



FIRU Koblenz GmbH
Schloßstraße 5
56068 Koblenz

Mein Aktenzeichen	Ihre Nachricht vom	Ansprechpartner / Email	Telefon	Datum
/2022_1010.3	05.09.2025	Achim Schmidt achim.schmidt@gdke.rlp.de	0261 6675 3028	19.09.2025

Bitte immer angeben!

Gemarkung **Montabaur**
Projekt **Bebauungsplan "Factory-Outlet Montabaur"**

**Aufstellung B-Plan FOC/ Teilaufhebung B-Plan "ICE-Bahnhof/Teilbereich FOC / 20.
Teiländerung FNP**

hier: **Stellungnahme der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz,
Direktion Landesarchäologie, Außenstelle Koblenz**

Beteiligungsart **§ 4 Abs. 2 BauGB**

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir haben oben genannte Vorhabenplanung bezüglich der archäologischen Aspekte geprüft und nehmen dazu folgendermaßen Stellung:

Betreff Archäologischer Sachstand

**Änderungsinhalt 22.
Teiländerung FNP** **Keine archäologischen Fundstellen innerhalb des Planungsgebietes
bekannt**

**Aufstellung B-Plan -
Erdarbeiten** **Verdacht auf archäologische Fundstellen**
Textfestsetzung: Abschnitt III, Absatz 2, Seite 16.

Überwindung / Forderung:

Keine weiteren Forderungen: Unsere Belange sind berücksichtigt

Erläuterungen zu archäologischem Sachstand

Keine archäologischen Fundstellen innerhalb des Planungsgebietes bekannt

Innerhalb des angegebenen Planungsgebietes sind der Direktion Landesarchäologie bislang keine archäologischen Fundstellen bekannt. Daher haben wir zum jetzigen Zeitpunkt keine Bedenken gegen die Planung. Der Sachverhalt wird im Rahmen der Detailplanungen (Bebauungsplanverfahren etc.) genauer überprüft. Dabei wird der dann aktuelle Forschungsstand berücksichtigt, welcher sich nach Abgabe dieser Stellungnahme durch Fundmeldungen und sonstige Beobachtungen verändern kann. Entsprechend ist oben genannte Dienststelle nach § 2 Abs. 3 DSchG RLP im Verfahren weiterhin zu beteiligen.

Verdacht auf archäologische Fundstellen

Bislang liegen der Direktion Landesarchäologie im Planungsbereich oder dessen direktem Umfeld keine konkreten Hinweise auf archäologische Fundstellen vor. Allerdings stufen wir den Planungsbereich aus topographisch- geographischen Gesichtspunkten als archäologische Verdachtsfläche ein. Dementsprechend können bei Bodeneingriffen bisher unbekannte archäologische Denkmäler zu Tage treten, die vor ihrer Zerstörung durch die Baumaßnahmen fachgerecht untersucht werden müssen.

Erläuterung Überwindungen / Forderungen

Keine weiteren Forderungen: Unsere Belange sind berücksichtigt

Durch die aktuelle Textfestsetzung sind unsere Belange berücksichtigt.

Diese Stellungnahme bezieht sich ausschließlich auf die Belange der Direktion Landesarchäologie. Eine Stellungnahme der Direktion Landesarchäologie, Referat Erdgeschichte (erdgeschichte@gdke.rlp.de) sowie der Direktion Landesdenkmalpflege (geschaeftsstelle-praktischedenkmalpflege@gdke.rlp.de) muss gesondert eingeholt werden.

Bei Rückfragen stehen wir gerne unter der oben genannten Rufnummer oder Emailadresse zur Verfügung. Bitte geben Sie unser oben genanntes Aktenzeichen an.

Mit freundlichen Grüßen

i.A. / i.V.



LANDESARCHÄOLOGIE

Achim Schmidt



ELEKTRONISCHER BRIEF

Landesamt für Geologie und Bergbau Rheinland-Pfalz
Postfach 10 02 55 | 55133 Mainz

FIRU Koblenz GmbH
Schloßstraße 5
56068 Koblenz

Emy-Roeder-Straße 5
55129 Mainz
Telefon +49 6131 9254 0
Telefax +49 6131 9254 123
Mail: office@lgb-rlp.de
www.lgb-rlp.de

02.10.2025

Mein Aktenzeichen Ihr Schreiben vom
Bitte immer angeben! 05.09.2025
3240-0989-24/V3
kp/sdr

Telefon

Bebauungsplan "Factory-Outlet Montabaur" und Teilaufhebung des Bebauungsplanes "ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC" der Stadt Montabaur

Sehr geehrte Damen und Herren,

aus Sicht des Landesamtes für Geologie und Bergbau Rheinland-Pfalz (LGB) werden zum oben genannten Planvorhaben folgende Anregungen, Hinweise und Bewertungen gegeben:

Bergbau / Altbergbau:

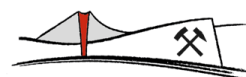
Die Prüfung der hier vorhandenen Unterlagen ergab, dass im Bereich des ausgewiesenen Bebauungsplanes "Factory-Outlet Montabaur" und Teilaufhebung des Bebauungsplanes "ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC" kein Altbergbau dokumentiert ist und aktuell kein Bergbau unter Bergaufsicht erfolgt.

Es erfolgte keine Prüfung der Ausgleichsflächen in Bezug auf Altbergbau. Sofern die Ausgleichsmaßnahmen den Einsatz von schweren Geräten erfordern, sollte hierzu eine erneute Anfrage zur Ermittlung eines möglichen Gefährdungspotenzials erfolgen.

Boden und Baugrund

– allgemein:

Wir verweisen auf unsere Stellungnahme vom 12.11.2024 (Az.: 3240-0989-24/V1), die





auch weiterhin ihre Gültigkeit behält.

- mineralische Rohstoffe

Gegen das geplante Vorhaben bestehen aus rohstoffgeologischer Sicht keine Einwände.

Geologiedatengesetz (GeoldG)

Nach dem Geologiedatengesetz ist die Durchführung einer Bohrung bzw. geologischen Untersuchung spätestens 2 Wochen vor Untersuchungsbeginn beim Landesamt für Geologie und Bergbau Rheinland-Pfalz (LGB) anzuzeigen. Für die Anzeige sowie die spätere Übermittlung der Bohr- und Untersuchungsergebnisse steht das Online-Portal Anzeige geologischer Untersuchungen und Bohrungen Rheinland-Pfalz unter

<https://geoldg.lgb-rlp.de>

zur Verfügung.

Weitere Informationen zum Geologiedatengesetz finden Sie auf den LGB Internetseiten sowie im Fragenkatalog unter

<https://www.lgb-rlp.de/fachthemen/geologiedatengesetz/faq-geoldg.html>

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag

gez.

Dr. Ulrich Dehner

Frauke Arzbächer

Von: Langenstein Sascha <Sascha.Langenstein@Stadt.Koblenz.de>
Gesendet: Dienstag, 7. Oktober 2025 16:10
An: Firu-KO
Cc: info@montabaur.de; Althoff Sebastian; Rippel Thomas
Betreff: Stellungnahme der Stadt Koblenz AW: Bauleitplanung der Stadt Montabaur
Aufstellung des Bebauungsplanes „Factory-Outlet Montabaur“
Anlagen: 251007 Stellungnahme der Stadt Koblenz zum BPlan FOC Montabaur
Verfahren Par 3 u 4 Abs 2 BauGB.pdf; 250704 Stadt und Handel Gutachen
Verträglichkeitsgutachten Outlet Montabaur 07-2025.pdf; 251002 Stadt und
Handel Stellungnahme zur Plausibilität der Marktanteile im
Verträglichkeitsgutachten S+H 07-2025.pdf

Kennzeichnung: Zur Nachverfolgung
Kennzeichnungsstatus: Gekennzeichnet

Caution! This message was sent from outside your organization.

Sehr geehrter Herr Reifenschneider,
Sehr geehrte Damen und Herren,

anbei erhalten Sie die Stellungnahme der Stadt Koblenz zur Aufstellung des Bebauungsplanes „Factory-Outlet Montabaur“ als PDF-Datei. Als Anlage zu dieser Stellungnahme ist dieser Mail zudem ein Gutachten und eine Stellungnahme der Fa. Stadt und Handel beigefügt.

Ich bitte Sie, mir den Eingang der Mail und der Unterlagen kurz zu bestätigen.

Mit freundlichem Gruß
Sascha Langenstein

Stadtverwaltung Koblenz
Amt für Stadtentwicklung und Bauordnung Bahnhofstraße 47
56068 Koblenz

https://eu-central-1.protection.sophos.com?d=koblenz.de&u=d3d3LmtvYmxlbnouZGU=&p=m&i=NjZhOGY0MGQ2ODIzN2MzMmM0OTgyMTZk&t=OUJ2RFRMxRFBmc2xXQ0xuYWVWWkhhcVFoVWV13NkdIL25RSmZIZGZrSzJRRT0=&h=5299520faf2b4fe986db33c5712f950d&s=AVNPUeHUT0NFTkNSWVBUSVYarbEQ6-QfExq76BVd_Plk1vY49nEuS6obR3ZWIPzfMiJHpKvMwJI9AKEAgRZBWBY
Mail: sascha.langenstein@stadt.koblenz.de
Tel.: (0261) 129 - 3160

Sie erreichen mich telefonisch zu folgenden Zeiten:
Mo, Di, Do, Fr 8:00-12:30 Uhr zzgl. Do 14:00-18:00 Uhr

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: VPS@mail.rlp.de <VPS@mail.rlp.de>
Gesendet: Freitag, 5. September 2025 09:37
An: poststelle <poststelle@stadt.koblenz.de>

Betreff: Bauleitplanung der Stadt Montabaur Aufstellung des und Teilaufhebung des Bebauungsplans „ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC“

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Stadtrat der Stadt Montabaur hat in seiner öffentlichen Sitzung am 28.08.2025 den Beschluss zur Durchführung der Öffentlichkeit gemäß § 3 Abs. 2 BauGB sowie die Durchführung der Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 2 BauGB sowie der Nachbargemeinden gemäß § 2 Abs. 2 beschlossen. In der Sitzung am 28.08.2025 wurden auch die Planentwürfe für die Verfahren gem. § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 sowie § 2 Abs. 2 Baugesetzbuch (BauGB) angenommen.

Die Aufstellung des vorliegenden Bebauungsplans „Factory-Outlet Montabaur“ sowie die Teilaufhebung des Bebauungsplans „ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC“ der Stadt Montabaur werden im Parallelverfahren gem. § 8 Abs. 3 S. 1 BauGB zur 20. Teiländerung des Flächennutzungsplans der Verbandsgemeinde Montabaur durchgeführt.

Der Geltungsbereich des Bebauungsplans „Factory-Outlet Montabaur“ wird wie folgt begrenzt:

- *Im Norden durch die Böschungsflächen der ICE-Strecke Köln-Rhein/Main und der BAB 3.
- *Im Süden durch die Auenflächen des Aubachs bzw. die Straße „In der Kesselwiese“ und hieran anschließende Gewerbeflächen östlich der Staudter Straße (K 82).
- *Im Westen durch die Bebauung östlich des Bahnhofsplatzes.
- *Im Osten durch die bestehende Wohnbebauung der Lessingstraße (Wohngebiet „In der Kesselwiese“).

Der räumliche Geltungsbereich umfasst eine Fläche von ca. 10,4 ha. Die Abgrenzung des räumlichen Geltungsbereichs ergibt sich aus dem Übersichtsplan.

Der Geltungsbereich des Teilaufhebung des Bebauungsplans „ICE-Bahnhof Montabaur / Teilbereich FOC“ wird wie folgt begrenzt:

- *Im Westen und Süden durch die Staudter Straße (K 82), *Im Osten durch die Grenzen der Flurstücke-Nrn. 54/39 und 55, Flur 45, Gemarkung Montabaur, *Im Norden durch die Grenze des rechtskräftigen Bebauungsplans „ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC“.

Der räumliche Geltungsbereich der Teilaufhebung umfasst eine Fläche von ca. 360 m². Die Abgrenzung des räumlichen Geltungsbereichs ergibt sich aus dem Übersichtsplan.

Als Behörde oder sonstiger Träger öffentlicher Belange, deren Aufgabenbereich durch die Planung berührt werden kann, bzw. als Nachbargemeinde unterrichten wir Sie hiermit über das Beteiligungsverfahren nach § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 4 Abs. 2 BauGB, das gleichzeitig mit der Beteiligung der Öffentlichkeit nach § 3 Abs. 2 BauGB durchgeführt wird.

Die FIRU Koblenz GmbH ist mit der Bearbeitung des o. g. Bebauungsplans sowie der Durchführung von hierzu erforderlichen Verfahrensschritten gemäß § 4b BauGB beauftragt.

Die Unterlagen zum Vorentwurf des Bebauungsplans sowie bereits vorliegende Gutachten sind auf der Internetpräsenz der Verbandsgemeinde Montabaur unter

https://eu-central-1.protection.sophos.com?d=vg-montabaur.de&u=d3d3LnZnLW1vbnRhYmF1ci5kZQ==&p=m&i=NjZhOGY0MGQ2ODIzN2MzYmM0OTgyMTZk&t=SFc5ems1Qi93ZDhHMFhRSmZ2cHlhMTBTWTRSVTZvWXJ3ZldYeHRoMFRaZz0=&h=5299520faf2b4fe986db33c5712f950d&s=AVNPUEhUT0NFTkNSWVBUSVYarbEQ6-QfExq76BVd_Plk1vY49nEuS6obR3ZWIPzfMiJHpKvMwJI9AKEAgRZBWBY > Rubrik Leben & Erleben > Bauen & Wohnen > Laufende Bauleitplanverfahren > Bebauungspläne der Stadt Montabaur > Bebauungsplan Factory-Outlet Montabaur und Teilaufhebung des Bebauungsplans „ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC“

ab dem

08.09.2025

eingestellt und können heruntergeladen werden.

Folgende Unterlagen stehen zur Verfügung:

- *Bekanntmachungstext mit Übersichtsplänen *Übersichtsplan zum Geltungsbereich des Bebauungsplans „Factory-Outlet Montabaur“.
- *Übersichtsplan zur Teilaufhebung des Bebauungsplans "ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC".
- *Zeichnerische Festsetzungen - Planzeichnung (Entwurf).
- *Textliche Festsetzungen (Entwurf).
- *Begründung mit Umweltbericht (Entwurf).
- *Anlage zur Begründung: Ecostra (08/2022): Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis); Wiesbaden.
- *Anlage zur Begründung: Ecostra (07/2022): Auswirkungen auf die Entwicklungsziele der Städtebaufördermaßnahmen in den Städten Montabaur, Koblenz und Diez durch die geplante Flächenerweiterung des Outlet Montabaur; Wiesbaden.
- *Anlage zur Begründung: Ecostra (06/2025): Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse 08/2022 zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis); Wiesbaden.
- *Anlage zur Begründung: Ecostra (08/2025): Aktualisierung der Kaufkraftstromanalyse und Neubewertung möglicher Auswirkungen zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis) (ecostra 08/2025), Wiesbaden.
- *Anlage zur Begründung: Junker + Kruse (01/2024): Gutachterliche Plausibilitätsprüfung einer städtebaulichen Auswirkungsanalyse von ecostra zur geplanten Erweiterung des Montabaur The Style Outlet in der Verbandsgemeinde Montabaur (2021/22); Dortmund.
- *Anlage zur Begründung: Junker + Kruse (12/2023): Stellungnahme Bestimmung von Sportbekleidung und Sportschuhen in Abgrenzung zu „Alltags“bekleidung und -schuhen; Dortmund.
- *Anlage zur Begründung: Junker + Kruse (08/2025): Gutachterliche Plausibilitätsprüfung der vorgelegten Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse 08/2022 (Stand: 23. Juni 2025) sowie Aktualisierung der Kaufkraftstromanalyse und Neubewertung möglicher Auswirkungen zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung (Stand: 22. August 2025) von ecostra zur geplanten Erweiterung des Montabaur The Style Outlets in der Verbandsgemeinde Montabaur, Dortmund
- *Anlage zur Begründung: Freiraumplanung Diefenthal (01/2021): Fachbeitrag Artenschutz zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ in Montabaur – Vorprüfung Stufe I gem. § 44 BNatSchG; Moschheim.

- *Anlage zur Begründung: Freiraumplanung Diefenthal (07/2025): Fachbeitrag Artenschutz zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ in Montabaur –Stufe II gem. § 44 BNatSchG; Moschheim.
- *Anlage zur Begründung: Freiraumplanung Diefenthal (07/2025): Fachbeitrag Naturschutz zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Factory Outlet Montabaur“ in Montabaur; Moschheim.
- *Anlage zur Begründung: Büro für ökologische Fachplanungen (12/2021): Erweiterung Factory Outlet Center Montabaur – Fachgutachten Fledermaus und Haselmaus; Heuchelheim.

- *Anlage zur Begründung: R+T Verkehrsplanung GmbH (02/2021): Verkehrsuntersuchung zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ in Montabaur; Darmstadt.
- *Anlage zur Begründung: R+T Verkehrsplanung GmbH (11/2021): - Stellungnahme - Verkehrsuntersuchung zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Styles Outlets“ in Montabaur; Darmstadt.
- *Anlage zur Begründung: R+T Verkehrsplanung GmbH (07/2022): Weitergehende Untersuchung - Verkehrsuntersuchung zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Outlet Montabaur“; Darmstadt.
- *Anlage zur Begründung: R+T Verkehrsplanung GmbH (04/2025): Aktualisierung – Verkehrsuntersuchung zur geplanten Flächenerweiterung des „Montabaurer Outlets“; Darmstadt.
- *Anlage zur Begründung: FIRU GfI mbH (08/2025): Schalltechnische Untersuchung zum Bebauungsplan „Factory Outlet Montabaur“ in Montabaur; Kaiserslautern.
- *Anlage zur Begründung: BGH Plan (02/2025): Erweiterung Outlet Center Montabaur the Style Outlets - Sichtachsenanalyse - Visualisierung; Trier.
- *Anlage zur Begründung: iq Projektgesellschaft (04/2025): Wirtschafts- und Tourismusstudie – Analyse der touristischen Bedeutung des Factory-Outlet-Centers Montabaur The Style Outlets und der regionalwirtschaftlichen Effekte durch den Betrieb und durch die geplante Erweiterung; München.
- *Anlage zur Begründung: GBI KIG Kommunale Infrastruktur GmbH (05/2025): Stadt Montabaur – Aufstellung Bebauungsplan FOC II – Vorplanung Entwässerungskonzept; Montabaur.
- *Anlage zur Begründung: Artec Ingenieurgesellschaft mbH (01/2025): Anbindung K 82 Erweiterung FOC Montabaur- Konzeptionelle Darstellung – Lageplan Knoten; Limburg-Offheim.
- *Nach Einschätzung der Stadt wesentliche bereits vorliegende umweltbezogene Stellungnahmen *Formblatt Datenschutz

Nähere Informationen können Sie der beigefügten Bekanntmachung entnehmen.

Soweit Sie gedruckte Unterlagen benötigen, wenden Sie sich bitte telefonisch oder per Mail an uns (0261-914798-0, firu-ko@firu-ko.de).

Weiterhin liegen im Rahmen der Veröffentlichung gem. § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 sowie § 2 Abs. 2 BauGB die Planunterlagen in der Zeit vom

08.09.2025 bis einschließlich 08.10.2025

bei der Verbandsgemeindeverwaltung Montabaur, Bauverwaltung, Zimmer 222, Konrad-Adenauer-Platz 8, 56410 Montabaur während der Dienststunden

montags, dienstags und mittwochs von 08:00 bis 12:30 Uhr und 14:00 bis 16:00 Uhr

donnerstags von 08:00 bis 12:30 Uhr und 14:00 bis 18:00 Uhr

freitags

von 08:00 bis 12:30 Uhr

zu jedermanns Einsichtnahme öffentlich aus.

Wir bitten Sie, uns über von Ihnen beabsichtigte oder bereits eingeleitete Planungen und sonstige Maßnahmen, die für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung im Plangebiet bedeutsam sein können, und deren zeitliche Abwicklung in Kenntnis zu setzen sowie uns die Ihnen verfügbaren Informationen, die für die Ermittlung und Bewertung des Abwägungsmaterials zweckdienlich sind, zur Verfügung zu stellen.

Wir bitten um Stellungnahme bis zum

08.10.2025

an unsere Adresse

FIRU Koblenz GmbH, Schloßstraße 5, 56068 Koblenz

oder an

firu-ko@firu-ko.de

und bitten Sie, alle Ihrer Verwaltung angegliederten Behörden und Stellen von sich aus zu berücksichtigen.

Wir weisen Sie darauf hin, dass Stellungnahmen, die nicht rechtzeitig abgegeben worden sind, unter den Voraussetzungen des § 4a Abs. 5 BauGB unberücksichtigt bleiben können.

Datenschutz:

Die Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt auf der Grundlage der Art. 6 Abs. 1 Buchstabe e Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) i. V. mit § 3 BauGB und dem Landesdatenschutzgesetz Rheinland-Pfalz (LD SG RLP).

Sofern Sie Ihre Stellungnahme ohne Absenderangaben abgeben, erhalten Sie keine Mitteilung über das Ergebnis der Prüfung Ihrer Stellungnahme. Weitere Informationen entnehmen Sie bitte dem Formblatt „Datenschutzrechtliche Informationspflichten im Bauleitplanverfahren“, das ebenfalls öffentlich ausliegt.

Freundliche Grüße

i.A. Marc Reifenschneider

M. Sc. Stadt- und Regionalentwicklung

--

FIRU Koblenz GmbH

Schloßstraße 5
56068 Koblenz
Tel.: +49 (0) 261 / 914 798-15

Fax: +49 261 914 798-19

m.reifenschneider@firu-ko.de <mailto:m.reifenschneider@firu-ko.de>

https://eu-central-1.protection.sophos.com?d=firu-mbh.de&u=d3d3LmZpcnUtbWJoLmRI&p=m&i=NjZhOGY0MGQ2ODIzN2MzYmM0OTgyMTZk&t=SU85WDd3aXJDVzN2N0IER2tUbmcyVVo0L1BmSDZza2h4YWlwVVNPanJScz0=&h=5299520faf2b4fe986db33c5712f950d&s=AVNPUEhUT0NFTkNSWVBUSVYarbEQ6-QfExq76BVd_Plk1vY49nEuS6obR3ZWIPzfMiJHpKvMwJI9AKEAgRZBWBY <https://eu-central-1.protection.sophos.com?d=firu-mbh.de&u=aHR0cDovL3d3dy5maXJ1LW1iaC5kZS8=&p=m&i=NjZhOGY0MGQ2ODIzN2MzYmM0OTgyMTZk&t=dkVMOWJEcis4UW1SZlBhQk1ySWlwTStPMDZWcE5ITzB6U2VrT254WWVLVT0=&h=5299520faf2b4fe986db33c5712f950d&s=AVNPUEhUT0NFTkNSWVBUSVYarbEQ6-QfExq76BVd_Plk1vY49nEuS6obR3ZWIPzfMiJHpKvMwJI9AKEAgRZBWBY>

Geschäftsführer: Dipl.-Ing. Oliver Knebel

Sitz: 56068 Koblenz

Amtsgericht Koblenz – HRB 26546

Wenn Sie nicht die richtig adressierte Person sind und diese Nachricht (Mail oder Fax) irrtümlich erhalten haben, dürfen Sie diese nicht weiterverarbeiten.

Bitte löschen Sie diese Nachricht und informieren Sie das Security-Management der Stadtverwaltung Koblenz. Informationen zum Datenschutz können Sie dem Internetangebot der Stadt Koblenz unter dem Bereich Datenschutz bereichsspezifisch entnehmen:

https://eu-central-1.protection.sophos.com?d=koblenz.de&u=aHR0cHM6Ly93d3cua29ibGVuei5kZS9kYXRlbnNjaHV0ei9iZXJlaWNoc3NwZXppZmlzY2hlLWluZm9ybWF0aW9uZW4tbmFjaC1hcnQtMTMtZHNndm8v&p=m&i=NjZhOGY0MGQ2ODIzN2MzYmM0OTgyMTZk&t=RmVWT1VvSEF3VGh6YXdhZHVJR0NlVzBSVDfKNfErBNQWDFyZGtRMkhIYz0=&h=5299520faf2b4fe986db33c5712f950d&s=AVNPUEhUT0NFTkNSWVBUSVYarbEQ6-QfExq76BVd_Plk1vY49nEuS6obR3ZWIPzfMiJHpKvMwJI9AKEAgRZBWBY

Hinweise zu den bestehenden Risiken der E-Mail-Kommunikation und zu alternativen Versand- und Kommunikationswegen können Sie hier erhalten:

https://eu-central-1.protection.sophos.com?d=koblenz.de&u=aHR0cHM6Ly93d3cua29ibGVuei5kZS9pbXBvZXNzdW0v&p=m&i=NjZhOGY0MGQ2ODIzN2MzYmM0OTgyMTZk&t=ZFIUNTZ1VzIYazZXNUVzc2RLUTVITXRPWW4d1dtTDkwWjA1cHdEMGdIZz0=&h=5299520faf2b4fe986db33c5712f950d&s=AVNPUEhUT0NFTkNSWVBUSVYarbEQ6-QfExq76BVd_Plk1vY49nEuS6obR3ZWIPzfMiJHpKvMwJI9AKEAgRZBWBY

Stadtverwaltung Koblenz - Postfach 201551 - 56015 Koblenz

Stadt Montabaur
c/o Firu Koblenz GmbH
Schloßstraße 5
56068 Koblenz

per Mail an: firu-ko@firu-ko.de

Beigeordneter
Prof. Dr. Andreas Lukas
Baudezernent



Bahnhofstraße 47
56068 Koblenz

07. Oktober 2025

Ihr Zeichen:

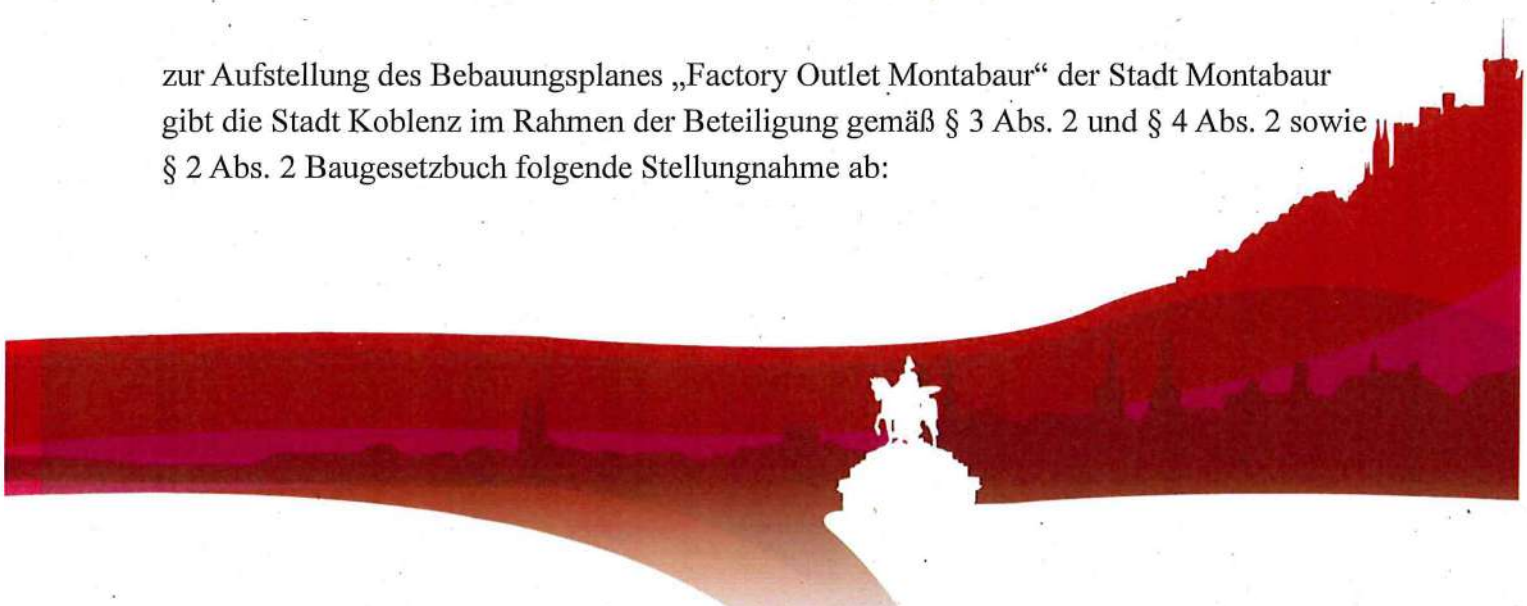
Unser Zeichen:

Ansprechpartner/in:
Sascha Langenstein
Stadtentwicklung
sascha.langenstein@stadt.koblenz.de
(nicht für förmliche Rechtsbehelfe)
Tel. zentral: 0261 129 - 0
Tel.: 0261 129 - 3160
Fax: 0261 129 - 9998

Stellungnahme der Stadt Koblenz zur Aufstellung des Bebauungsplanes „Factory Outlet Montabaur“ der Stadt Montabaur im Rahmen der Beteiligung gemäß § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 sowie § 2 Abs. 2 Baugesetzbuch

Sehr geehrter Herr Reifenschneider,
Sehr geehrte Damen und Herren,

zur Aufstellung des Bebauungsplanes „Factory Outlet Montabaur“ der Stadt Montabaur gibt die Stadt Koblenz im Rahmen der Beteiligung gemäß § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 sowie § 2 Abs. 2 Baugesetzbuch folgende Stellungnahme ab:



Nichtbeeinträchtigungsgebot

Der Stadtverwaltung Koblenz ist bekannt, dass die Obere Raumordnungsbehörde im Raumordnungsverfahren keine Beeinträchtigung des Ziels 60 „Nichtbeeinträchtigungsgebot“ des Landesentwicklungsprogrammes Rheinland-Pfalz erkannt hat. Diese Einschätzung wurde auf Grundlage einer Auswirkungsanalyse der ecostra GmbH Wiesbaden getroffen.

Die von ecostra angesetzten Grundlagendaten insbesondere hinsichtlich des Bestandsumsatzes in der Koblenzer Innenstadt, des Umsatzanteils von Planvorhaben in der Kernzone und der Kaufkraft werden von uns hinterfragt. Ecostra hätte bei seinen Bewertungen städtebaulichen Kriterien insb. mit Blick auf die deutlich zunehmende Attraktivität des erweiterten FOC sowie die bereits erkennbaren Schwierigkeiten der Innenstadt Koblenz stärker gewichten müssen.

Daher hat die Stadt Koblenz eine eigene Bewertung der Auswirkungen der Erweiterung des FOC auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Koblenz erarbeiten lassen, bei der auch städtebauliche Kriterien in angemessen Umfang berücksichtigt werden. Dieses „Gutachten von Stadt + Handel für die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur 07/2025“ ist diesem Schreiben beigelegt.

Bereits im Februar 2023 hatte Stadt + Handel eine Validitätsprüfung der „Städtebaulich und raumordnerisch orientierten Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur“ vorgenommen, auf die die Stadt Koblenz ihre Stellungnahme im Verfahren gemäß § 4 Abs. 1 Baugesetzbuch gestützt hatte.

Die darin vorgenommene Schätzung des Marktanteils anhand der Formel $MA(i) = KA(i) * V(i) * E(i) * S(i) * LFB$ wurden von ecostra in der "Bewertung und Kommentierung der eingegangenen Stellungnahmen der Träger öffentlicher Belange" vom 08. Dezember 2023 deutlich kritisiert. Laut ecostra sei beim Parameter $KA(i)$ allein der Marktanteil der Outlet Center am gesamten relevanten Markt in Deutschland und nicht der Marktanteil aller Betriebstypen, welche die jeweiligen Sortimentsbereiche anbieten, anzusetzen.

Nach unserer Einschätzung tritt das Outlet Montabaur jedoch nicht als ein homogener „Outlet-Betriebstyp“ in den Wettbewerb, welcher ausschließlich in Konkurrenz zu weiteren deutschlandweit weitmaschig verteilten Outlet-Centern steht. Basierend auf dieser Annahme würden sich Umsatzumverteilungseffekte im Umkehrschluss nur für andere Outlet-Center ergeben, was faktisch nicht der Fall ist. Die Kritik seitens ecostra und die Bestätigung seitens Junker&Kruse ist demnach fernab der sozioökonomischen Realität. Beachten

Sie dazu auch die Ausführungen in der ergänzenden Stellungnahme von Stadt+Handel 10/2025 zur Plausibilität der angesetzten Marktanteile im Marktanteilsmodell des Verträglichkeitsgutachtens von Stadt + Handel 07/2025, die diesem Schreiben beigelegt ist.

Vor diesem Hintergrund sind die Annahmen zum Parameter KA(i) im Gutachten von Stadt + Handel 07/2025 sachgerecht und tragfähig. Im Ergebnis kann laut Gutachten eine Beeinträchtigung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Koblenz nicht ausgeschlossen werden. Zudem ist die Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche anderer zentraler Orte wahrscheinlich.

Es muss daher festgestellt werden, dass das Planvorhaben gegen die gesetzlichen Vorgaben insbesondere § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung und Ziel 60 Landesentwicklungsprogramm verstößt.

Vor diesem Hintergrund regen wir an, die zulässigen Verkaufsflächen insbesondere im Sortiment Sportartikel weiter zu reduzieren, um die Planung rechtssicher durchführen zu können. Die Stadt Koblenz behält sich eine weitere fachliche und rechtliche Prüfung vor.

Verkehr / Erschließung

Die Verkehrsuntersuchung zur Flächenerweiterung „Montabaur The Styles Outlets“ in Montabaur der R+T Verkehrsplanung GmbH Darmstadt vom 10. Februar 2021 kommt in Kapitel 4.2.2 zu dem Ergebnis, dass der Knotenpunkt K1 schon in der Prognose Nullfall keine ausreichende Leistungsfähigkeit aufweist. Die Qualitätsstufen des Verkehrsablaufs verschlechtern sich durch die Planung weiter.

Eine Konfliktlösung findet nicht statt, obwohl die Planung zu einer deutlichen Verkehrszunahme beiträgt und die ohnehin schon mangelnde Leistungsfähigkeit auf Zeiträume ausgedehnt wird, die bisher eine noch ausreichende Leistungsfähigkeit aufweisen (Freitagmittag).

Dieser durch das Planvorhaben ausgelöste Konflikt wird im Bebauungsplanverfahren nicht gelöst. Aufgrund des erheblichen Leistungsdefizites des Knotenpunktes K1 sind Zweifel gerechtfertigt, ob die Erschließung des Vorhabens gesichert ist.

Daher regen wir an, dass bereits durch Vorgaben im Bebauungsplan eine ausreichende Leistungsfähigkeit des Knotenpunktes gewährleistet wird, um die gesicherte Erschließung des Vorhabens sicherzustellen.

Artenschutz

Mit Stand vom Dezember 2021 wurde zur geplanten Erweiterung des FOC Montabaur ein Fachgutachten für Fledermäuse und Haselmäuse durch das Büro für ökologische Fachplanungen Dipl. Ing. Andrea Hager, Heuchelheim erstellt. Das Gutachten kommt in Kapitel 3 zu dem Ergebnis, dass bei Einhaltung der unter V1 – V3 dargelegten Maßnahmen das Eintreten von Verbotstatbeständen nach § 44 BNatSchG vermeidbar ist. Die Maßnahme V1 beinhaltet den Erhalt der baumreichen Habitatstrukturen: „Als wertvollster Bereich innerhalb des UG wurde der nördliche Baumbestand (2.) mit teilweise sehr alten Obstbäumen und einigen Eichen gesehen.“ Auch die aktuelle Artenschutzuntersuchung Stufe II bestätigt die Wertigkeit dieses Baumbestands.

Der aktuelle Bebauungsplanentwurf sieht jedoch ein Baufenster auf großen Teilen des Baumbestandes (2.) vor. Es ist insofern fraglich, ob artenschutzrechtliche Konflikte ausgeschlossen werden können.

Daher regen wir an, das Baufenster dergestalt zu verkleinern, dass die baumreichen Habitatstrukturen dauerhaft erhalten bleiben können und somit ein Verstoß gegen Verbotstatbeständen nach § 44 BNatSchG vermieden wird.

