kalkar, Kerken Kevelaer, Kleve, Kranenburg, Rees, Rheurdt, Straelen, Uedem, Wachtendonk, Weeze,
Münster	Bocholt, Reken,
Recklinghausen	Dorsten, Gladbeck, Haltern am See, Herten, Marl, Recklinghausen,
Wesel	Alpen, Dinslaken, Hamminkeln Hünxe, Kamp-Lintfort, Moers, Neukirchen-Vluyn, Rheinberg, Schermbeck, Sonsbeck, Voerde, Wesel, Xanten
kreisfreie Städte	Bottrop, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Krefeld, Mülheim, Oberhausen,
Ferneinzugsgebiet Niederlande Einzugsgebiet Zone 3b (≤ 60 PKW-Fahrminuten)	
Gelderland (Provinz)	Aalten, Apeldoorn, Arnhem, Barneveld, Beuningen, Berkelland, Bronckhorst, Brummen, Buren, Culemborg, Doesburg, Doetinchem, Druten, Ede, Epe, Ernelo, Geldermalsen, Groesbeek, Hattern, Heerde, Heumen, Lingewaard, Lochem, Montferland, Neder-Betuwe, Neerijnen, Nijkerk, Nijmegen, Oldebroek, Oude IJsselstreek, Oost

Landkreis	Kommune
	Gelre, Putten, Renkum, Rheden, Rijnwaarden, Rozendaal, Scherpenzeel, Tiel, Voorst, Wageningen, Westervoort, Winterswijk, Wijchen, Zevenaar, Zutphen, Overbetuwe, West Maas en Waal
Limburg (Provinz)	Bergen (L.), Gennep, Horst aan de Maas, Mook en Middelaar, Venlo, Venray
Nordbrabant (Provinz)	Bernheze, Boekel, Boxmeer, Cuijk, Deurne, Gemert-Bakel, Grave, Landerd, Mill en Sint Hubert, Oss, Sint Anthonis, Uden, Veghel
Overijssel (Provinz)	Deventer, Haaksbergen, Hof van Twente
Utrecht (Provinz)	Amersfoort, Bunnik, De Bilt, Houten, Leusden, Nieuwegein, Renswoude, Rhenen, Utrecht, Veenendaal, Vianen, Utrechtse Heuvelrug, Wijk bij Duurstede, Woudenberg, Zeigst

Quelle: Eigene Darstellung.

5.3 Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Die Stadt Emmerich am Rhein weist eine Kaufkraftkennziffer von rd. 93 (IfH Köln 2015) auf, d. h. sie liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (=100).

Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in den Zonen des Einzugsgebietes vorhandene einzelhandelsrelevante, sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln. Unter Berücksichtigung des kommunenspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus ergeben sich die in der Tabelle 12 dargestellten relevanten Kaufkraftvolumina.

Die projektrelevanten Sortimentsgruppen stellen sich nach der für Outlets üblichen Sortimentierung wie folgt dar:

- Bekleidung
- Sportartikel
- Schuhe/Lederwaren
- Glas/Porzellan/Keramik
- Schmuck
- Drogeriewaren
- Nahrungs- und Genussmittel

Aufgrund des Verkaufsflächenschwerpunktes im Sortiment Bekleidung (rd. 70 %, s. Kapitel 3.3) erfolgt hier eine Berechnung auf Basis postleitzahlbezogener und sortimentsspezifischer Kaufkraftkennziffern. Für die weiteren Sortimente, welche eine untergeordnete Rolle hinsichtlich der Verkaufsfläche und somit für den Umsatz in Bezug auf ein mögliches City Outlet in Emmerich am Rhein einnehmen, erfolgt eine Ableitung über das Hauptsortiment.

Das Kaufkraftpotenzial im Sortiment Bekleidung beträgt im definierten Einzugsgebiet eines möglichen City Outlets Emmerich am Rhein auf Basis der ermittelten Einwohnerzahlen rd. 4,5 Mrd. Euro.

Eine Darstellung des touristischen Potenzials (Tagesreisen und Übernachtungsgäste) erfolgt in Kapitel 6.2.

Tabelle 12: Kaufkraft im Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein

Zonen des Einzugsgebiets	Kaufkraft im Sortiment Bekleidung (in Mio. Euro)
Zone 1a	67,9
Zone 1b	81,8
Naheinzugsgebiet	*149,7*
Zone 2a	164,8
Zone 2b	592,0
Erweitertes Einzugsgebiet	*756,7*
Zone 3a	1.717,5
Zone 3b	1.898,7
Ferneinzugsgebiet	*3.616,3*
Gesamt*	**4.522,7**

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Einwohner: IT.NRW 2017 (Stand: 31.12.2015) und dds 2016 (Stand: 31.12.2015); Kaufkraft: IfH 2015, dds 2016; Werte gerundet auf 0,1 Mio.;
* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

6 Berechnung des Umsatzpotenzials

Das Umsatzpotenzial für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein kann, aufgrund der spezifischen örtlichen und regionalen Situation, aus zwei verschiedenen Bereichen generieret werden:

- Einwohner im Einzugsgebiet (zzgl. Streuumsätze)
- Tourismus (Tagestouristen und Übernachtungsgäste)

In den nachfolgenden beiden Kapiteln erfolgt eine separate Herleitung der jeweiligen Umsatzpotenziale (Einzugsgebiet, Tourismus).