Mit freundlichen Grüßen

In Vertretung:



(Prof. Dr. Andreas Lukas)

Anlagen:

- 1) Gutachten von Stadt + Handel für die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur 07/2025
- 2) Stellungnahme von Stadt+Handel 10/2025 zur Plausibilität der angesetzten Marktanteile im Marktanteilsmodell des Verträglichkeitsgutachtens von Stadt + Handel 07/2025

Gut- achten

07/2025

**für die geplante Erweiterung des
Outlet Montabaur
in Montabaur, Am Fashion Outlet 72**

Hier: Verträglichkeitsgutachten für ein
Bebauungsplanverfahren zur Ausweisung
eines Sondergebiets gem. § 11 Abs. 3
BauNVO – Fokus auf die Innenstadt Koblenz

Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund,
Handelsregisternummer HRB
33826, Hauptsitz: Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadtverwaltung Koblenz
Amt für Stadtentwicklung und
Bauordnung
Bahnhofstraße 47
56068 Koblenz

VERFASSER

M. Sc. Mathias Tetzlaff
Geogr. M.A. Andreas Q. Schuder
B. Sc. Lukas Pätz

Dortmund, 04.07.2025

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Neue Wege. Klare Pläne.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Ausgangssituation und Zielsetzung	1
2	Methodik	3
3	Standortbeschreibung	10
3.1	Makrostandort	10
3.2	Mikrostandort	11
4	Markt- und Standortanalyse	15
4.1	Ableitung des Untersuchungsraumes und des umverteilungsrelevanten Umsatzanteils im Untersuchungsraum	15
4.2	Angebotsanalyse	19
4.3	Nachfrageanalyse	29
4.4	Städtebaulich-funktionale Analyse des zentralen Versorgungsbereichs HZ Innenstadt Koblenz	34
4.5	Bewertung der angebots- und nachfrageseitigen Strukturen	40
5	Vorhabendaten	44
5.1	Sortimente und Verkaufsflächen	44
5.2	Umsatzherleitung für das Outlet Montabaur im Bestand (Marktanteilsmodell)	47
5.3	Umsatzprognose für das erweiterte Outlet Montabaur (Marktanteilsmodell)	55
5.4	Zusammenfassung Bestandsumsatz und Umsatzprognose des Outlet Montabaur	62
6	Auswirkungsanalyse	64
6.1	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	64
6.2	Vorbemerkung zur Städtebaulichen Einordnung der Absatzwirtschaftlichen Auswirkungen	71
6.3	Städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Fokus: ZVB HZ Innenstadt Koblenz)	72
6.4	Einordnung in die landesplanerischen Zielstellungen (LEP IV Rheinland-Pfalz 2008)	79
7	Zusammenfassung der Ergebnisse	82
	Anhang	I

Ausgangssituation und Zielsetzung

In der Stadt Montabaur (Westerwaldkreis) ist unmittelbar südlich des ICE-Bahnhofs das „Outlet Montabaur“¹ angesiedelt. Das Outlet hat am 30.07.2015 eröffnet und verfügt aktuell über insgesamt 54 Einzelhandelsbetriebe mit einer erfassten Gesamtverkaufsfläche von 9.032 m².² Die aktuell zulässige Gesamtverkaufsfläche des Outlet Montabaur liegt bei 10.000 m².

Von Seiten des Betreibers wird eine deutliche Verkaufsflächenerweiterung angestrebt. Im Rahmen des positiv beschiedenen Zielabweichungsantrags der Verbandsgemeinde³ Montabaur und der Stadt Montabaur bzgl. Z 58 (städtebauliches Integrationsgebot) wurde eine maximale Gesamtverkaufsfläche von 19.800 m² von der oberen Landesplanungsbehörde festgesetzt. Ursprünglich war eine Gesamtverkaufsfläche von 21.800 m² beantragt worden – dies wurde mit dem Schreiben vom 26.03.2024 auf eine Gesamtverkaufsfläche von 19.800 m² reduziert. Vorgesehen ist dementsprechend eine Erweiterung der zulässigen Gesamtverkaufsfläche um 9.800 m² (nahezu Verdoppelung der Fläche).

Es handelt sich somit um die Erweiterung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes, der raumbedeutsam ist und überörtliche Bedeutung hat.

Sowohl der von Stadt + Handel im Auftrag der Stadt Koblenz erarbeitete fokussierte Plausibilitätscheck als auch die fundierte Validitätsprüfung ergaben, dass das Gutachten ecostra MTSO 2021⁴ und die entsprechende Ergänzung MTSO 2022⁵ aus fachgutachterlicher Perspektive gravierende Mängel aufweist und zusätzlich weder dem gerichtlich geforderten Worst Case-Ansatz noch einer entsprechenden Prognosepflicht nachkommt. Fachlich ist daher davon auszugehen, dass die tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens Outlet Montabaur auf die Bestandsstrukturen bei methodisch korrekter Beurteilung absehbar deutlich schwerwiegender ausfallen, insbesondere im Hinblick auf negative städtebauliche Auswirkungen.

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse hat der Stadtrat der Stadt Koblenz beschlossen, vorbereitende Schritte für ein mögliches Normenkontrollverfahren beim OVG Rheinland-Pfalz, hinsichtlich der Bebauungsplanung zur Erweiterung des Outlet Montabaur, zu initiieren.

¹ Ehemals „Fashion Outlet Montabaur“ „Montabaur The Style Outlets“. Im Folgenden als **Outlet Montabaur** benannt.

² Erhebung: Stadt + Handel 03/2025

³ Im Folgendem abgekürzt als **VG**.

⁴ Ecostra Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa (30.06.2021): Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Wirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis), Wiesbaden. Im Folgenden als **ecostra MTSO 2021** bezeichnet.

⁵ Ecostra Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa (06.08.2022): Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Wirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis), Wiesbaden. Im Folgenden als **ecostra MTSO 2022** bezeichnet. Es handelt sich dabei um eine Ergänzung zu ecostra MTSO 2021.

In diesem Kontext soll auf Grundlage der Ergebnisse der fundierten S+H Validitätsprüfung 2023 eine eigenständige Verträglichkeitsanalyse für die Erweiterung des Outlet Montabaur erfolgen – diese soll dabei auf die wesentlichen Sortimente und deren Auswirkungen auf die Innenstadt von Koblenz fokussiert werden. Neben den Auswirkungen auf die Koblenzer Innenstadt (Z 60 Nichtbeeinträchtigungsgebot LEP IV Rheinland-Pfalz) wird auch der erkennbare Konflikt zu Z 58 Integrationsgebot des LEP IV Rheinland-Pfalz thematisiert.

Als Grundlage für das weitere Verfahren werden im vorliegenden Gutachten folgende Punkte untersucht und bewertet:

Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen mit Fokus auf die Innenstadt Koblenz

- Auswirkungen auf den Bestand und/oder die Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches HZ Innenstadt Koblenz

Bewertung des Vorhabens gemäß normativen Aspekten: BauGB/BauNVO sowie Landesplanung

- Einordnung in die normativen Vorgaben gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und demnach Prüfung der bauplanerisch relevanten Normenkette § 1 Abs. 6 Nr. 4, § 2 Abs. 2, § 1 Abs. 4 BauGB
- Einordnung in die Ziele des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008⁶, v. a. bzgl.
 - Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z 60) – ggf. unter Berücksichtigung etwaiger Vorschädigungen in der Koblenzer Innenstadt
 - Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58)

Im Rahmen der Verträglichkeitsanalyse wird letztlich eingeordnet, ob sich das Vorhaben unter Beachtung der oben genannten Rahmenbedingungen als verträglich

- gem. der Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO und
- gem. der Vorgaben des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008

darstellt.

⁶ Ministerium des Innern und für Sport (2008): Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Mainz. Im Folgenden als **LEP IV Rheinland-Pfalz 2008** benannt.

Angebotsanalyse

Es werden angesichts der vorliegenden Planungskonzeption sowie der städtebaulichen Ausgangslage die Sortimente

- Bekleidung⁷
- Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren⁸
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)⁹

für untersuchungsrelevant eingeschätzt. Die Sortimentsunterteilung bildet dabei die sozioökonomische Realität bestmöglich ab, denn das Sortiment Sportartikel stellt inkl. Sportbekleidung und Sportschuhe ein in der sozioökonomischen Realität existierendes eigenständiges Sortiment (Sportfachgeschäfte/-fachmärkte) dar. Auch in der Sortimentsliste des Entwurfs des Einzelhandelskonzepts für die Verbandsgemeinde Montabaur¹⁰ wird das Sortiment Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte) als eigenständiges Sortiment ausgewiesen, wie auch im Einzelhandelskonzept der Stadt Koblenz¹¹.

Es handelt sich bei den hier untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen um innenstadtrelevante Sortimente gem. Koblenzer Sortimentsliste als auch der Sortimentsliste für die Stadt Montabaur (Entwurf).

Für die Erstellung dieses Verträglichkeitsgutachtens hat Stadt + Handel die Daten im Untersuchungsraum im März 2025 erhoben. Die Erhebung erfolgte durch eine Standortbegehung und sortimentsgenaue Verkaufsflächenerfassung (differenziert nach innen- und außenliegender Verkaufsfläche) der im Sinne der Untersuchungsfragen relevanten Betriebe bzw. Sortimente im Untersuchungsraum (s. u.) wie folgt:

Ausgewählte zentrale Versorgungsbereiche (höherer Kategorie: z. B. Hauptzentren, Innenstadtzentren, Stadtteilzentren, Nebenzentren):

- Erfassung des kompletten Bestandes im Haupt- und Randsortiment im jeweiligen untersuchungsrelevanten Sortiment.

⁷ Die Warengruppe Bekleidung umfasst die Einzelsortimente Oberbekleidung, sonstige Bekleidung und Second-Hand-Bekleidung gem. Sortimentsliste der Stadt Koblenz. Im Folgenden zusammengefasst als Sortiment Bekleidung benannt.

⁸ Im Folgenden zusammengefasst als Sortiment Schuhe/Lederwaren benannt.

⁹ Im Folgenden werden die Warengruppen zusammengefasst als Sortiment Sportartikel benannt. Die Sortimentsgruppe Sportartikel umfasst Sportbekleidung (Funktions-, Laufbekleidung, Trikots etc. und auch Sporttaschen/Sportrucksäcke) Sportschuhe (Wander-, Jogging-, Fußballschuhe etc.) und kleinere Sportgeräte (Nordic-Walking-Stöcke, Bälle etc.) die zum Betreiben einer Sportart dienen. Labelbezogene Bekleidung (T-Shirts, Pullover z. B. von Adidas oder Puma), Schuhe für den Alltagsgebrauch (Sneakers etc.) werden nicht dieser Sortimentsgruppe zugeordnet, sondern den entsprechenden Sortimentsgruppen (Sneakers = Schuhe/Lederwaren und T-Shirt = Bekleidung etc.). Diese Definition gilt sowohl für die Erhebung der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum wie auch für das Sortimentskonzept des Outlet Montabaur.

¹⁰ BBE Handelsberatung GmbH (2022): Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur (Entwurf Stand 2022-08-05), S. 184.

¹¹ GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (2016): Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Koblenz, Endfassung Februar / September 2016, S. 99. Im Folgenden abgekürzt als **EHK Koblenz 2016** benannt.

Außerhalb von ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen höherer Hierarchiestufe – Anbieter in Sonderstandorten und weiteren sonstigen Lagen:

- Erfassung strukturprägender Anbieter und Standortagglomerationen mit einem untersuchungsrelevanten Sortiment als Hauptsortiment und einer Strahlkraft über den Nahbereich hinaus (mind. 400 m² Gesamtverkaufsfläche oder mind. 400 m² untersuchungsrelevante sortimentspezifische Verkaufsfläche im Randsortiment¹²).

Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes (u. a. BVerwG 4 C 14.04 und BVerwG 4 C 1.16) vom November 2005 bzw. 2016 fand im Rahmen der Bestandserhebung Anwendung.

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes dient in erster Linie der methodischen Grundlage zur Sortimentsbetrachtung und den absatzwirtschaftlichen Berechnungen.

Die von Stadt + Handel ausgewiesenen Werte für einzelne Lagen (z. B. zentrale Versorgungsbereiche) können aufgrund der vorstehenden Erhebungsmethodik sowie des teilweise relativ hohen zeitlichen Versatzes von den Angaben in den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten abweichen.

Umsatzschätzung (Bestandsumsatz/Umsatzprognose)

Zur Beurteilung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens wird eine Umsatzschätzung der untersuchungsrelevanten Betriebe und Sortimente im Untersuchungsraum durchgeführt¹³. Basis für die Umsatzschätzung der untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen sowie für die Umsatzprognose des in Rede stehenden Planvorhabens bilden:

- Branchen- und betriebsübliche Leistungskennziffern (u. a. EHI handelsdaten aktuell, Retail Real Estate Report Germany der Hahn-Gruppe, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels BBE 2024),
- Kennwerte aus Unternehmensveröffentlichungen,
- laufende Auswertung von Fachliteratur,
- Kennwerte aus Einzelhandelsgutachten aus dem Untersuchungsraum.

Hinsichtlich des Planvorhabens wird der Bestandsumsatz und die Umsatzprognose konkret anhand eines sortimentspezifischen Marktanteilskonzepts (*=Marktanteilsmodell*) abgeleitet, sodass der spezifischen Ausgangssituation für das in Rede stehenden Planvorhaben Rechnung getragen wird. Der zu erwartende Marktanteil und der daraus resultierende Vorhabenumsatz bestimmen sich jeweils anhand der konkret zu analysierenden und zu bewertenden standortrelevanten und wettbewerbsrelevanten Rahmenbedingungen.

¹² Nach fachlichem Dafürhalten kann, unter Berücksichtigung der spezifischen örtlichen Gegebenheiten, diesen Einzelhandelsbetrieben (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) eine nennenswerte Relevanz für die Versorgung der Bevölkerung attestiert werden. Neben der Struktur der örtlichen Bestandsbetriebe findet insbesondere auch die Dimensionierung des Planvorhabens hierbei Berücksichtigung. Im vorliegenden Gutachten werden diese Betriebe, in Bezug auf die Untersuchungsfragestellung, als strukturprägende Wettbewerber bezeichnet.

¹³ Alle Angaben zu Kaufkraft, Flächenproduktivitäten und Umsatz in Euro sind Bruttowerte.

Umgang mit der Erweiterung des Outlet Montabaur

Eine isolierte Betrachtung der Erweiterungsfläche und deren Auswirkungen ist unzulässig, da neben dem Ausbau der Outlet-Stores insgesamt durch den Ausbau der Gastronomiefläche sowie Büronutzungen, Gewerbe etc. eine deutliche funktionale und städtebauliche Aufwertung des Standortbereiches angestrebt wird. Mit der quantitativen Verkaufsflächenerweiterung und dem damit einhergehenden Erweiterungsbau (neuer Gebäudekomplex) sowie der qualitativen Verbesserung des Erscheinungsbildes wird auch eine Verbesserung der Sicht- und Wahrnehmbarkeit des Outlet Montabaur erreicht. In Zusammenschau wird somit die Attraktivität des Outlets insgesamt sowie auch einzelner Betriebe/Stores z. T. mehr als unwesentlich gesteigert¹⁴. Durch den kombinierten und zeitgleichen Ausbau der Verkaufs-, Gastronomie- und Dienstleistungsfläche wird in Zusammenschau eine Ausprägung erreicht, welche in etwa einer idealtypischen Angebotsstruktur einer Innenstadt in Bezug auf Einzelhandel und Gastronomie entspricht – bei gleichzeitig besserer Erreichbarkeit, Sichtbarkeit, Parkplatzsituation sowie ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen. Demzufolge ist davon auszugehen, dass die Erweiterung sowohl die Strahlkraft und Besuchsfrequenz als auch die Aufenthaltsdauer der Besucher im Outlet steigern wird.¹⁵ Daher ist der zu erwartende Mehrumsatz des durch die Erweiterung neu strukturierten Outlets, welcher durch die Verkaufsflächenerweiterung einerseits und die Attraktivitätssteigerung (Neubau, Angebotsvielfalt, Gastronomie etc.) andererseits resultiert, in die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen einzustellen. Durch dieses Vorgehen wird erreicht, dass der Umsatz des neu strukturierten/erweiterten, mit einer höheren Ausstrahlungskraft ausgestatten Outlets, korrekt in die Berechnung der Auswirkungen, unter Berücksichtigung der gegebenen städtebaulichen Situation, eingestellt wird. Dieses Vorgehen verpflichtet zu einer intensiven städtebaulichen Würdigung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, da entsprechende – durch das bestehende Outlet Montabaur möglicherweise bereits initiierte – Vorschädigungen in zentralen Versorgungsbereichen (Fokus: ZVB HZ Innenstadt Koblenz) zu beachten sind.

Nachfrageanalyse

Die Datenbasis der Nachfrageseite basiert auf sortimentsspezifischen, postleitzahlbezogenen IfH-Kaufkraftkennziffern aus dem Jahr 2024 (eigene Berechnungen) für den Untersuchungsraum (s. Kapitel 4.1) sowie auf Einwohnerzahlen des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, des Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) und des Hessischen Statistischen Landesamts sowie auf Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene seitens der GfK 2025.

¹⁴ Vgl. Urteile des OVG Münster vom 06.11.2008 (10A 1417/07 und 10A/2601/07).

¹⁵ Diese Aspekte müssen sowohl für den Bestand des Outlet Montabaur, die Erweiterung im Marktanteilskonzept wie auch in der daraus abgeleiteten Umsatzschätzung bzw. -prognose entsprechend im Sinne einer höheren Leistungsfähigkeit gewürdigt werden.

Städtebauliche Analyse

Als Grundlage wurden die Abgrenzungen und Analysen der zentralen Versorgungsbereiche der kommunalen Einzelhandelskonzepte herangezogen. Die Innenstädte, städtische Nebenzentren sowie Nahversorgungszentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008. Darüber hinaus konnten auf Grundlage einer Vor-Ort-Erhebung drei relevante faktische zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadtbereiche) im Untersuchungsraum identifiziert werden (Stadt Wirges, Stadt Hachenburg, Stadt Hadamar). Die vorgenommene Abgrenzung dieser Bereiche erfolgte unter Berücksichtigung von städtebaulichen und funktionalen Kriterien und auf Basis des tatsächlichen vorhandenen Einzelhandels- und Gewerbesatzes. Eine endgültige Bestimmung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist im Rahmen eines kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu präzisieren, da es einer wertenden Gesamtbetrachtung der räumlichen Strukturen in der jeweiligen Kommune bedarf.

Keine Beachtung finden hierarchisch niederrangige Zentren, wie Nahversorgungszentren oder Grundversorgungszentren, da diese aufgrund einer überwiegenden Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante Sortimente bzw. aufgrund nur geringer Angebotsstrukturen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten vernachlässigbare Überschneidungen mit den Sortimenten des Planvorhabens aufweisen (diese ZVB weisen i. d. R. eine Versorgungsfunktion im Bereich Nahversorgung auf). Sofern in diesen Zentren dennoch ein relevanter strukturprägender Wettbewerber angesiedelt ist, wurde dieser berücksichtigt.

Auf Basis dieser Ausgangsdaten können die Auswirkungen des Planvorhabens auf die Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche ermittelt und dargestellt werden.

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Die Ermittlung der durch das Planvorhaben potenziell ausgelösten Umsatzumverteilungen ist ein wichtiger Analyseschritt der Wirkungsanalyse. Aus diesem wird erkennbar, von welchen Einzelhandelsstandorten und somit letztlich aus welchen Kommunen und wiederum aus welchen städtebaulichen Lagen eine Umsatzumverteilung in welcher Größenordnung zu erwarten sein wird. Damit steht ein absatzwirtschaftliches Untersuchungsergebnis fest, das Rückschlüsse auf die daraus resultierenden Auswirkungen zulässt.

Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt basierend auf einem Gravitationsmodell. Gemäß der aktuellen Rechtsprechung ist ein sogenannter realitätsnaher Worst Case Fall¹⁶ in die Untersuchung einzustellen.

Eingangswerte für die Umsatzumverteilungsberechnung sind neben den Daten des Planvorhabens, die ermittelten Verkaufsflächen, die Flächenproduktivitäten

¹⁶ Aus fachgutachterlicher Sicht ist es weder notwendig noch von der Rechtsprechung gefordert, alle Eckdaten möglichst nachteilig für das Vorhaben einzustellen. Dies wird im Übrigen auch nicht in der Grundsatzentscheidung des OVG NRW (Preussen-Park-Entscheidung, vgl. OVG NRW, Urteil vom 07. Dezember 2000, 7A D 60/99.NE) gefordert. Vielmehr ist eine realistische Worst Case-Betrachtung und Bewertung von Vorhaben gefordert, die „...die realistischere zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt“. Vgl. BVerwG, Urteil vom 27. März 2013, 4 CN 6.11.

gemäß Unternehmensveröffentlichungen und Branchenfachliteratur sowie die daraus resultierenden Umsatzsummen. Berücksichtigung finden innerhalb der Umsatzumverteilungsberechnung folgende Parameter:

- die Gesamtattraktivität der erfassten Standorte unter Einbeziehung der Entfernung zum Vorhabenstandort;
- Agglomerationswirkungen in den bestehenden Zentren;
- Verkaufsflächenausstattung der untersuchten Betriebe;
- großräumige und siedlungsstrukturelle verkehrliche Anbindung der untersuchten Betriebe;
- Wettbewerbsrelevanz der Anbieter und Angebotsstandorte zum Planvorhaben.

Auf dieser Grundlage werden sodann Umsatzumverteilungen im Worst Case ermittelt.

Die Anwendung einer fixen Umsatzumverteilungsgröße, wie etwa die in der Rechtsprechung wiederholt angeführte 10 %-Größenordnung, ist allerdings sowohl fachlich als auch gemäß der aktuellen Rechtsprechung allein nicht zielführend. Bei kleinräumiger Betrachtungsweise innerhalb der Siedlungs- und Zentrenstruktur kann die Schwelle möglicher negativer städtebaulicher Auswirkungen je nach städtebaulicher Ausgangslage bereits bei deutlich weniger als 10 % liegen (vgl. VG Arnsberg 4 K 572/04; OVG Berlin-Brandenburg 3 D 7/03.NE). Gleichzeitig können bei Umsatzumverteilungen von über 10 % im Einzelfall negative Auswirkungen fehlen. Die 10 %-Größenordnung ist insofern als „Faustformel“ zu verstehen, die sowohl unter- als auch überschritten werden kann und im Einzelfall gleichwohl aufgrund der konkreten Umstände keine schädlichen bzw. nicht unwesentlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens

Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen werden für alle relevanten zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Standortbereiche im Untersuchungsraum dargestellt. Die Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf städtebaulicher Ebene erfolgt aufgrund der Zielstellung des vorliegenden Gutachtens für den ZVB HZ Innenstadt Koblenz unter Berücksichtigung/Rückgriff der Ergebnisse der Bestandsaufnahme des Städtebaus (s. Kapitel 4.4). Dadurch werden die Auswirkungen anhand vorhabensspezifischer Kenngrößen ebenso ablesbar wie anhand absatzwirtschaftlicher Varianten im Sinne eines realitätsnahen städtebaulichen Worst Case.

Dynamische Wirkungsanalyse

Da es sich bei dem Planvorhaben um ein Bauvorhaben in Form einer umfassenden Erweiterung durch Neubau eines großzügigen Gebäudekomplexes handelt, wird der Markteintrittszeitpunkt des erweiterten Outlet Montabaur mit gewisser zeitlicher Verzögerung stattfinden. Mit einer Marktreife des realisierten Vorhabens ist in frühestens 5 Jahren zu rechnen (Ende 2030). Aufgrund dieses Zeitrahmens sind Veränderungen im Nachfragevolumen bis zur vollständigen Marktwirksamkeit zu berücksichtigen. Diesbezüglich relevante Faktoren sind insbesondere die Bevölkerungszahl im Einzugsbereich und die Kaufkraftentwicklung pro Einwohner

in den relevanten Sortimentsbereichen (hier: Entwicklung der Kaufkraft für den stationären Einzelhandel auf Basis der Entwicklungsdynamik in den Branchen und der Entwicklung der Onlineanteile).

In den kommenden fünf Jahren (bis zur vollkommenen Marktreife des erweiterten Outlets) ist gemäß der Prognose des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, des Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) und des Hessischen Statistischen Landesamtes eine leicht positive Entwicklung (rd. 1,1 %) der Bevölkerung im Untersuchungsraum zu erwarten (s. Kapitel 4.3).

Die Ableitung der sortimentsspezifischen Nachfrageentwicklung zum Prognosejahr 2030 erfolgt anhand einer Auswertung der Entwicklungsdynamik der jeweiligen Branche auf Basis der sortimentsspezifischen Kaufkraftentwicklungen der vergangenen 10 Jahre (IfH 2014 - 2024) sowie unter Berücksichtigung der Entwicklung des Onlineanteils in den jeweiligen Branchen und der Ableitung einer Prognose auf Basis des HDE Online-Monitors 2017 - 2025. Dabei wurden die in den letzten Jahren einhergehenden Impulse und Einflüsse auf die Ausprägung der Branchenzahlen (bspw. COVID-19, Inflation, Wirtschaftskrise) berücksichtigt und i. S. eines Worst Case-Ansatzes möglichst nachteilig für die jeweilige Branche ausgelegt.

Für die Sortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren wird auf dieser Basis eine negative jährliche Umsatzentwicklung des stationären Handels bis Ende 2030 prognostiziert (Bekleidung: - 1,4 %; Schuhe/Lederwaren: - 1,8 %). Das heißt, es wird ein unterdurchschnittliches Wachstum der Branche im Vergleich zur Entwicklung der Onlineanteile prognostiziert. Für das Sortiment Sportartikel wird hingegen auf dieser Basis eine positive jährliche Umsatzentwicklung des stationären Handels bis Ende 2030 von 7,0 % prognostiziert¹⁷. Das heißt, es wird in diesem Sortimentsbereich ein überdurchschnittliches Wachstum der Branche im Vergleich zur Entwicklung der Onlineanteile prognostiziert. Diese Aspekte beeinflussen die verbleibende stationäre Kaufkraft und wurden in der nachfolgenden Analyse berücksichtigt. In diesem Sinne wirkt sich die negative Kaufkraftentwicklung im Bereich Bekleidung und Schuhe/Lederwaren verstärkend auf die Umsatzumverteilungen aus, wohingegen die positive Kaufkraftentwicklung für das Sortiment Sportartikel die Umsatzumverteilungen leicht abmildert.

Unter Berücksichtigung der vorgenannten Prognose werden die für das Planvorhaben relevanten konkreten und bis zum erwarteten Markteintritt des Planvorhabens realisierten Einzelhandelsvorhaben berücksichtigt¹⁸. Dabei sind die konkret, planungsrechtlich abgesicherten weiteren Einzelhandelsvorhaben ebenso in die Prognose einzubeziehen, wie absehbare Schließungen von vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetrieben im Einzugsgebiet. Eine entsprechende Darstellung erfolgt in Kapitel 4.2. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Recherche der prognostischen Marktveränderungen auf einer Desktop-Recherche und gesammelten Erkenntnissen aus Vor-Ort-Begehungen fußt. Aufgrund der gegebenen Dynamik in einem

¹⁷ Es ist darauf hinzuweisen, dass absehbar ein signifikanter Teil der Kaufkraftsteigerung auf den Fahrradhandel entfällt. Angesichts der Zielstellungen des Gutachtens wäre dieser Anteil normalerweise herauszurechnen. Darauf wird im vorliegenden Gutachten verzichtet, wodurch sich die Auswirkungen insgesamt eher leicht reduziert darstellen.

¹⁸ Huma-Urteil vom 01.12.2015 - AZ 10 D 91/13.NE.

weitreichenden Untersuchungsraum ist an dieser Stelle auf die Komplexität der Fragestellung sowie der somit nicht zu gewährleistenden Vollständigkeit möglicher Marktveränderungen hinzuweisen.

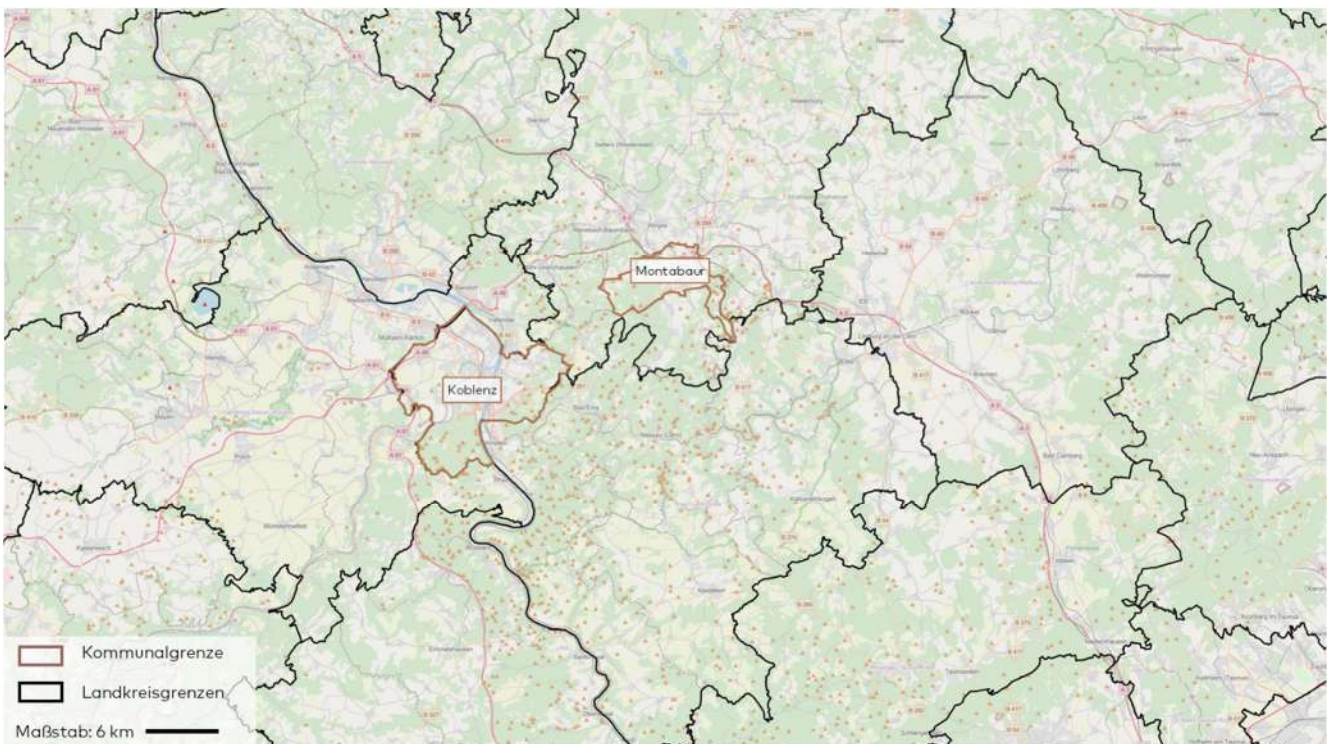
3 Standortbeschreibung

3.1 MAKROSTANDORT

Die Stadt Montabaur mit 14.595 Einwohnern¹⁹ bildet gemeinsam mit den umliegenden zentralen Orten Dernbach und Wirges einen mittelzentralen Verbund kooperierender Zentren²⁰. Die Stadt Montabaur gehört der gleichnamigen VG Montabaur an und ist zugleich Sitz der VG-Verwaltung. In diesem Sinne nimmt die Stadt Montabaur eine zentrale Versorgungsfunktion für das Umland ein. Das Umfeld der Stadt Montabaur, der VG Montabaur und des Westwaldkreises wird durch eine ländlich geprägte, waldreiche Mittelgebirgslandschaft des vorderen Westerwalds charakterisiert.

Die Stadt liegt im südlichen Teil des Westerwaldkreises, rd. 25 km (Fahrdistanz) nordöstlich des Oberzentrums Koblenz und ebenfalls ca. 25 km (Fahrdistanz) nordwestlich des Mittelzentrums mit Teilfunktion eines Oberzentrums Limburg a. d. Lahn (Hessen). Durch die gute verkehrliche Anbindung und Sichtbarkeit des Outlet Montabaur sowie den aus (nord- und süd-)östlicher Richtung vorgelagerten Standort zur Stadt Koblenz stellt das Outlet Montabaur einen relevanten Wettbewerber für die Angebotsstrukturen in der Innenstadt Koblenz dar.

Abbildung 1: Lage in der Region



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die überregionale verkehrliche Erschließung ist durch die direkte Anbindung an die Bundesautobahn A 3 (Köln–Frankfurt) sowie über die Bundesstraße B 49 gewähr-

¹⁹ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2025 (Stand: 31.12.2022).

²⁰ LEP IV Rheinland-Pfalz 2008, S. 87

leistet. Damit besteht eine leistungsfähige Verbindung an die umliegenden Wirtschafts- und Ballungsräume. Westlich des Kommunalgebiets von Montabaur geht die A 48 von der A 3 ab und führt in südwestlicher Richtung in den verdichteten Siedlungsraum rund um die Stadt Koblenz. Demzufolge ist die Stadt Koblenz innerhalb von 25 bis 30 min erreichbar. Montabaur liegt zudem unmittelbar an der ICE-Schnellfahrstrecke Köln–Rhein/Main mit einem eigenen ICE-Bahnhof „Montabaur“, der Teil des intermodalen Verkehrsknotenpunktes am ICE-Park ist. Ergänzend besteht ein Anschluss an das regionale Straßennetz über die Landesstraßen L 313, L 318, L 326 und L 327.

Eine Anbindung an den ÖPNV erfolgt über das Busliniennetz des Verkehrsverbund Rhein-Mosel, der zahlreichen Buslinienverbindungen in die umliegenden Kommunen (u. a. Richtung Koblenz, Wirges, Westerburg, Rennerod und Limburg a. d. Lahn) gewährleistet. Abseits des ICE-Hochgeschwindigkeitsverkehrs ist die Stadt Montabaur über die Bahnverbindung Limburg–Siershahn ebenfalls in das regionale Streckennetz der Deutschen Bahn eingebunden.

3.2 MIKROSTANDORT

In der Stadt Montabaur ist die Erweiterung des Outlet Montabaur am ICE-Park geplant. Angedacht ist dabei eine Erweiterung von aktuell genehmigten 10.000 m² auf 19.800 m² Gesamtverkaufsfläche (+ 9.800 m²). Es handelt sich demzufolge um nahezu eine Verdopplung der aktuellen Verkaufsfläche. Zur Schaffung dieser Flächen soll der östliche Parkplatz des Outlets mit einem neuen Gebäudekomplex bebaut werden. Die verlorenen Stellplatzflächen sollen durch ein Parkhaus sowie durch an den Neubau angrenzende ebenerdige Parkplatzflächen kompensiert werden. Durch die Bebauung des östlichen Parkplatzes, verspricht sich der Betreiber zudem eine verbesserte Sichtbarkeit von der A 3 (vgl. ecostra MTSO 2022, S. 27 ff.).

Das Outlet befindet sich im Norden der Kernstadt Montabaur und grenzt südlich an den ICE-Bahnhof Montabaur an. Es handelt sich dabei um einen großformatigen, mehrstöckigen Gebäudekomplex mit teilweise geschwungener Form. Westlich des Outlet-Centers und Busbahnhofs schließen mehrere größere Bürokomplexe an, die u. a. von der 1&1 Telecom GmbH und weiteren Unternehmen genutzt werden. Zahlreiche Parkplatzflächen ergänzen das Gebäudeensemble, bevor westlich der Bahnallee/Margeritenstraße landwirtschaftlich genutzte Freiflächen anschließen. In südlicher Richtung wird das Outlet durch den mäandrierenden Flusslauf des Aubach sowie dessen beidseitigen Schwemmflächen (Grünstreifen) von der Hauptsiedlungsstruktur Montabaur abgetrennt. Eine Fußgängerbrücke am südlichen Bahnhofplatz gewährleistet eine fußläufige Anbindung vom Outletbereich bzw. Busbahnhof in Richtung der Kernstadt. Der südlich des Aubach anschließende Kernstadtbereich wird vorrangig durch Gewerbekomplexe geprägt, wenngleich vereinzelt Wohnnutzungen auszumachen sind (deutlich untergeordnet). Unmittelbar nördlich des Standortbereiches schließt der ICE-Bahnhof an, welcher über eine Tiefgarage mit dem Outlet verbunden ist. Darüber hinaus verläuft weitestgehend parallel zur Bahntrasse die A 3.

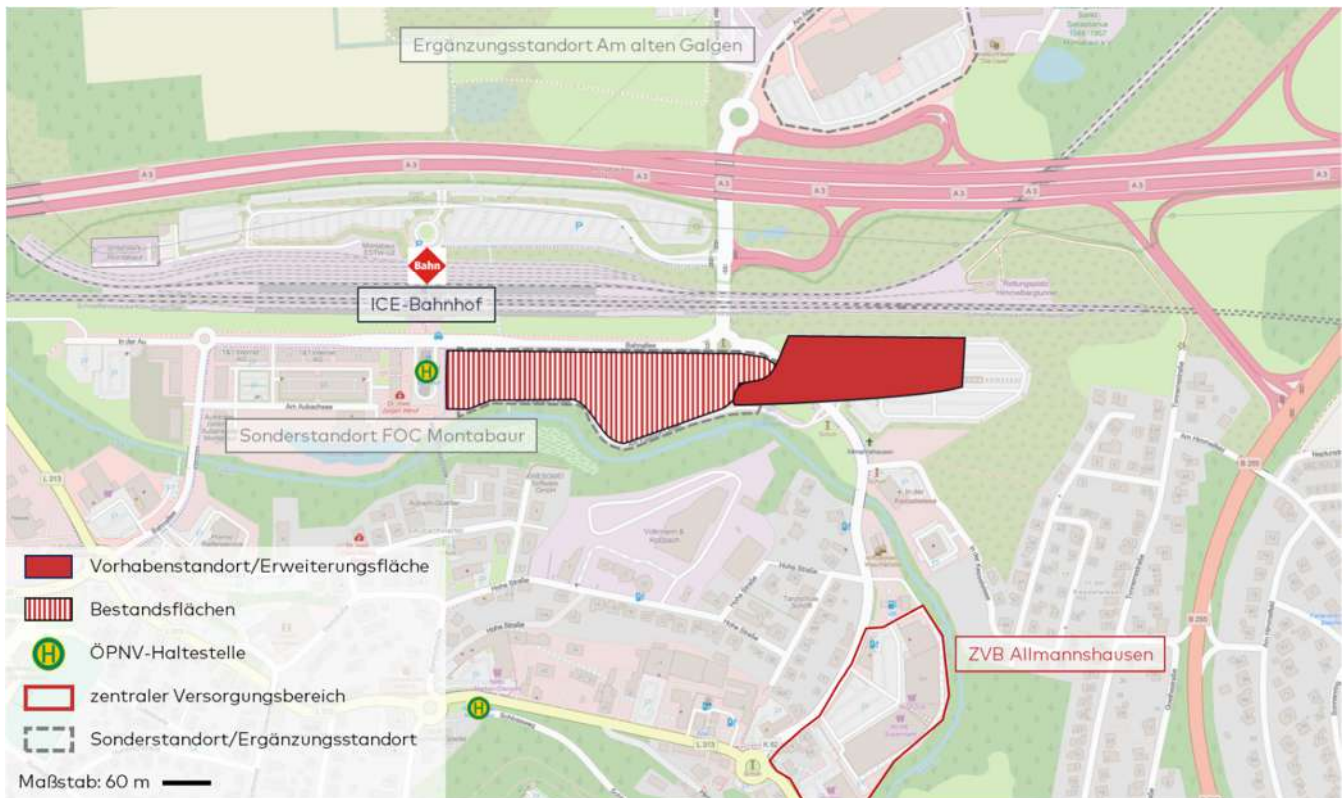
In Zusammenschau der aufgeführten Aspekte ist für das Outlet Montabaur auch unter Berücksichtigung des östlich geplanten Erweiterungsbaus festzuhalten,

dass es sich um eine städtische Randlage handelt, die durch den Aubach vom Siedlungszusammenhang der Kernstadt getrennt wird und keine wesentlichen Wohnanteile im Umfeld aufweist – in keiner Himmelsrichtung grenzt der Standortbereich an Wohnbebauung an. Zudem besteht auch nach Erweiterung des Outlets keine fußläufige Anbindung an größere Wohnsiedlungsgebiete. Entsprechend ist der Standort aus fachgutachterlicher Sicht und unter Bezug auf die Definition der städtebaulichen Integration nach gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. 2014²¹ als **städtebaulich nicht integriert** einzuordnen. Ergänzend ist anzumerken, dass im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Verbandsgemeinde Montabaur aus dem Jahr 2022 der Standortbereich als Sonderstandort ausgewiesen wurde, mit dem Hinweis, dass es sich bei diesem Standortbereich weder um die Standortkategorie städtebaulich integrierter Bereich i. S. d. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 (= zentraler Versorgungsbereich) noch um einen Ergänzungsstandort handelt, für welche gemäß LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 normalerweise großflächige, nicht innenstadtrelevante Einzelhandelsnutzungen vorgesehen sind. Im Kontext des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 **handelt es sich demnach nicht um einen integrierten Standort**²².

²¹ Definition: „Bei einer (städtebaulich) integrierten Lage handelt es sich um einen Standort, welcher sich innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs befindet oder unmittelbar an diesen angrenzt. Die Lage ist darüber hinaus in der Regel gekennzeichnet durch wesentliche Wohnanteile sowie einen bereits vorhandenen mehr oder weniger stark ausgeprägten Besatz – bzw. eine solche Nutzungsmischung – mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen. Ebenso kennzeichnend ist eine von den Wohnbereichen – zumindest bei Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs – fußläufige Erreichbarkeit sowie meist auch eine Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr“ (gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. (2014): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse)

²² „Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche (»zentrale Versorgungsbereiche« im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. [...]“ (LEP IV Rheinland-Pfalz 2008, S. 96)

Abbildung 2: Mikrostandort des Planvorhabens



Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Das Betriebsformat Outlet kann u. a. durch einen sehr hohen Anteil an zielgerichteten Shoppingeinkäufen charakterisiert werden. Dabei handelt es sich vorrangig um motorisierten Individualverkehr (MIV), sodass für die Kunden eine hohe Anzahl an Stellplätzen/Parkmöglichkeiten vorgehalten werden muss. Nur an Standorten mit besonders hoher Siedlungsdichte und einem hochfrequentierten ÖPNV-Anschluss ist eine leichte Erhöhung der Kundengruppen, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, festzustellen. Im vorliegenden Fall ist trotz des ICE-Anschlusses ein deutlicher Fokus auf den MIV zu konstatieren. Die Erreichbarkeit mittels MIV ist insbesondere über die A 3 nördlich des Outlets, die für den ICE-Bahnhof und das Outlet eine eigene Auf- und Abfahrt aufweist, gegeben. Die A 3 führt in südöstlicher Richtung in die Metropolregion FrankfurtRheinMain und in nordwestlicher Richtung in die Großstädte Bonn und Köln. Über die A 48, welche westlich der Stadt Montabaur von der A 3 abgeht, ist das Outlet zudem an den Ballungsraum rund um die Stadt Koblenz und linksrheinische Siedlungsbereiche sowie in Verlängerung an die A 61 angebunden. Die B 255, B 49 und auch die L 313 sowie weitere untergeordnete Verkehrsachsen gewährleisten darüber hinaus eine gute Anbindung an die weiteren Kommunen des Westerwaldkreises (nördlich und südlich) und des Rhein-Lahn-Kreis (südlich). Mit dem Erweiterungsbau wird sich die verkehrliche Sichtbarkeit, aufgrund der perspektivisch direkten Sichtachse zur nördlich, etwas erhöht verlaufenden A 3, nochmals verbessern. Das Outlet verfügt aktuell als auch perspektivisch über betriebseigene Parkplätze. Durch die Erweiterung werden bestehenden Parkplatzflächen umgenutzt, jedoch auch zahlreiche neue Stellplatzmöglichkeiten geschaffen (Parkhäuser und ebenerdige Parkplätze). Die Erreichbarkeit mittels MIV ist folglich als sehr gut zu bewerten.

Der Anschluss an das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) erfolgt zum einen über den unmittelbar westlich angrenzenden Busbahnhof als auch über die Regionalbahnanbindung des Bahnhofs Montabaur. Zahlreiche Bus- und Bahnlinien gewährleisten eine gute ÖPNV-Anbindung. Gleichzeitig besteht durch den ICE-Bahnhof Montabaur auch eine Anbindung an den öffentlichen Schienenfernverkehr. In diesem Sinne ist die Erreichbarkeit durch die öffentlichen Verkehrsmittel ebenfalls als sehr gut zu bewerten.

Die fußläufige Anbindung an den Kernstadtbereich der Stadt Montabaur wird durch eine Fußgängerbrücke über den Aubach im südlichen Bereich des Bahnhofplatzes gewährleistet. Bis zur Innenstadt der Stadt Montabaur bzw. dem ZVB Innenstadt dauert es fußläufig ca. 10 min.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung stellt der ZVB Innenstadt Montabaur den nächstgelegenen relevanten zentralen Versorgungsbereich dar. Ergänzend sind zudem der ZVB HZ Innenstadt Koblenz, ZVB HZ Limburger Innenstadt sowie der Sonderstandort Gewerbepark Mühlheim-Kärlich zu berücksichtigen. Dabei handelt es sich um die für das Outlet Montabaur in der sozioökonomischen Realität relevantesten Wettbewerbsstandorte.

In diesem Analyseschritt werden die für das Planvorhaben relevanten räumlichen Strukturen, der Untersuchungsraum sowie Angebots- und Nachfragekennziffern aufbereitet, dargestellt und mit Blick auf das Planvorhaben bewertet. Es erfolgt außerdem eine städtebauliche Analyse des hier relevanten zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Koblenz.

4.1 ABLEITUNG DES UNTERSUCHUNGSRAUMES UND DES UMVERTEILUNGSRELEVANTEN UMSATZANTEILS IM UNTERSUCHUNGSRaum

In diesem Kapitel wird für das Planvorhaben ein Untersuchungsraum abgeleitet. Auf Basis der Auswertung einer PKW-Kennzeichenerfassung wird sodann der für die Bestandsstrukturen des Untersuchungsraumes umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Outlet Montabaur abgeleitet.

Kerneinzugsgebiet (Untersuchungsraum)

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell ein wesentlicher Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Diffuse Zuflüsse von außerhalb des Raumes liegen in der Natur der Sache. Das Einzugsgebiet bzw. der hier abgegrenzte Untersuchungsraum endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Aus den über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehenden Bereichen ist angesichts der Strahlkraft des Outlet Montabaur mit deutlichen Streuumsätzen zu rechnen.

Outlets sind auf ein großes Einzugsgebiet angewiesen und sprechen teilweise Einkaufstouristen an, weshalb sie bevorzugt an Hauptverkehrsachsen angesiedelt sind. Die Einzugsgebiete können Räume mit bis zu 90 Minuten PKW-Fahrzeit umfassen, in Einzelfällen insbesondere bei größeren Outlets reicht das Einzugsgebiet auch deutlich darüber hinaus. Zur Abgrenzung des Untersuchungsraumes hat Stadt + Handel ein Routing-Tool verwendet und darauf basierend eine 30 Minuten-Isochrone dargestellt. Im Rahmen des vorliegenden fokussierten Gutachtens wird dieser Bereich als Untersuchungsraum angesetzt. In diesem Raum erreicht das Outlet seine höchste Marktdurchdringung. Dementsprechend handelt es sich dabei gleichzeitig um das Kerneinzugsgebiet des Outlet Montabaur.

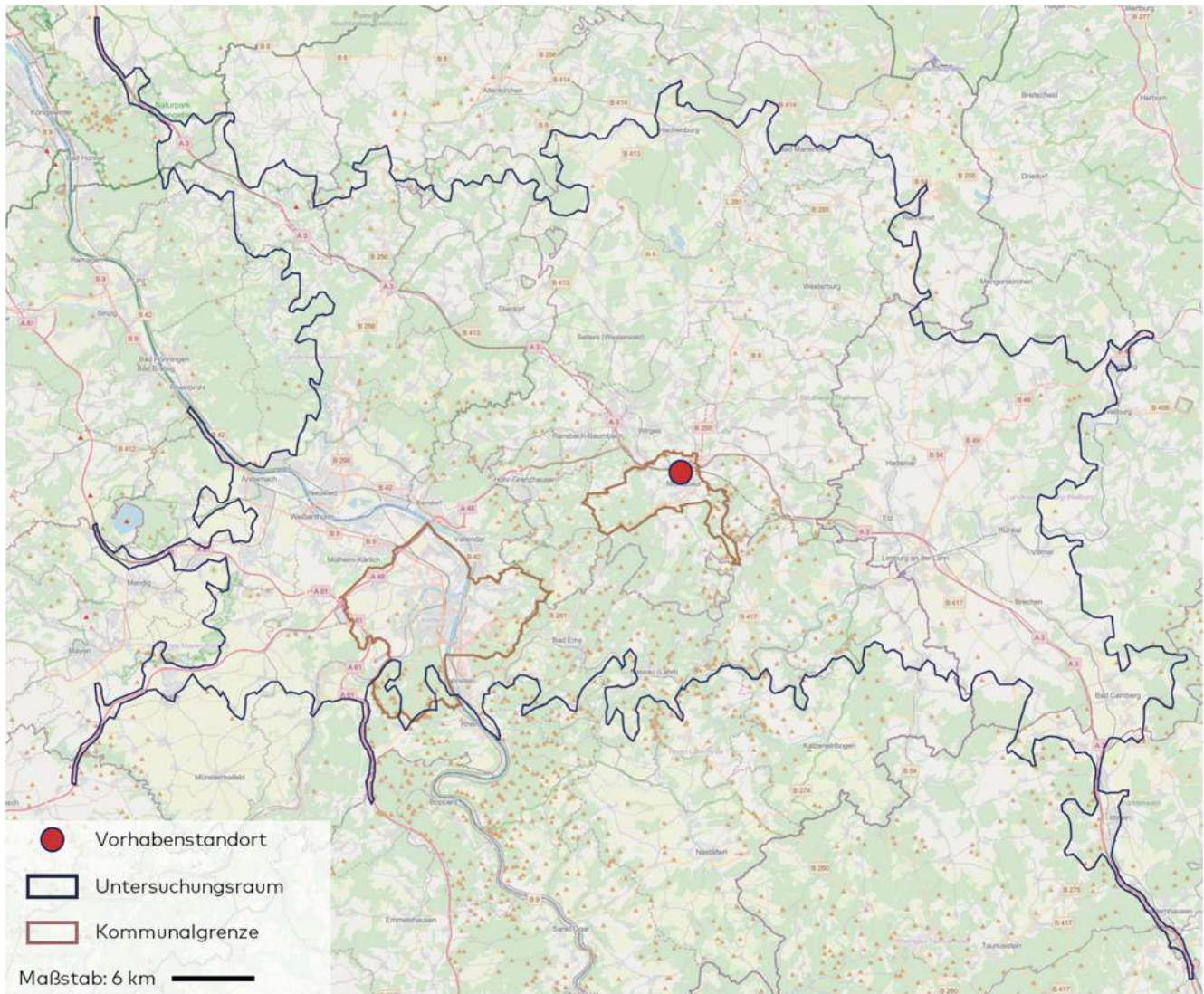
Das Kerneinzugsgebiet umfasst dabei Teilbereiche der Bundesländer Rheinland-Pfalz, Hessen und Nordrhein-Westfalen, wobei der wesentliche Teil des Einzugsgebiets dem Land Rheinland-Pfalz zuzuordnen ist.

Insgesamt tangiert das Kerneinzugsgebiet somit neun Landkreise. Im Süden reicht das Kerneinzugsgebiet bis auf Höhe der Stadt Nassau und Bad Ems im nördlichen Rhein-Lahn-Kreis. Die dortigen Städte und Gemeinden sind sowohl über die L 330 als auch die B 49 gut an das Outlet angebunden. In südöstlicher Richtung reicht das Kerneinzugsgebiet angesichts der Autobahnverbindung (A 3) bis zur Stadt Idstein im Rheingau-Taunus-Kreis des Landes Hessen. In Richtung Osten umfasst das Kerneinzugsgebiet den wesentlichen Teil des Landkreises Lim-

burg-Weilburg, wobei die Stadt Weilburg den äußersten östlichen Rand des Einzugsgebiets markiert. Die B 49 und B 54 fungieren dabei als Autobahnzubringer im überwiegend ländlich geprägten Landkreis, über die A 3 besteht im Anschluss eine sehr gute Anbindung an das Outlet Montabaur. In nördlicher Richtung reicht das Kerneinzugsgebiet bis ungefähr auf Höhe der Stadt Hachenburg und Bad Marienberg. Damit umfasst das Kerneinzugsgebiet den Großteil des Westerwaldkreises. Angesichts der topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten handelt es sich auch hier um ein eher ländlich geprägtes Gebiet, welches vorrangig über die B 8 und B 255 an die Stadt Montabaur und das Outlet angebunden ist. Das Kerneinzugsgebiet orientiert sich im weiteren nordwestlichen Verlauf an der A 3 und den von der Autobahn abgehenden Bundesstraßen. In diesem Sinne sind auch südliche Teilbereiche des Landkreises Altenkirchen (Westerwald), sowie auch ein kleiner Teil der Stadt Bad Honnef und Königswinter (Ausläufer des Kerneinzugsgebiets) des Landes Nordrhein-Westfalen dem Kerneinzugsgebiet zuzuordnen. Über die A 48 besteht eine gute Verkehrsanbindung an den Ballungsraum rund um das Oberzentrum Koblenz, sodass neben dem Oberzentrum Koblenz auch kleinere Städte wie Neuwied, Andernach und Lahnstein im Kerneinzugsgebiet des Outlets verortet sind. Den westlichsten Teil des Kerneinzugsgebiets markiert die Stadt Polch im Kreis Mayen-Koblenz, für die das Outlet Montabaur über die bereits genannte A 48 gut erreichbar ist.

Abbildung 3 stellt die mittels Routing-Tool ermittelte 30 min Fahrzeitisochrone dar. Dies entspricht dem Kerneinzugsgebiet des Outlets und stellt zugleich den Untersuchungsraum im vorliegenden Gutachten dar.

Abbildung 3: 30 min Isochrone bzw. Kerneinzugsgebiet (Untersuchungsraum) des Outlet Montabaur



Quelle: Darstellung: Stadt + Handel auf Basis openroutservice 2025; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL;

Im vorliegenden Gutachten wurde keine kommunale, sondern eine gebietsscharfe Abgrenzung des Untersuchungsraumes vorgenommen.

Die Einkaufsverflechtungen des Outlet Montabaur, die über dieses Kerneinzugsgebiet hinausreichen (über den Untersuchungsraum hinausgehenden Streuung der Umsatzherkunft) werden in Form eines Streuumsatzes in den Berechnungen berücksichtigt.

Kunden- und Umsatzherkunft und Ableitung eines umverteilungsrelevanten Umsatzanteils im Untersuchungsraum

Der innerhalb des Untersuchungsraumes umzuverteilende Umsatzanteil des Outlet Montabaur stellt einen wichtigen Eingangswert für die Modellberechnungen dar.

Zur Herleitung der Kundenherkunftsanteile wurde eine KFZ-Kennzeichenerfassung auf den relevanten Parkplätzen des Outlet Montabaur durchgeführt.²³ Da der Einwohnerschwerpunkt der einzelnen KFZ-Kennzeichengebiete jedoch teilweise deutlich außerhalb der hier relevanten 30 min Isochrone liegt, wurde eine Gewichtung des Kundenanteils nach dem Einwohnerverhältnis (innerhalb/außerhalb des Untersuchungsraums) im spezifischen Kennzeichengebiet durchgeführt. In diesem Sinne wurde der Einwohneranteil des jeweiligen Landkreises innerhalb der 30 min Isochrone (Kerneinzugsgebiet) dem Einwohneranteil außerhalb der 30 min Isochrone gegenübergestellt und im Anschluss daran diese prozentuale Einwohnergewichtung im jeweiligen Landkreis mit dem Kundenherkunftsanteil im jeweiligen Landkreis verrechnet. Im Ergebnis beträgt der Kundenanteil von innerhalb des Kerneinzugsgebiets (30 min Isochrone) rd. 43 %. Dabei entfällt mit rd. 25 % der größte Anteil auf Kunden aus dem Westerwaldkreis.

Stadt + Handel ist aus anderen Projektzusammenhängen bekannt (Echtdaten bestehender Outlet-Center), dass die durchschnittlichen Gesamtausgaben pro Kunden je nach Anfahrtszeit deutlich variieren. Der Durchschnittsbetrag von weiter entfernt anreisenden Kunden (über 30 min Fahrzeit) fällt grundsätzlich höher aus als von Besuchern aus einem Bereich von bis zu 30 min Fahrzeit. Demgegenüber fällt die Besuchsfrequenz durch Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet tendenziell höher aus, der Durchschnittsbetrag dieser Kunden ist jedoch geringer. Der **Umsatzanteil** der Kunden aus dem **Kerneinzugsgebiet** am Outlet-Umsatz fällt demnach leicht geringer aus als der oben ermittelte Kundenanteil.

Zur Ermittlung eines Umsatzanteils wurde auf Echtdaten aus einem anderen Projektzusammenhang zurückgegriffen. So betrug das Ausgabevolumen differenziert nach der Kundenherkunft für das DOC Ochtrup in einer Kundenbefragung aus dem Jahr 2018:

- von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone: Ø rd. 93 Euro/Kunde;
- von außerhalb der 30 Minuten-Isochrone: Ø rd. 120 Euro/Kunde.

Die absoluten Werte spielen hier keine übergeordnete Rolle. Entscheidend für die Berechnung ist die Relation zwischen den beiden Ausgabevolumen. Aus diesem Grund ist aus Sicht von Stadt+Handel ein Rückgriff auf ältere Echtdaten vertretbar. Unter Verwendung der durchschnittlichen Ausgabevolumen pro Kunde könnte man somit im Zusammenhang mit einem Kundenanteil von rd. 43 % aus dem Kerneinzugsgebiet einen rechnerischen Umsatzanteil von rd. 37 % für das Outlet Montabaur aus der 30-Minuten-Isochrone ableiten.²⁴

Für die nachfolgenden Berechnungen wird i. S. e. Worst Case sowohl für die Bestandsfläche als auch für das Erweiterungsvorhaben ein Umsatzanteil aus dem Kerneinzugsgebiet von rd. 35 % angenommen. Dies bildet einen realitätsnahen

²³ Die Erhebung wurde an einem Samstag im Februar außerhalb der Schulferien durchgeführt, sodass die Erfassung nicht durch externe Ereignisse verzerrt wurde. Entsprechend kann aus fachgutachterlicher Sicht damit ein verhältnismäßig realistisches Abbild der tatsächlichen Kundenherkunftsanteile des Outlets dargestellt werden. Durch die Erhebung am Samstag ist davon auszugehen, dass sich der Anteil der Kunden von weiter weg leicht erhöht darstellt.

²⁴ Formel:
$$\text{Umsatzherkunft} = \frac{(\text{Kundenanteil}_{30 \text{ Minuten}} * \text{Ø Ausgaben}_{30 \text{ Minuten}})}{((\text{Kundenanteil}_{30 \text{ Minuten}} * \text{Ø Ausgaben}_{30 \text{ Minuten}}) + (\text{Kundenanteil}_{\text{außerhalb}} * \text{Ø Ausgaben}_{\text{außerhalb}}))}$$

Wert ab, da durch die deutliche Erweiterung des Outlets und die damit einhergehende deutlich verstärkte Strahlkraft insbesondere auch weiter entfernte Kundengruppen von außerhalb der 30-Minuten-Isochrone mobilisiert werden können. Der Anteil der Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet wird sich durch das breitere Angebot dennoch deutlich erhöhen, wenngleich die Steigerung angesichts hoher Marktanteile weniger dynamisch ausfällt. Das Wachstum der Marktanteile verläuft demnach nicht gleichmäßig, sondern flacht mit zunehmender Zeit ab – insbesondere in Märkten, in denen bereits eine hohe Marktdurchdringung erreicht wurde. In diesem Sinne handelt es sich bei der Annahme eines 35 %igen Umsatzanteils sowohl im Bestand als auch nach Erweiterung aus dem Kerneinzugsgebiet um einen angemessenen und realitätsnahen Ansatz. Diese Zahl berücksichtigt zudem auch jene Kunden, die bereits aktuell aus dem weiteren Umland – also außerhalb der 30-Minuten-Isochrone – zum Einkaufen die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum aufgesucht haben (exkl. Outlet). Durch die signifikante Erweiterung des Outlets und die Schaffung einer angebotsseitig mit einer attraktiven Innenstadt vergleichbaren Struktur werden diese Kunden perspektivisch verstärkt vom Outlet Montabaur angezogen, sodass diese Kundengruppen künftig seltener oder gar nicht mehr die bisherigen Einkaufsstätten/Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum zum Einkaufen aufsuchen werden.²⁵

Im Sinne eines realitätsnahen Worst Case werden somit in dieser Verträglichkeitsanalyse 35 % des durch die Erweiterung zusätzlichen Vorhabenumsatzes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilt.

4.2 ANGEBOTSANALYSE

Angebotsrelevante Annahmen

Wie in Kapitel 2 geschildert, werden im Sinne einer dynamischen Wirkungsanalyse absehbare Veränderungen am relevanten Bestand im Rahmen dieser Untersuchung berücksichtigt. Dies betrifft konkrete, planungsrechtlich abgesicherte weitere Einzelhandelsvorhaben sowie absehbare Schließungen von vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetrieben im dargestellten Untersuchungsraum. Nach Abstimmung mit den Kommunen im Untersuchungsraum sind Stadt + Handel zum Zeitpunkt der Erstellung der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse folgende Marktveränderungen bekannt:

²⁵ Diese Veränderung im Kaufkraftfluss kann durch Zahlen aus dem Monitoring zum DOW-Wolfsburg 2019 belegt werden. Nach der Eröffnung des DOW im Jahr 2007 wurde 2009 und 2012 eine Kundenbefragung zur Frage „Wo kaufen Sie noch regelmäßig ein?“ durchgeführt. Das Ergebnis zeigt, dass während der Anteil der Befragten die regelmäßig im DOW einkaufen deutlich angestiegen ist (von ca. 11 auf 15 %) sich der Anteil von Kunden die zusätzlich noch in Braunschweig oder in den anderen umliegenden kleineren Städten einkaufen gehen jeweils leicht zurückgegangen ist. Relativierend ist anzumerken, dass dieser Effekt nicht allein auf das DOW zurückzuführen ist, sondern auch durch externe Einflüsse wie beispielsweise den verstärkten Onlinehandel verursacht wird. Dennoch zeigt diese Befragung, dass die Schaffung eines solchen Angebots (Alleinstellungsmerkmal) auch weitere Kundengruppen abfangen kann, relativ Online-resilient ist und durch weiteres Ausbluten der Innenstädte dort einen Kipppunkt erzeugen kann. Das heißt, sobald die Innenstädte kein umfassendes und attraktives Angebot mehr aufweisen, sind diese auch weniger Online-resilient.

Stadt Koblenz

- Eröffnung eines Schiesser Store im Löhr-Center in der Innenstadt von Koblenz auf rd. 127 m² Verkaufsfläche.
- Erneuerung des Intersport Krumholz im Gewerbepark Mülheim-Kärlich mit insgesamt rd. 3.800 m² Verkaufsfläche (Outdoor- & Trekkinghaus + Sporthaus).

Nach Kenntnis von Stadt + Handel war im Untersuchungsraum in den letzten Jahren eine hohe Dynamik im Markt für Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel festzustellen. Gleichzeitig sind jedoch derzeit keine weiteren größeren und für das vorliegende Gutachten relevanten Marktveränderungen bekannt. Durch die Größe des Untersuchungsraumes und die hohe Marktdynamik (s. hierzu Kapitel 4.4 – Fokus Innenstadt Koblenz) in den relevanten Segmenten ist eine vollständige Liste der Veränderungen nicht darstellbar. Entsprechend erfolgt die Darstellung der Angebotssituation auf Basis des durch Stadt + Handel erhobenen Bestandes im jeweiligen Segment sowie unter Berücksichtigung der beiden oben aufgeführten Marktveränderungen.

Die genannten Marktveränderungen wurden im vorliegenden Gutachten als Bestandssituation für das Planvorhaben in der Angebotsanalyse berücksichtigt. Die Umsätze der weiteren Bestandsmärkte wurden in diesem Zusammenhang angepasst.

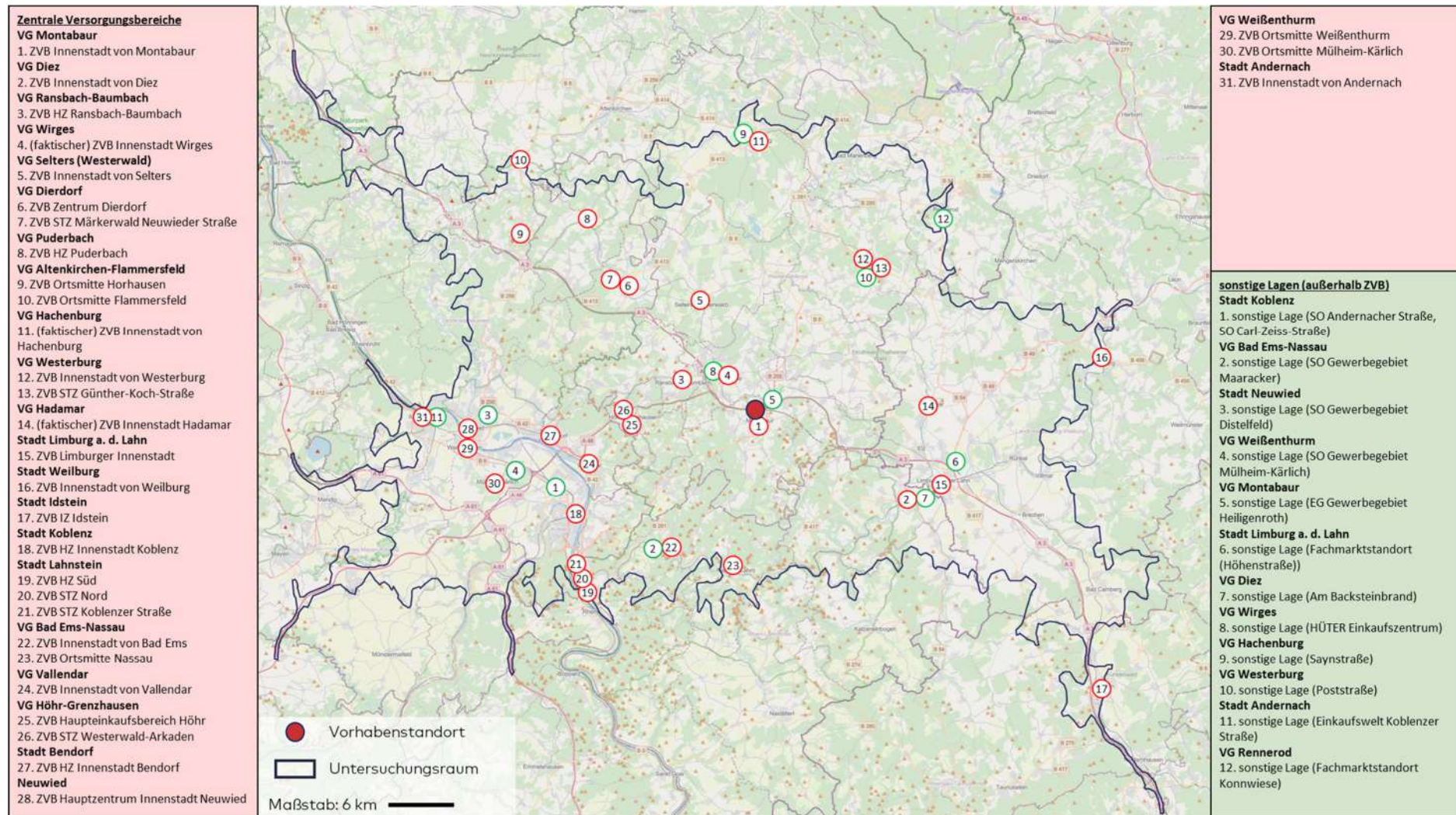
Relevante Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Wie bereits in Kapitel 4.1 dargestellt umfasst der im vorliegenden Gutachten anzusetzende Untersuchungsraum zahlreiche Städte und Gemeinden aus insgesamt 9 Landkreisen. Diese Standorte stehen bereits aktuell in einem erhöhten Wettbewerb mit dem Outlet Montabaur, der sich durch die großzügige Erweiterung perspektivisch weiter verschärfen wird. Die Abbildung 4 stellt den Untersuchungsraum sowie die gem. der in Kapitel 2 dargestellten methodischen Vorgehensweise relevanten Wettbewerbsstandorte für das Outlet Montabaur dar. Es handelt sich dabei um alle relevanten Wettbewerbsstandorte über alle drei untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche hinweg.

Insgesamt werden in der vorliegenden Analyse 31 zentrale Versorgungsbereiche (darunter drei faktische ZVB) sowie weitere sonstige Lagen mit relevanten Angebotsstrukturen in den Berechnungen berücksichtigt. Hervorzuheben sind in diesem Fall insbesondere die Innenstädte von Limburg a. d. Lahn, Koblenz und Neuwied sowie der Gewerbepark Mülheim-Kärlich mit einer outletähnlichen Angebotsstruktur.

Die Analyse des Einzelhandelsbestands in den untersuchungsrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel im Untersuchungsraum ergab – unter Berücksichtigung der in Kapitel 2 beschriebenen Erhebungsmethodik – die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Werte für Verkaufsflächen und Umsätze (stationärer Einzelhandel).

Abbildung 4: Untersuchungsraum und relevante Wettbewerbsstandorte



Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Erhebung: Stadt + Handel 03/2025; ZVB-Abgrenzung: kommunale Einzelhandelskonzepte und eigene vor Ort-Erhebungen.

Tabelle 1: Verkaufsfläche und Umsatz im Untersuchungsraum (bezogen auf untersuchungsrelevante Angebotsstrukturen; siehe Kapitel Methodik)

Kommune	Lagedetail (strukturprägender Anbieter)	Bekleidung		Schuhe/Lederwaren		Sportartikel	
		VKF in m²	Umsatz in Mio. Euro	VKF in m²	Umsatz in Mio. Euro	VKF in m²	Umsatz in Mio. Euro
Andernach	ZVB Innenstadt von Andernach (DeLu Andernach, Woolworth, Schuhmodehaus Scheu-nemann)	4.200	13,7	500	1,6	< 100	0,1
	sonstige Lage (KiK, Takko Fashion, Deichmann)	1.500	3,5	600	2,0	< 100	< 0,1
Bad Ems	ZVB Innenstadt von Bad Ems (NKD, KiK, Spettmann Moden)	1.400	3,4	100	0,3	< 100	< 0,1
	sonstige Lage (KiK)	400	0,7	< 100	< 0,1	< 100	< 0,1
Nassau	ZVB Ortsmitte Nassau (-)	< 100	0,2	< 100	0,2	< 100	< 0,1
Bendorf	ZVB HZ Innenstadt Bendorf (Takko Fashion, KiK, Deichmann)	1.200	3,6	500	1,8	< 100	0,1
Dierdorf	ZVB Zentrum Dierdorf (Schuhe Kretzer)	< 100	< 0,1	100	0,4	< 100	< 0,1
	ZVB STZ Märkerwald Neuwieder Straße (NKD, KiK, Takko Fashion, mister*!ady, Deichmann)	1.700	3,3	400	1,4	< 100	< 0,1
Diez	ZVB Innenstadt von Diez (Takko Fashion, Modehaus Hautzel)	1.300	3,8	100	0,3	< 100	< 0,1
	sonstige Lage (Siemes Schuhcenter)	< 100	< 0,1	800	1,8	< 100	0,2
Hachenburg	(fakt.) ZVB Innenstadt von Hachenburg (Modehaus Fröhlich, Pro Sport Schneider)	700	2,0	300	1,1	200	0,6
	sonstige Lage (GROSS Mode, Ernsting's family, Takko Fashion, JEANS FRITZ, mister*!ady, KiK, NKD, Deichmann, En-ners)	4.600	10,2	900	2,7	< 100	0,1
Hadamar	(fakt.) ZVB Innenstadt Hadamar (Mode Krekel K-Fashion, KiK)	1.000	2,0	< 100	< 0,1	< 100	< 0,1

Höhr-Grenzhausen	ZVB Haupteinkaufsbereich Höhr (Ineka Mode)	400	1,2	< 100	< 0,1	-	-
	ZVB STZ Westerwald-Arkaden (NKD, Woolworth, Ernsting's family, Deichmann)	900	1,7	500	1,5	< 100	< 0,1
Horhausen	ZVB Horhausen (-)	< 100	0,2	-	-	-	-
Idstein	ZVB IZ Idstein (NKD, Schuhhaus Holger Kraft)	900	2,4	300	0,9	< 100	< 0,1
	ZVB NVZ Nassau Carré (Takko Fashion, Ernsting's family, Deichmann)	600	1,7	400	1,5	< 100	< 0,1
Koblenz	ZVB HZ Innenstadt Koblenz (ella b., 2x KiK, TK Maxx, H&M, Ernsting's family, JEANS FRITZ, Woolworth, Galeria, OLNy, ZARA, Camp David, s.Oliver, Jack & Jones, Waldbusch, P&C, Leonardo Outlet, Lahr Schuhe, Onygo, 2x Deichmann, Schuhhaus Brandes, Klauser Schuhe, Biwakschachtel)	35.200	116,5	7.200	21,1	1.000	3,1
	Sonstige Lage (KiK, Schiesser Outlet, ADLER Mode, Siemes Schuhcenter)	2.700	5,6	1.100	2,5	100	0,2
Lahnstein	ZVB Lahnstein Süd (Anziehungspunkt second hand)	500	1,2	< 100	0,2	-	-
	ZVB Lahnstein Nord (Globus)	800	2,1	< 100	0,2	300	0,9
	ZVB Koblenzer Straße (Takko Fashion)	600	2,2	< 100	0,2	< 100	< 0,1
Limburg a. d. Lahn	ZVB Limburger Innenstadt (Biwak, JEANS FRITZ, mister*lady, Two by Two, s.Oliver, Trend Company 21, Brooklyn Store 101, Galeria, C&A, H&M, Vohl & Meyer, New Yorker, Intersport, Laila Fashion an Shoes, Woolworth, Fink Schuhe, Le sac Marion Menier-Mehrwald, Schuhhaus Unkelbach, Deichmann, Galeria, Schuh Okay)	17.300	50,6	3.600	10,6	< 100	0,1
	sonstige Lage (ADLER Mode, KiK, Siemes Schuhcenter)	2.300	4,3	900	2,0	2.500	7,5

Montabaur	ZVB Innenstadt von Montabaur (Schuhhaus Schulte)	600	2,2	200	0,8	-	-
	Outlet Montabaur** (Planvorhaben)	6.700	48,6	700	4,5	800	8,1
	sonstige Lage (KiK, Takko Fashion, Deichmann, Siemes Schuhcenter, Proaktiv Sport)	1.300	3,3	1.700	4,4	400	1,3
Neuwied	ZVB HZ Innenstadt Neuwied (KiK, JEANS FRITZ, mister*!ady, Mintgen Mode, Woolworth, Ernsting's family, H&M, C&A, Vero Moda, SiNN, Witt Weiden, NKD, ADLER Mode, Schuhhaus Jo-chum, Lahr Schuhe und mehr, Deichmann, Ara)	15.500	41,6	2.300	7,1	100	0,2
	sonstige Lage (Takko Fashion, Jenas World Stein, KiK)	1.400	3,3	< 100	< 0,1	< 100	< 0,1
Puderbach	ZVB HZ Puderbach (-)	< 100	0,1	-	-	-	-
Ransbach-Baumbach	ZVB HZ Ransbach-Baumbach (Takko Fashion, KiK, Modehaus Normann, Deichmann, Wäller Tierwelt & Pferdebox)	2.800	6,6	500	1,9	200	0,8
Selters (Westerwald)	ZVB Innenstadt von Selters (AWG, Madelons Sportshop, RENO)	1.500	4,1	400	1,2	< 100	0,2
Vallendar	ZVB Innenstadt von Vallendar (-)	100	0,4	< 100	< 0,1	-	-
Weilburg	ZVB Innenstadt von Weilburg (Horne Mode, KiK, NKD, Ernsting's family)	1.300	3,2	100	0,4	100	0,3
Mülheim-Kärlich	ZVB Ortsmitte Mülheim-Kärlich (-)	< 100	< 0,1	< 100	< 0,1	-	-
	sonstige Lage (SO GE Mülheim-Kärlich) (GERRY WEBER Outlet, JEANS FRITZ Outlet, H&M, Jeans World Stein, Betty Barclay Outlet, Schuh + Sportpalast, TK Maxx, Robert Lay Fashion Store, Camp David SOCCX, Jina Laura JP Ulla Poken Outlet-Store, Esprit Outlet, Schiesser Outlet, mister*!ady, JD Sports Outlet, Marc O'Polo Outlet, ONLY, 2x Intersport, 2x Woolworth, Decathlon, C&A, KiK, C&A Kids, s.Oliver Outlet-Store, Adenauer & Co Outlet, Jack & Jones, Levi's Outlet, Tommy Hilfiger Outlet, Shoe4You, SKECHERS Outlet, Schuh Marke, Siemes Schuhcenter,	21.900	56,4	9.700	27,7	5.100	14,4

	<i>Deichmann, Salamander Outlet, Schuh Outlet, Frankonia)</i>						
Weißenthurm	ZVB Ortsmitte Weißenthurm (-)	< 100	0,1	< 100	< 0,1	< 100	< 0,1
Westerburg	ZVB Innenstadt Westerburg (-)	100	0,5	100	0,4	< 100	< 0,1
	ZVB STZ Günther-Koch-Straße (-)	< 100	0,4	< 100	< 0,1	< 100	< 0,1
	sonstige Lage (Takko Fashion, Ernsting's family, Woolworth, KiK, RENO)	1.400	2,8	400	1,1	< 100	< 0,1
Rennerod	Sonstige Lage (KiK, mister*lady, Takko Fashion, Woolworth, NKD, Deichmann, Sport Röttger)	2.000	3,9	500	1,5	200	0,8
Wirges	sonstige Lage (KiK, Woolworth, ADLER Mode, NKD, Takko Fashion)	3.600	6,9	200	0,3	< 100	< 0,1
Gesamt inkl. Outlet Montabaur***		140.700	420,5	35.400	106,0	11.300	39,6
Gesamt excl. Outlet Montabaur***		134.100	371,9	34.700	101,5	10.500	31,4
Ø Flächenproduktivität excl. Outlet Montabaur		-	2.800	-	2.900	-	3.000

Quelle: VKF: Erhebung Stadt + Handel 03/2025; Umsatzschätzung: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2024, Hahn Gruppe 2024/2025 und BBE 2024; VKF auf 100 m², Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * Teilbereich der Kommune (siehe Untersuchungsraum, s. Abbildung 3); ** inkl. Bestand des Outlet Montabaur (Planvorhaben); *** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Die Angebotssituation im Untersuchungsraum in den relevanten Sortimentsbereichen ist als sehr heterogen einzustufen. Angebotsschwerpunkte sind insbesondere in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen des Oberzentrums Koblenz, Limburg a. d. Lahn aber auch Neuwied sowie am dezentralen Sonderstandort Gewerbepark Mülheim-Kärlich auszumachen.