Die Herleitung eines plausibel zu erwartenden Umsatzes eines Planvorhabens kann anhand der Abschätzung realistischer Weise zu erzielender Marktanteile *(=Marktanteilmodell)* ermittelt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Fashion Outlet Zevenaar als wesentliche Wettbewerbsstruktur, aufgrund des Planungsfortschritts, als Bestand mit in die Berechnungen einbezogen wird.

Für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein wurden für die nachfolgend genannten Sortimente Marktanteilsmodelle erstellt bzw. abgeleitet:

- Bekleidung
- Sportartikel
- Schuhe/Lederwaren
- Sonstiges (enthält die weiteren Sortimente, s. Kapitel 3.3).

Aufgrund des Verkaufsflächenschwerpunktes im Sortiment Bekleidung (rd. 70 %, s. Kapitel 3.3) erfolgt hier eine Berechnung auf Basis postleitzahlbezogener und sortimentsspezifischer Kaufkraftkennziffern. Für die weiteren Sortimente, welche eine untergeordnete Rolle hinsichtlich der Verkaufsfläche und des Umsatzes in Bezug auf das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein einnehmen, erfolgt eine Ableitung über das Hauptsortiment.

6.1 Umsatzpotenzial im Einzugsgebiet

In diesem Kapitel werden den Zonen des Einzugsgebietes auf Basis der Marktverteilungsrechnung und unter Berücksichtigung der Wettbewerbsbetriebe/Wettbewerbsstandorte Marktabschöpfungen (insb. Fashion Outlet Zevenaar) zugewiesen.

Das Naheinzugsgebiet (Zone 1a und 1b) weist naturgemäß die höchsten Marktanteile für die verschiedenen Sortimente auf, wenngleich aufgrund der Planungen des Fashion Outlet Zevenaar ein geringerer Markanteil auf niederländischer Seite zu konstatieren ist.

Mit zunehmender Distanz zum möglichen City Outlet und steigender Wettbewerbsintensität (u.a. durch die Städte Nijmegen und Arnhem auf niederländischer Seite sowie Wesel, Kleve, Bocholt auf deutscher Seite) kann für das erweiterte Einzugsgebiet (Zone 2a und 2b) nur von

deutlich geringeren Marktanteilen für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein ausgegangen werden. Auf niederländischer Seite ist aufgrund der traditionellen Einkaufsbeziehungen sowie der Berücksichtigung des Fashion Outlets Zevenaar von einer insgesamt geringeren Marktdurchdringung als auf deutscher Seite auszugehen.

Bei den Kommunen im Ferneinzugsgebiet (Zone 3a und 3b) des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein wird bei der Berechnung der potenziellen Marktanteile zusätzlich der Einfluss der Angebotsstrukturen des westlichen Ruhrgebietes (u.a. Duisburg, Oberhausen, Essen) mitberücksichtigt. Weiterhin bestehen in diesen Zonen intensive Überschneidungen mit den Einzugsgebieten (60 PKW-Fahrminuten) mit dem DOC Ochtrup, DOC Roermond und dem Batavia Stad Fashion Outlet. Dieser Sachverhalt wurde bei beiden Zonen mit einem weiteren Abschlag bei den Marktanteilen berücksichtigt. Für Zone 3a (deutscher Bereich) fällt dieser Abschlag geringer aus, da auf niederländischer Seite mit dem Batavia Stad Fashion Outlet und dem DOC Roermond deutlich größere (Verkaufsfläche) City Outlets vorhanden sind. Weiterhin ist aufgrund der Berücksichtigung des Fashion Outlets Zevenaar mit einer insgesamt deutlich geringeren Marktdurchdringung auszugehen, da potenzielle Kunden über den Hauptzubringer (BAB 3) bereits „abgefangen" werden.

Basierend auf den zu Grunde gelegten Rahmenbedingungen (Größe, Branchen, s. Kapitel 3.3) und der konkreten Wettbewerbssituation (hier: insb. Fashion Outlet Zevenaar) kann für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein eine Umsatzerwartung in Höhe von rd. 12,1 Mio. Euro prognostiziert werden. Diese Zahl berücksichtigt die potenziellen Umsätze der Kunden aus dem Einzugsgebiet sowie die diffusen Streuumsätze von Kunden außerhalb des Einzugsgebietes. Die touristischen Potenziale sind hierbei noch nicht berücksichtigt.

Tabelle 13: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein nach Zonen (unter Berücksichtigung Fashion Outlet Zevenaar)

Einzugsgebiet	Bekleidung			Sport	Schuhe/ Lederwaren	Sonstiges	Gesamt
	KK-Potenzial in Mio. €	KK-Abschöpfung in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €
Zone 1a	67,9	1,40	1,0	0,1	0,1	0,2	1,4
Zone 1b	81,8	0,80	0,7	0,1	0,1	0,1	0,9
Naheinzugsgebiet*	***149,7***	*-*	***1,6***	***0,2***	***0,2***	***0,3***	***2,3***
Zone 2a	164,8	0,70	1,2	0,2	0,1	0,2	1,7
Zone 2b	592,0	0,30	1,8	0,3	0,2	0,3	2,6
Erweitertes Einzugsgebiet*	***756,7***	*-*	***2,9***	***0,4***	***0,3***	***0,5***	***4,2***
Zone 3a	1.717,5	0,13	2,2	0,3	0,3	0,4	3,2
Zone 3b	1.898,7	0,07	1,3	0,2	0,2	0,2	1,9
Ferneinzugsgebiet*	***3.616,3***	*-*	***3,6***	***0,5***	***0,4***	***0,7***	***5,2***
Streuumsatz (10 % der Zonenumsätze)	-	-	0,9	0,1	0,1	0,2	1,3
Gesamt*	**4.522,7**	**-**	**9,0**	**1,3**	**1,0**	**1,7**	**13,0**

Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017; Kaufkraft: IfH 2015, dds 2016; Werte gerundet auf 0,1 Mio. Euro; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein befindet sich in relativer Nähe (ca. 4 km) zur Bundesautobahn 3 (Abfahrt Emmerich). Diese Bundesautobahn stellt eine wichtige Verbindung vom Ruhrgebiet in die Niederlande (Richtung Amsterdam) dar, wodurch diese insbesondere auch durch Urlaubsreisende genutzt wird. Hier kann für einen Teil dieser Urlaubsreisenden von einem Besuch für ein mögliches City Outlet Emmerich am Rhein auf der Hin-/Rückfahrt zu/von der geplanten Urlaubs-Destination ausgegangen werden. Diese (diffusen) Potenziale wurden in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

Rund zwei Drittel (69 %) der prognostizierten Umsätze entfallen auf das Sortiment Bekleidung, rd. 10 % auf das Sortiment Sportartikel und rd. 8 % auf den Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren. Die sonstigen Sortimente (Home (GPK), Food, Cosmetics, Schmuck, Spielwaren) weisen einen Umsatzanteil von 13 % auf.

6.2 Touristische Nachfragepotenziale

Wie in Kapitel 3.1 bereits dargestellt, befindet sich die Stadt Emmerich am Rhein in einem eher ländlich geprägten Raum. Aufgrund der Anbindung an die leistungsstarke Bundesautobahn 3 und der Lage am Rhein besteht grundsätzlich ein relativ hohes touristisches Potenzial. Dieses wird durch die Lage an der niederländischen Grenze verstärkt. Die angrenzende Stadt Kalkar, weißt die höchsten Gästezahlen sowie Übernachtungszahlen in Zone 1a auf. Dies begründet sich insbesondere aus dem Wunderland Kalkar sowie dem Freizeitpark am Wisseler See. Somit ist insbesondere in den Sommermonaten mit zusätzlichen Umsatzpotenzialen aus dem Tourismus zu rechnen.

Bei der Berücksichtigung der touristischen Nachfragepotenziale ist grundsätzlich zwischen Tagestouristen und Übernachtungsgästen zu unterscheiden.

Tagestouristen

In der Stadt Emmerich am Rhein wurden für das Jahr 2015 insgesamt 17.387 Gästeübernachtungen[22] statistisch erfasst. Nach einer Studie des dwif[23] lässt sich anhand der Übernachtungen die Zahl der Tagestouristen ableiten. Für die Tourismusregionen Niederrhein wird in dieser Studie ein Faktor von 16,4 angegeben (Zahl der Tagesreisen je Übernachtung). Für die Stadt Emmerich am Rhein ergibt sich somit für das Jahr 2015 eine Zahl von 504.267 Tagestouristen.

In der oben genannten Studie sind durchschnittliche Ausgaben von Tagesreisenden differenziert nach Ausgabenzweck und Tourismusregion zu entnehmen. So geben Tagesreisende auf

---

22 Statistische Ämter des Bundes und der Länder – Regionaldatenbank Deutschland (Stand: 2014).

23 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.) (2014): Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. Berlin.

einer Einkaufsfahrt insgesamt durchschnittlich rd. 74 Euro aus, davon rd. 54 Euro für „Einkäufe sonstiger Waren". Die Aktivität „Einkaufen" hat einen Anteil von 25 % an den möglichen Aktivitäten während einer Tagesreise.

Die in dieser Studie ermittelten Werte für Tagestouristen können jedoch aus Sicht von Stadt + Handel nicht ausreichend die vorliegende spezifische Untersuchungssituation abbilden. Daher wird an dieser Stelle auf weitere sekundärstatistische Daten und Analysen zurückgegriffen.