Das umfassendste Angebot wird im **Sortiment Bekleidung** im Untersuchungsraum offeriert. Mit über 35.000 m² Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung bildet die Stadt Koblenz den klaren Angebotsschwerpunkt in der Region, gefolgt vom Gewerbepark Mülheim-Kärlich mit etwa 22.000 m².

Im **Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren** stellen ebenso die genannten innerstädtischen Zentren gewisse Angebotsschwerpunkte da, wenngleich auch zahlreiche (filialisierte) Schuhfachmärkte an dezentralen Standortagglomerationen verortet sind. In diesem Sortiment ist ein eindeutiger Sortimentsschwerpunkt im Gewerbepark Mülheim-Kärlich festzustellen. Die Schuhfachmärkte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind ebenfalls von Relevanz für den vorliegenden Untersuchungsrahmen, da diese zumeist über eine gute verkehrliche Anbindung verfügen und vergleichbar zum Outlet insbesondere auf die Verkehrsfrequenz bzw. insgesamt den MIV ausgerichtet sind.

Im **Sortimentsbereich Sportartikel** stellt sich das Angebot im Untersuchungsraum deutlich komprimierter und deutlich schwächer ausgeprägt dar. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier am Sonderstandort Gewerbepark Mülheim-Kärlich, der mit Intersport Krumholz (> 3.800 m² GVKF) und Decathlon (>2.900 m² GVKF) gleich zwei der stärksten und bekanntesten Sportfachgeschäfte umfasst. Der Angebotsschwerpunkt im Untersuchungsraum liegt damit deutlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. In den größeren Innenstädten Limburg a. d. Lahn, Koblenz und Neuwied finden sich nur wenige Fachgeschäfte aus diesem Bereich. Das Sortiment wird insbesondere über kleinere inhabergeführte Geschäfte und Randsortimente größerer Fachmärkte abgedeckt, die sich in ihrer Angebotsstruktur und Ausrichtung jedoch nur eingeschränkt wettbewerbsfähig gegenüber dem Angebot des Outlets präsentieren. Die kleineren bzw. untergeordneten Grund- und Mittelzentren weisen in diesem Sortiment kein oder ein nur sehr eingeschränktes Angebot auf, welches vorrangig durch kleine Randsortimente diverser anderer Fachmärkte entsteht. Vor dem Hintergrund dieser Gegebenheiten lassen sich bereits erste Anzeichen einer potenziellen Vorschädigung zentraler Versorgungsbereiche in diesem Sortiment feststellen.

Es ist festzuhalten, dass das Outlet Montabaur aktuellen als auch perspektivisch durch seine Ausrichtung und Kundenzielgruppen insbesondere in Konkurrenz zu den größeren, vergleichbaren Angebotsstandorten im Untersuchungsraum steht. Dazu gehören neben der outletähnlichen Standortagglomeration Mülheim-Kärlich u. a. auch die innerstädtischen Zentren Koblenz, Limburg a. d. Lahn und Neuwied. Durch das weitreichende Einzugsgebiet des Outlets Montabaur, wie auch der größeren Innenstädte (hier insb. Koblenz, Limburg a. d. Lahn) sind gegenseitig

deutliche Einzugsgebietsüberschneidungen²⁶ festzustellen, wodurch von einem ausgeprägten Wettbewerb zwischen dem Planvorhaben und diesen Städten auszugehen ist. Die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Outlet Montabaur verstärkt diesen Effekt und führt dazu, dass das Outlet durch seine sehr gute Verkehrslage gewissermaßen als Abfangstandort auftritt.

Durch die Eröffnung des Outlets im Jahre 2015 wurde bereits deutlicher Druck auf die umliegenden Kommunen und Angebotsstandorte ausgeübt. Die umliegenden kleineren Grund- und Mittelzentren (bspw. Dierdorf, Westerbürg, Höhr-Grenzhausen, Diez, Wirges, Ransbach-Baumbach) weisen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche ein teilweise deutlich ausgedünntes Angebot auf. Die bestehenden Angebotsstrukturen befinden sich zudem vorwiegend außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche. Dies ist neben der Wettbewerbsverschärfung durch das Outlet-Angebot unter anderem auch auf die grundlegenden Markttrends und eine umfassende Standortkonsolidierung der Betreiber in den relevanten Sortimenten, sowie auch den steigenden Wettbewerb aus dem Online-Handel zurückzuführen. Das Outlet Montabaur hat diese Situation für die innerstädtischen Zentren jedoch nicht verbessert, sondern vielmehr verschärft.

Exkurs: Verkaufsflächendiskrepanz zwischen ecostra und Stadt+Handel im Innenstadtzentrum Koblenz

Im Rahmen der Angebotsanalyse ist auf eine deutliche Diskrepanz zwischen der Einzelhandelserhebung der ecostra im Jahr 2020/2021 und von Stadt+Handel 03/2025 durchgeführten Erhebung in der Innenstadt von Koblenz hinzuweisen.

Die ecostra weist für den ZVB Innenstadt Koblenz in den drei relevanten Sortimenten Bekleidung, Sportartikel und Schuhe/Lederwaren eine Verkaufsfläche von rd. 66.835 m² aus (Erhebung 2020). Das EHK Koblenz 2016 weist eine Verkaufsfläche von 76.710 m² auf (Erhebung 2013). Nach diesen Erhebungsdaten ist das Angebot von 2013 auf 2020 um rd. 13 % gefallen. Die aktuelle Einzelhandelserfassung von Stadt+Handel des ZVB Innenstadt Koblenz zeigt hingegen eine deutlich geringere Verkaufsfläche in den drei relevanten Sortimenten von rd. 43.700 m². Demnach wäre das Angebot von 2020 auf 2025 um rd. 35 % gefallen. Im Vergleich zu 2013 wäre es ein Rückgang um rd. 43 %. Ein derart starker Verkaufsflächenrückgang ist aus Sicht von Stadt+Handel in der Innenstadt von Koblenz in den letzten Jahren als nicht plausibel zu erachten.

Aufgrund dieser deutlichen Diskrepanz ist eine Plausibilisierung der erhobenen Werte notwendig. In diesem Sinne wird der Verkaufsflächenbestand der Stadt Koblenz (insb. Innenstadt) ins Verhältnis zu vergleichbaren Städten und Innenstadtzentren gesetzt (Vergleichbarkeit: Größe/Einwohnerzahl, Attraktivität, Tourismusfaktor). Die Innenstadtzentren der vergleichbaren Städte weisen folgende kumulierte Verkaufsflächenwerte in den drei relevanten Sortimenten auf:

²⁶ Das EHK Koblenz 2016 stellt in Karte 1 das Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels dar. Das Einzugsgebiet der Stadt Koblenz umfasst dabei einen Großteil des Westwäldkreises und reicht im Osten bis in den LK Limburg-Weilburg rein. Demnach ist eine deutliche Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem hier abgegrenzten Kerneinzugsgebiet (30 min Isochrone) des Outlet Montabaur festzustellen.

- **ZVB Hauptzentrum Innenstadt Jena²⁷:** ca. 108.000 Einwohner und ca. 23.400 m² Verkaufsfläche in den drei Sortimentsbereichen.
- **ZVB A-Zentrum Siegener Innenstadt²⁸:** ca. 102.000 Einwohner und ca. 38.700 m² Verkaufsfläche in den drei Sortimentsbereichen.
- **ZVB Innenstadtzentrum Pforzheim²⁹:** ca. 130.000 Einwohner und ca. 32.600 m² Verkaufsfläche in den drei Sortimentsbereichen.
- **ZVB Hauptzentrum Altstadt Recklinghausen³⁰:** ca. 115.000 Einwohner und ca. 32.645 m² Verkaufsfläche in den drei Sortimentsbereichen.
- **ZVB A-Zentrum Leipzig City³¹:** ca. 629.000 Einwohner und ca. 100.542 m² Verkaufsfläche in den drei Sortimentsbereichen.
- **ZVB Innenstadtzentrum Paderborn³²:** ca. 157.000 Einwohner und ca. 42.450 m² Verkaufsfläche in den drei Sortimentsbereichen.

Die Werte basieren auf den jeweiligen Einzelhandelskonzepten der Städte. Dabei wurden sowohl Einzelhandelskonzepte von Stadt + Handel als auch Konzepte anderer Beratungsbüros verwendet, um einen möglichst neutralen und umfassenden Vergleich herzustellen.

Im Ergebnis ist festzustellen, dass die zur Stadt Koblenz vergleichbaren Großstädte Jena, Siegen, Pforzheim und Paderborn jeweils Verkaufsflächen zwischen 23.000 und 43.000 m² in den drei relevanten Sortimenten aufweisen. **Auf Basis dieser Daten erscheint die von Stadt + Handel erhobene Verkaufsfläche als realistisch.** Die von der **GMA** und **ecostra** ausgewiesenen **Verkaufsflächenwerte übertreffen** den Bestand in **vergleichbaren Städten deutlich** und sind im Verhältnis zur deutlich größeren Stadt Leipzig (5x Einwohner) als viel zu hoch und **nicht plausibel zu bewerten**. Dies gilt auch im Verhältnis zur Verkaufsfläche in der Innenstadt von Münster, welche in den relevanten Sortimentsbereichen (inkl. Fahrrad und Camping) insgesamt ca. 97.800 m² Verkaufsfläche aufweist.

Aus Sicht von Stadt + Handel besteht hier in den Analysen von **ecostra** ein erheblicher **Sachmangel**, da der Verkaufsflächenbestand im ZVB Innenstadt Koblenz insgesamt deutlich überschätzt wurde. Infolge dieser Überbewertung der Angebotssituation in Koblenz wurden von ecostra insgesamt höhere Umsätze für diese Lage ermittelt. Die Umsatzumverteilungen wurden demnach einem deutlich größeren Angebotsspektrum gegenübergestellt, wodurch sich die Umverteilungsquote rechnerisch wesentlich reduziert darstellt. Im Verlauf der vorliegenden Analyse werden die **Umsatzumverteilungen demnach realitätsnah** bewertet

²⁷ Quelle: Junker + Kruse (Entwurf 2023): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Jena – Fortschreibung, S. 62.

²⁸ Quelle: Stadt + Handel (2022): Einzelhandelsentwicklungskonzept Siegen – Fortschreibungen, S. 38.

²⁹ Quelle: Stadt + Handel (2023): Überarbeitung und Neuaufstellung des Märkte- und Zentrenkonzepts für die Stadt Pforzheim, S. 35.

³⁰ Quelle: GMA (2019): Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Recklinghausen, S. 81.

³¹ Quelle: Stadt Leipzig (2019): Monitoringbericht Einzelhandel 2019 – Kleinräumiges Monitoring der Standortentwicklung, S. 34.

³² Quelle: Junger + Kruse (Entwurf 2024): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn – Evaluierung 2024, S. 51 & 90. Die Fläche für Schuhe/Lederwaren und Sportartikel wurde auf Basis der Bestandsdaten in allen ZVB geschätzt – Annahme: beide ca. 4.000 m² im ZVB Innenstadtzentrum).

und eingeordnet und liefern dementsprechend einen **realitätsnahen Blick** auf die **tatsächlichen Auswirkungen der Outlet-Erweiterung auf die Innenstadt von Koblenz**.

4.3 NACHFRAGEANALYSE

Für die Bewertung des Planvorhabens hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten im Untersuchungsraum lässt sich das in einem Gebiet vorhandene einzelhandelsrelevante, sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln.

Im Untersuchungsraum (hier: 30 min Isochrone) wird insgesamt eine im Vergleich zum Bundesdurchschnitt nur leicht unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von rd. 99 erreicht (IfH Köln 2024). Das bedeutet, dass die Kaufkraft der Bevölkerung nahezu dem Bundesdurchschnitt entspricht bzw. nur rd. 1 % darunter liegt.

Die im Folgenden dargestellten Kaufkraftwerte umfassen dabei die Gesamtkaufkraft pro Sortiment im Untersuchungsraum. Der Online-Anteil in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren liegt nach eigenen Berechnungen auf Basis der Angaben der HDE 2025 bei rd. 43 %. Im Sortiment Sportartikel ergibt sich ein Online-Anteil von rd. 37 %. Durch die umfassende Angebotsstruktur und Ausrichtung des Betriebstyps Outlet ist dieser Sonderform des Einzelhandels im Vergleich zum „klassischen“ stationären Einzelhandel eine gewisse Resilienz gegenüber dem Online-Handel zu attestieren. Entsprechend ist für das Outlet Montabaur auch die gesamte zur Verfügung stehende Kaufkraft relevant. In den weiterführenden Berechnungen zum Prognosehorizont ist jedoch angesichts der immer stärkeren Integration des Online-Shoppings in das Konsumverhalten i. S. e. Worst Case der wachsende Online-Anteil zu berücksichtigen.

Im Sinne der dargelegten methodischen Vorgehensweise basieren die nachfolgenden Zahlen auf den IfH Kaufkraftdaten aus dem Jahr 2024 und den GfK-Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene. Entsprechend kann eine gebietsscharfe Kaufkraftbestimmung vorgenommen werden.

Für das Sortiment Bekleidung ergibt sich im Untersuchungsraum eine Kaufkraft pro Kopf von 582 Euro und für das Sortiment Schuhe/Lederwaren von 148 Euro.

Das Sortiment Sportartikel ist in der Kaufkraftgruppe Sportartikel/Fahrräder/Camping beinhaltet. Der Sportmarkt ist dabei nach Angaben der IfH Köln bereits sehr eng gefasst, sodass Lifestyle Bekleidung (Labelbezogene Bekleidung (T-Shirts, Pullover z. B. von Adidas oder Puma), Lifestyle Schuhe für den Alltagsgebrauch (Sneakers etc.)) bereits dem jeweiligen anderen Sortimentsbereich (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren) zugerechnet wurde. Nach der in Kapitel 2 darge-

legten differenzierten Sortimentsstruktur ist lediglich die Kaufkraft für Sportartikel (exkl. Camping, Fahrräder, Sportgroßgeräte³³) relevant. Insgesamt nimmt das Segment Sportartikel nach der dem Gutachten zugrundeliegenden Methodik lediglich rd. 38,5 % der pro Kopf Kaufkraft ein. Entsprechend wird für das Sortiment Sportartikel eine durchschnittliche pro Kopf Kaufkraft im Untersuchungsraum von rd. 102 Euro erreicht (s. Tabelle 2).

Tabelle 2: Herleitung pro Kopf Kaufkraft für das Sortiment Sportartikel gem. Methodik

Beschreibung	Kaufkraft pro Kopf
Gesamtkaufkraft Sportartikel/Fahrräder/Camping nach IfH Köln 2024	264 Euro
Sportartikel exkl. Fahrräder (- rd. 52 %)	127 Euro
Sportartikel exkl. Camping & Sportgroßgeräte (s. Methodik)	102 Euro

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnungen auf Basis GfK 2025.

Die nachfolgende Tabelle stellt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen sowie die Einwohner³⁴ im Untersuchungsraum dar.

³³ Der Anteil Sportgeräte an der Kaufkraft Sportartikel liegt bei 26,5 %. Es wird unterstellt, dass davon 50 % auf Sportgroßgeräte entfällt. Dementsprechend werden 13,25 % von der verbleibenden Kaufkraft noch abgezogen.

³⁴ Einwohnerzahlen zum 31.12.2022. Für die Stadt Koblenz wurde ebenfalls, um eine quantitative Konsistenz herzustellen, auf Einwohnerzahlen aus 2022 zurückgegriffen. Da jedoch ein leichter Einwohnerrückgang von 2022 zu 2024 in Koblenz festzustellen, wird im Gutachten in diesem Fall eine leicht optimistischere Einwohnerzahl für 2030, den Berechnungen zugrunde gelegt. Das Analyseergebnis würde sich durch die Verwendung der aktuelleren Zahlen eher verschlechtern als verbessern. In diese Sinne wird hierbei ein eher moderatere Vorgehensweise gewählt.

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen und Einwohner im Untersuchungsraum (Bestand)

Landkreis** <i>(relevante Verbandsgemeinden/Teilbereiche im U-Raum)</i>	Einwohner (Stand: 31.12.2022)	Kaufkraft Bekleidung in Mio. Euro	Kaufkraft Schuhe/Le- derwaren in Mio. Euro	Kaufkraft Sportartikel in Mio. Euro
LK Neuwied <i>(Asbach, Puderbach, Rengsdorf-Waldbreitbach, Dierdorf, Neuwied)</i>	121.116	67,7	17,3	11,8
LK Altenkirchen (Ww) <i>(Altkirchen-Flammersfeld)</i>	10.766	6,2	1,6	1,1
LK Mayen-Koblenz <i>(Maifeld, Weißenthurm, Pellenz, Rhein-Mosel, Stadt Andernach, Stadt Bendorf, Vallendar)</i>	140.302	81,0	20,7	14,2
Stadt Koblenz**	113.927	65,8	16,8	11,5
LK Westerwaldkreis <i>(Hachenburg, Montabaur, Selters (Ww), Ransbach-Baumbach, Wirges, Bad Marienberg (Ww), Westerburg, Höhr-Grenzhausen, Wallmerod, Rennerod)</i>	176.334	104,1	26,6	18,2
LK Rhein-Lahn-Kreis <i>(Loreley, Stadt Lahnstein, Aar-Einrich, Bad Ems-Nassau, Diez)</i>	72.667	41,4	10,6	7,2
LK Rhein-Sieg-Kreis <i>(Königswinter, Bad Honnef)</i>	6.448	4,5	1,1	0,8
LK Limburg-Weilburg <i>(Limburg a. d. Lahn, Weilburg, Hadamar, Bad Camberg)</i>	137.967	81,0	20,6	14,2
LK Rheingau-Taunus-Kreis <i>(Hünstetten, Idstein)</i>	15.768	11,1	2,8	1,9
GESAMT Untersuchungsraum	795.295	462,8	118,1	80,9

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH Köln 2024; Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Kaufkraftwerte auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich;

** Teilbereiche im Untersuchungsraum.

Unter Berücksichtigung der ermittelten Einwohnerzahlen ergeben sich somit folgende vorhabenrelevante Kaufkraftpotenziale für den Untersuchungsraum (aktueller Datenstand: 31.12.2022):

- Bekleidung: rd. 462,8 Mio. Euro/Jahr;
- Schuhe/Lederwaren: rd. 118,1 Mio. Euro/Jahr;
- Sportartikel: rd. 80,9 Mio. Euro/Jahr.

Die vorstehenden Zahlen beinhalten den Anteil der Online-Kaufkraft, es handelt sich demnach um die gesamte verfügbare Kaufkraft im Raum. Bereinigt man diese Gesamtkaufkraft um den aktuellen Online-Anteil der einzelnen Sortimente ist eine deutlich erhöhte Zentralität³⁵ in den drei untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen festzustellen. Dementsprechend sind deutliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Untersuchungsraumes zu den Angebotsstrukturen innerhalb des Untersuchungsraumes zu konstatieren. Dies ist zum einen auf die Strahl- und Zugkraft des Outlet Montabaur zurückzuführen, welches einen signifikanten Teil seines Umsatzes (Herleitung: 65 %) durch Kunden von außerhalb der 30 min Isochrone (Untersuchungsraum) generiert. Darüber hinaus befinden sich auch weitere angebotsstarke Städte (u. a. Limburg a. d. Lahn, Koblenz) im Randbereich des Untersuchungsraumes. Diese weisen ebenfalls ein deutlich über den Untersuchungsraum hinausgehendes Einzugsgebiet auf und sorgen somit auch für einen Kaufkraftzufluss. Als Angebotsschwerpunkt ist zudem der Gewerbepark Mülheim-Kärlich zu nennen, der durch ein umfassendes und teils outlet-ähnliches Angebot ebenfalls einen weitreichenden Einzugsbereich bedient. In Zusammenschau dieser Aspekte ist für den Untersuchungsraum ein signifikanter Kaufkraftzufluss in den hier relevanten Sortimentsbereichen auszumachen.

Berücksichtigung der Entwicklung des Nachfragepotenzials (s. Kapitel 2)

Unter Berücksichtigung eines Genehmigungs- und Errichtungszeitraums von etwa 3-4 Jahren, sowie einer Zeitspanne von einem weiteren Jahr bis zum Eintritt der vollständigen Marktwirksamkeit des Planvorhabens wird die Nachfragesituation im Folgenden für Ende 2030 abgebildet. Folgende Einflussfaktoren sind für die Entwicklung der Nachfragesituation von Relevanz:

- Bevölkerungsentwicklung im Untersuchungsraum bis Ende 2030³⁶;
- Entwicklungsdynamik der Branchen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel (auf Basis IFH 2014 - 2024);
- Entwicklung des Onlineanteils im jeweiligen Sortiment (auf Basis HDE Online-Monitor 2017 - 2025).

³⁵ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) ermittelt sich anhand der Relation aus dem Einzelhandelsumsatz einer Kommune oder sonstigen Gebietseinheit zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einem Wert von über 100 % sind im Saldo Kaufkraftzuflüsse, bei einem Wert unter 100 % dagegen im Saldo Kaufkraftabflüsse anzunehmen.

³⁶ Eigene Berechnung auf Basis der Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung für Hessen bis 2070 (Hessisches Statistisches Landesamt), der sechsten kleinräumigen Bevölkerungsvorausberechnung für verbandsfreie Gemeinden und Verbandsgemeinden (Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz) und der Bevölkerungsvorausberechnung des IT.NRW.

Tabelle 4: Bevölkerungsentwicklung im Untersuchungsraum nach Landkreisen (inkl. Prognose 2030)

Landkreis** <i>(relevante Verbandsgemeinden/Teilbereiche im U-Raum)</i>	Einwohner (Stand: 31.12.2022)	Bevölkerung (Prognose: 2030)	Bevölkerungsentwicklung in %
LK Neuwied <i>(Asbach, Puderbach, Rengsdorf-Waldbreitbach, Dierdorf, Neuwied)</i>	121.116	121.676	0,5
LK Altenkirchen (Ww) <i>(Altkirchen-Flammersfeld)</i>	10.766	10.920	1,4
LK Mayen-Koblenz <i>(Maifeld, Weißenthurm, Pellenz, Rhein-Mosel, Stadt Andernach, Stadt Bendorf, Vallendar)</i>	140.302	142.567	1,6
Stadt Koblenz	113.927	114.385	0,4
LK Westerwaldkreis <i>(Hachenburg, Montabaur, Selters (Ww), Ransbach-Baumbach, Wirges, Bad Marienberg (Ww), Westerbürg, Höhr-Grenzhausen, Wallmerod, Rennerod)</i>	176.334	177.873	0,9
LK Rhein-Lahn-Kreis <i>(Loreley, Stadt Lahnstein, Aar-Einrich, Bad Ems-Nassau, Diez)</i>	72.667	72.808	0,2
LK Rhein-Sieg-Kreis <i>(Königswinter, Bad Honnef)</i>	6.448	6.418	-0,5
LK Limburg-Weilburg <i>(Limburg a. d. Lahn, Weilburg, Hadamar, Bad Camberg)</i>	137.967	141.770	2,8
LK Rheingau-Taunus-Kreis <i>(Hünstetten, Idstein)</i>	15.768	15.958	1,2
GESAMT Untersuchungsraum	795.295	804.373	1,1

Quelle: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Bevölkerungsvorausberechnungen des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz (Basisjahr 2020), IT.NRW (Basisjahr 2021) und dem Hessischen Statistischen Landesamt (Basisjahr 2021); * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich; ** Teilbereiche im Untersuchungsraum.

Nach den Bevölkerungsprognosen des jeweiligen Statistischen Landesamtes wird für den Untersuchungsraum insgesamt eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung prognostiziert. Insbesondere im Landkreis Limburg-Weilburg wird ein überdurchschnittliches Bevölkerungswachstum im Vergleich zu den weiteren Landkreisen im Untersuchungsraum erwartet (s. Tabelle 4).

Insgesamt wird für den gesamten Untersuchungsraum ein leichter Bevölkerungsanstieg von rd. 1,1 % prognostiziert.³⁷

Anhand der Entwicklungsdynamik der letzten 10 Jahre sowie unter Berücksichtigung der zu erwartenden Entwicklung des sortimentspezifischen Online-Anteils lässt sich bis Ende 2030 eine Entwicklung der Kaufkraft für den stationären Einzelhandel in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen³⁸:

- Bekleidung: - rd. 1,4 %;
- Schuhe/Lederwaren: - rd. 1,8 %;
- Sportartikel: + rd. 7,0 %

ableiten.

In Summe ergibt sich somit für den Untersuchungsraum eine durchschnittliche Entwicklung der Nachfrage im Sortimentsbereich:

- Bekleidung um - rd. 0,2 % bzw. - rd. 1,2 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereiche Bekleidung zum Prognosejahr 2030 ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 461,6 Mio. Euro;
- Schuhe/Lederwaren um - rd. 0,6 % bzw. - rd. 0,8 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereiche Bekleidung zum Prognosejahr 2030 ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 117,3 Mio. Euro;
- Sportartikel um + rd. 8,3 % bzw. + rd. 6,7 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereiche Bekleidung zum Prognosejahr 2030 ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 87,7 Mio. Euro.

In der folgenden absatzwirtschaftlichen Betrachtung (s. Kapitel 6.1) finden die dargestellten Kaufkraftentwicklungen der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche des Planvorhabens entsprechend Berücksichtigung.

4.4 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE ANALYSE DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES HZ INNENSTADT KOBLENZ

Auftragsgemäß werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ausschließlich auf den zentralen Versorgungsbereich HZ Innenstadt Koblenz städtebaulich qualifiziert. Grundlage für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen, welche aus dem Planvorhaben resultieren, bildet dabei die städtebaulich-funktionale Analyse des ZVB HZ Innenstadt Koblenz. Der ZVB wird im Folgendem fokussiert dargestellt und städtebaulich bewertet. In diesem Zug wird auch geprüft, ob der

³⁷ Nach Einwohneranteilen gewichteter Wert.

³⁸ Dabei wurde bereits eine Abflachung des Wachstums des Online-Anteils berücksichtigt, da die relevanten Sortimente bereits einen hohen Online-Anteil aufweisen. Die Wachstumsdynamik lässt mit steigendem Online-Anteil somit deutlich nach.

ZVB bereits eine Vorschädigung in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen aufweist.

Für die städtebaulichen Analysen des ZVB HZ Innenstadt Koblenz wurde auf das EHK Koblenz 2016, das Innenstadtkonzept 2022³⁹ sowie auf eigene Vor-Ort-Analysen zurückgegriffen. Nachfolgend wird die städtebauliche Analyse mit den wesentlichen Inhalten dargestellt.

Für die weiteren im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche wird aufgrund der Zielstellung des Gutachtens keine dezidierte städtebauliche Analyse durchgeführt. Eine Bewertung der Auswirkungen wird in Kapitel 6.1 für ausgewählte und betroffene Lagen durchgeführt. Dabei ist weiterhin festzuhalten, dass auf Grundlage von Vor-Ort-Erhebungen im Untersuchungsraum zusätzlich drei faktische zentrale Versorgungsbereiche identifiziert werden konnten. Die vorgenommene Abgrenzung dieses Bereiches erfolgte unter Berücksichtigung von städtebaulichen und funktionalen Kriterien und auf Basis des tatsächlichen vorhandenen Einzelhandels- und Gewerbebesatzes. Eine endgültige Bestimmung und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist im Rahmen eines kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu präzisieren, da es einer wertenden Gesamtbetrachtung der räumlichen Strukturen in der jeweiligen Kommune bedarf.

³⁹ Stadt + Handel (2022): Innenstadtkonzept Koblenz, Dortmund.

Tabelle 5: Zentrensteckbrief ZVB HZ Innenstadt Koblenz (städtebauliche Analyse)

Lage	
Verortung und räumliche Integration	<p>Der ZVB bildet das historische Zentrum der Stadt Koblenz. Der ZVB befindet sich dementsprechend im Kernsiedlungsgebiet der Stadt Koblenz und weist als Zentrum der Stadt eine sehr hohe städtebauliche Integration auf. Der Bereich erstreckt sich im Westen östlich der Hauptbahntrasse, im Norden reicht der ZVB bis zum Peter-Altmaier-Ufer (Mosel), im Osten bis zum Bereich des Josef-Görres-Platzes bzw. des Schlossvorplatzes und im Süden bis zum Koblenzer Hauptbahnhof.</p> <p>Der zentrale Versorgungsbereich gliedert sich dabei in zwei Teilbereiche: Zum einen umfasst er die Einkaufsinnenstadt als Einzelhandelsschwerpunkt und zum anderen die südlich angrenzende erweiterte Innenstadt, die sich vom Friedrich-Ebert-Ring bis zum Hauptbahnhof erstreckt.</p>
Distanz zum Vorhaben	rd. 28,5 km Fahrdistanz
Einzelhandelsstruktur	
Angebotsstruktur	<p>Die Angebotsstruktur setzt sich aus einer Mischung kleinflächiger (inhabergeführter) Fachgeschäfte sowie großflächiger Filialisten bzw. Magnetbetrieben, darunter C&A, H&M, TK Maxx oder P&C zusammen. Im zentralen Versorgungsbereich sind Betriebe aller Bedarfsstufen angesiedelt, wobei der Angebotsschwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich, insb. Bekleidung liegt. Strukturprägende Nahversorgungsangebote sind vereinzelt vorhanden (REWE, Alnatura, ALDI Süd, Netto Marken-Discount, dm) und werden durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks ergänzt. Die höchsten Einzelhandelsdichten finden sich entlang der Löhrrstraße, westlich der Schlossstraße sowie in und um die Einkaufszentren Forum Mittelrhein (u. a. H&M, Saturn, Woolworth) und Löhr-Center (u. a. Deichmann, Thalia, Jack Wolfskin). Die beiden Einkaufszentren stellen innerhalb der Innenstadt die Angebotsschwerpunkte dar und fungieren insgesamt als Frequenzbringer, da sich die bekannten und zugstarken Einzelhändler vorrangig in diesen positioniert haben. Insgesamt bietet die Innenstadt damit eine sehr heterogene Angebotsqualität, wobei in der Altstadt kleinteilige, teils hochwertige, inhabergeführte Geschäfte mit spezialisierten Sortimentsangeboten dominieren. In den Randlagen sowie insbesondere in den östlichen und südöstlichen Bereichen des ZVB ist ein deutlich abnehmender Einzelhandelsbesatz festzustellen. In Teilen der Innenstadt – etwa in der Löhrrstraße und in Bereichen der Altstadt – sind ebenfalls zunehmende Leerstände zu verzeichnen. Der südliche Ergänzungsbereich zwischen Friedrich-Ebert-Ring und Hauptbahnhof ist auch dem ZVB zuzuordnen und wird durch einen abnehmenden und lückenhaften Einzelhandelsbesatz mit überwiegend kleinteiligen Betrieben geprägt. Mit dem Lebensmitteldiscounter ALDI Süd ist dort ein strukturprägender Nahversorger vorhanden. Der Bereich ist stark durch dienstleistungsorientierte Nutzungen (z. B. Sparkasse, Kreisverwaltung), Gastronomie und Wohnnutzung geprägt. Die B 49 stellt eine räumliche Barriere zwischen dem südlichen Ergänzungsbereich und der Hauptlage der Einkaufsinnenstadt dar, weshalb die fußläufige Verbindung zwischen Hauptbahnhof und Haupteinkaufsbereich als eingeschränkt zu bewerten ist.</p> <p>Nach dem EHK Koblenz 2016 stehen die Segmente Bekleidung, Schuhe und Sportartikel für einen prozentualen Anteil an der Gesamtbetriebszahl im ZVB von rund 38 %, mit einer Verkaufsfläche von 76.710 m². Nach den aktuellen Erhebungen von Stadt + Handel (Erhebung: 03/2025) ist in der Innenstadt Koblenz lediglich noch eine Verkaufsfläche von rd. 43.000 m² in den drei relevanten Sortimenten festzustellen. Es sei dabei jedoch auf die Plausibilisierung der EHK-Daten in Kapitel 4.2 verwiesen.</p> <p>Dennoch ist eine eher negative Entwicklungstendenz im ZVB HZ Innenstadt Koblenz bzgl. der untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen und Angebotsstrukturen festzustellen. Dabei fallen insbesondere die größeren Betriebsabgänge in den vergangenen Jahren ins Gewicht wie bspw. Modehaus SiNN, Salamander, Aachener Modehaus (davor bereits ESPRIT), Deiters oder auch Decathlon⁴⁰. Alle diese Einzelhändler hinterlassen signifikante Leerstände in den teilweise besten Einkaufslagen der Koblenzer Innenstadt. Eine Rückkehr des Modehaus SiNN ist aufgrund von betreiberspezifischen Prob-</p>

⁴⁰ Die Verkaufsfläche für Sportartikel wird im Outlet Montabaur deutlich ausgeweitet. Die Auswirkungen in diesem Sortiment stellen sich als äußerst kritisch dar (s. dazu Kapitel 6.3).