In einer telefonischen Haushaltsbefragung im Auftrag von Stadt + Handel aus dem Jahr 2013 haben rd. 46 % der Befragten angegeben, bereits einmal in einem Factory Outlet Center oder einem Fabrikverkaufsladen eingekauft zu haben.[24]

Für den durchschnittlichen Ausgabenbetrag in einem FOC konnte der Fachliteratur eine Spanne von 100 bis 124 Euro[25] entnommen werden.

Unter kritischer Würdigung der vorgenannten statistischen Daten gehen die folgenden zurückhaltenden Annahmen in die weiteren Berechnungen ein.

- erzielbarer Marktanteil des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein: 15 %
- durchschnittlicher Einkaufsbetrag im möglichen City Outlet Emmerich am Rhein: 70 Euro

Basis für die Berechnungen sind im Sinne einer zurückhaltenden Umsatzschätzung die aktuellen Tourismus-Zahlen (Jahr 2015) sowie die Berücksichtigung des geplanten Fashion Outlets in Zevenaar. Bei einer Realisierung des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein und die in diesem Zusammenhang ansteigende Attraktivität der Innenstadt ist von einer Zunahme der Tagestouristen auszugehen.

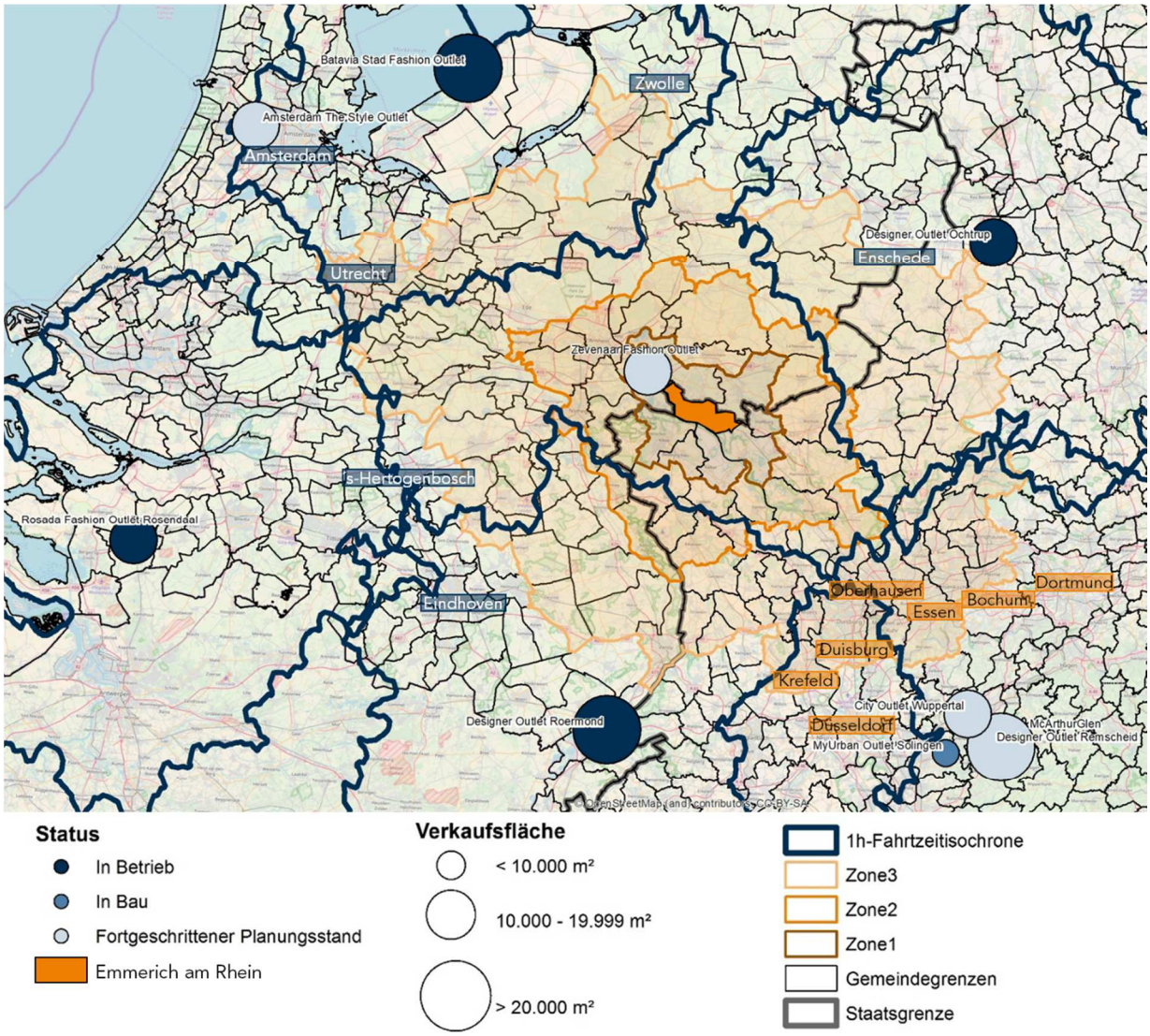
Die Städte im westlichen Ruhrgebiet verfügen über hohe Einwohnerpotenziale sowie eine gute Anbindung über die Bundesautobahn 3. Gleiches gilt für die westlich gelegenen größeren Städte in den Niederlanden. In Verbindung mit einer flankierenden offensiven Vermarktung des möglichen City Outlets lässt sich aus Sicht von Stadt + Handel ein nennenswertes zusätzliches Potenzial an Tagestouristen generieren. Wobei hier auch die weiteren Planungen (z. Bsp. Outlet Remscheid, Wuppertal) zu berücksichtigen sind, da diese in ihren Einzugsgebieten ebenfalls das Ruhrgebiet umfassen dürften. Die hier berücksichtigte Planung des Fashion Outlet Zevenaar stellt zusätzlich eine signifikante Reduktion der Tourismuspotenziale aus den Niederlanden dar.