	<p>lemen gescheitert. Decathlon konzentriert sich auf die größere Filiale in Mülheim-Kärlich⁴¹. Die deutlichen Verkaufsflächenrückgänge und insgesamt die Komprimierung des Angebots auf die zentralen Lagen sind auf unterschiedliche Gründe zurückzuführen. Die Eröffnung des zweiten, großen, innerstädtischen Einkaufszentrums (Forum Mittelrhein) im Jahr 2012 hat das Flächenangebot deutlich ausgeweitet und damit gewissermaßen Druck auf die umliegenden Lagen und insbesondere die Randlagen ausgelöst. Darüber hinaus spielt auch die Entwicklung des Gewerbepark Mülheim-Kärlich eine entscheidende Rolle. Dort hat sich bspw. H&M im Jahr 2016 und Decathlon im Jahr 2019 neu angesiedelt. Gleichzeitig hat sich Decathlon im Jahr 2023 aus der Innenstadt Koblenz zurückgezogen, um sich auf die Filiale in Mülheim-Kärlich zu fokussieren und das Angebotsnetz nach veränderten Marktbedingungen gewissermaßen zu konsolidieren. Gleichzeitig wurden auch weitere Betriebe in Mülheim-Kärlich ausgebaut und modernisiert bzw. zu Outletstores umfunktioniert. Diese negativen Tendenzen für die Koblenzer Innenstadt wurden durch die Eröffnung des Outlet Montabaur im Jahr 2015 weiter verstärkt. Eine derartige Angebotsstruktur gab es zuvor nur ansatzweise im Gewerbepark Mülheim-Kärlich. Dieser hat wie beschrieben bereits dazu geführt, dass sich Einzelhändler gegen die Innenstadt von Koblenz und für den Sonderstandort in Mülheim-Kärlich entschieden haben.⁴² Mit über 40.000 m² verfügt die Stadt Koblenz über ein zu vergleichbaren Innenstädten eher überdurchschnittliches Angebot, wenngleich ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen ist und sich damit auch die Attraktivität des Zentrums verringert hat.</p> <p>Im Hinblick auf die zentrenergänzenden Funktionen ist ein breiter Angebotsmix im gesamten ZVB Innenstadt Koblenz festzustellen. Diese sind über den gesamten zentralen Versorgungsbereich verteilt, mit räumlichen Schwerpunkten in der Altstadt, entlang der Hohenfelder Straße sowie in den Randlagen des ZVB. Es ist ein ausgewogener Mix aus Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, medizinischen und kulturellen Angebote und verwaltungsbezogenen Einrichtungen festzuhalten. Besonders die Altstadt zeichnet sich durch eine hohe Dichte an Gastronomiebetrieben und Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung aus, während in der Hohenfelder Straße insb. Dienstleistungen angesiedelt sind. Die zentrenergänzenden Funktionen sind ein wichtige Frequenzbringer für das Zentrum.</p>
relevante Magnetbetriebe (kleine Auswahl)	2x H&M, C&A, P&C, Galeria, Hollister, Calzedonia, JD Sports, ONLY, Jack Wolfskin, Zara, Lascana, Betty Barclay, s. Oliver, New Yorker, Foot Locker, Deichmann, LAHR Schuhe und Mehr usw.
Verkehrliche Anbindung	
MIV & ÖPNV	<p>Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Koblenz ist über die B 9 und den Friedrich-Ebert-Ring gut an den regionalen und überregionalen motorisierten Individualverkehr angebunden. Mehrere Parkplätze und Parkhäuser (u. a. Görresplatz, Löhr-Center, Schängel-Center) stehen innerhalb des ZVB zur Verfügung, sodass eine adäquate Parksituation für die Besucher der Innenstadt gegeben ist. Im zentralen Versorgungsbereich befinden sich mehrere Bushaltestellen, was eine gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sicherstellt. Zudem liegt der Bahnhof südlich des zentralen Versorgungsbereichs und gewährleistet eine gute Anbindung an den regionalen und überregionalen Schienenverkehr. zt. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die fußläufige Verbindung zwischen dem Hauptbahnhof im Süden und dem Kernbereich der Innenstadt sowohl gestalterisch als auch funktional als eingeschränkt und ausbaufähig zu bewerten ist, wenngleich die Anbindung der Innenstadt an den Schienenverkehr seit dem Jahr 2011 zusätzlich über den Haltepunkt Stadtmitte, abgedeckt werden kann. Innerhalb des ZVB sind Radwege vorhanden, jedoch ist die innerstädtische Radinfrastruktur stellenweise unübersichtlich und nicht durchgängig ausgebaut. Durch die zentrale Lage ist der ZVB für die umliegenden Stadtteile sowohl fußläufig als auch mit dem Auto gut erreichbar. Darüber hinaus sind auch die umliegenden Gemeinden und Städte über die bestehenden Straßenzüge gut an das Zentrum angebunden.</p>

⁴¹ Quelle: Pressemitteilung Decathlon (2023): DECATHLON passt Filialportfolio im Raum Koblenz an. LINK: <https://storage.googleapis.com/public-file-download-prod/pressedateien/2023-PM-DECATHLON-Filialportfolio-Koblenz.pdf> (Stand: 07/2023, Zugriff: 28.05.2025).

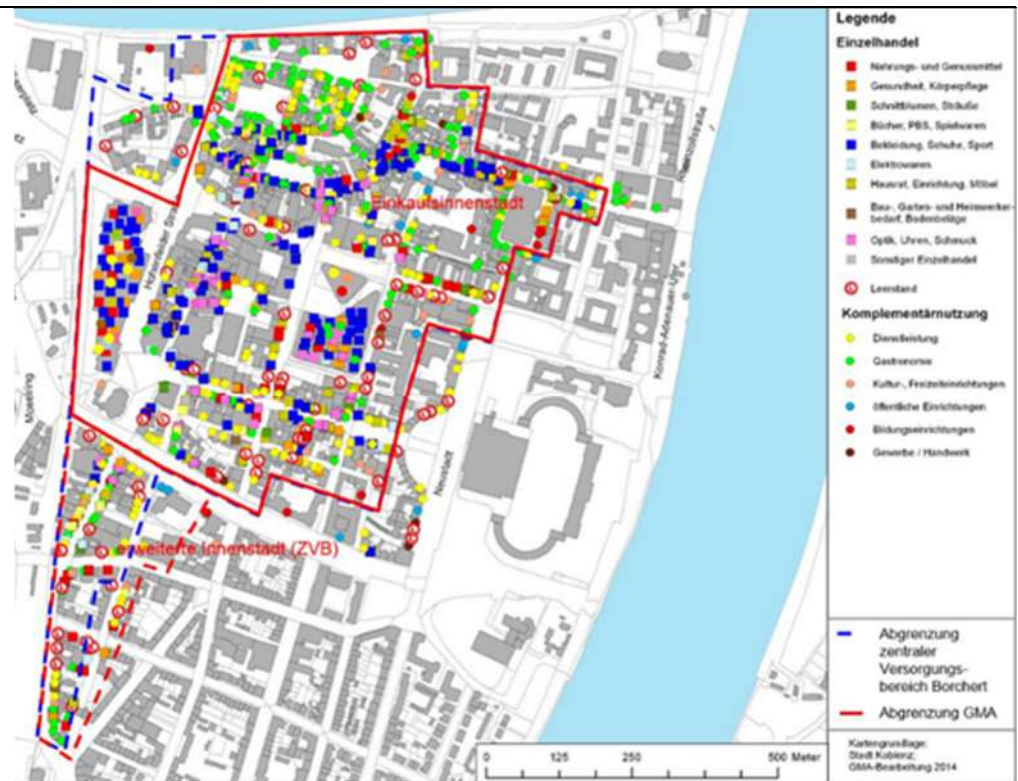
⁴² Der Effekt des Ausbaus des Gewerbepark Mülheim-Kärlich auf die Stadt Koblenz (Abwanderung bekannter Marken) stellt eine klare Blaupause für die Auswirkungen von dezentralen Einzelhandelsagglomerationen auf die Innenstadt von Koblenz dar. Mit der Erweiterung des Outlet Montabaur wird sich dieser Effekt wiederholen bzw. verstärken, was der Innenstadt Koblenz nachhaltig schaden wird (s. Kapitel 6.3).

	Im Zentrum laufen zahlreiche Hauptverkehrsachsen zusammen. Zusätzlich ist die Innenstadt über die Rheinuferpromenade an den Schiffsverkehr angebunden, wodurch die Möglichkeit besteht, den ZVB über den Wasserweg zu erreichen, was insb. für Städtetouristen und teilweise auch die Bewohner der Stadtteile Lützel und Ehrenbreitstein zum Tragen kommt.
Städtebauliche Struktur	
Struktur & Erscheinungsbild	Die Innenstadt Koblenz weist eine insgesamt heterogene städtebauliche Struktur mit differenten Qualitäten auf. Besonders die Altstadt mit ihrer kleinteiligen Bebauung, historischen Gebäuden und attraktiven Platzsituationen wie am Görresplatz oder Münzplatz bietet durch Außengastronomie, Stadtmobiliar und Sitzgelegenheiten eine attraktive städtebauliche Gestaltung sowie hohe Aufenthaltsqualität. Die Gassen der Altstadt sowie Teile der Löhrrstraße und der Schloßstraße sind als Fußgängerzonen ausgewiesen und können durch eine angenehme Einkaufsatmosphäre punkten. Das Stadtbild ist geprägt von einem Mix aus historischen und modernen Gebäuden, wobei vereinzelt Sanierungsbedarf z. B. an Fassaden sichtbar ist. Begrünungselemente sind insb. an Plätzen sowie straßenbegleitend vorhanden. Insgesamt ist die Innenstadt aber stark versiegelt. Auch entlang der Hauptlagen schlagen zahlreiche Leerstände und Mindernutzungen (bspw. Spielhallen (z. B. Schlossstraße)) negativ zu Buche und prägen das Stadtbild negativ. Hinzu kommt ein hohes Verkehrsaufkommen, insbesondere entlang der Hohenfelder Straße, der Pfulgasse, der B49 und dem Peter-Altmeier-Ufer, was die Aufenthaltsqualität mindert und zu einer räumlichen Trennung und damit fehlenden funktionalen Zusammenhänge der einzelnen Innenstadtbereiche führt.
Versorgungsfunktion	
Einschätzung der Versorgungsfunktion	Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Koblenz ist Angebotsschwerpunkt im Stadtgebiet und nimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet ein. Angesichts des umfassenden Warenangebots kommt der ZVB auch seiner oberzentralen und damit weitreichenden Versorgungsfunktion in den meisten Sortimentsbereichen nach. Dies trifft insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich zu. Die Innenstadt weist demnach ein hohes funktionales Gewicht im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe und der VKF-Ausstattung auf. Ausnahme dabei ist das Sortiment Sportartikel, welches in der Koblenzer Innenstadt nur in sehr rudimentären Maße vertreten ist und damit keine weitreichende Strahlkraft erreicht. Durch das Gesamtangebot sind jedoch deutliche Einzugsgebietsüberschneidungen zwischen dem Outlet Montabaur, dem Gewerbepark Mülheim-Kärlich und der Innenstadt Koblenz festzustellen. Diese stehen angesichts der Angebotsstruktur und der genannten Einzugsgebietsüberschneidungen in einem verstärkten Wettbewerb miteinander.
Vorschädigung des ZVB	Aus fachgutachterlicher Perspektive ist in Koblenz in den vergangenen Jahren eine deutlich negative Entwicklungstendenz festzustellen. Strukturprägende Märkte und Marken verlassen die Innenstadt und konsolidieren ihr Filialnetz, wobei teilweise innerstädtische Standorte zugunsten von nicht integrierten Standorten aufgegeben werden. Dabei versucht die Stadt Koblenz über Aktivierungskonzepte und Leerstandsmanagement die Situation zu sichern und zu verbessern. Nach fachgutachterlicher Einschätzung liegt eine Vorschädigung der Innenstadt von Koblenz insbesondere im Segment Sportartikel vor. Dies ist insbesondere auf das sehr geringe Angebot in diesem Segment zurückzuführen. Dies ist begründet sich wiederum durch den Marktabgang des Decathlon im Jahr 2023. Insgesamt ist anzumerken, dass die Stadt über ein insgesamt breites Angebot verfügt, welches jedoch zunehmend ausdünn. ⁴³ Der Effekt von Mülheim-Kärlich ist offensichtlich und faktisch nachweisbar. Dabei ist bereits erkennbar, dass eine weitere deutliche Angebotsausweitung an einem sich nicht selbständig tragbaren Standort (Montabaur) zu weiteren Schädigungen führen wird. Dabei handelt es sich nicht um eine Vermutung, sondern eine aus bereits erfolgten Schädigungen ableitbare Prognose. Diese wird im Zuge der vorliegend dezidierten Auswirkungsanalyse tiefergehend untersucht.

⁴³ In diesem Zusammenhang ist auch auf einen aktuellen Artikel der Rhein-Zeitung zu verweisen. In diesem bestätigt auch die Centermanagerin, dass es eine erhöhte Leerstandsproblematik im Center auszumachen ist. Quelle: https://www.rhein-zeitung.de/lokales/koblenz-region/so-bewertet-die-centerchefin-die-leerstaende-im-forum_arid-4051059.html (Stand: 27.06.2025, Zugriff: 02.07.2025).

Abgrenzung des ZVB

(Veränderungen im dargestellten Einzelhandelsbesatz möglich)



Quelle: Eigene Darstellung nach EHK Koblenz 2016, Innenstadt-konzept 2022, eigene vor-Ort-Analysen; Bewertung Ampelsystem: grün = günstige Ausgangslage; gelb = mäßige Ausgangslage; rot = eher ungünstige Ausgangslage.

4.5 BEWERTUNG DER ANGEBOTS- UND NACHFRAGESEITIGEN STRUKTUREN

Im Hinblick auf die im Anschluss folgende Bewertung des Vorhabens hinsichtlich seiner absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen sind die folgenden räumlichen, quantitativen und qualitativen Rahmenbedingungen von besonderer Bedeutung:

- Das **Outlet Montabaur** befindet sich im Norden des Kernstadtbereiches der Stadt Montabaur in unmittelbarer Nähe zum ICE-Bahnhof und zur A 3. Entsprechend ist das Outlet sowohl mit dem Auto, dem Bus und der Bahn sehr gut erreichbar. Durch die erhöhte Lage der Autobahn sowie den Bahndamm ist jedoch im Bestand die Sichtbarkeit des Outlets von den Hauptverkehrsachsen A 3 aktuell als eher durchschnittlich zu bewerten. Mit einer aktuellen Verkaufsfläche von 9.032 m² handelt es sich um ein verhältnismäßig kleines Outlet-Center. Die Bestandsverkaufsfläche des Outlet Montabaur in den relevanten Sortimenten liegt derzeit noch deutlich unter den Bestandsflächen der größeren Innenstädte (bspw. Limburg a. d. Lahn, Koblenz, Neuwied). Durch die **vorgesehene Erweiterung** würde das Outlet Montabaur jedoch zu den **größten Outlet-Centern in Deutschland**⁴⁴ (Zweibrücken Fashion Outlet, Designer Outlet Neumünster) aufschließen und durch die vorgesehenen **Gastronomie- und Dienstleistungsflächen** eine **mit Innenstädten vergleichbare Strahlkraft** erlangen. Durch die geplante Positionierung des Outlets werden neue Zielgruppen erschlossen und zugleich eine attraktive Tourismusdestination geschaffen. Dies führt voraussichtlich zu spürbaren Veränderungen im Kundenverhalten sowie zu einer Verlagerung von Besucherfrequenzen aus u. a. vergleichbaren innerstädtischen Lagen (bspw. Koblenz, Limburg a. d. Lahn, Neuwied usw.).
- Gleichzeitig wird durch den **quantitativen Verkaufsflächenausbau**, die **städtebaulich-funktionale Aufwertung** (v. a. Gastronomiebetrieb) und die deutliche Erhöhung der **Sichtbarkeit** von den Hauptverkehrsachsen (v. a. A 3) durch die Errichtung eines **modernen Gebäudekomplexes**, die **Strahlkraft** des Outlets deutlich **erhöht**. Aus diesem Grund ist davon auszugehen, dass sich die **Marktdurchdringung** im derzeitigen Einzugsgebiet **erhöhen** und das Outlet einen höheren Anteil der zur Verfügung stehenden Kaufkraft abschöpfen wird. Das Outlet wird demzufolge auch verstärkt von den hohen Durchgangsverkehren der A 3 (Verkehrsfrequenz pro Tag: ca. 40.000 Fahrzeuge) profitieren können. Darüber hinaus wird sich durch die erhöhte **Strahlkraft** auch der Anteil der von weiter entfernt kommenden Kundengruppen **erhöhen**, wodurch wiederum die Verkehrsbelastung steigt. Die aufgeführten Aspekte sind entsprechend bei der Umsatzschätzung und -prognose des Planvorhabens zu berücksichtigen.
- **Wesentliche Wettbewerber** des Outlet Montabaur sind insbesondere die innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiche der nächstgelegenen attraktiveren Städte (u. a. Limburg a. d. Lahn und Koblenz) sowie insbesondere auch die Outlet ähnlichen Angebotsstrukturen am Sonderstandort

⁴⁴ Organisierte Outlet-Agglomerationen (bspw. Outlecity Metzingen) ausgenommen

Gewerbepark Mülheim-Kärlich. Darüber hinaus stehen die Outlet-Stores in einem Wettbewerb mit jedem anderen Anbieter im entsprechenden Sortimentsbereich. Im Bereich Schuhe/Lederwaren wird es bspw. zu einer Wettbewerbsverschärfung für alle Deichmann-Märkte und Siemes Schuhcenter im Einzugsgebiet kommen. Im Bekleidungssegment geraten neben den kleinteiligen, inhabergeführten Fachgeschäften insbesondere auch die großen filialisierten Magnetbetriebe – etwa H&M, C&A, P&C, Hollister oder ADLER Mode – die bisher als zentrale Frequenzbringer in den Innenstädten fungieren, zunehmend unter Wettbewerbsdruck. Auch im Bereich Sportartikel ist mit einer spürbaren Marktveränderung zu rechnen: Die wenigen im Untersuchungsraum ansässigen Sportfachmärkte wie Intersport, Decathlon oder Biwak (Limburg a. d. Lahn) stehen angesichts der signifikanten Angebotsausweitung durch entsprechende Outlet-Stores in einem zunehmend intensiven Wettbewerbsverhältnis. Diese Entwicklung birgt das Potenzial, bestehende Marktanteile zugunsten des Outlet Montabaur zu verschieben, was sich mittel- bis langfristig negativ auf die Attraktivität und Kundenfrequenz der klassischen innerstädtischen Handelslagen durch vorhabenbedingte Betriebsaufgaben auswirken kann. Die aufgeführten Aspekte sind entsprechend bei der Umsatzschätzung und -prognose des Planvorhabens zu berücksichtigen.

- Bei den **relevanten Wettbewerbsstandorten** handelt es sich überwiegend um **innerstädtische zentrale Versorgungsbereiche**, in denen sich der Großteil der in der Kommune ansässigen Betriebe in den relevanten Sortimenten befindet. Neben den Betrieben in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen sind auch **weitere Betriebe**, die aufgrund der **Größe und/oder Standortkombination** mit anderen Betrieben eine **Strahlkraft über den Nahbereich** hinaus aufweisen, als relevante Wettbewerbsstandorte zu berücksichtigen. Für die Bestandsbetriebe sind Bestandsumsätze anzunehmen, die auf Basis der folgenden Aspekte ermittelt wurden:
 - Die Ermittlung der Bestandsumsätze der relevanten Wettbewerbsstandorte basiert auf der Auswertung fachwissenschaftlicher Grundlagen sowie unter Beachtung der standortspezifischen Rahmenbedingungen. Dabei wird auf die Studie „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024“ der BBE⁴⁵ sowie auf den Hahn Retail Estate Report 2024/2025⁴⁶ zurückgegriffen. Gemäß der Studie der BBE – Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024 können für die untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche folgende Flächenproduktivitätsspannen angenommen:
 - ♦ **Sortiment Bekleidung:** zwischen 1.000 und 3.800 Euro/m² VKF⁴⁷

⁴⁵ BBE (2024): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, München. Im Folgenden als **BBE 2024** benannt.

⁴⁶ Hahn Gruppe (2024): Hahn Retail Estate Report 2024/2025, Bergisch Gladbach.

⁴⁷ Bekleidungsfachgeschäft (ca. 100 m²) – Flächenproduktivitäten i. H. v. 3.800 Euro/m² VKF. Kaufhaus (ca. 1.000 m²) – Flächenproduktivitäten i. H. v. bis 3.400 Euro/m² VKF. Fachmarkt (ca. 500 m²) – Flächenproduktivitäten i. H. v. bis 1.600 Euro/m² VKF. Die Leistungsfähigkeit variiert jedoch deutlich nach Größe und Betriebstyp.

- ♦ **Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren:** zwischen 1.700 – 3.500 Euro/m² VKF⁴⁸
- ♦ **Sortiment Sportartikel:** zwischen 2.000 - 3.400 Euro/m² VKF⁴⁹
- ♦ Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass die Flächenproduktivitätsspannweiten je nach Größe des entsprechenden Betriebs deutlich variieren können. Gleichzeitig ist jedoch festzuhalten, dass die höchsten Flächenleistungen in 1A-Lagen (z. B. in Innenstädten) und an weiteren gut erreichbaren Standortagglomerationen erzielt werden. Entsprechend der dem Gutachten zugrundeliegenden Methodik handelt es sich bei den erfassten Wettbewerbsstandorten überwiegend um verhältnismäßig gut frequentierte Standortebereiche, sodass für die Wettbewerbsstandorte vorwiegend der obere Spannweitenbereich der entsprechenden Flächenproduktivitätsspanne anzusetzen ist.
- ♦ Sowohl die erfassten Betriebe in den innenstädtischen ZVB als auch an den weiteren Agglomerationsstandorten können i. d. R. jeweils von starken gegenseitigen Kopplungseffekten profitieren.
- ♦ Die bestehenden Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum – das Outlet Montabaur eingeschlossen – sorgen für einen deutlichen Kaufkraftzufluss von außerhalb des Untersuchungsraumes. Dies wirkt sich positiv auf die Leistungskennzahlen der Betriebe aus.

Die genannten Aspekte sind sowohl bei der Umsatzherleitung für Bestandsmarkt und Planvorhaben, der Umsatzannahmen für die Wettbewerber wie auch im Hinblick auf die vorhabenbedingten Auswirkungen entsprechend zu berücksichtigen.

- Im Hinblick auf **mögliche Auswirkungen** ist relevant: durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung sowie einer perspektivisch vergleichbaren Ausrichtung und Strahlkraft wird das Outlet Montabaur insbesondere im verstärkten Wettbewerb mit den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen stehen. Dabei werden insbesondere die Standorte betroffen sein, die eine Outlet ähnliche Angebotsstruktur aufweisen. Hingegen ergeben sich für die Standorte, die insbesondere durch Angebotsstrukturen aus dem unteren Preissegment (bspw. KiK, Takko Fashion, Woolworth, Ernstings family usw.) geprägt sind, deutlich geringere Auswirkungen, da sich die Kundenzielgruppen teils deutlich unterscheiden. In Bezug auf den hier relevanten ZVB HZ Innenstadt Koblenz ist festzuhalten,

⁴⁸ Hierbei ergeben sich leichte Unterschiede insofern es sich um einen Betrieb mit deutlichem Fokus auf Lederwaren handelt. Die Leistungsfähigkeit steigt dann leicht an (bis ca. 3.800 Euro/m²). Schuhfachgeschäft (ca. 150 m²) – Flächenproduktivität i. H. v. bis 3.500 Euro/m² VKF. Schuhfachmarkt (ca. 400 m²) – Flächenproduktivitäten i. H. v. bis 2.300 Euro/m² VKF. Die Leistungsfähigkeit variiert jedoch deutlich nach Größe und Betriebstyp.

⁴⁹ Sportfachgeschäft (ca. 300 m²) – Flächenproduktivität i. H. v. bis 3.400 Euro/m² VKF. Sportfachmarkt (ca. 800 m²) – Flächenproduktivitäten i. H. v. bis 3.000 Euro/m² VKF. Die Leistungsfähigkeit variiert jedoch deutlich nach Größe und Betriebstyp.

dass sich das Angebotsspektrum im Sortiment Sportartikel durch den Abgang des Decathlon im Jahr 2023 deutlich reduziert und verschlechtert hat. In diesem Sinne stellt sich das Angebot im Segment Sportartikel aktuell als sehr eingeschränkt dar, sodass von einer Vorschädigung des ZVB in diesem Sortiment auszugehen ist. Zusätzlich ist im ZVB teilweise eine erhöhte Leerstandssituation festzustellen. Es ist darüber hinaus anzunehmen, dass vorhabenbedingte Umsatzumverteilungen sich insbesondere auch für die in räumlicher Nähe befindlichen vergleichbaren Betriebe (insb. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt) im Untersuchungsraum und somit **für die Anbieter** in den **umliegenden Grund- und Mittelzentren** ergeben werden.

In diesem Kapitel erfolgt, unter Berücksichtigung der verschiedenen Einflussgrößen, die Herleitung einer Umsatzprognose für das Planvorhaben.

Durch den Ausbau der Verkaufsflächen in Kombination mit einer erweiterten Gastronomie- und Dienstleistungsfläche erreicht das Outlet Montabaur eine Angebotsstruktur, die in ihrer Ausprägung dem idealtypischen Bild einer Innenstadt entspricht – insbesondere im Hinblick auf Einzelhandel und Gastronomie. Gleichzeitig bietet der Standort Vorteile wie eine bessere Erreichbarkeit, höhere Sichtbarkeit, eine optimierte Parkplatzsituation sowie zusätzliche Dienstleistungsangebote. Diese Faktoren sind sowohl bei der Betrachtung des Bestands als auch bei der geplanten Erweiterung des Outlets im Rahmen des Marktanteilskonzepts sowie bei der darauf basierenden Umsatzschätzung und -prognose als Ausdruck einer gesteigerten Leistungsfähigkeit angemessen zu berücksichtigen.

5.1 SORTIMENTE UND VERKAUFSFLÄCHEN

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von 19.800 m². Dies wurde in der Raumordnerischen Entscheidung der SGD Nord (26.03.2024) so festgesetzt.

Im Sinne einer möglichst negativen Auslegung des Planvorhabens werden im vorliegenden Gutachten die maximal mögliche Ausprägung der einzelnen Sortimentsbereiche betrachtet. Die dargestellte maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche entspricht damit nicht der Summe der Einzelsortimenten (Pool-Lösung). Dieser Ansatz entspricht dem gerichtlich geforderten Worst Case. Somit bilden die maximalen Verkaufsflächenausprägungen der Sortimentsbereiche die Basis für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen.

Die Verkaufsflächenaufteilung des Vorhabens stellt sich nach der Einzelhandelserschaffung und den Festsetzungen des Raumordnerischen Bescheids der SGD Nord wie folgt dar:

Tabelle 6: Sortimente und Verkaufsflächen des Planvorhabens

Sortimente	VKF-Anteil in % (Bestand/Plan)	VKF Bestand in m ²	VKF Planung in m ²	VKF-Differenz in m ²
Outlet Montabaur				
Bekleidung	74/83	6.667	16.500	+ 9.833
Schuhe/Lederwaren	7/7	666	1.300	+ 634
Sportartikel	9/9	864	1.700 ⁵⁰	+ 865
sonstige Sortimente	10/10	864	2.000	+ 1.136
GESAMT-VKF entspricht nicht der Summe der Einzelsorti- mente (Pool-Lösung)	-	9.032	19.800	+ 10.768
Gastronomie- und Dienstleistungsbereich (keine Verkaufsfläche)⁵¹				

Quelle: Verkaufsfläche (VKF) im Bestand: Stadt + Handel 03/2025; Verkaufsfläche im Plan: Vorgaben aus dem Raumordnerischen Bescheid der SGD Nord.

Die zulässige GVKF des Outlet-Centers beträgt aktuell insgesamt 10.000 m². Zum Zeitpunkt der durch Stadt + Handel durchgeführten Erhebung waren im Outlet-Center in Montabaur 54 Einzelhandelsbetriebe vermietet, die insgesamt eine GVKF von 9.032 m² aufwiesen.

Im Bestand entfallen rd. 6.667 m² Verkaufsfläche auf das Sortiment Bekleidung. Im Sortiment Schuhe/Lederwaren wird eine Verkaufsfläche von rd. 666 m² erreicht. Der Sortimentsbereich Sportartikel umfasst aktuell eine Verkaufsfläche von rd. 835 m².

Für das Planvorhaben wird eine Gesamtverkaufsfläche von 19.800 m² projektiert. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber der aktuell genehmigten Fläche von 9.800 m². Gegenüber der aktuell genutzten Verkaufsfläche handelt es sich um eine Erweiterung von rd. 10.768 m².⁵²

Die Verkaufsfläche des Sortimentsbereich Bekleidung wird dabei maximal 16.500 m² betragen (+ rd. 9.833 m²). Für das Sortiment Schuhe/Lederwaren wird eine maximale Verkaufsfläche von 1.300 m² vorgegeben (+ rd. 634 m²).

Für das hier als Sportartikel bezeichnete Sortiment ergibt sich die potenzielle maximale Verkaufsflächenausprägung aus jeweils 700 m² Verkaufsfläche aus den Bereichen Bekleidung und Schuhe sowie potenziellen weiteren 300 m² Verkaufsfläche aus den sonstigen Sortimenten (hier: Sportartikel). Demzufolge kann das

⁵⁰ Die in den Ausführungen des Raumordnerischen Bescheids der SGD Nord als Sportartikel bezeichnete Warengruppe in den sonstigen Sortimenten ist nach der in Kapitel 2 dargestellten methodischen Vorgehensweise dem Sortimentsbereich Sportartikel zuzurechnen. Somit wird dieses Sortiment i. S. e. Worst Case-Ansatzes in der vorliegenden Analyse aus den sonstigen Sortimenten herausgelöst.

⁵¹ Gemäß Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes (u. a. BVerwG Urteil vom 09.11.2016 - 4 C 1.16 und VG Ansbach Urteil vom 25.06.2013 - AN 9 K 11.02368) zählen lediglich die Thekenbereiche, nicht aber Cafés oder Imbisse (Gastronomie), Dienstleistungsbereiche usw. die in Einzelhandelsbetrieben integriert sind, zur Verkaufsfläche.

⁵² Die aktuell unbelegte Fläche des Outlet Montabaur ist bei der Ermittlung der Erweiterungsfläche zu berücksichtigen. Die Berechnungsbasis bildet demnach der tatsächliche Bestand des Outlets und nicht die laut Genehmigung mögliche Verkaufsfläche.

Sortiment Sportartikel eine maximale Verkaufsflächenausprägung von insgesamt 1.700 m² erreichen (+ rd. 865 m²).

Darüber hinaus sollen weitere sonstige Sortimente bis zu einer Verkaufsfläche von insgesamt maximal 2.000 m² möglich sein. Die sonstigen Sortimente können dabei die folgenden Sortimentsgruppen mit folgenden maximalen Verkaufsflächenausprägungen umfassen:

- max. 500 m² je Sortimentsgruppe:
 - Spielwaren
 - Haushaltswaren
 - Glas/Porzellan/Keramik
 - Haus- und Tischwäsche, Bettwaren, Gardinen
 - Körperpflege, Kosmetik
 - Süßwaren, Schokolade, Feinkost, regionale Spezialitäten
- max. 300 m² je Sortimentsgruppe
 - ~~Sportgroßgeräte, Sportartikel~~⁵³
 - Uhren/Schmuck, Sonnenbrillen
 - Elektrokleingeräte
 - sonstige Sortimente

Es handelt sich bei den sonstigen Sortimenten ebenfalls um überwiegend zentrenrelevante Sortimente. Durch die Ansiedlung eines entsprechenden Stores ergeben sich konsequenterweise Auswirkungen für die entsprechenden Angebotsstrukturen im Raum. Auch in diesem Fall sind negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche nicht auszuschließen, wenngleich die spezifischen Sortimentsausprägungen durch die VKF-Obergrenzen deutlich eingeschränkt wurden und es sich dementsprechend um deutlich untergeordnete Verkaufsflächenausprägungen handelt. In diesem Sinne ist davon auszugehen, dass es sich bei diesen Warengruppen üblicherweise um „klassische“ Mitnahmeartikel handelt, die i. d. R. im Zuge eines regulären Outlet-Besuchs (Fokus: Bekleidung, Schuhe, Sportartikel) nachgefragt werden.

Insofern werden die sonstigen Sortimente im weiteren Verlauf der Analyse – auch auftragsgemäß – nicht tiefergehend betrachtet.

Die vorstehenden Ausführungen zeigen, dass das Planvorhaben einen sehr hohen Anteil an innenstadtrelevanten Sortimenten aufweist und dementsprechend absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

⁵³ s. Fußnote 50

5.2 UMSATZHERLEITUNG FÜR DAS OUTLET MONTABAU IM BESTAND (MARKTANTEILSMODELL)

In den nachfolgenden beiden Kapiteln wird der Bestandsumsatz des Outlet Montabaur sowie eine Umsatzprognose für das erweiterte Outlet ermittelt. Dabei wird durch die Auswertung fachwissenschaftlicher Grundlagen sowie unter Beachtung der standortspezifischen Rahmenbedingungen die Flächenproduktivität im jeweiligen untersuchungsrelevanten Sortiment abgeleitet. Als erster Anhalts-/Orientierungswert kann hierbei die Studie „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024“ der BBE dienen. Gemäß dieser Studie erreichen Outlet-Stores in den entsprechenden Sortimenten folgenden Leistungsfähigkeiten:

- **Sortiment Bekleidung:** ca. 5.000 Euro/m² VKF
- **Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren:** zwischen 4.700 Euro/m² VKF
- **Sortiment Sportartikel:** ca. 5.500 Euro/m² VKF

Dabei weist jedoch die BBE daraufhin, dass die Flächenleistungen in Factory-Outlet-Centern aufgrund des speziellen Betriebstyps und des umfassenden Markenbesatzes nochmals deutlich über den hier angegebenen Maximalwerten liegen können.

Die Herleitung eines plausiblen Bestandsumsatzes des Outlet Montabaur kann anhand der Abschätzung realistischerweise zu erzielender Marktanteile im Einzugsgebiet (=Marktanteilsmodell) ermittelt werden.

Der zu erwartende Marktanteil des Outlets in seinem Kerneinzugsgebiet (30 min Isochrone) und der daraus resultierende Bestandsumsatz bestimmen sich anhand der für das Standortumfeld konkret zu bestimmenden und zu bewertenden Rahmenbedingungen. Die grundsätzlichen Rahmenbedingungen wurden bereits im vorherigen Kapitel benannt (s. Kapitel 4.5).

Des Weiteren sind folgende wettbewerbsrelevante Rahmenbedingungen für die Ermittlung der Marktanteile im Einzugsgebiet von Relevanz:

- Die Entfernung der jeweiligen Wettbewerbsstrukturen zum Vorhabenstandort;
- Die Standortattraktivität des Vorhabenstandortes (in Relation zum Wettbewerb);
- Die Systemähnlichkeit der projektrelevanten Wettbewerbsstrukturen zum Planvorhaben;
- Das sortimentsspezifische Kaufkraftpotenzial im Kerneinzugsgebiet.

Die folgende Herleitung der Marktanteile des Bestandsobjektes berücksichtigt darüber hinaus die folgenden Aspekte:

- Das Outlet Montabaur weist angesichts der unmittelbaren Lage an der A 3 eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit auf. Zudem besteht über den ICE-Bahnhof Montabaur auch eine für die Betriebsform überdurchschnittliche Anbindung an den Schienenfernverkehr.
- Die Wettbewerbsintensität in der 30 Minuten-Isochrone ist als durchschnittlich einzuschätzen. Ein vergleichbarer Outlet-Standort (FOC) ist im

Kerneinzugsgebiet nicht festzustellen, wenngleich im Gewerbepark Mülheim-Kärlich eine ähnliche Angebotsstruktur auszumachen ist. Darüber hinaus sind im Kerneinzugsgebiet mit den Innenstädten von Koblenz, Limburg a. d. Lahn und Neuwied ebenfalls verhältnismäßig starke innerstädtische Wettbewerbsstandorte vertreten, die auf vergleichbare Kundengruppen abzielen und damit in einem erhöhten Wettbewerb mit dem Planvorhaben stehen. Darüber hinaus steht das Outlet in einem erhöhten Wettbewerb mit den umliegenden Großstädten u. a. Bonn, Köln und Frankfurt a. Main. Die für den Betriebstyp verhältnismäßig geringe Verkaufsfläche des Outlet Montabaur im Bestand wirkt sich dabei jedoch mindernd auf die Marktdurchdringung des Outlet im Einzugsgebiet aus.

- Factory Outlet Center (FOC) sind eine besondere Form des Shopping-Centers. Factory Outlet Center sind (vgl. gif 2022) eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage, in der insbesondere von Herstellern, aber auch vertikal integrierten Einzelhändlern unter Umgehung des institutionellen Einzelhandels Waren an Endverbraucher abgesetzt werden. Das Warenangebot besteht meist aus Markenartikeln und entstammt überwiegend höheren Preislagen. Es umfasst dabei B-Ware, Überproduktion, Retouren, Vorsaison-Ware und Produktmuster. Alle Waren werden mit z.T. hohen Preisabschlägen gegenüber dem üblichen Ladenpreis bzw. der ursprünglichen unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers angeboten. Die Preise liegen aufgrund dessen deutlich (in der Regel rd. 30 bis 70 %) unter denen in normalen Einzelhandelsbetrieben. Der Einkauf in einem FOC wird zudem nicht nur durch den reinen Versorgungsaspekt bestimmt, sondern vielmehr auch als Erlebnis- und Eventeinkauf getätigt. Diese Faktoren wirken sich deutlich steigernd auf die Leistungsfähigkeit der Stores bzw. des Outlets insgesamt aus.

Unter Berücksichtigung der in Kapitel 4.5 aufgeführten Aspekte ist davon auszugehen, dass das Outlet Montabaur bereits im Bestand eine Flächenproduktivität aufweist, die deutlich über den Maximalwerten der BBE 2024 liegt.



Erläuterung des Marktanteilsmodells

Hinsichtlich der Methodik ist auf die Studie „*Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten. Einzelhandelskonzepte und projektbezogene Auswirkungsanalyse. Ein Ratgeber für Kommunen, Einzelhandel, Gutachter, Projektentwickler, Behörden und Rechtsprechung*“ der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. aus Juli 2020 zu verweisen (gif 2020). „*Bei der Marktanteilmethode werden für ein Planvorhaben Marktanteile geschätzt, die es in einzelnen Zonen seines Einzugsgebietes voraussichtlich erzielen kann, d. h. Anteile, die das Vorhaben voraussichtlich an der in diesen Zonen vorhandenen Kaufkraft an sich ziehen kann (auch als Kaufkraftbindungsquoten bezeichnet), woraus sich sein Umsatz ableiten lässt.*“ (vgl. gif 2020, S. 143). Dabei wird in qualitative Basismodelle und modellhafte Herleitungen unterschieden. Ein qualitatives Basismodell kann bspw. „*auf den Branchenkenntnissen des Gutachters*“ fußen (vgl. gif 2020, S. 144).

„Wesentlich für die Methode ist auch, dass das gesamte Einzugsgebiet in Zonen einer abgestuften Kundenanbindungs- bzw. Abschöpfungsintensität unterteilt wird, [...]. Für jede Zone wird abgeschätzt, welche Kaufkraftabschöpfung realistisch erscheint. Der sich so ergebende Umsatz für das Objekt wird [mit] Benchmarks zur Flächenproduktivität verglichen, wobei dies der Kontrolle und Plausibilisierung dient.“ (vgl. gif 2020, S. 145, eigene Hervorhebung).

„Die Richtigkeit der Marktanteile kann nur indirekt überprüft werden. Nach Eröffnung eines Einzelhandelsvorhabens kann überprüft werden, inwieweit die mit den zugrunde gelegten Marktanteilen abgeleiteten Umsätze auch tatsächlich realisiert wurden. Entsprechendes gilt für die in den einzelnen Zonen erzielten Umsätze.“ (vgl. gif 2020, S. 147).

Seitens Stadt + Handel wurde eben dieses gutachterlich anerkannte Vorgehen gewählt, bei gleichzeitiger Plausibilisierung der sich ergebenden Flächenproduktivität. Der gutachterliche Standard hinsichtlich der Ermittlung der Marktanteile wird demnach eingehalten.

Die Ermittlung der Marktanteile beruht dabei auf einer modellhaften Herleitung:

$$MA_i = KA_i * V_i * E_i * S_i * LFB^{54}$$

Dabei sind folgende Aspekte zu berücksichtigen und im Modell einzustellen:

- Für das Marktanteilsmodell wird das Kerneinzugsgebiet in zwei Zonen aufgeteilt. Zone I umfasst dabei die Einwohner und Wettbewerbsstrukturen des Westerwaldkreises. Zone II umfasst darüber hinaus die weiteren Einwohner und Wettbewerber im Untersuchungsraum (30 min Isochrone). Diese Unterteilung lässt sich aus der sozioökonomischen Realität ableiten, denn wie bereits in Kapitel 4.1 ausgeführt stammen gem. der Kundenherkunftsanalyse rd. 25 % der Outletkunden aus dem Westerwaldkreis.
- Outlets sind auf ein großes Einzugsgebiet angewiesen und sprechen teilweise Einkaufstouristen an, weshalb sie bevorzugt an Hauptverkehrsachsen angesiedelt sind. Die Einzugsgebiete können Räume mit bis zu 90 Minuten PKW-Fahrzeit umfassen, in Einzelfällen insbesondere bei größeren Outlets reicht das Einzugsgebiet auch deutlich darüber hinaus. Der Umsatzanteil von außerhalb des hier definierten Einzugsgebiets (30 min Isochrone) wurde in Kapitel 4.1 dezidiert hergeleitet. Demnach wird sowohl für den Outletbestand als auch die Erweiterung ein Streuzufluss von rd. 65 % angenommen. Dies ist im Marktanteilsmodell entsprechend einzustellen (s. Kapitel 4.1).
- Die dem Marktanteilsmodell zugrunde liegende Kaufkraft entspricht den in der Nachfrageanalyse (Kapitel 4.3) dargestellten Werten (s. Tabelle 3).

⁵⁴ MA_i = Marktanteil des Planvorhabens in der Zone i; KA_i = Marktanteil, der grundsätzlich im Gesamtmarkt auf den jeweiligen Betriebstyp entfällt (hier: stationärer Einzelhandel); V_i = Verkaufsflächenrelation: Anteil der VKF des Planvorhabens an der VKF aller Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in Zone i; E_i = Größe, mit der die mittlere Entfernung von Kunden in Zone i zum Planvorhaben abgebildet wird; S_i = Verkehrsanbindung und Sichtbarkeit des Planvorhabens für Kunden aus Zone i im Vergleich zu den relevanten Wettbewerbern; LFB = Leistungsfähigkeit des Betreibers des Planvorhabens im Vergleich zu einem durchschnittlichen Betreiber.

Im Sortiment Sportartikel ist die spezielle Methodik und damit einhergehende angepasste Kaufkraft zu berücksichtigen (s. Tabelle 2).

- KA = Marktanteil, der grundsätzlich im Gesamtmarkt auf den jeweiligen Betriebstyp entfällt. Zur korrekten Kalibrierung des Modells wurde hierbei eine spezielle Herangehensweise gewählt. Grundsätzlich besteht der Gesamtmarkt in jedem relevanten Sortiment aus dem stationären Fachhandel (Bekleidungs-, Schuh- und Sportfachmärkte), dem sonstigen stationären Einzelhandel (umfasst u. a. Kauf- und Warenhäuser, Randsortimente in bspw. Lebensmittelmärkten, Drogeriemärkten, Multisortimentern) sowie dem Versand-/Onlinehandel. Im vorliegenden Fall wurde für das Outlet Montabaur der Online-Anteil im jeweiligen Sortiment abgezogen, so dass der dargestellte Marktanteil lediglich die stationären Angebote umfasst. Der Betriebstyp Outlet ist weniger anfällig gegenüber dem Online-Handel steht jedoch trotzdem in einem verstärkten Wettbewerb mit dem klassischen stationären Einzelhandel. Die für die untersuchungsrelevanten Sortimente anzusetzenden Marktanteile stellen sich demzufolge wie folgt dar:
 - Sortiment Bekleidung: rd. 56,8 %⁵⁵
 - Sortiment Schuhe/Lederwaren: rd. 56,8 %
 - Sortiment Sportartikel: rd. 63,4 %⁵⁶
- S = Verkehrsanbindung/Erreichbarkeit und Sichtbarkeit des Planvorhabens für Kunden aus der entsprechenden Zonen im Vergleich zu den relevanten Wettbewerbern. Eine Sichtbarkeit und Erreichbarkeit von 100 % ist als perfekt ohne größere Einschränkungen zu bewerten. Im Bestand weist das Outlet gewisse Einschränkungen in der Sichtbarkeit und angesichts der verhältnismäßig kleinen Dimensionierung auch nur eine begrenzte Strahlkraft auf. Dabei ist eine deutliche Unterscheidung zwischen Zone I und Zone II vorzunehmen. In Zone I stellt das Outlet einen eindeutigen Angebotsschwerpunkt ohne nennenswerte Wettbewerbsstandorte dar. Gleichzeitig ist das Outlet über verschiedene Bundesstraßen gut erreichbar, die zudem als Autobahnzubringer aus den ländlich geprägten Gebieten des Westerwaldkreises fungieren. Unter Berücksichtigung dieser Aspekte ist für Zone I ein Wert im hohen zweistelligen Prozentbereich anzusetzen. In Zone II besteht über die A 3 ebenfalls ein guter Anschluss an das Outlet, wenngleich insbesondere die Sichtbarkeit in dieser Zone deutlicher abnimmt. Dies ist auf die deutliche Zunahme der Angebotsalternativen zurückzuführen (bspw. Innenstadt Koblenz, Innenstadt Limburg a. d. Lahn, Gewerbepark Mülheim-Kärlich). Die Strahlkraft des Outlets stellt sich im Bestand in Zone II deutlich verringert dar. Unter Zusammenschau der Aspekte ist ein Wert im mittleren zweistelligen Bereich anzusetzen ist.

⁵⁵ Online-Anteil in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren liegt nach eigenen Berechnungen auf Basis HDE Online-Monitor 2025 bei ca. 43,2 %.

⁵⁶ Online-Anteil im Sortiment Sportartikel liegt nach eigenen Berechnungen auf Basis HDE Online-Monitor 2025 bei ca. 36,6 %.

- LFB = Leistungsfähigkeit des Betreibers des Planvorhabens im Vergleich zu den durchschnittlichen Fachgeschäften, Fachmärkten und Kaufhäusern mit entsprechendem Angebot. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das Outlet-Center eine deutlich erhöhte Leistungsfähigkeit im Vergleich zum klassischen stationären Einzelhandel aufweisen. Im vorliegenden Fall wird zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit die Studie der BBE 2024 „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024“ verwendet. Dabei wird ein Mittelwert aus den Leistungskennzahlen der verschiedenen Betriebsformate (jeweils Maximalwerte) im jeweiligen Sortiment gebildet und dem von der BBE 2024 ermittelten Maximalwert der Flächenproduktivität für Outlet-Center im jeweiligen Sortiment gegenübergestellt. Die sich daraus ergebene Relation bildet die Leistungsfähigkeit des Outlets im jeweiligen Sortiment ab.
- V = Verkaufsflächenrelation stellt den Anteil der Verkaufsfläche des Outlets innerhalb eines bestimmten Sortiments im Verhältnis zur gesamten Verkaufsfläche aller erfassten Wettbewerber in der jeweiligen Zone des Einzugsgebiets dar (vgl. Methodik in Kapitel 2). Diese Kennzahl dient als Indikator für die Wettbewerbsintensität, mit der das Vorhaben in den jeweiligen Sortimenten und Zonen konfrontiert ist. Für die Sortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren kann diese Relation aufgrund der bestehenden Angebotsstrukturen und der vergleichsweise kleinräumigen Einzugsgebiete der Wettbewerber zuverlässig abgebildet werden. Im Sortiment Sportartikel zeigt sich hingegen eine besondere Situation: In diesem Bereich ist im gesamten Untersuchungsraum bereits jetzt ein deutlich ausgedünntes Angebot festzustellen. Die verbliebenen relevanten Anbieter konzentrieren sich dabei auf die größeren Zentren wie Koblenz, Limburg a. d. Lahn sowie den Gewerbepark Mülheim-Kärlich, wo mit Intersport und Decathlon zwei marktführende Anbieter vertreten sind. Infolge dieser Konzentration und der begrenzten Angebotsdichte ergeben sich für Sportartikel deutlich weiter gefasste Einzugsgebiete mit einer stärkeren Überlappung der Wettbewerbseinflüsse zwischen den Zonen. Kundinnen und Kunden, die gezielt Sportartikel nachfragen, orientieren sich dabei verstärkt an den genannten Standorten mit einem entsprechenden Angebotschwerpunkt. Für das geplante Vorhaben bedeutet dies, dass im Segment Sportartikel bereits in Zone I ein intensiver Wettbewerb mit den Anbietern in Zone II besteht. Dieses Phänomen ist im Vergleich zu den Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren im Sortiment Sportartikel deutlich ausgeprägter. Zur realitätsnahen Erfassung der Wettbewerbssituation im Bereich Sportartikel wird daher in der Berechnung der Verkaufsflächenrelation für Zone I ein anteiliger Verkaufsflächenwert der benachbarten Zentren (aus Zone II) berücksichtigt:
 - Für die Angebotsstandorte Innenstadt Koblenz und Innenstadt Limburg a. d. Lahn werden jeweils 25 % der jeweiligen Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel der Zone I angerechnet,
 - für den Gewerbepark Mülheim-Kärlich werden aufgrund seiner überregionalen Strahlkraft 50 % der Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel der Zone I angerechnet.

Diese Anpassung trägt den erweiterten Einzugsgebieten und der überregionalen Bedeutung der genannten Standorte im Sortiment Sportartikel angemessenen Rechnung und bildet die Wettbewerbsintensität für das Planvorhaben in Zone I realitätsnah ab.

Die Ermittlung der Marktanteile mittels der vorstehend erläuterten Methode wird für das Outlet Montabaur (Bestand) unter Berücksichtigung der dargestellten Parameter für das jeweilige Sortiment durchgeführt.

Sortiment Bekleidung:

Tabelle 7: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur im Bestand im Sortiment Bekleidung

Zone	KA	V	E	S	LFB
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	56,8 %	25 %	67 %	80 %	170 %
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)		5 %	49 %	50 %	
„Streuzufluss“ von außerhalb des Kerneinzugsgebiets (Untersuchungsraum)			65 %		

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 45 km.

Sortiment Schuhe/Lederwaren:

Tabelle 8: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur im Bestand im Sortiment Schuhe/Lederwaren

Zone	KA	V	E	S	LFB
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	56,8 %	10 %	67 %	80 %	150 %
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)		2 %	49 %	50 %	
„Streuzufluss“ von außerhalb des Kerneinzugsgebiets (Untersuchungsraum)			65 %		

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 45 km.

Sortiment Sportartikel:

Tabelle 9: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur im Bestand im Sortiment Sportartikel

Zone	KA	V	E	S	LFB
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	63,4 %	15 %	67 %	80 %	172 %
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)		7 %	49 %	50 %	
„Streuzufluss“ von außerhalb des Kerneinzugsgebiets (Untersuchungsraum)			65 %		

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 45 km.

Die modellhafte Herleitung der Marktanteile fungiert als Berechnungsgrundlage für die Umsatzherleitung. Dabei wurde durch eine Kalibrierung der Modelle seitens Stadt + Handel die Wettbewerbsfaktoren wie bspw. die Attraktivität und Erreichbarkeit der vorhandenen Wettbewerber oder deren Betriebstypen sowie konkrete Ausrichtung berücksichtigt.

Marktanteilsmodell

Sortiment Bekleidung:

Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Outlet Montabaur in seinem Einzugsgebiet sowie die von dem Outlet zu erwartenden Umsätze im Sortiment Bekleidung hergeleitet.

Tabelle 10: Marktanteile und Umsatz im Sortiment Bekleidung des Outlet Montabaur im Bestand nach Zonen

Einzugsgebiet (s. Abbildung 3)	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*	Umsatzanteil (innerhalb Sortiment) in %
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	176.334	102,6	12,8	13,2	27
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)	618.961	360,2	1,1	4,0	8
Zone gesamt*	795.295	462,8	3,7	17,2	35
Steuerzufluss i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes (von außerhalb des Kerneinzugsgebiets)				32,0	65
Umsatz inkl. Streuumsatz*				49,2	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Rahmenbedingungen und Annahmen ergibt sich somit ein auf das Sortiment Bekleidung bezogener Bestandsumsatz von rd. 49,2 Mio. Euro per anno.

Bezogen auf eine Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung im Bestand des Outlet-Centers von 6.667 m² (bei 9.032 m² Gesamtverkaufsfläche) ergibt sich eine hieraus ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 7.400 Euro/m² VKF**.

Sortiment Schuhe/Lederwaren:

Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Outlet Montabaur in seinem Einzugsgebiet sowie die von dem Outlet zu erwartenden Umsätze im Sortiment Schuhe/Lederwaren hergeleitet.

Tabelle 11: Marktanteile und Umsatz im Sortiment Schuhe/Lederwaren des Outlet Montabaur im Bestand nach Zonen

Einzugsgebiet (s. Abbildung 3)	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*	Umsatzanteil (innerhalb Sortiment) in %
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	176.334	26,2	4,7	1,2	27
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)	618.961	91,9	0,4	0,4	8
Zone gesamt*	795.295	118,1	1,4	1,6	35
Steuerzufluss i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes (von außerhalb des Kerneinzugsgebiets)				3,0	65
Umsatz inkl. Streuumsatz*				4,6	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Rahmenbedingungen und Annahmen ergibt sich somit eine auf das Sortiment Schuhe/Lederwaren bezogene Umsatzprognose von rd. 4,6 Mio. Euro per anno.

Bezogen auf eine Verkaufsfläche im Sortiment Schuhe/Lederwaren im Bestand des Outlets von 666 m² (bei 9.032 m² Gesamtverkaufsfläche) ergibt sich eine hieraus ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 6.800 Euro/m² VKF**.

Sortiment Sportartikel:

Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Outlet Montabaur in seinem Einzugsgebiet sowie die von dem Outlet zu erwartenden Umsätze im eng gefassten Sortiment Sportartikel hergeleitet.

Tabelle 12: Marktanteile und Umsatz im Sortiment Sportartikel des Outlet Montabaur im Bestand nach Zonen

Einzugsgebiet (s. Abbildung 3)	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*	Umsatzanteil (innerhalb Sortiment) in %
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	176.334	17,9	8,9	1,6	20
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)	618.961	63,0	2,0	1,2	15
Zone gesamt*	795.295	80,9	3,5	2,8	35
Steuerzufluss i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes (von außerhalb des Kerneinzugsgebiets)				5,3	65
Umsatz inkl. Streuumsatz*				8,1	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Rahmenbedingungen und Annahmen ergibt sich somit eine auf das Sortiment Sportartikel bezogene Umsatzprognose von rd. 8,1 Mio. Euro per anno.

Bezogen auf eine Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel im Bestand des Outlets von 835 m² (bei 9.032 m² Gesamtverkaufsfläche) ergibt sich eine hieraus ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 9.700 Euro/m² VKF**.

Zusammenfassung Flächenproduktivitäten im Bestand

Das Outlet Montabaur erzielt in den hier untersuchungsrelevanten Sortimenten in seinem aktuellen Format die folgenden sortimentsspezifischen Flächenleistungen:

- **Sortiment Bekleidung:** rd. 7.400 Euro/m² VKF pro Jahr
- **Sortiment Schuhe/Lederwaren:** rd. 6.800 Euro/m² VKF pro Jahr
- **Sortiment Sportartikel:** rd. 9.700 Euro/m² VKF pro Jahr

Für die sonstigen Sortimente, die den Hauptsortimenten (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel) in einem Factory Outlet deutlich untergeordnet sind, wird analog dazu die gleiche Umsatzherkunft angenommen. Gleichzeitig wird für die sonstigen Sortimente eine gewichtete Flächenproduktivität von rd. 7.600 Euro/m² VKF pro Jahr angenommen. Dies fungiert als überschlägiger Anhaltswert, der lediglich zur vollständigen Abbildung des einzelhandelsrelevanten Umsatzes des Outlets dient.

5.3 UMSATZPROGNOSE FÜR DAS ERWEITERTE OUTLET MONTABAU (MARKTANTEILSMODELL)

Durch die vorgesehene signifikante Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur und den damit einhergehenden Neubau wird es zu einer deutlichen Attraktivierung des Outlets im Vergleich zu weiteren Outlet-Standorten sowie insbesondere auch den Innerstädtischen Zentren mit vergleichbaren Angebotsstrukturen kommen. Die folgende Herleitung der künftigen Flächenproduktivität des erweiterten Outlets berücksichtigt diese Veränderung in Form einer Bewertung der Wirkung des Gesamtvorhabens unter Berücksichtigung der deutlichen Verkaufsflächenzunahme und der darüber hinaus zusätzlich ergänzenden Gastronomie- und Dienstleistungsflächen. Es entsteht eine Einkaufsdestination mit einer zu Innenstädten vergleichbaren Angebotsstruktur auch abseits des Handels. Sodann werden diese Faktoren in der damit einhergehenden gesteigerten Gesamtattraktivität des Vorhabenstandortes, die Umsatzrelevanz sowie die sich dadurch verändernde Flächenproduktivität berücksichtigt.

Analog zur Herleitung des Bestandsumsatzes erfolgt die Ableitung eines plausibel zu erwartenden Umsatzes für das erweiterte Outlet auf Grundlage eines Marktanteilsmodells. Dieses Modell basiert auf der Abschätzung realistischer Marktanteile im Einzugsgebiet des Vorhabens. Der potenzielle Umsatz des Outlets ergibt sich dabei aus dem zu erwartenden Marktanteil im relevanten Einzugsgebiet, welcher durch die im Kapitel 5.2 erläuterten Einflussfaktoren sowie durch verbesserte standortspezifische Rahmenbedingungen (z. B. erhöhte Sichtbarkeit, stärkere Strahlkraft) wesentlich beeinflusst wird.

Folgende Rahmenbedingungen sind zusätzlich für die Ermittlung der Marktanteile im Einzugsgebiet von Relevanz:

- **Signifikante Erweiterung der Verkaufsfläche:** Durch die vorgesehene Erweiterung der Verkaufsfläche um 10.768 m² bzw. die Erhöhung der genehmigungsfähigen Verkaufsfläche um 9.800 m² auf 19.800 m² verdoppelt das Planvorhaben seine Verkaufsfläche nahezu. Dies erlaubt perspektivisch ein noch breiteres und attraktiveres Warenangebot im Vergleich zum Bestand.
- **Anreicherung des Markenportfolios und Angebotsvielfalt:** Im Zuge der Flächenerweiterung ist mit der Ansiedlung zusätzlicher, teils neuer Marken zu rechnen. Dadurch wird das Sortiment weiter diversifiziert und spricht künftig ein breiteres Kundenspektrum an. Auch die geplanten Flächen für Gastronomie und Dienstleistungen leisten hierzu einen Beitrag, indem sie zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten jenseits des klassischen Einzelhandels schaffen. Diese Angebote steigern die Strahlkraft und Aufenthaltsqualität des Outlets und verlängern dabei zusätzlich die Verweildauer der Besucher.
- **Erhöhte Strahlkraft:** Die umfassende qualitative und quantitative Aufwertung des Standorts trägt zur deutlichen Erhöhung der Strahlkraft in das bestehende Marktgebiet (ca. 90 min Fahrzeit) als auch teilweise darüber hinaus bei. Daraus resultieren sowohl eine intensivere Marktdurchdringung im Kerneinzugsgebiet als auch eine verstärkte Ansprache externer Kunden von außerhalb des Kerneinzugsgebiets. Das Outlet profitiert dabei insbesondere von internen Synergien zwischen den einzelnen Stores und von der allgemeinen Attraktivität des Vertriebskonzepts „Outlet“.
- **Verstärkung der Agglomerationseffekte:** Als großflächige Einzelhandelsagglomeration wird das Outlet-Center durch die zusätzlichen Store-, Gastronomie- und Dienstleistungsflächen seine bestehenden Agglomerationseffekte weiter verstärken. Dadurch wird der Standort in seiner Gesamtheit nochmals attraktiver und erhöht seine Marktrelevanz und Marktdurchdringung im gesamten Einzugsgebiet nachhaltig. Dabei ist davon auszugehen, dass der Marktanteil im Kerneinzugsgebiet (bereits hohe Marktdurchdringung) im Vergleich zur Marktdurchdringung in den weiteren Einzugsgebieten außerhalb des Kerneinzugsgebiets (abnehmende Dynamik in den Bereichen mit hoher Marktdurchdringung) weniger stark ansteigt. I. S. e. Worst Case wird auch für das Planvorhaben ein Umsatzanteil von außerhalb des Kerneinzugsgebiets von 65 % angenommen.
- Bis zum **Prognosehorizont 2030** ergibt sich für den Untersuchungsraum in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren jeweils eine leicht unterdurchschnittliche Entwicklung der Nachfrage im stationären Handel. Für das Sortiment Sportartikel ist hingegen von positiven Effekten für die Kaufkraft auszugehen (s. Kapitel 4.3).

Das Outlet-Center wird durch die deutliche Erweiterung seine bestehende Strahlkraft deutlich ausweiten und neue Kundengruppen erschließen. Dabei wirken insbesondere die Agglomerationseffekte des Betriebstyps „Outlet“ als Treiber der Marktdurchdringung. Insgesamt ist somit von einer Erhöhung der Flächenleistung im Vergleich zum Bestand des Outlets auszugehen.



Erläuterung Marktanteilsmodell

Im Vergleich zum Marktanteilsmodell für den Outlet-Bestand sind folgende Aspekte zu berücksichtigen und im Modell einzustellen:

- Es sind die für den Prognosehorizont 2030 ermittelten Einwohner und Kaufkraftzahlen im Untersuchungsraum (jeweilige Zone) dem Marktanteilsmodell zugrunde zu legen. Demnach erhöht sich die Einwohnerzahl im Untersuchungsraum. Gemäß den Ausführungen in der Nachfrageanalyse (s. Kapitel 4.3) ist bis zum Prognosehorizont 2030 in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren unter Berücksichtigung der weiter wachsenden Online-Anteile insgesamt ein leichter Kaufkraftrückgang festzustellen einzustellen. Im Sortiment Sportartikel ist hingegen unter Berücksichtigung der Online-Anteile von einem Kaufkraftanstieg auszugehen. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass der unter „Ma“ aufgelistete Marktanteil unverändert zum Bestand bleibt, da bereits in der Kaufkraftentwicklung der steigende Online-Anteil berücksichtigt wurde (Pro-Kopf-Ausgaben).
- Die Verkaufsflächenrelation ändert sich infolge der Verkaufsflächenerweiterung des Outlets. Die deutlich gesteigerte sortimentsspezifische Verkaufsfläche des Outlets wird einer unveränderten Verkaufsfläche der Bestandsstrukturen gegenübergestellt (in Realität ist natürlich eine Veränderung der Bestandsflächen anzunehmen – dies ist jedoch schwer vorherzusagen, sodass die Berechnung auf den aktuellen Bestandsdaten beruht). Sodann erhöht sich die Verkaufsflächenrelation gegenüber dem Bestand, was übersetzt ins Modell, eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit des Outlets gegenüber dem Wettbewerb widerspiegelt.
- Die größten Anpassungen müssen für den Faktor „S“, welcher die Sichtbarkeit, Erreichbarkeit und in diesem Sinne auch die Strahlkraft des Outlets abbildet, vorgenommen werden. Durch die Erweiterung in Form eines modernen Erweiterungsbaus auf dem östlichen Parkplatz erhöht sich zum einen die Sichtbarkeit von der A 3, sodass das Outlet perspektivisch noch stärker von den Verkehrsfrequenzen der A 3 profitieren kann. Darüber hinaus nimmt auch die Sichtbarkeit bzw. Strahlkraft des Outlets deutlich zu. Dabei erhöht sich die Sichtbarkeit für die weiter entfernten Gebiete stärker als für die räumlich nahegelegenen Regionen (bspw. Zone I = Westerwaldkreis). Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich die Dynamik der Marktdurchdringung in bereits stark gesättigten Räumen stärker verlangsamt als in weniger gesättigten Räumen. Dies spiegelt sich auch in den angenommenen Werten wider. Die Steigerung der Sichtbarkeit in Zone II liegt bei rd. 30 Prozentpunkten, wobei in Zone I die Sichtbarkeit um lediglich rd. 15 Prozentpunkte ansteigen wird.

Die Ermittlung der Marktanteile mittels der im vorherigen Kapitel 5.2 erläuterten Methode wird für das erweiterte Outlet Montabaur unter Berücksichtigung der aufgeführten Aspekte für das jeweilige Sortiment durchgeführt.

Sortiment Bekleidung:

Tabelle 13: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur nach Erweiterung im Sortiment Bekleidung

Zone	KA	V	E	S	LFB
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	56,8 %	45 %	67 %	95 %	170 %
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)		11 %	49 %	80 %	
„Streuzufluss“ von außerhalb des Kern-einzugsgebiets (Untersuchungsraum)			65 %		

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 45 km.

Sortiment Schuhe/Lederwaren:

Tabelle 14: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur nach Erweiterung im Sortiment Schuhe/Lederwaren

Zone	KA	V	E	S	LFB
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	56,8 %	18 %	67 %	95 %	150 %
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)		4 %	49 %	80 %	
„Streuzufluss“ von außerhalb des Kern-einzugsgebiets (Untersuchungsraum)			65 %		

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 45 km.

Sortiment Sportartikel:

Tabelle 15: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur nach Erweiterung im Sortiment Sportartikel

Zone	KA	V	E	S	LFB
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	63,4 %	27 %	67 %	95 %	172 %
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)		14 %	49 %	80 %	
„Streuzufluss“ von außerhalb des Kern-einzugsgebiets (Untersuchungsraum)			65 %		

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 45 km.

Die modellhafte Herleitung der Marktanteile fungiert als Berechnungsgrundlage für die Umsatzherleitung. Dabei wurde durch eine Kalibrierung der Modelle seitens Stadt + Handel die Wettbewerbsfaktoren wie bspw. die Attraktivität und Erreichbarkeit der vorhandenen Wettbewerber oder deren Betriebstypen sowie konkrete Ausrichtung berücksichtigt.

Marktanteilsmodell

Sortiment Bekleidung:

Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Outlet Montabaur nach der Erweiterung in seinem Einzugsgebiet sowie die von dem Outlet zu erwartenden Umsätze im Sortiment Bekleidung hergeleitet.

Tabelle 16: Marktanteile und Umsatz im Sortiment Bekleidung des erweiterten Outlet Montabaur nach Zonen

Einzugsgebiet (s. Abbildung 3)	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*	Umsatzanteil (innerhalb Sortiment) in %
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	177.873	103,7	27,6	28,6	23
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)	626.500	358,0	4,1	14,9	12
Zone gesamt*	804.373	461,6	9,4	43,5	35
Steuerzufluss i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes (von außerhalb des Kerneinzugsgebiets)				80,7	65
Umsatz inkl. Streuumsatz*				124,2	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Rahmenbedingungen und Annahmen ergibt sich somit ein auf das Sortiment Bekleidung bezogener Vorhabenumsatz von rd. 124,2 Mio. Euro per anno.

Bezogen auf die maximal mögliche Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung des Outlet-Centers von 16.500 m² (bei 19.800 m² Gesamtverkaufsfläche) ergibt sich eine hieraus ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 7.500 Euro/m² VKF**. Die Flächenproduktivität liegt damit im Vergleich zum Bestand des Outlet Montabaur leicht höher. Die deutliche Verkaufsflächenerweiterung sorgt für eine signifikanten Steigerung der Sichtbarkeit, wodurch trotz der deutlich erhöhten Verkaufsfläche eine leicht erhöhte Leistungsfähigkeit erzielt werden kann.

Sortiment Schuhe/Lederwaren:

Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Outlet Montabaur nach der Erweiterung in seinem Einzugsgebiet sowie die von dem Outlet zu erwartenden Umsätze im Sortiment Schuhe/Lederwaren hergeleitet.

Tabelle 17: Marktanteile und Umsatz im Sortiment Schuhe/Lederwaren des erweiterten Outlet Montabaur nach Zonen

Einzugsgebiet (s. Abbildung 3)	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*	Umsatzanteil (innerhalb Sortiment) in %
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	177.873	26,3	9,9	2,6	25
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)	626.500	91,0	1,2	1,1	10
Zone gesamt*	804.373	117,3	3,2	3,7	35
Steuerzufluss i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes (von außerhalb des Kerneinzugsgebiets)				6,9	65
Umsatz inkl. Streuumsatz*				10,6	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Rahmenbedingungen und Annahmen ergibt sich somit eine auf das Sortiment Schuhe/Lederwaren bezogene Umsatzprognose von rd. 10,6 Mio. Euro per anno.

Bezogen auf die maximal vorgesehene Verkaufsfläche im Sortiment Schuhe/Lederwaren des Outlet Montabaur von 1.300 m² (bei 19.800 m² Gesamtverkaufsfläche) ergibt sich eine hieraus ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 8.200 Euro/m² VKF**. Die Flächenproduktivität liegt damit deutlich über der derzeit im Bestand erzielten Flächenproduktivität des Outlet Montabaur.

Die prognostizierte Steigerung der Flächenproduktivität ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass im Bestand lediglich ein sehr geringer Anteil der Verkaufsfläche auf das Sortiment Schuhe/Lederwaren entfällt und damit auch die Wettbewerbsfähigkeit in diesen Sortimenten gegenüber weiteren Standortbereichen eingeschränkt ist. Mit der Erweiterung wird das Flächenangebot deutlich ausgeweitet und damit auch die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den weiteren etablierten Standorten in den umliegenden Zentren (u. a. Koblenz, Limburg a. d. Lahn, Neuwied) sowie im Gewerbepark Mülheim-Kärlich signifikant gestärkt.

Die Kombination aus quantitativer Aufstockung der Sortimentsfläche und einer qualitativen Angebotsverbesserung bildet die Grundlage für die erwartete Erhöhung der Flächenleistung.

Sortiment Sportartikel:

Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Outlet Montabaur nach der Erweiterung in seinem Einzugsgebiet sowie die von dem Outlet zu erwartenden Umsätze im eng gefassten Sortiment Sportartikel hergeleitet.

Tabelle 18: Marktanteile und Umsatz im Sortiment Sportartikel des erweiterten Outlet Montabaur nach Zonen

Einzugsgebiet (s. Abbildung 3)	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*	Umsatzanteil (innerhalb Sortiment) in %
Zone I = Westerwaldkreis (Teilbereich im Untersuchungsraum)	177.873	19,7	18,6	3,7	17
Zone II = weiterer Untersuchungsraum (s. Abbildung 3)	626.500	68,0	6,0	4,0	18
Zone gesamt*	804.373	87,7	8,8	7,7	35
Steuerzufluss i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes (von außerhalb des Kerneinzugsgebiets)				14,3	65
Umsatz inkl. Streuumsatz*				22,0	100

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnung Einwohnerzahlen auf Basis der GfK STRAB-Daten 2025 (Stand: 2022) und Daten des Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz 2025, IT.NRW 2025 und dem Hessischen Statistischen Landesamt 2025; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Rahmenbedingungen und Annahmen ergibt sich somit eine auf das Sortiment Sportartikel bezogene Umsatzprognose von rd. 22,0 Mio. Euro per anno.

Bezogen auf die maximal mögliche Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel des Outlet Montabaur von 1.700 m² (bei 19.800 m² Gesamtverkaufsfläche) ergibt sich eine hieraus ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 12.900 Euro/m² VKF**. Die Flächenproduktivität liegt damit deutlich über der derzeit im Bestand erzielten Flächenproduktivität des Outlet Montabaur.

Die deutliche Steigerung der Flächenproduktivität ist auch im Bereich Sportartikel im Wesentlichen auf die im Bestand geringe Verkaufsfläche und die damit eingeschränkte Wettbewerbsfähigkeit zurückzuführen. Mit der Erweiterung wird das Flächenangebot deutlich ausgeweitet und damit auch die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den weiteren etablierten Standorten (u. a. Koblenz, Limburg a. d. Lahn, Neuwied) sowie im Gewerbepark Mülheim-Kärlich signifikant gestärkt. Dies führt zu signifikanten Kundenumorientierung, wodurch sich der Umsatz stärker als die Verkaufsfläche erhöht. Dieser Effekt verstärkt sich im Bereich Sportartikel nochmals deutlich aufgrund des verhältnismäßig geringen Wettbewerbs im Einzugsbereich.

Analog zum Sortiment Schuhe/Lederwaren ist damit die Kombination aus der quantitativen Aufstockung der Sortimentsfläche und der damit einhergehenden qualitativen Angebotsverbesserung im Sortiment Sportartikel die Grundlage für die zu erwartende deutliche Erhöhung der Flächenleistung (Beispielsweise ist derzeit noch ein für Outlets üblicher Adidas-Store in Montabaur nicht vertreten). Bei Nike, Adidas und Puma handelt es sich um sog. Top-Performer.

Zusammenfassung Flächenproduktivitäten nach Erweiterung

Für das Outlet Montabaur ergeben sich in den hier untersuchungsrelevanten Sortimenten in seinem vorgesehenen maximalen Format folgende sortimentsspezifische Flächenproduktivitätsprognosen :

- **Sortiment Bekleidung:** rd. 7.500 Euro/m² VKF pro Jahr

- **Sortiment Schuhe/Lederwaren:** rd. 8.200 Euro/m² VKF pro Jahr
- **Sortiment Sportartikel:** rd. 12.900 Euro/m² VKF pro Jahr

Für die sonstigen Sortimente, welche den Hauptsortimenten (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel) in einem Factory Outlet deutlich untergeordnet sind, wird analog dazu die gleiche Umsatzherkunft angenommen. Gleichzeitig wird für die sonstigen Sortimente eine gewichtete Flächenproduktivität von rd. 8.000 Euro/m² VKF pro Jahr angenommen. Dies fungiert als überschlägiger Anhaltswert der lediglich zur vollständigen Abbildung des einzelhandelsrelevanten Umsatzes des Outlets dient.

Die Modellierung des Vorhabenumsatzes anhand der realistischerweise zu erwartenden Marktanteile in den jeweiligen Einzugsgebieten des Planvorhabens entspricht einem Worst Case-Ansatz.

5.4 ZUSAMMENFASSUNG BESTANDSUMSATZ UND UMSATZPROGNOSE DES OUTLET MONTABAU

Unter Zusammenführung der aufgeführten Aspekte ergeben sich die nachfolgend dargestellten sortimentsspezifischen Umsätze i. S. e. Worst Case-Ansatzes:

Tabelle 19: Flächenproduktivitäten und Umsatzprognose des Vorhabens (Worst Case)

Sortimente	Bestand		nach Erweiterung		max. Umsatz- differenz in Mio. Euro*
	Flächen- produktivität in Euro/m² VKF	Umsatz in Mio. Euro	max. Flächen- produktivität in Euro/m² VKF	max. Umsatz in Mio. Euro	
Outlet Montabaur					
Bekleidung	7.400	49,2	7.500	124,2	+ 75,0
Schuhe/Lederwaren	6.800	4,6	8.200	10,6	+ 6,1
Sportartikel	9.700	8,1	12.900	22,0	+ 13,9
sonstige Sortimente	7.600	6,5	8.000	16,1	+ 9,5
Pool-Lösung – Gesamtsumme nicht darstellbar					

Quelle: Flächenproduktivitäten, Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis des Marktanteilskonzeptes und laufender Auswertung einzelhandelsspezifischer Fachliteratur (u. a. BBE 2024); Werte auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * Differenzen zu Gesamtsummen rundungsbedingt möglich.

Im Zuge der Erweiterung ist davon auszugehen, dass sich der Umsatz des Planvorhabens insgesamt und auch sortimentsspezifisch deutlich erhöht. Den größten Umsatzanteil nimmt weiterhin das Sortiment Bekleidung mit max. 124,2 Mio. Euro ein. Dies entspricht einer Steigerung um max. 75,0 Mio. Euro.

Für das Sortiment Schuhe/Lederwaren wird ein Umsatz von max. 10,6 Mio. Euro prognostiziert. Der Umsatz steigt demnach im Vergleich zum Bestand um max. 6,1 Mio. Euro an.