---

[24] Stadt + Handel (2015): Städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalyse für die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers in der Stadt Remscheid. Dortmund.

[25] s. Fußnote 32.

Abbildung 8: Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein sowie größere Städte im Randbereich und Umfeld Einzugsgebietes



Quelle: Eigene Darstellung.

Übernachtungsgäste

In der Stadt Emmerich am Rhein wurden für das Jahr 2015 insgesamt 17.387 Gästeankünfte statistisch erfasst.[26]

In der Zahl der Tagestouristen sind die vom Übernachtungsort aus getätigten Tagesreisen der Urlauber aus definitorischen Gründen nicht enthalten. Um das touristische Potenzial des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein ausreichend und realitätsnah abzubilden wird für den Bereich der Übernachtungsgäste die Zahl der Gäste im Naheinzugsgebiet (Zone 1a und 1b) zugrunde gelegt. In den Kommunen des Naheinzugsgebietes (Zone 1a und 1b) wurden im Jahr 2015 insgesamt 314.383 Übernachtungsgäste ermittelt.

Der einschlägigen Fachliteratur sind durchschnittliche Ausgaben von Übernachtungsgästen differenziert nach Ausgabezweck und Tourismusregion zu entnehmen. Diese Werte können aus Sicht von Stadt + Handel jedoch ebenfalls nicht ausreichend die spezifische Untersuchungssituation abbilden. Die Berechnung des erzielbaren Umsatzpotenzials durch Übernachtungsgäste erfolgt daher analog der Berechnungen zu den Tagestouristen.

Touristische Umsatzpotenziale

Der nachfolgenden Tabelle sind die ermittelten Umsatzpotenziale aus dem Bereich der Tagestouristen und der Übernachtungsgäste zu entnehmen:

Tabelle 14: Berechnung des touristischen Umsatzpotenzials

Umsatzherkunft	Anzahl	Marktanteil	Ø Ausgabe pro FOC-Einkauf	Umsatzpotenzial (in Mio. Euro)
Tagestouristen	504.267	15 %	70 €	5,3
Übernachtungsgäste	314.383	15 %	70 €	3,3
Gesamt	**818.650**	-	-	**8,6**

Quelle: Berechnungen Stadt + Handel; Werte gerundet auf 0,1 Mio.

Das erzielbare Umsatzpotenzial durch Tagestouristen beläuft sich auf rd. 5,3 Mio. Euro, das Umsatzpotenzial durch Übernachtungsgäste kann mit rd. 3,3 Mio. Euro beziffert werden. Somit ergibt sich in Summe ein Umsatzpotenzial von rd. 8,6 Mio. Euro aus dem Tourismus.

6.3 Umsatzprognose

Basierend auf den zuvor getroffenen Annahmen und den durchgeführten Berechnungen kann für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein eine Umsatzerwartung in Höhe von

[26] IT.NRW 2017 (Stand: 2015).

insgesamt rd. 21,6 Mio. Euro prognostiziert werden. Die Flächenproduktivität des möglichen City Outles liegt somit bei rd. 2.700 Euro/m² Verkaufsfläche.

Tabelle 15: Umsatzprognose für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein

Umsatzherkunft	Umsatzpotenzial	
	in Mio. Euro	in %
Einzugsgebiet (incl. Streuumsatz)	13,0	60
Tagestouristen	5,3	25
Übernachtungsgäste	3,3	15
Gesamt	**21,6**	**100**

Quelle: Berechnungen Stadt + Handel; Werte gerundet auf 0,1 Mio.

Bei der Bewertung dieser Umsatzprognose ist zu berücksichtigen, dass seitens Stadt + Handel von zurückhaltenden Annahmen ausgegangen wurde. Mögliche positive Effekte durch begleitende offensive Werbemaßnahmen, wie eine Steigerung der Zahl der Tagestouristen sowie der Übernachtungsgäste, sind bei der vorliegenden Umsatzprognose nicht berücksichtigt.

Nach fachlichem Dafürhalten liefert das Umsatzpotenzial sowie die zu erwartende Flächenproduktivität keine hinreichende Grundlage für eine wirtschaftliche Tragfähigkeit eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein.

Auch unter Berücksichtigung einer stark positiven Bevölkerungsprognose sowie einer positiven Entwicklung der sortimentsspezifischen Kaufkraft in den nächsten Jahren wäre keine ausreichende wirtschaftliche Tragfähigkeit für ein mögliches City Outlet in Emmerich am Rhein gegeben. Weiterhin ist die Veränderung des Kaufverhaltens der Bevölkerung im Einzugsgebiet nach Vertriebslinie (Online vs. Offline) zu berücksichtigen. Diesbezüglich ist festzuhalten, dass die Anteile des Onlinehandels tendenziell weiter zunehmen und somit geringere Kaufkraftpotenziale für den stationären Handel zur Verfügung stehen werden.

Vorgenannte Einschätzung würde sich bei Nicht-Realisierung des FOC in Zevenaar anders darstellen. Nach überschlägiger Einordung könnte dann ein hinreichendes absatzwirtschaftliches Potenzial festgestellt werden (wäre zu verifizieren).

7 Zusammenfassung

In Emmerich am Rhein bestehen Überlegungen zur Etablierung eines City Outlets. Die kritische Masse zur erfolgreichen Etablierung eines City Outlets wird dabei unter Berücksichtigung der Erfahrungen in anderen Projektzusammenhängen mit 7.000 - 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche (GVKF) eingeschätzt. Der Angebotsschwerpunkt liegt üblicherweise im Bereich Fashion (s. Kapitel 3.3). Die wesentlichen Ergebnisse der vorliegenden Potenzialanalyse lassen sich wie folgt zusammenfassen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei der hier vorliegenden Potenzialanalyse davon ausgegangen wird, dass das Fashion Outlet in Zevenaar realisiert werden wird (fortgeschrittene Planungsphase).

Standortbeschreibung

- Die Innenstadt befindet sich im Süden des Siedlungsschwerpunktes der Stadt Emmerich am Rhein. Im Süden bildet der Rhein eine natürliche Barriere. Im Westen stellen der Straßenzug Großer Wall sowie die industriell-gewerblich genutzte Fläche eine Begrenzung dar. Der nördliche Bereich der Innenstadt ist überwiegend durch Wohnnutzung sowie öffentliche Einrichtungen geprägt. In östlicher Richtung stellt der Ergänzungsbereich an der Mennonitenstraße bzw. am Straßenzug Ostwall die Begrenzung der wesentlichen Einkaufslage der Innenstadt dar.
- Im südlichen Bereich der Innenstadt besteht entlang der Rheinpromenade ein gastronomischer Schwerpunkt. Im westlichen Bereich der Innenstadt ist der Verwaltungs-/Dienstleistungs-/Tourismusschwerpunkt lokalisiert (Geistmarkt). Die Hauptlage des Einzelhandels ist im Bereich Kaßstraße (zwischen der Einmündung Gaemsgasse und Kirchstraße) und Neumarkt zu lokalisieren. Zwischen der Hauptlage und dem gastronomischen Schwerpunkt (Rheinpromenade) besteht aktuell Entwicklungspotenzial hinsichtlich einer Verbindungsfunktion zwischen beiden Lagen.
- Entlang der Steintorstraße ist aktuell eine relativ hohe Leerstandsquote festzustellen.
- Westlich (Steintor) der Innenstadt besteht eine Potenzialfläche für mögliche Entwicklungen. Für die Freifläche an der Mennoitenstraße (Wemmer&Janssen) sind bereits Fachmarktkonzepte mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt angedacht.

City Outlet Center

- Grundsätzlich ist ein City Outlet eine relative junge bzw. neue Sonderform des Betriebstyps FOC, die auf dem deutschen Markt zum ersten Mal im City Outlet Bad Münstereifel – bisher erfolgreich – umgesetzt wurde. Das City Outlet Bad Münstereifel gilt deutschlandweit in vielen Kommunen als gelungener Ansatz, die

eigene historische Innenstadt durch die Betriebsform City Outlet positiv und zukunftsfähig im interkommunalen Wettbewerbsgefüge der Einzelhandelsstandorte aufzustellen. Folgende spezifischen Merkmale zeichnen ein City Outlet Center u.a. aus:

- Standort in städtebaulich integrierter Lage, z.B. Geschäftslage einer historischen Innenstadt mit z. T. hoher Leerstandsproblematik;
- Nutzung bestehender Ladengeschäfte (z.B. Leerstände), ggf. ergänzt um Neubauten;
- Gemischte Eigentumsverhältnisse der Immobilien, in denen sich die Geschäftsflächen des City Outlets befinden, mit dem Großteil der Objekte im Eigentum des Investors;
- Professionelles Centermanagement, das Marketing und Management übernimmt.