Im Sortiment Sportartikel wird das Outlet Montabaur perspektivisch einen Umsatz von max. 22,0 Mio. Euro pro anno erzielen. Das entspricht einer Umsatzsteigerung von max. 13,9 Mio. Euro.

Der Umsatz in den sonstigen Sortimenten verteilt sich auf mehrere verschiedene Sortimente, wodurch pro Sortiment ein relativ geringer Umsatzanteil erreicht wird. Aus diesem Grund werden die sonstigen Sortimente im weiteren Verlauf der Analyse nicht tiefergehend betrachtet. Städtebaulich negative Auswirkungen in den sonstigen Sortimenten sind jedoch nicht auszuschließen und wären im Einzelnen dezidiert zu prüfen.

In den folgenden Kapiteln werden die Auswirkungen des Planvorhabens hinsichtlich der im Kontext der Untersuchungsfragen relevanten Aspekte dargestellt. In diesem Zusammenhang werden folgenden Fragen beantwortet:

- Welche absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind auf die Wettbewerber im Untersuchungsraum zu erwarten?
- Welche städtebaulichen Auswirkungen sind durch Planvorhaben auf den zentralen Versorgungsbereich HZ Innenstadt Koblenz zu erwarten?
- Wie ordnet sich das Planvorhaben in die Vorgaben der Landesplanung (hier: LEP IV Rheinland-Pfalz 2008) ein?
 - Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z 60) – ggf. unter Berücksichtigung etwaiger Vorschädigungen der Koblenzer Innenstadt
 - Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58)

6.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Die Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel liefern eine wichtige Grundlage für die weitergehende städtebaulich-funktionale Bewertung des Planvorhabens.

Unter Berücksichtigung der, in Bezug auf das gesamte Einzugsgebiet, leicht negativen Entwicklung des sortimentsspezifischen Kaufkraftvolumens für die Sortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren (s. Kapitel 4.3) werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungen des Planvorhabens in diesen beiden untersuchungsrelevanten Sortimenten leicht verstärkt. Für das Sortiment Sportartikel ist hingegen von einer leicht positiven Entwicklung des sortimentsspezifischen Kaufkraftvolumens auszugehen (s. Kapitel 4.3). Der Vorhabenumsatz (s. Kapitel 5.4) wird den zu erwartenden Umsätzen der Bestandsstrukturen im jeweiligen Sortiment zum Prognosejahr 2030 gegenübergestellt, wodurch in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren eine leicht höhere und im Sortiment Sportartikel eine leicht niedrigere prozentuale Umsatzumverteilung im Vergleich zu den heutigen Bestandsumsätzen resultiert.

Auf Basis der ermittelten Umsatzherkunft wird i. S. eines Worst Case-Ansatzes ein umverteilungsrelevanter Anteil von rd. 35 % des Gesamtumsatzes für die Strukturen im Untersuchungsraum zugrunde gelegt (s. Kapitel 4.1).

Für die Sortimentsbereiche Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ermittelt. Die potenziell möglichen sonstigen Sortimente des Vorhabens wie etwa GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren und Uhren/Schmuck, Parfümerieartikel etc. werden aufgrund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen und ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens im Vergleich zu den Bestandsstrukturen im zugrundeliegenden Untersuchungsraum eine deutlich geringere Strukturbedeutung entfalten können. Potenzielle absatzwirtschaftliche Auswirkungen in diesen Sortimentsbereichen werden verbal-argumentativ dargelegt.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzumverteilungen werden aufgrund der Vorhabenausprägung als Factory Outlet Center eine weite Streuung aufweisen (s. Ausführungen in Kapitel 4.1 und Kapitel 5). Im Sinne eines Worst Case-Ansatzes wird für die Berechnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens ein möglichst kleinräumiger Untersuchungsraum (Kerneinzugsgebiet – 30 Minuten Fahrzeit) herangezogen.

Bekleidung:

Die Umsatzumverteilungen, welche aus dem Planvorhaben resultieren, stellen sich im untersuchungsrelevanten Sortiment Bekleidung wie folgt dar:

Tabelle 20: Umsatzumverteilungen im Sortiment Bekleidung (Worst Case)

Kommune	Lagedetail	Prognose 2030		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro	in %	
Andernach	ZVB Innenstadt von Andernach	13,7	0,3	2
	sonstige Lage	3,5	**	**
Bad Ems	ZVB Innenstadt von Bad Ems	3,4	< 0,1	2
	sonstige Lage	0,7	**	**
Nassau	ZVB Ortsmitte Nassau	0,2	**	**
Bendorf	ZVB HZ Innenstadt Bendorf	3,6	< 0,1	1
Dierdorf	ZVB Zentrum Dierdorf	< 0,1	**	**
	ZVB STZ Märkerwald Neuwieder Straße	3,2	0,1	2
Diez	ZVB Innenstadt von Diez	3,8	0,1	3
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Hachenburg	(fakt.) ZVB Innenstadt von Hachenburg	1,6	**	**
	sonstige Lage	10,1	0,4	4
Hadamar	(fakt.) ZVB Innenstadt Hadamar	2,0	**	**
Höhr-Grenzhausen	ZVB Haupteinkaufsbereich Höhr	1,2	0,1	9
	ZVB STZ Westerwald-Arkaden	1,7	0,1	8
Horhausen	ZVB Horhausen	0,2	**	**
Idstein	ZVB IZ Idstein	2,4	**	**
	ZVB NVZ Nassau Carré	1,7	**	**
Koblenz	ZVB HZ Innenstadt Koblenz	115,3	7,5	6
	Sonstige Lage	5,5	0,7	13

Kommune	Lagedetail	Prognose 2030		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro		in %
Lahnstein	ZVB Lahnstein Süd	1,2	**	**
	ZVB Lahnstein Nord	2,1	**	**
	ZVB Koblenzer Straße	2,2	**	**
Limburg a. d. Lahn	ZVB Limburger Innenstadt	51,3	5,5	11
	sonstige Lage	4,4	0,6	15
Montabaur*	ZVB Innenstadt von Montabaur	2,2	0,3	12
	sonstige Lage	3,3	0,2	7
Neuwied	ZVB HZ Innenstadt Neuwied	41,1	2,5	6
	sonstige Lage	3,2	0,1	2
Pudersbach	ZVB HZ Pudersbach	0,1	**	**
Ransbach-Baumbach	ZVB HZ Ransbach-Baumbach	6,7	1,0	14
Selters (Westerwald)	ZVB Innenstadt von Selters	4,0	0,2	6
Vallendar	ZVB Innenstadt von Vallendar	0,4	**	**
Weilburg	ZVB Innenstadt von Weilburg	3,2	**	**
Mülheim-Kärlich	ZVB Ortsmitte Mülheim-Kärlich	0,1	**	**
	sonstige Lage (SO GE Mülheim-Kärlich)	57,1	5,3	9
Weißenthurm	ZVB Ortsmitte Weißenthurm	0,1	**	**
Westerburg	ZVB Innenstadt Westerburg	0,5	**	**
	ZVB STZ Günther-Koch-Straße	0,4	**	**
	sonstige Lage	2,8	< 0,1	2
Rennerod	Sonstige Lage	3,8	< 0,1	1
Wirges	sonstige Lage	6,9	0,8	11
GESAMT Kerneinzugsgebiet***		371,2	26,3	-
Für die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilungsneutraler Vorhabenumsatz („Streuumsatz“) i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes		~ 48,8		
GESAMT*** (Worst Case)		-	75,0	-

Quelle: Stadt + Handel 03/2025; Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2024, Hahn Gruppe 2024/2025 und BBE 2024 sowie ständige Auswertung von Fachliteratur, Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * ohne Planvorhaben; ** empirisch nicht mehr valide darstellbar; *** Differenzen zur Gesamt-/Zwischensumme rundungsbedingt möglich.

Von dem Planvorhaben resultiert eine Umsatzumverteilung im Sortiment Bekleidung Genussmittel von max. rd. 75,0 Mio. Euro, davon 35 % zu Lasten von Wettbewerbern im Untersuchungsraum.

Schuhe/Lederwaren:

Die Umsatzumverteilungen, welche aus dem Planvorhaben resultieren, stellen sich im untersuchungsrelevanten Sortiment Schuhe/Lederwaren wie folgt dar:

Tabelle 21: Umsatzumverteilungen im Sortiment Schuhe/Lederwaren (Worst Case)

Kommune	Lagedetail	Prognose 2030		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro	in %	
Andernach	ZVB Innenstadt von Andernach	1,6	**	**
	sonstige Lage	2,0	**	**
Bad Ems	ZVB Innenstadt von Bad Ems	0,3	**	**
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Nassau	ZVB Ortsmitte Nassau	0,2	**	**
Bendorf	ZVB HZ Innenstadt Bendorf	1,8	**	**
Dierdorf	ZVB Zentrum Dierdorf	0,4	**	**
	ZVB STZ Märkenwald Neuwieder Straße	1,4	< 0,1	4
Diez	ZVB Innenstadt von Diez	0,3	**	**
	sonstige Lage	1,8	**	**
Hachenburg	(fakt.) ZVB Innenstadt von Hachenburg	1,1	**	**
	sonstige Lage	2,6	**	**
Hadamar	(fakt.) ZVB Innenstadt Hadamar	0,1	**	**
Höhr-Grenz- hause	ZVB Haupteinkaufsbereich Höhr	< 0,1	**	**
	ZVB STZ Westerwald-Arkaden	1,4	0,1	9
Horhausen	ZVB Horhausen	-	-	-
Idstein	ZVB IZ Idstein	0,9	**	**
	ZVB NVZ Nassau Carré	1,5	**	**
Koblenz	ZVB HZ Innenstadt Koblenz	20,8	0,2	1
	Sonstige Lage	2,5	0,1	3
Lahnstein	ZVB Lahnstein Süd	0,2	**	**
	ZVB Lahnstein Nord	0,2	**	**
	ZVB Koblenzer Straße	0,2	**	**
Limburg a. d. Lahn	ZVB Limburger Innenstadt	10,7	0,2	2
	sonstige Lage	2,0	0,1	3
Montabaur*	ZVB Innenstadt von Montabaur	0,9	0,1	12
	sonstige Lage	4,5	0,5	11

Kommune	Lagedetail	Prognose 2030		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro		in %
Neuwied	ZVB HZ Innenstadt Neuwied	7,0	**	**
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Puderbach	ZVB HZ Puderbach	-	-	-
Ransbach-Baumbach	ZVB HZ Ransbach-Baumbach	1,9	0,1	5
Selters (Westerwald)	ZVB Innenstadt von Selters	1,2	**	**
Vallendar	ZVB Innenstadt von Vallendar	< 0,1	**	**
Weilburg	ZVB Innenstadt von Weilburg	0,4	**	**
Mülheim-Kärlich	ZVB Ortsmitte Mülheim-Kärlich	0,1	**	**
	sonstige Lage (SO GE Mülheim-Kärlich)	28,0	0,4	1
Weißenthurm	ZVB Ortsmitte Weißenthurm	< 0,1	**	**
Westerburg	ZVB Innenstadt Westerburg	0,4	**	**
	ZVB STZ Günther-Koch-Straße	< 0,1	**	**
	sonstige Lage	1,1	**	**
Rennerod	Sonstige Lage	1,5	**	**
Wirges	sonstige Lage	0,3	**	**
GESAMT Kerneinzugsgebiet***		101,1	2,1	-
Für die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilungsneutraler Vorhabenumsatz (‚Streuumsatz‘) i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes		~ 3,9		
GESAMT*** (Worst Case)		-	6,1	-

Quelle: Stadt + Handel 03/2025; Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2024, Hahn Gruppe 2024/2025 und BBE 2024 sowie ständige Auswertung von Fachliteratur, Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * ohne Planvorhaben; ** empirisch nicht mehr valide darstellbar; *** Differenzen zur Gesamt-/Zwischensumme rundungsbedingt möglich.

Von dem Planvorhaben resultiert eine Umsatzumverteilung im Sortiment Schuhe/Lederwaren von max. rd. 6,1 Mio. Euro, davon 35 % zu Lasten von Wettbewerbern im Untersuchungsraum.

Sportartikel:

Die Umsatzumverteilungen, welche aus dem Planvorhaben resultieren, stellen sich im untersuchungsrelevanten Sortiment Sportartikel wie folgt dar:

Tabelle 22: Umsatzumverteilungen im Sortiment Sportartikel (Worst Case)

Kommune	Lagedetail	Prognose 2030		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro		in %
Andernach	ZVB Innenstadt von Andernach	0,1	**	**
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Bad Ems	ZVB Innenstadt von Bad Ems	< 0,1	**	**
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Nassau	ZVB Ortsmitte Nassau	< 0,1	**	**
Bendorf	ZVB HZ Innenstadt Bendorf	0,1	**	**
Dierdorf	ZVB Zentrum Dierdorf	-	-	-
	ZVB STZ Märkenwald Neuwieder Straße	0,1	**	**
Diez	ZVB Innenstadt von Diez	< 0,1	**	**
	sonstige Lage	0,2	**	**
Hachenburg	(fakt.) ZVB Innenstadt von Hachenburg	0,7	< 0,1	8
	sonstige Lage	0,2	**	**
Hadamar	(fakt.) ZVB Innenstadt Hadamar	< 0,1	**	**
Höhr-Grenz- hause	ZVB Haupteinkaufsbereich Höhr	-	-	-
	ZVB STZ Westerwald-Arkaden	< 0,1	**	**
Horhausen	ZVB Horhausen	-	-	-
Idstein	ZVB IZ Idstein	< 0,1	**	**
	ZVB NVZ Nassau Carré	< 0,1	**	**
Koblenz	ZVB HZ Innenstadt Koblenz	3,4	0,3	10
	Sonstige Lage	0,2	**	**
Lahnstein	ZVB Lahnstein Süd	-	-	-
	ZVB Lahnstein Nord	0,9	**	**
	ZVB Koblenzer Straße	0,1	**	**
Limburg a. d. Lahn	ZVB Limburger Innenstadt	8,2	1,6	19
	sonstige Lage	0,1	**	**
Montabaur*	ZVB Innenstadt von Montabaur	-	-	-
	sonstige Lage	1,5	0,3	18
Neuwied	ZVB HZ Innenstadt Neuwied	0,3	**	**
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Pudersbach	ZVB HZ Pudersbach	-	-	-
Ransbach- Baumbach	ZVB HZ Ransbach-Baumbach	0,9	0,1	11

Kommune	Lagedetail	Prognose 2030		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro		in %
Selters (Westerwald)	ZVB Innenstadt von Selters	0,2	< 0,1	14
Vallendar	ZVB Innenstadt von Vallendar	-	-	-
Weilburg	ZVB Innenstadt von Weilburg	0,3	**	**
Mülheim-Kärlich	ZVB Ortsmitte Mülheim-Kärlich	-	-	-
	sonstige Lage (SO GE Mülheim-Kärlich)	15,9	2,4	15
Weißenthurm	ZVB Ortsmitte Weißenthurm	< 0,1		
Westerburg	ZVB Innenstadt Westerburg	-	-	-
	ZVB STZ Günther-Koch-Straße	< 0,1	**	**
	sonstige Lage	< 0,1	**	**
Rennerod	Sonstige Lage	0,8	< 0,1	7
Wirges	sonstige Lage	< 0,1	**	**
GESAMT Kerneinzugsgebiet***		34,4	4,9	-
Für die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilungsneutraler Vorhabenumsatz (‚Streuumsatz‘) i. H. v. 65 % des Vorhabenumsatzes		~ 9,0		
GESAMT*** (Worst Case)		-	13,9	-

Quelle: Stadt + Handel 03/2025; Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2024, Hahn Gruppe 2024/2025 und BBE 2024 sowie ständige Auswertung von Fachliteratur, Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * ohne Planvorhaben; ** empirisch nicht mehr valide darstellbar; *** Differenzen zur Gesamt-/Zwischensumme rundungsbedingt möglich.

Von dem Planvorhaben resultiert eine Umsatzumverteilung im Sortiment Sportartikel von max. rd. 13,9 Mio. Euro, davon 35 % zu Lasten von Wettbewerbern im Untersuchungsraum.

Sonstige Sortimente:

Die sonstigen Sortimente des erweiterten Outlet Montabaur umfassen perspektivisch eine Verkaufsfläche von max. 2.000 m². Unter Berücksichtigung der angenommenen durchschnittlichen Flächenproduktivität (rd. 8.000 Euro/m² VKF) wird für diese Verkaufsfläche ein Umsatz von rd. 16,1 Mio. Euro prognostiziert. Der von Stadt + Handel angesetzte umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 35 % im Untersuchungsraum (somit max. 5,6 Mio. Euro in den sonstigen Sortimenten) beschreibt einen realitätsnahen Worst Case-Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren des Untersuchungsraumes gelenkt werden. Im Zuge der Begrenzung der sonstigen Sortimente auf maximal 500 m² bzw. teilweise nur 300 m² Verkaufsfläche je Sortiment wird die eher geringe Bedeutung der Einzelsortimente für das Outlet insgesamt deutlich. Gleichzeitig verteilen sich die Umsatzumverteilungen aufgrund der Vielzahl an untersuchungsrelevanten Standortlagen im Untersuchungsraum auf mehrere Betriebe, weshalb die Umsatzumverteilungen pro Betrieb abgemildert werden. Es ist dennoch eine deutliche Wettbewerbsintensivierung zu erwarten. Dies kann im

Rahmen der vorliegenden Analyse aufgrund der fokussierten Zielstellungen nicht abschließend bewertet werden.

Die sonstigen Sortimente werden in der vorliegenden Analyse angesichts der Bedeutung für das Gesamtvorhaben nicht tiefergehend betrachtet. Angesichts der angewiesenen Verkaufsflächenbeschränkungen in den sonstigen Einzelsortimenten werden diese Sortimente grundsätzlich keine prägende Bedeutung einnehmen. Im Rahmen des vorliegenden Gutachtens kann jedoch nicht mit absoluter Sicherheit ausgeschlossen werden, dass die sonstigen Sortimente städtebaulich negativen Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche oder sonstigen Angebotsstrukturen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum haben.

6.2 VORBEMERKUNG ZUR STÄDTEBAULICHEN EINORDNUNG DER ABSATZWIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN

Die städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen erfolgt in Kapitel 6.3 unter Berücksichtigung der in Kapitel 4.3 dargestellten Veränderung des sortimentsspezifischen Kaufkraftvolumens für den stationären Handel. Zudem ist im Hinblick auf die Würdigung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen von Relevanz:

- Gemäß DSSW-Studie (Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, DV/GMA 2017 - Kurzfassung) hat sich der Schwellenwert einer Umverteilungsquote von 10 % für zentrenrelevante Sortimente bewährt. In diesem Zusammenhang wird aus fachlicher Sicht empfohlen diesen Wert nicht zu überschreiten. Um dem „schwierigen“ Marktumfeld (u. a. relativ hoher Onlineanteil (s. Kapitel 4.3) bzw. Konkurrenzsituation) in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel gerecht zu werden, wird im vorliegenden Fall für zentrenrelevante Sortimente ein Orientierungswert von rd. 7 % angesetzt, der möglicherweise erhebliche Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten von ZVB hervorrufen kann. In diesem Zusammenhang wird die negative Entwicklung der Branche ebenso berücksichtigt, wie das Offenhalten von entsprechenden Entwicklungspotenzialen.

Angesichts der signifikanten Erweiterung des Outlets werden insbesondere bei Kaufhäusern aber auch Fachmärkten mehrere Sortimente (Hauptsortiment und Teilsortimente) von Umsatzumverteilungen tangiert. In der folgenden städtebaulichen Einordnung wird dieser Umstand berücksichtigt.

Im Folgenden werden die städtebaulichen Konsequenzen in den untersuchten zentrenrelevanten Sortimentsbereichen und Sortimenten für die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum aufgezeigt.

Die sonstigen Lagen (inkl. Sonderstandorte) stellen keinen Positivraum für zentrenrelevante Sortimente dar und sind somit städtebaulich nicht relevant. Es erfolgt demnach keine detaillierte städtebauliche Einordnung. Gleiches gilt für die Sonderstandorte, teilweise Nahversorgungszentren und sonstigen Lagen im weiteren Untersuchungsraum. Es erfolgt demnach keine detaillierte städtebauliche Einordnung. Angesichts der Zielstellungen des Gutachtens wird die Innenstadt von Koblenz fokussiert betrachtet.

6.3 STÄDTEBAULICHE EINORDNUNG DER ABSATZWIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN (FOKUS: ZVB HZ INNENSTADT KOBLENZ)

Aufbauend auf den absatzwirtschaftlichen Ergebnissen aus der Umsatzumverteilungsberechnung erfolgt deren städtebauliche Einordnung. Die städtebaulichen Konsequenzen werden in der vorliegenden Analyse aufgrund der Zielstellung des Gutachtens lediglich für den ZVB HZ Innenstadt Koblenz dargestellt. Darüber hinaus werden nur besonders auffällige Standortlagen, welche ggf. für die weitere Beurteilung des Vorhabens relevant sind, kurz aufgegriffen.

Stadt Koblenz

Auswirkungen auf den ZVB HZ Innenstadt Koblenz

Durch die signifikante Erweiterung des Outlet Montabaur werden in den untersuchungsrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel Umsatzumverteilungen auf die Bestandsstrukturen im ZVB HZ Innenstadt Koblenz in folgender Höhe induziert:

- **Bekleidung: max. rd. 7,5 Mio. Euro bzw. max. 6 %**
- **Schuhe/Lederwaren: max. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. max. 1 %**
- **Sportartikel: max. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. max. 10 %**

Durch die deutliche Erweiterung des Outlets werden neue Angebotsstrukturen geschaffen, wodurch sich der Wettbewerb für die Innenstadt Koblenz nochmals erhöht. Dies gilt insbesondere angesichts der besonderen Vertriebsmöglichkeiten des Betriebstyps Outlet (deutlich reduzierte Waren), welche für eine hohe Strahlkraft und gewisse Kundenumorientierungen sorgen werden. Die Umsatzumverteilungen tangieren dabei insbesondere die im Zentrum gelegenen, zum Outlet vergleichbaren Angebotsstrukturen. Dabei handelt es sich vorwiegend um die größeren filialisierten Anbieter, die als Magnetbetriebe und Frequenzbringer fungieren. Zudem werden jedoch auch die kleineren, vorwiegend inhabergeführten Geschäfte mit einem höherpreisigen/höherwertigen Angebot, welche die Individualität der Angebotsstrukturen des ZVB wesentlich mitprägen, von gewissen Umsatzumverteilungen tangiert.

Negative Auswirkungen wie Marktaufgaben/-umstrukturierungen sind demzufolge nicht auszuschließen:

- Die Koblenzer Innenstadt weist vergleichbar zur Stadt Limburg a. d. Lahn ebenfalls eine erhöhte touristische Attraktivität auf, wodurch die Einzelhändler in der Innenstadt von gewissen touristischen Kaufkraftzuflüssen profitieren können. In diesem Zusammenhang greifen die Betriebe vor Ort auf eine erhöhte Kundenfrequenz zurück. Mit der geplanten Erweiterung des Outlet-Centers Montabaur dürfte jedoch auch dessen touristische Attraktivität weiter steigen. Es ist daher anzunehmen, dass Touristen künftig seltener die Innenstadt aufsuchen und stattdessen verstärkt das Outlet als Einkaufsziel wählen werden.
- Die Innenstadt Koblenz steht neben dem Outlet auch in einem deutlich erhöhten Wettbewerb mit dem Sonderstandort Gewerbepark Mülheim-Kär-

lich. Dies zeigt bspw. der Rückzug des Betreibers Decathlon aus der Innenstadt, mit der Begründung, sich auf den Standort in Mülheim-Kärlich fokussieren zu wollen⁵⁷. Dementsprechend steht die Innenstadt bereits deutlich durch das Angebot in Mülheim-Kärlich unter Druck.

- Die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur sorgt nahezu für eine Verdopplung der Verkaufsfläche. Dabei wird ein neuer Gebäudekomplex errichtet, der ein modernes und einzigartiges Erscheinungsbild erhalten wird. Durch die Erweiterung wird die Sichtbarkeit und Strahlkraft des Outlets deutlich erhöht. Entsprechend steigt die Konkurrenzfähigkeit im Vergleich zur Koblenzer Innenstadt und der Wettbewerbsdruck für diese weiter an.
- Dies spiegelt auch die Verkaufsflächenrelation wider, welche sich in allen Sortimenten deutlich erhöht. Insgesamt erhöht sich die Verkaufsflächenrelation des Planvorhabens in den untersuchungsrelevanten Sortimenten in Bezug auf die Innenstadt Koblenz von aktuell 19 % auf 45 % nach Erweiterung. Besonders signifikant ist dabei die Verkaufsflächenrelation im Sortiment Sportartikel i. H. v 175 % wodurch dem Planvorhaben in Hinblick auf das sortimentsspezifische Angebot innerhalb des ZVB eine deutlich höhere Versorgungsbedeutung und Frequenzerzeugung zugesprochen werden kann. Demzufolge verstärkt sich der ohnehin schon eingesetzte Effekt, dass die Kunden in diesem Segment, angesichts der Angebotsstrukturen in den dezentralen Standorten (bspw. Outlet Montabaur, Gewerbepark Mülheim-Kärlich), weniger oft den ZVB aufsuchen und stattdessen außerhalb einkaufen werden. Dies zeigt sich auch am Marktabgang von Decathlon aus dem ZVB HZ Innenstadt Koblenz, wodurch sich die Verkaufsfläche in diesem Sortiment wesentlich reduziert hat und dadurch die Angebotsbreite und -tiefe sowie die Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt deutlich geschwächt wurde. In diesem Kontext ist für das Sortiment Sportartikel von einer Vorschädigung des ZVB HZ Innenstadt Koblenz auszugehen.
- Mit rd. 0,3 Mio. Euro Umsatzumverteilungen des Outlets gegenüber der Innenstadt im Sortiment Sportartikel handelt es sich zwar monetär um einen relativ geringen Wert. Aufgrund der geringen Ausstattung und nur wenigen Anbietern in diesem Bereich entspricht das jedoch rd. 10 % des Umsatzes der Angebotsstrukturen im ZVB. Angesichts des schon stark geschwächten Angebots in der Innenstadt, der man in diesem Segment eine Vorschädigung attestieren kann, verschärfen die Umsatzumverteilungen die Situation und sorgen zusätzlich für einen nochmals deutlich erhöhten Wettbewerbsdruck. Für die letzten verbliebenen kleineren Fachmärkte (inhabergeführt), welche ein zum Outlet vergleichbares Angebot aufweisen und damit auch am stärksten von den Umsatzumverteilungen betroffen sind, sind Umstrukturierungen oder im schlimmsten Fall Marktschließungen nicht grundsätzlich auszuschließen, da sie bereits unter einem großen Wettbewerbsdruck durch dezentrale Angebotsstrukturen stehen. **Vor dem Hintergrund der städtebaulichen Bewertung ist zudem festzuhalten, dass durch die Auswirkungen des Outlets auch die Erholungsmöglichkeiten des**

⁵⁷ s. Fußnote 41

ZVB in diesem Sortiment nochmals deutlich eingeschränkt bzw. unmöglich wird.

- Im Sortiment Bekleidung fallen die Umsatzumverteilungen aufgrund einer höheren Umsatzbasis monetär deutlich höher aus, wenngleich die Umsatzumverteilungen auch einer deutlich höheren Umsatzbasis im ZVB HZ Innenstadt Koblenz gegenüberstehen. Demnach werden rd. 7,3 Mio. Euro infolge der Erweiterung des Outlets aus der Innenstadt Koblenz abgezogen. Bei einer durchschnittlichen pro Kopf Kaufkraft (2030) im Sortiment Bekleidung von rd. 574 Euro entspricht dies theoretisch ca. 13.048 Kunden, die der Innenstadt Koblenz „verloren“ gehen. Angesichts der verhältnismäßig starken Angebotsstruktur des ZVB in diesem Sortiment verteilen sich die Umsatzumverteilungen relativ gleichmäßig über die vorhandenen Märkte, wenngleich die größeren Magnetbetriebe (bspw. H&M, C&A, P&C, Zara) sowohl prozentual als auch monetär am stärksten betroffen sein werden. Marktaufgaben sind hier, angesichts von einzelbetrieblichen Umsatzumverteilungen bis rd. 10 % grundsätzlich nicht auszuschließen. In diesem Kontext ist darauf hinzuweisen, dass bspw. H&M derzeit zwei Filialen in der Innenstadt von Koblenz betreibt. Mit dem durch die Umsatzumverteilungen deutlich zunehmendem Wettbewerbsdruck steigt die Wahrscheinlichkeit, dass H&M die beiden Standorte zusammenlegt und in Folge ein weiterer großflächiger Leerstand in der Innenstadt von Koblenz zurückbleibt. Dies würde die städtebauliche Struktur des ZVB, in welchem bereits eine Leerstandsproblematik in Teilbereichen erkennbar ist (u. a. großflächige Leerstände in den besten Lagen) weiter schädigen. Bei den kleineren Geschäften (inhabergeführt) mit höherwertigem Angebot ist bereits eine höhere Dynamik festzustellen, dies liegt in der Sache der Natur. Durch eine geringere Kunden- wie auch Passantenfrequenz werden jedoch auch diese Betriebe negativ beeinträchtigt. Grundsätzlich sind hier Marktgänge, insbesondere von labelbezogenen Betrieben, grundsätzlich nicht auszuschließen. Somit ist insgesamt festzuhalten, dass die Erweiterung des Outlets die Innenstadt insgesamt strukturell schwächt und die bereits erkennbaren Negativtendenzen weiter verstärkt.
- Mit der Erweiterung des Outlets steigt auch der Wettbewerbsdruck gegenüber den Angebotsstrukturen im Gewerbepark Mülheim-Kärlich, so dass auch diese von deutlichen Umsatzumverteilungen tangiert werden. Das kleinflächige Storeangebot des Outlets unterscheidet sich jedoch deutlich von den großformatigen Märkten am Standort Mülheim-Kärlich, weshalb die Innenstädte wiederum stärker tangiert werden. Aus Sicht von Stadt + Handel ist das Angebot des Outlets vielmehr mit dem einer Innenstadt vergleichbar. Dafür sprechen auch die geplanten Gastronomie- und Dienstleistungsflächen, die im Rahmen der Erweiterung geschaffen werden sollen und dem Outlet eine zu Innenstädten vergleichbare Angebotsstruktur verleiht. Demnach werden zunehmend Innenstadtkunden angesprochen, wodurch Kunden, die sich normalerweise in die Innenstadt von Koblenz begeben hätten, verstärkt durch das Outlet „abgefangen“ werden. Dies kann in einer Negativspirale für die Innenstadt enden und zu erheblichen städtebaulichen Verwerfungen führen.

- Unter Zusammenführung der genannten Aspekte ist davon auszugehen, dass die Innenstadt Koblenz insgesamt auch weiterhin eine oberzentrale Versorgungsfunktion einnehmen und einen deutlichen Angebotsschwerpunkt im Untersuchungsraum ausmachen wird. Die Position der Innenstadt wird jedoch immer stärker insbesondere durch die Entwicklungen im Gewerbepark Mülheim-Kärlich und zusätzlich durch die geplante Erweiterung des Outlets untergraben, woraus sich bereits eine gewisse Vorschädigung des ZVB ergeben hat. Dies kann schlussendlich die Trading-Down-Tendenzen, die bereits aktuell in den Randbereichen des ZVB auftreten, nochmals verstärken. Auch im Hauptbereich des ZVB sind vereinzelt Mindernutzungen (bspw. Spielhallen) festzustellen. Die durch die Erweiterung des Outlets erwartbaren Kundenumorientierungen und Frequenzverlagerungen werden sowohl die Vitalität/Leistungsfähigkeit des ZVB weiter negativ beeinträchtigt als auch die bereits erkennbaren Trading-Down-Tendenzen weiter verstärkt. Besonders negativ betroffen ist das Sortiment Sportartikel, welches in der Innenstadt Koblenz bereits deutlich an „Masse“ und „Qualität“ verloren hat und für welches durch die geplante Erweiterung des Outlets und den damit entstehenden zusätzlichen Angebotsstrukturen auch von keiner Erholung bzw. von nicht mehr gegebenen Entwicklungsmöglichkeiten auszugehen ist.

Im ZVB HZ Innenstadt Koblenz ist eine Vorschädigung im Sortiment Sportartikel festzustellen. Kommt die signifikante Erweiterung des Outlet Montabaur werden insbesondere auch die Erholungsmöglichkeiten des ZVB HZ Innenstadt Koblenz im Sortiment Sportartikel eingeschränkt. Weiterhin ist nicht auszuschließen, dass es auch im Sortiment Bekleidung durch Marktschließungen oder Zusammenlegungen und ggf. weiteren auch großflächigen Leerstände und einer Verstärkung der Trading-Down-Tendenzen, zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommt.

Die Erweiterung des Outlet Montabaur lässt somit negative städtebauliche Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB HZ Innenstadt Koblenz erwarten.

Weitere ausgewählte Standorte im Untersuchungsraum

Auswirkungen auf den ZVB Limburger Innenstadt

Die Innenstadt von Limburg a. d. Lahn stellt neben der Innenstadt von Koblenz den zwei stärksten innerstädtischen Angebotsstandort im Untersuchungsraum dar. Durch die Erweiterung sind folgende sortimentsspezifische Umsatzumverteilungen zu erwarten

- **Bekleidung: max. rd. 5,5 Mio. Euro bzw. max. 11 %**
- **Schuhe/Lederwaren: max. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. max. 2 %**
- **Sportartikel: max. rd. 1,6 Mio. Euro bzw. max. 19 %**

Negative Auswirkungen wie Marktaufgaben/-umstrukturierungen sind demzufolge nicht auszuschließen:

- Das Outlet Montabaur ist an die Stadt Limburg über direkte Autobahnbindung über die A 3 besser angebunden als an die Stadt Koblenz. Das

Outlet ist für die Bevölkerung Limburgs in ca. 18 Min. erreichbar. Dementsprechend fallen die Umsatzumverteilungen für die Angebotsstrukturen in der Limburger Innenstadt leicht stärker als für die Angebotsstrukturen im Koblenzer Zentrum aus.

- Die Limburger Innenstadt weist ein für die Stadtgröße deutlich überdurchschnittliches Angebot auf. Die Stadt profitiert dabei insbesondere von touristischen Kaufkraftzuflüssen im Zusammenhang mit der sehr gut erhaltenen historischen Innenstadt. Gleichzeitig übernimmt die Innenstadt auch eine Versorgungsfunktion insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich für das eher ländlich geprägte Umland mit vielen kleineren Städten und Gemeinden ohne vergleichbares Angebot. Die Angebotsstrukturen innerhalb des ZVB Innenstadt stellen sich dementsprechend als gut ausgeprägt dar. Dies zeigt sich auch in der Verkaufsflächenentwicklung. In den relevanten Sortimenten hat sich die Verkaufsfläche seit 2010 (EHK Limburg) insgesamt nahezu konstant gehalten, was ein Alleinstellungsmerkmal der Limburger Innenstadt im Vergleich zu nahezu allen anderen Innenstädten darstellt. Die Outlet-Eröffnung im Jahr 2015 hat dabei augenscheinlich auch keine größeren Auswirkungen zur Folge gehabt. Dies ist neben der Resilienz der Innenstadt auch auf die verhältnismäßig geringe Dimensionierung des Outlets im Bestand zurückzuführen. Die Limburger Innenstadt weist aktuell noch ein deutliches Angebotsübergewicht in den relevanten Sortimenten auf. Durch die geplante Erweiterung wird das Outlet jedoch zur Verkaufsfläche in der Limburger Innenstadt (drei untersuchungsrelevante Sortimente) aufschließen und damit einen vergleichbaren Angebotsstandort darstellen. Es wird dementsprechend zu Kundenumorientierungen kommen (darunter ggf. auch Touristen, die verstärkt das Outlet Montabaur aufsuchen).
- Dabei ist festzuhalten, dass aufgrund des ausgedünnten Angebotsnetzes insbesondere im Segment Sportartikel deutliche Umsatzumverteilungen für die Angebotsstrukturen in der Innenstadt zu erwarten sind. Dabei werden insbesondere die beiden Fachmärkte Intersport und Biwak von deutlichen Umsatzumverteilungen tangiert. Dies ist auf das Angebotsspektrum der beiden Betriebe zurückzuführen, welche teilweise deutliche Überschneidungen mit dem Angebot von typischen Outlet-Stores in diesem Bereich aufweisen. Die einzelbetrieblichen Umsatzumverteilungen im Sortiment Sportartikel sind dabei im Bereich von rd. 21 % zu erwarten. Es gilt diesbezüglich auch zu berücksichtigen, dass insbesondere Intersport zusätzlich noch im Sortiment Bekleidung und Schuhe von deutlichen Umsatzumverteilungen tangiert wird. In kumulierter Betrachtung sind demzufolge Umsatzumverteilungen für den Intersport i. H. v. rd. 17 % zu erwarten. Auch wenn die Betriebe an Frequenzstandorten mit deutlichen Agglomerationseffekten verortet sind, können die deutlichen Umsatzumverteilungen zu Umstrukturierungen oder Betriebsaufgaben führen, wodurch sich städtebauliche Verwerfungen ergeben können. Das Angebot im zentrenrelevanten Sortiment Sportartikel würde demnach noch stärker auf die dezentralen Lagen verlagert und die Angebotsstrukturen in den Innenstädten im weiter beschränkt werden. Eine Vorschädigung des ZVB im

Sortiment Sportartikel ist aktuell nicht festzustellen. Die weiteren Entwicklungsmöglichkeiten werden jedoch eingeschränkt, da ein sehr leistungsfähiges, neues Angebot im Bereich des Outlets geschaffen wird.