Wettbewerbsanalyse

- Im Sinne der Untersuchungsfragestellung wurde zur Einschätzung der potenziellen Umsatzerwartung eines möglichen City Outlets Emmerich am Rhein eine Wettbewerbsanalyse der relevanten regionalen Einzelhandelssituation sowie der Wettbewerbssituation im Segment der FOC und der relevanten Angebotsstrukturen im Fabrikverkaufssegment durchgeführt. Hierzu wurden sowohl die relevanten FOC und Outletagglomerationen wie auch die innerstädtischen Haupteinkaufslagen in den umliegenden zentralen Orten sowie der Niederlande charakterisiert und bewertet. Im Rahmen dieser Bewertung wurde ein besonderes Augenmerk auf die Attraktivität, Leistungsfähigkeit, Wettbewerbsfähigkeit und insbesondere die Wettbewerbsrelevanz zu einem möglichen City Outlet in Emmerich am Rhein gelegt.
- Demnach besteht für ein mögliches City Outlets in Emmerich am Rhein insbesondere eine sehr hohe Wettbewerbsintensität durch das in unmittelbarer Nähe geplante Fashion Outlet in Zevenaar (rd. 19 km).

Abgrenzung des Einzugsgebiets sowie Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

- Es liegen derzeit noch keine gesicherten Erkenntnisse zur räumlichen Kundenherkunft von City Outlet Centern vor. Eine tendenziell geringere Verkaufsfläche sowie die vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Umfeld eines möglichen City Outlets Emmerich am Rhein (v. a. Fashion Outlet Zevenaar) sprechen einerseits für ein – im Vergleich zu klassischen FOC-Standorten – geringeres Einzugsgebiet. Die Lage im ländlichen Raum, mit größeren Entfernungen zu den nächsten Oberzentren sowie der Lage an der wichtigen Verbindungsachse Ruhrgebiet-Amsterdam (BAB 3)

sprechen eher für ein ausgedehntes, „FOC-typisches" Einzugsgebiet von 90 Minuten. Stadt + Handel definiert für das mögliche City Outlet, unter kritischer Würdigung der o.g. Einflussfaktoren, ein Einzugsgebiet von max. 60 Fahrminuten.

- Das definierte Einzugsgebiet eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein weist eine Bevölkerungszahl von rd. 7,3 Mio. auf. Rund 19 % des Bevölkerungspotenzials entfällt auf das Naheinzugsgebiet sowie das erweiterte Einzugsgebiet. Der größte Anteil der Einwohner (rd. 81 %) ist somit im Ferneinzugsgebiet verortet, hierzu zählen u.a. die Städte Utrecht, Apeldoorn, Duisburg, Krefeld, Essen und Oberhausen.
- Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in den Zonen des Einzugsgebietes vorhandene einzelhandelsrelevante, sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln und eine Umsatzprognose für die folgenden, untersuchungsrelevanten Sortimente ableiten:
    - Bekleidung,
    - Sportartikel,
    - Schuhe/Lederwaren,
    - Sonstige Sortimente (Home (GPK), Food, Cosmetics, Schmuck, Spielwaren)

Umsatzprognose (unter Berücksichtigung Realisierung Zevenaar)

- Das Umsatzpotenzial für das mögliche City Outlet in Emmerich am Rhein kann, aufgrund der spezifischen örtlichen und regionalen Situation, ungefähr 60:40 aus zwei verschiedenen Bereichen generieret werden:
    - Einwohner im Einzugsgebiet (zzgl. Streuumsätze) **(60 %)**,
    - Touristen (Tagestouristen und Übernachtungsgäste) **(40 %)**.
- Basierend auf den im Rahmen der Analyse getroffenen Annahmen und den durchgeführten Berechnungen kann eine Umsatzerwartung in Höhe von rd. 21,6 Mio. Euro prognostiziert werden. Die Flächenproduktivität eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein liegt somit bei rd. 2.700 Euro/m² Verkaufsfläche.
- Bei der Bewertung dieser Umsatzprognose ist zu berücksichtigen, dass seitens Stadt + Handel von zurückhaltenden Annahmen ausgegangen wurde. Mögliche positive Effekte durch begleitende offensive Werbemaßnahmen, wie eine Steigerung der Zahl der Tagestouristen sowie der Übernachtungsgäste, sind bei der vorliegenden Umsatzprognose nicht berücksichtigt.

Nach fachlichem Dafürhalten liefert das Umsatzpotenzial sowie der zu erwartende Flächenproduktivität keine hinreichende Grundlage für eine wirtschaftliche Tragfähigkeit eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein.

Vorgenannte Einschätzung würde sich bei Nicht-Realisierung des FOC in Zevenaar anders darstellen. Nach überschlägiger Einordung könnte dann ein hinreichendes absatzwirtschaftliches Potenzial festgestellt werden (wäre zu verifizieren).

Vorgenannte Einschätzung würde sich bei Nicht-Realisierung des FOC in Zevenaar anders darstellen. Nach überschlägiger Einordung könnte dann ein hinreichendes absatzwirtschaftliches Potenzial festgestellt werden (wäre zu verifizieren).

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage Emmerich am Rhein in der Region 10

Abbildung 2: Innenstadt nach Lagen (gemäß Entwurfstand EHK März, 2017) 17

Abbildung 3: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche in der Innenstadt Emmerich am Rhein 21

Abbildung 4: Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen in der Innenstadt Emmerich am Rhein 22

Abbildung 5: Lagen in Emmerich am Rhein 22

Abbildung 6: Wettbewerbsrelevante Standorte (innerstädtische Zentren) für ein mögliches City Outlet Emmerich am Rhein 36

Abbildung 7: Zoniertes Einzugsgebiet für ein mögliches City Outlet Emmerich am Rhein (unter Berücksichtigung Zevenaar) 40

Abbildung 8: Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein sowie größere Städte im Randbereich und Umfeld Einzugsgebietes 51

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: FOC-Merkmale 6

Tabelle 2: Bevölkerungsverteilung in der Stadt Emmerich am Rhein 11

Tabelle 3: Ausgewählte sozioökonomische Rahmendaten Emmerich am Rhein und umliegende Keise bzw. Provinzen im Vergleich 13

Tabelle 4: Tourismuskennzahlen für Emmerich am Rhein 15

Tabelle 5: Sortimente und Verkaufsflächen eines möglichen City Outlets 25

Tabelle 6: SWOT-Analyse der Standorteigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten 26

Tabelle 7: Weitere relevante geplante Outlet Center 33

Tabelle 8: FOC und Outletagglomerationen: Wettbewerbsintensität zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein 34

Tabelle 9: Innerstädtische Einkaufslagen und Wettbewerbsintensität zum möglichen City Outlet Emmerich am Rhein 37

Tabelle 10: Einwohner im Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein 42

Tabelle 11: Kommunen im Einzugsgebiet eines möglichen City Outlets Emmerich am Rhein 43

Tabelle 12: Kaufkraft im Einzugsgebiet des möglichen City Outlets Emmerich am Rhein 45

Tabelle 13: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung eines möglichen City Outlets in Emmerich am Rhein nach Zonen (unter Berücksichtigung Fashion Outlet Zevenaar) 48

Tabelle 14: Berechnung des touristischen Umsatzpotenzials 52

Tabelle 15: Umsatzprognose für das mögliche City Outlet Emmerich am Rhein 53

Literatur und sonstige Quellen

Literatur und Handelsfachdaten

BBE Handelsberatung GmbH (2013): Einzelhandelskonzept für die Stadt Kleve. Köln.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.) (2014): Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. Berlin.

CIMA Beratung + Management GmbH (2011): Einzelhandelskonzept für die Stadt Bocholt. Köln.

DDS Digital Data Services GmbH (2016): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Niederlande 2015. Karlsruhe.

Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung (2015): Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Rees. Lörrach/Dortmund.

Ecostra (2016a): Outlet Centres in Europe. Market Survey covering all operating and planned Outlet Centres in the European Countries. Juni 2016. Wiesbaden.

Ecostra (2016b): Outlet Centres in Europe. Market Survey covering all operating and planned Outlet Centres in the European Countries. September 2016. Wiesbaden.

Ecostra (2016c): Outlet Centres in Europe. Market Survey covering all operating and planned Outlet Centres in the European Countries. Dezember 2016. Wiesbaden.

Gemeente Zevenaar (2015): Verdiepende analyse effecten FOC Zevenaar.

Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif) (2014): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Wiesbaden.

GMA (2014): InfoDienst. Ausgabe Juli 2014. Ludwigsburg.

GMA (2015): Factory Outlet Center in Deutschland und Österreich. Ludwigsburg.

IfH RETAIL CONSULTANTS GmbH (2015): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015. Köln.

I&O Research (2015): Feitenonderzoek Factory Outlet Zevenaar. Enschede.

Junker & Kruse (2011): Einzelhandelskonzept für die Stadt Emmerich am Rhein. Dortmund.

Planquadrat Dortmund (2013): Einzelhandel in Wesel. Dortmund/Wesel.

Stadt + Handel (2015): Städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalyse für die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers in der Stadt Remscheid. Dortmund.

Wirtschaftsgeographie der Humboldt-Universität zu Berlin (2015): Auf dem Weg zu nachhaltigeren Einkaufszentren?. Berichte des Arbeitskreises Geographische Handelsforschung 37. Osnabrück.

Vogels, P. & Will, J. (1999): Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen von Factory-Outlet-Center. Grundlagenuntersuchung im Rahmen des Forschungsfeldes „Zentren" des experimentellen Wohnungs- und Städtebau. Basel, Boston, Berlin.

Sonstige Quellen

Bundesagentur für Arbeit, Stand: Oktober 2016, Swing 2016 - Statistisch Zakboek Gelderland 2016.

IT.NRW (2017): Bevölkerung. Düsseldorf.

StatLine, Statistisches Bundesamt 2016.

Statistics Netherlands (2016): Population, Den Haag/Heerlen.

Swing 2016 - Statistisch Zakboek Gelderland 2016.