Die Limburger Innenstadt ist als sehr resilient und wettbewerbsfähig zu bewerten. Insgesamt verfügt die Stadt durch die breite und vielfältige Angebotsstruktur sowie das historische Ambiente über eine sehr attraktive Einkaufsinnenstadt.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf den **ZVB Innenstadt Limburg a. d. Lahn** in seinem heutigen Bestand und seinen Entwicklungsmöglichkeiten sind durch die deutliche Erweiterung des Outlet Montabaur jedoch nicht auszuschließen. Dabei können sich insbesondere auch im Sortiment Sportartikel gewisse städtebauliche Verwerfungen (Marktabgang, Marktverkleinerung) ergeben.

Auswirkungen auf weitere ZVB in den umliegenden Kommunen

Im näheren Umfeld der Stadt Montabaur sind mehrere kleine Städte verortet, welche teilweise mittelzentrale Funktionen einnehmen und über (faktische) zentrale Versorgungsbereiche verfügen. Dementsprechend sind hier auch gewisse Auswirkungen durch die Erweiterung des Outlets zu erwarten. Für die folgenden Städte wird nachfolgend eine fokussierte städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen vorgenommen:

- Stadt Wirges
- Stadt Ransbach-Baumbach
- Stadt Höhr-Grenzhausen
- Stadt Selters (Westerwald)

Negative Auswirkungen wie Marktaufgaben/-umstrukturierungen sind im jeweiligen zentralen Versorgungsbereich nicht auszuschließen:

- Die Stadt Montabaur bildet u. a. mit der **Stadt Wirges** ein kooperierendes Mittelzentrum. Der (faktische) ZVB Innenstadt Wirges stellt die nächstgelegene integrierte Standortlage außerhalb der Stadt Montabaur dar. Durch die räumliche Nähe und Anbindung zum Outlet Montabaur ist davon auszugehen, dass eine Einkaufsorientierung der Bevölkerung in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel in Richtung des Outlets besteht. Das Angebot im Sortiment Schuhe/Lederwaren als auch im Segment Sportartikel wird lediglich durch die Randsortimente der Fachmärkte bereitgestellt. Im Sortiment Bekleidung ist ein gewisses Angebot vorhanden, wenngleich es sich abseits des Modehaus ADLER ausschließlich um discountiertes Bekleidungsassortiment handelt. Demzufolge wird durch die Erweiterung des Outlets insbesondere das Modehaus ADLER von signifikanten Umsatzumverteilungen tangiert. Ein Marktabgang oder Umstrukturierung ist nicht auszuschließen. Gleichzeitig ist nicht davon auszugehen, dass die Anbieter aufgrund der weiteren Strahlkraft des Outlets von erhöhten Kundenfrequenz profitieren können. Im Sortiment Schuhe/Lederwaren und Sportartikel fehlen entsprechende Angebotsstrukturen vollständig. Angesichts des eingeschränkten Einzugsgebiets und Flächenverfügbarkeit wäre hier vermutlich lediglich ein Angebot in

Ausprägung als Fachgeschäft vorstellbar. Die Erweiterung des Outlets macht führt allerdings dazu, dass eine entsprechende potenzielle Ansiedlung als nicht realistisch einzuordnen ist.

- Die **Stadt Ransbach-Baumbach** verzeichnet insbesondere im Sortiment Bekleidung mit dem Modehaus Normann und im Sortiment Schuhe/Lederwaren mit dem Fachmarkt Deichmann ein für die Funktion der Stadt attraktives Angebot. Im Sortiment Sportartikel ist zudem ein kleinflächiges Sportgeschäft vertreten. Bis zum Outlet sind es ungefähr 12 min, weshalb auch hier eine gewisse Einkaufsorientierung in Richtung des Outlets anzunehmen ist. Durch die Einzugsgebietsüberschneidungen ergeben sich infolge der Erweiterung deutliche Umsatzumverteilungen. Dabei wird insbesondere das Modehaus Normann angesichts des etwas gehobeneren Angebots, welches teilweise vergleichbar zum Outlet Montabaur ist, von signifikanten Umsatzumverteilungen tangiert. Das Modehaus hat aufgrund des langjährigen Bestandes eine Stammkundschaft. Durch die deutliche Ausweitung des Angebots im Outlet ist jedoch davon auszugehen, dass es dennoch zu wesentlichen Kundenumorientierungen kommen wird. Ein Marktabgang des Modehauses ist nicht auszuschließen. Dies würde das städtebauliche Erscheinungsbild deutlich verschlechtern und einen großen Leerstand im zentralen Versorgungsbereich verursachen. Dies würde die Versorgungsfunktion der Stadt in diesem Warenbereich deutlich verschlechtern.
- Das Outlet Montabaur ist von der **Stadt Höhr-Grenzhausen** aus in rd. 16 min mit dem Auto erreichbar. Die Stadt übernimmt eine mittelzentrale Versorgungsfunktion und federt einen Teil der Umsatzumverteilungen in Richtung Koblenz ab. Die Stadt weist zwei relevante zentrale Versorgungsbereiche auf. Durch die unmittelbare Lage an der A 3 wird insbesondere der ZVB STZ Westerwald-Arkaden bzw. die entsprechenden Angebotsstrukturen in den Westerwald Arkaden von gewissen Umsatzumverteilungen tangiert. Hierbei ist der Betrieb Deichmann hervorzuheben, der aufgrund des verhältnismäßig ausgedünnten Angebotsnetzes im Sortiment Schuhe gewisse Umsatzumverteilungen vom Outlet aufnimmt. Insgesamt ist jedoch festzuhalten, dass durch das Planvorhaben keine negativen städtebaulichen Effekte auf den Westerwald-Arkaden entstehen, da die Märkte von der Verkehrsanbindung und den bestehenden Kopplungseffekten profitieren sowie insbesondere der Deichmann eine eher lokale Versorgung übernimmt. Ähnlich verhält es sich im Segment Bekleidung, welches in den Westerwald-Arkaden lediglich durch zum Planvorhaben differente Bekleidungsdiscounter offeriert wird. Im ZVB Haupteinkaufsbereich Höhr ist ein strukturprägendes inhabergeführtes Bekleidungsfachgeschäft verortet, welches ebenfalls von gewissen Umsatzumorientierungen tangiert wird. Insgesamt ist für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in Höhr-Grenzhausen festzuhalten, dass negative Auswirkungen zunächst nicht zu erwarten sind.
- Die Stadt **Selters (Westerwald)** fungiert als Grundzentrum und ist über die A 3 in rd. 17 min vom Outlet Montabaur erreichbar. Durch die gute Verkehrsanbindung ist eine gewisse Einkaufsorientierung in den drei relevan-

ten Sortimenten in Richtung Outlet festzustellen. Durch einen großformatigen Anbieter (AWG) wird insbesondere das Sortiment Bekleidung abgedeckt, wobei es sich hierbei um einen Händler aus dem Niedrigpreissegment handelt, weshalb dieser in einer nur eingeschränkten Wettbewerbsbeziehung mit dem Outlet steht und keine negativen Auswirkungen i. S. v. Umstrukturierung oder Marktschließung zu erwarten ist. Darüber hinaus wird der ZVB im Sortiment Schuhe/Lederwaren durch einen Schuhfachmarkt (RENO) geprägt. Dieser wird ebenfalls von gewissen Umsatzumverteilungen tangiert, wenngleich daraus keine negativen städtebaulichen Auswirkungen hervorgehen. Im Segment Sport ist auch ein Fachgeschäft angesiedelt, welches ebenfalls von Umsatzumverteilungen tangiert wird. Diese fallen monetär gering, jedoch prozentual relativ hoch aus. Ein Markt- abgang ist hier nicht vollständig auszuschließen.

Grundsätzlich wird sich durch die Erweiterung des Outlets dessen Marktdurchdringung weiter erhöhen, wodurch vor allem auch kleinere lokale Anbieter unter Druck geraten können. Es werden zudem insbesondere die Entwicklungs- und ggf. Erholungsmöglichkeiten der ZVB deutlich eingeschränkt.

Insbesondere die Zentren der kleineren Kommunen und Städte standen in den letzten Jahren zunehmend unter Druck, wodurch sich die Angebotsstrukturen bereits geschwächt darstellen. Mit der Erweiterung des Outlet Montabaur wird sich der Wettbewerb nochmals deutlich verschärfen, da die lokale Angebotsstruktur gegenüber dem Outlet an Attraktivität verliert. Von den oben aufgeführten Städten sind insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen der Städte Limburg a. d. Lahn, Wirges und Ransbach-Baumbach negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten. Die Auswirkungen der Erweiterung sorgen absehbar für eine Ausdünnung der Sortimentsvielfalt, -breite und -tiefe. Dabei werden insbesondere auch die Erholungs- und Entwicklungsmöglichkeiten der ZVB eingeschränkt. Dies ist auf die hohe Kaufkraftbindung des Outlets in diesem Bereich und den erheblichen Wettbewerbsdruck durch das Outlet für die kleineren Anbieter zurückzuführen.

Städtebaulich negative Auswirkungen durch die Erweiterung des Outlet Montabaur auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten von zentralen Versorgungsbereichen und/oder die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum sind für einige ZVB nicht grundsätzlich auszuschließen.

6.4 EINORDNUNG IN DIE LANDESPLANERISCHEN ZIELSTELLUNGEN (LEP IV RHEINLAND-PFALZ 2008)

Im Folgenden werden die für die vorliegende Verträglichkeitsanalyse relevanten Vorgaben des Landesrechts (LEP IV Rheinland-Pfalz 2008) dargestellt. Im Folgenden wird eine fokussierte Auseinandersetzung mit dem Nichtbeeinträchtigungsgesetz (Z 60) und dem städtebaulichen Integrationsgesetz (Z 58) umgesetzt.

Z 58 – städtebauliches Integrationsgebot

*„Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (**städtebauliches Integrationsgebot**). Die städtebaulich integrierten Bereiche (»zentrale Versorgungsbereiche« im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.“*

Bzgl. Z 58 ist festzuhalten:

- Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein Outlet-Center, welches aus zahlreichen einzeln betrachtet nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben besteht. Diese Betriebe befinden sich in einem zusammenhängenden Gebäudekomplex und weisen ein zusammenhängendes Erscheinungsbild auf. Insgesamt ist vorgesehen, das Outlet-Center auf eine maximale Gesamtverkaufsfläche von 19.800 m² zu erweitern. Es handelt sich unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte um eine Agglomeration und insgesamt um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb.
- Das Planvorhaben weist einen eindeutigen Sortimentsschwerpunkt im Bereich der innenstadtrelevanten Sortimente (insb. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel) auf. Ergänzend ist zu erwähnen, dass es sich auch bei den weiteren geplanten Sortimenten vorwiegend um innenstadtrelevante Sortimente handelt. Nach dem Integrationsgebot des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 sind derartige großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in städtebaulich integrierten Bereichen und demnach in ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. BauGB zulässig.
- Das Planvorhaben befindet sich außerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches. Zusätzlich befindet sich das Outlet in Siedlungsrandlage der Stadt Montabaur und weist keinen unmittelbaren Anschluss an Wohnbebauung bzw. das Umfeld keine wesentlichen Wohnanteile auf. Darüber hinaus wurde der Standortbereich im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Verbandsgemeinde Montabaur aus dem Jahr 2022 als Sonderstandort ausgewiesen. Es handelt sich demnach weder um die Standortkategorie städtebaulich integrierter Bereich (= zentraler Versorgungsbereich) noch um einen Ergänzungsstandort, für welche in der Landesplanung (LEP IV Rheinland-Pfalz 2008) normalerweise großflächige Einzelhandelsnutzungen vorgesehen sind.
- Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Bestand bzw. die Ansiedlung des Outlets bereits über eine Zielabweichung zu Z 58 genehmigt wurde. Gleichzeitig wurde mit dem Zielabweichungsbescheid der SGD Nord vom 23.07.2024 zur Abweichung vom städtebaulichen Integrationsgebot (Z 58) auch für die im vorliegenden Gutachten behandelte Erweiterung des Outlets eine Vereinbarkeit mit der Raumordnung festgestellt.

Das Planvorhaben ist aus fachgutachterlicher Sicht und unter Berücksichtigung der vorliegenden Rahmenbedingungen als nicht konform zu Ziel 58 städtebauliches Integrationsgebot des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 zu bewerten. Für Z 58 liegt jedoch ein positiver Zielabweichungsbescheid der SGD Nord vom 23.07.2024 vor.

Z 60 – Nichtbeeinträchtigungsgebot

„Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.“

Bzgl. Z 58 ist festzuhalten:

- Entsprechend der erfolgten Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen und deren städtebaulichen Bewertung in Kapitel 6.1 und 6.2 ist davon auszugehen, dass durch das Planvorhaben relevante zentrale Versorgungsbereiche in ihrem Bestand und ihren Entwicklungsmöglichkeiten beeinträchtigt werden.
- Für den ZVB HZ Innenstadt Koblenz ist festzuhalten, dass insbesondere die Erholungsmöglichkeiten im Segment Sportartikel deutlich eingeschränkt werden.

Das Vorhaben ist demnach als nicht konform zu Ziel 60 Nichtbeeinträchtigungsgebot des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 zu bewerten.

Für das Planvorhaben liegt ein positiver Zielabweichungsbescheid des Ziels 58 des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 vor.

Es ist jedoch festzuhalten, dass das Planvorhaben den beiden im Gutachten untersuchten Zielen (Z 58 & Z 60) des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 entgegensteht. Damit ist das Planvorhaben trotz des positiven Zielabweichungsbescheids für Z 58 als nicht kongruent zu den landesplanerischen Zielstellungen zu bewerten (Ziel 60).

Zusammenfassung der Ergebnisse

In der Stadt Montabaur (Westerwaldkreis) ist unmittelbar südlich des ICE-Bahnhofs das „Outlet Montabaur“ angesiedelt. Das Outlet hat am 30.07.2015 eröffnet und verfügt aktuell über insgesamt 54 Einzelhandelsbetriebe mit einer erfassten Gesamtverkaufsfläche von 9.032 m². Die aktuell zulässige Gesamtverkaufsfläche des Outlet Montabaur liegt bei 10.000 m².

Von Seiten des Betreibers wird eine deutliche Verkaufsflächenerweiterung angestrebt. Im Rahmen des positiv beschiedenen Zielabweichungsantrags der VG Montabaur und der Stadt Montabaur bzgl. Z 58 (städtebauliches Integrationsgebot) wurde eine maximale Gesamtverkaufsfläche von 19.800 m² von der oberen Landesplanungsbehörde festgesetzt. Ursprünglich war eine Gesamtverkaufsfläche von 21.800 m² beantragt worden – dies wurde mit Schreiben vom 26.03.2024 auf eine Gesamtverkaufsflächen von 19.800 m² reduziert. Vorgesehen ist dementsprechend eine Erweiterung der zulässigen Gesamtverkaufsfläche um 9.800 m² (nahezu Verdoppelung der Fläche).

Es handelt sich somit um die Erweiterung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes, der raumbedeutsam ist und überörtliche Bedeutung hat.

Sowohl der von Stadt + Handel im Auftrag der Stadt Koblenz erarbeitete fokussierte Plausibilitätscheck als auch die fundierte Validitätsprüfung ergaben, dass das Gutachten ecostra MTSO 2021 und die entsprechende Ergänzung MTSO 2022 aus fachgutachterlicher Perspektive gravierende Mängel aufweist und zusätzlich weder dem gerichtlich geforderten Worst Case-Ansatz noch einer entsprechenden Prognosepflicht nachkommt. Fachlich ist daher davon auszugehen, dass die tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens Outlet Montabaur auf die Bestandsstrukturen bei methodisch korrekter Beurteilung absehbar deutlich schwerwiegender ausfallen, insbesondere im Hinblick auf negative städtebauliche Auswirkungen.

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse hat der Stadtrat der Stadt Koblenz beschlossen, vorbereitende Schritte für ein mögliches Normenkontrollverfahren beim OVG Rheinland-Pfalz, hinsichtlich der Bebauungsplanung zur Erweiterung des Outlet Montabaur, zu initiieren.

In diesem Kontext wurde auf Grundlage der Ergebnisse der fundierten S+H Validitätsprüfung 2023 eine eigenständige Verträglichkeitsanalyse für die Erweiterung des Outlet Montabaur im Auftrag der Stadt Koblenz erarbeitet, um die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens mit Fokus auf den ZVB HZ Innenstadt Koblenz untersuchen und letztlich zu bewerten zu können, ob mit Auswirkungen für die Versorgung der Bevölkerung im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu rechnen ist.

Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen:

Städtebaulich negative Auswirkungen durch die Erweiterung des Outlet Montabaur auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten von zentralen Ver-

sorgungsbereichen (hier: Innenstadt Koblenz) und/oder die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind demnach zu erwarten (s. Kapitel 6.1 und 6.2).

Einordnung gemäß landesplanerischer Grundlagen

- **Z 58 – städtebauliches Integrationsgebot:** Das Planvorhaben weist einen Sortimentsschwerpunkt im Bereich der innenstadtrelevanten Sortimente (insb. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel) auf. Nach dem Integrationsgebot des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 sind derartige großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in städtebaulich integrierten Bereichen und demnach in ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. BauGB zulässig. Das Planvorhaben befindet sich außerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches. **Z 58 – städtebauliches Integrationsgebot wird demnach nicht erfüllt. Positiver Zielabweichungsbescheid des SGD Nord liegt für Z 58 vor.**
- **Z 60 – Nichtbeeinträchtigungsgesamt:** Entsprechend der erfolgten Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen und deren städtebaulichen Bewertung in Kapitel 6.1 und 6.2 ist davon auszugehen, dass durch das Planvorhaben relevante zentrale Versorgungsbereiche in ihrem Bestand und ihren Entwicklungsmöglichkeiten beeinträchtigt werden. Dies betrifft u. a. auch den ZVB HZ Innenstadt Koblenz, welcher insbesondere im Sortiment Sportartikel in seinen Erholungsmöglichkeiten eingeschränkt wird. **Z 60 – Nichtbeeinträchtigungsgesamt wird demnach nicht erfüllt.**

Das Planvorhaben ist als nicht konform zu den landesplanerischen Zielstellungen des LEP IV Rheinland-Pfalz 2008 zu bewerten.

Das Planvorhaben weist keine Konformität hinsichtlich der relevanten normativen Aspekte (§ 11 Abs. 3 BauNVO sowie LEP IV Rheinland-Pfalz 2008) auf.

Die Umsetzung des Planvorhabens im Zuge der geplanten Ausweisung eines Sondergebiets gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO ist demnach aus gutachterlicher Sicht nicht rechtssicher führbar.

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage in der Region	10
Abbildung 2:	Mikrostandort des Planvorhabens	13
Abbildung 3:	30 min Isochrone bzw. Kerneinzugsgebiet (Untersuchungsraum) des Outlet Montabaur	17
Abbildung 4:	Untersuchungsraum und relevante Wettbewerbsstandorte.....	21

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verkaufsfläche und Umsatz im Untersuchungsraum (bezogen auf untersuchungsrelevante Angebotsstrukturen; siehe Kapitel Methodik)	22
Tabelle 2:	Herleitung pro Kopf Kaufkraft für das Sortiment Sportartikel gem. Methodik.....	30
Tabelle 3:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen und Einwohner im Untersuchungsraum (Bestand)	31
Tabelle 4:	Bevölkerungsentwicklung im Untersuchungsraum nach Landkreisen (inkl. Prognose 2030).....	33
Tabelle 5:	Zentrensteckbrief ZVB HZ Innenstadt Koblenz (städtebauliche Analyse).....	36
Tabelle 6:	Sortimente und Verkaufsflächen des Planvorhabens.....	45
Tabelle 7:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur im Bestand im Sortiment Bekleidung	52
Tabelle 8:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur im Bestand im Sortiment Schuhe/Lederwaren.....	52
Tabelle 9:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur im Bestand im Sortiment Sportartikel.....	52
Tabelle 10:	Marktanteile und Umsatz im Sortiment Bekleidung des Outlet Montabaur im Bestand nach Zonen	53
Tabelle 11:	Marktanteile und Umsatz im Sortiment Schuhe/Lederwaren des Outlet Montabaur im Bestand nach Zonen	54

Tabelle 12:	Marktanteile und Umsatz im Sortiment Sportartikel des Outlet Montabaur im Bestand nach Zonen	54
Tabelle 13:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur nach Erweiterung im Sortiment Bekleidung	58
Tabelle 14:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur nach Erweiterung im Sortiment Schuhe/Lederwaren	58
Tabelle 15:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für das Outlet Montabaur nach Erweiterung im Sortiment Sportartikel	58
Tabelle 16:	Marktanteile und Umsatz im Sortiment Bekleidung des erweiterten Outlet Montabaur nach Zonen.....	59
Tabelle 17:	Marktanteile und Umsatz im Sortiment Schuhe/Lederwaren des erweiterten Outlet Montabaur nach Zonen	60
Tabelle 18:	Marktanteile und Umsatz im Sortiment Sportartikel des erweiterten Outlet Montabaur nach Zonen.....	61
Tabelle 19:	Flächenproduktivitäten und Umsatzprognose des Vorhabens (Worst Case).....	62
Tabelle 20:	Umsatzumverteilungen im Sortiment Bekleidung (Worst Case).....	65
Tabelle 21:	Umsatzumverteilungen im Sortiment Schuhe/Lederwaren (Worst Case)	67
Tabelle 22:	Umsatzumverteilungen im Sortiment Sportartikel (Worst Case).....	69

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR UND HANDELSFACHDATEN

BBE (2024): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, München.

EHI (2024): EHI handelsdaten aktuell 2024, Köln.

Hahn Gruppe (2024): Hahn Retail Estate Report 2024/2025, Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland – HDE e. V. (2025): Online Monitor 2025, Berlin.

Hessisches Statistisches Landesamt (2025)

IfH RETAIL CONSULTANTS GmbH (2024): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2024, Köln.

Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) (2025)

Ministerium des Innern und für Sport (2008): Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Mainz.

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2025)

SONSTIGE QUELLEN

BBE (2010): Integriertes Handlungskonzept – Teil 1: Einzelhandelskonzept, Köln.

BBE (2014): Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Ransbach-Baumbach, Köln.

BBE (2020): Fortschreibung Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm, Köln.

BBE (Entwurf 2021): Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Bad Ems-Nassau, München. (EHK wurde noch nicht endgültig beschlossen – Abgrenzungen der neuen ZVB wurden dennoch berücksichtigt)

BBE (Entwurf 2022): Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur, Köln.

CIMA (2019): Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Diez (Fortschreibung 2019), Köln.

CIMA (2017): Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Puderbach, Köln.

Ecostra Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa (2021): Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis), Wiesbaden.

Ecostra Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa (2022): Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis), Wiesbaden.

GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (2016): Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Koblenz, Endfassung Februar / September 2016, Köln.

GMA (2019): Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Recklinghausen, Köln.

ISU (2012): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Westerburg, Bitburg.

ISU (2020): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Dierdorf, Bitburg.

ISU (2020): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen – Fortschreibung 2019, Bitburg.

Junker + Kruse (2022): Einzelhandelskonzept für die Stadt Neuwied – Fortschreibung, Dortmund.

Junker + Kruse (Entwurf 2023): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Jena – Fortschreibung, Dortmund.

Junger + Kruse (Entwurf 2024): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn – Evaluierung 2024, Dortmund.

Planung 1 (2024): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Selters – Fortschreibung 2023, Wittlich.

Planung 1 (2024): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Verbandsgemeinde Selters – Fortschreibung 2023, Wittlich.

Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald (2015): Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, Koblenz.

Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (2021): Stadt Bendorf am Rhein, Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Köln.

Stadt + Handel (2012): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lahnstein, Karlsruhe.

Stadt + Handel (2016): Strategiekonzept Einzelhandel für die Stadt Idstein, Dortmund/Karlsruhe.

Stadt Leipzig (2019): Monitoringbericht Einzelhandel 2019 – Kleinräumiges Monitoring der Standortentwicklung, Leipzig.

Stadt + Handel (2022): Einzelhandelsentwicklungskonzept Siegen – Fortschreibungen, Dortmund.

Stadt + Handel (2023): Validitätsprüfung der Städtebaulich und raumordnerisch orientierten Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis) (ecostra, 05. August 2022), Dortmund/Karlsruhe.

Stadt + Handel (2023): Stellungnahme zur Städtebaulich und raumordnerisch orientierten Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis) (ecostra, 05. August 2022)

Stadt + Handel (2023): Überarbeitung und Neuaufstellung des Märkte- und Zentrenkonzepts für die Stadt Pforzheim, Karlsruhe.

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz	NuG	Sortimentsbereich
B	Bundesstraße		Nahrungs- und
BAB	Bundesautobahn		Genussmittel
BauGB	Baugesetzbuch	NVZ	Nahversorgungszentrum
BauNVO	Baunutzungsverordnung	NZ.....	Nebenzentrum
BGF	Bruttogeschossfläche	ÖPNV	öffentlicher
bspw.	beispielsweise		Personennahverkehr
BVerfG	Bundesverfassungs- gericht	OVG	Oberverwaltungsgericht
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	OZ	Ortszentrum
bzw.	beziehungsweise	p. a.	per annum
d. h.	das heißt	rd.	rund
EW	Einwohner	S.	Seite
gem.	gemäß	s.	siehe
ggf.	gegebenenfalls	s. o.	siehe oben
GVKF	Gesamtverkaufsfläche	s. u.	siehe unten
i. d. R.	in der Regel	u. a.	unter anderem
inkl.	Inklusive	v. a.	vor allem
i. H. v.	in Höhe von	VG	Verwaltungsgericht
i. S.	im Sinne	vgl.	vergleiche
IZ	Innenstadtzentrum	v. H.	von Hundert
L	Landesstraße	VKF	Verkaufsfläche
m	Meter	ZVB	zentraler
m ²	Quadratmeter		Versorgungsbereich
max.	maximal	z. B.	zum Beispiel
Mio.	Millionen	z. T.	zum Teil

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund,

Handelsregisternummer HRB 33826,

Hauptsitz: Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43

Stadt + Handel · Hörder Hafenstraße 11 · 44263 Dortmund

Stadtverwaltung Koblenz

Bahnhofstraße 47
56068 Koblenz

Stadt + Handel
Beckmann und Föhrer
Stadtplaner GmbH
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
info@stadt-handel.de
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Geschäftsführung
Ralf M. Beckmann
und Marc Föhrer

Amtsgericht Dortmund
Handelsregister-
nummer HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

STANDORTE

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

STELLUNGNAHME

Stellungnahme zur Plausibilität der angesetzten Marktanteile im Marktanteilsmodell des Verträglichkeitsgutachtens von Stadt + Handel 07/2025

hier: Stellungnahme, ob der für das Outlet im jeweiligen Sortiment angenommene Marktanteil methodisch korrekt zu bewerten ist

Dortmund, den 02. Oktober 2025

Ausgangssituation

Im Zuge der Offenlage des Bebauungsplans „Factory-Outlet Montabaur“ der Stadt Montabaur und Teilaufhebung des Bebauungsplans „ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC“ zur Realisierung des FOC Montabaur wurde Stadt und Handel im Juli 2025 mit der Erstellung eines Verträglichkeitsgutachten¹ beauftragt. Bereits im Februar 2023 hat Stadt+ Handel zudem eine Validitätsprüfung der „*Städtebaulich und raumordnerisch orientierten Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis)“ (ecostra, 05. August 2022)* vorgenommen. In diesem Zusammenhang sind nunmehr Rückfragen zur Validitätsprüfung von Stadt+Handel eingegangen, zu denen wir nunmehr – im Hinblick auf die Belastbarkeit des **S+H Verträglichkeitsgutachtens 2025** – entsprechend Stellung nehmen wollen.

Im Vordergrund stehen dabei Anmerkungen seitens ecostra (und Junker&Kruse) hinsichtlich der vorgenommenen Schätzung des Marktanteils anhand der Formel $MA(i) = KA(i) * V(i) * E(i) * S(i) * LFB$.

Die Kritik betrifft dabei den Parameter **KA(i)** der den Marktanteil abbildet, der grundsätzlich im Gesamtmarkt auf einen Betriebstyp, wie er dem Planvorhaben entspricht, entfällt (vgl. gif 2020, S. 147).

Die Annahmen zum Wert KA(i) wurden insbesondere von ecostra in der *„Bewertung und Kommentierung der eingegangenen Stellungnahmen der Trä-*

¹ Stadt + Handel (2025): Gutachten für die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur in Montabaur, Am Fashion Outlet 72 – Hier: Verträglichkeitsgutachten für ein Bebauungsverfahren zur Ausweisung eines Sondergebiets gem. § 11 Abs. 3 BauNVO – Fokus auf die Innenstadt Koblenz, Dortmund. Im Folgenden als **S+H Verträglichkeitsgutachten 2025** benannt.

ger öffentlicher Belange" vom 08. Dezember 2023 auf S. 42 wie folgt kritisiert:

„Aber der eigentlich gravierende Fehler von S+H ist in einem anderen Punkt zu sehen. Offensichtlich setzt S+H bei der Variablen "KA" den Marktanteil aller (!!) Betriebstypen, welche die jeweiligen Sortimentsbereiche in Deutschland anbieten an, da der Ausgangswert 100 % beträgt. Somit sind in diesem Wert die Modelfachgeschäfte ebenso enthalten, wie Fachmärkte, Mode- und Sporthäuser, Kauf- und Warenhäuser, die entsprechenden Online-Anbieter und natürlich auch die Outlet Center. Die Erläuterung zur Modellrechnung (bei der gif ebenso wie bei S+H) sagt jedoch eindeutig, dass hier der "Marktanteil, der grundsätzlich im Gesamtmarkt auf einen Betriebstyp, wie er dem Planvorhaben entspricht" anzusetzen ist. Hier ist also eindeutig der Marktanteil der Outlet Center am gesamten relevanten Markt in Deutschland anzusetzen und nicht der Gesamtmarkt!!"

Vor diesem Hintergrund erscheint es notwendig, die fachliche Herleitung der angesetzten Marktanteile im jeweiligen Sortiment zu verdeutlichen und zu zeigen, dass die angewandte Methodik nicht nur plausibel, sondern auch sachgerecht ist.

Grundlogik und Modellannahmen:

Das Marktanteilsmodell zielt darauf ab, den Umsatz des Vorhabens aus der im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation und der Entfernung der Kunden zum Vorhaben herzuleiten. Wesentlicher Stellhebel ist hierbei, welchen Anteil ein Betriebstyp im Gesamtmarkt im Wettbewerb zu anderen Betriebsformaten typischerweise einnimmt.

Das Outlet Montabaur tritt absehbar nicht als ein homogener „Outlet-Betriebstyp“ in den Wettbewerb, welcher ausschließlich in Konkurrenz zu weiteren – deutschlandweit weitmaschig verteilten Outlet-Centern steht. Basierend auf dieser Annahme würden sich Umsatzumverteilungseffekte im Umkehrschluss nur für andere Outlet-Center ergeben, was faktisch nicht der Fall ist (s. bspw. Auswirkungen Ochtrup, die Junker&Kruse selbst für andere nicht-outlet-Handelsstrukturen bestätigt hat).

Das Vorhaben besteht aus einer Vielzahl von einzelnen Fachgeschäften, die jeweils (überwiegend) rabattierte Markenware anbieten. Im Wettbewerbskontext agieren diese Stores funktional wie klassische Bekleidungs-, Schuh- oder Sportfachgeschäfte – und stehen damit in unmittelbarer Konkurrenz zu eben jenen Betriebstypen (Fachgeschäften) außerhalb des Outlets (u. a. Innenstadt Koblenz). Somit wird das FOC für den stationären Gesamtmarkt des jeweiligen Sortiments wirksam.

Für die Variable **KA(i)** wurde daher nicht auf die sehr geringen Marktanteile der Outlet-Center am Gesamtmarkt abgestellt, sondern auf die Marktanteile des **stationären Fachhandels** in den relevanten Sortimenten.

Zur Verdeutlichung: gemäß Logik der ecostra müsste das erste FOC in Deutschland einen Marktanteil von 100 % im Segment FOC eingenommen haben, was jedoch einer Kaufkraft von 0 Euro entsprochen haben muss (da bisher am Markt nicht vorhanden). Der Umsatz des FOC wäre sodann einfach zusätzlich „vom Himmel gefallen“ (bei Annahme, dass das FOC sich nicht aus den Marktanteilen der anderen vorhandenen Wettbewerber speist). Allein daran wird eindrucksvoll deutlich, dass sich die Umsatzstärke des Vorhabens nicht anhand des Vergleichs mit weiteren FOC – die aufgrund ihres speziellen Angebotstyps und des sehr weitmaschigen Angebotsnetzes keinen „fixen“ Marktanteil einnehmen – sondern durch den Vergleich mit dem stationären Gesamtmarkt ableiten lassen wird.

Gleiches gilt offensichtlich auch für die Entwicklung des Online-Handels. Es zeigt sich, dass bundesweit offenkundig Marktanteile im stationären Handel zu Gunsten der Online-Marktanteile verloren gegangen sind und nicht der Online-Handel nur „unter sich“ Marktanteile generiert hat und noch auf den stationären Handel on-top gelegt hat.

Die Kritik seitens ecostra und die Bestätigung seitens Junker&Kruse ist demnach fernab der sozioökonomischen Realität.

Beide Gutachter gehen von einem bereits fixen und vorgenerierten Marktanteilvolumen für Outlet-Center aus.

Die Realität zeigt: es gibt ein Marktvolumen, welches sich auf Akteure/Branchen aufteilt und welchen sich logischerweise auch verschieben kann und nicht fix ist.

Kurz: *„Somit sind in diesem Wert die Modefachgeschäfte ebenso enthalten, wie Fachmärkte, Mode- und Sporthäuser, Kauf- und Warenhäuser, die entsprechenden Online-Anbieter und natürlich auch die Outlet Center.“* Korrekt. Denn mit genau diesen Anbietern wird das Vorhaben perspektivisch in Wettbewerb treten.

Plausibilisierung des angenommenen KA(i) Parameters

Im S+H Verträglichkeitsgutachten 2025 stellen die sortimentsspezifischen Marktanteile den Anteil des **stationären Fachhandels** am jeweiligen Gesamtmarkt dar. Der Online-Handel wurde in diesem Zusammenhang bewusst abgezogen, da das Outlet bzw. die Outlet-Stores nicht vergleichbar mit dem Online-Handel sind, jedoch sehr wohl mit den stationären Fachhändlern konkurrieren. Allenfalls kann ein besonders attraktives Angebot in der Lage sein, gewisse Marktanteile aus dem Online-Handel zurückzugewinnen (auch hier: Marktanteile sind nicht fix und vorgegeben). Die Berechnung der Marktanteile erfolgte im Gutachten mit einer besonderen Kalibrierung, die sich von einer rein schematischen Berechnung unterscheidet, um ein realitätsnahes Szenario abzubilden.

Folgende Werte wurden im Marktanteilsmodell des Gutachtens angenommen:

- Sortiment Bekleidung: 56,8 %
- Sortiment Schuhe/Lederwaren: 56,8 %
- Sortiment Sportartikel: 63,4 %.

Die Herleitung der Marktanteile ist dabei aus folgenden Gründen als fachlich korrekt und methodisch plausibel zu bewerten:

Wettbewerbsumfeld:

Das Outlet Montabaur besteht aus einer Vielzahl einzelner Fachgeschäfte, die (rabattierte) Markenware anbieten. Diese treten nicht in einen isolierten Wettbewerb mit anderen Outlet-Centern, sondern stehen funktional in direkter Konkurrenz zu stationären Fachgeschäften, Mode- und Sporthäusern sowie Kauf- und Warenhäusern in den Innenstädten und Fachmarktzentren außerhalb des Outlets. Die angesetzten Werte für den Parameter KA(i) orientieren sich am Anteil der stationären Fachgeschäfte am jeweiligen Gesamtmarkt. Diese Betriebe bilden das tatsächliche Wettbewerbsumfeld für die **Outlet-Stores** und nicht die Betriebsform „Outlet-Center“ als solche.

Im Kern ist als Betriebstyp also nicht das gesamte Outlet-Center, sondern das einzelne Fachgeschäft (Outlet-Store) innerhalb des Outlets festzuhalten. Der stationäre Facheinzelhandel als Gesamtmarkt des Betriebstyps ist demnach sachlich korrekt und begründbar.



Nachfragebasis:

Die Umsätze des Outlets generieren sich aus derselben Kaufkraftbasis, die faktisch auch dem stationären Einzelhandel im Untersuchungsraum zur Verfügung steht. Eine separate „Outlet-Kaufkraft“ existiert nicht. Dies gilt insbesondere, da die Kunden mit dem Outlet eine weitere Einkaufsmöglichkeit haben und demnach zwischen dem Einkauf in bspw. der Innenstadt von Koblenz und dem Outlet Montabaur entscheiden müssen. Die Outlet-Stores zielen damit auf die gleichen Zielgruppen wie der stationäre Einzelhandel ab. Der Umsatz entsteht somit aus demselben Nachfragepotenzial, sodass als Betriebstyp methodisch zwingend auf den Anteil des stationären Facheinzelhandels am Gesamtmarkt abzustellen ist.



Der stationäre Facheinzelhandel als Marktanteil des Betriebstyps am Gesamtmarkt ist demnach sachlich korrekt und begründbar.

Abzug des Online-Handels:

Der Online-Handel bindet zwar signifikante Teile der Kaufkraft, steht jedoch nicht in unmittelbarer Wechselbeziehung zum Outlet. Es handelt sich um zwei gänzlich verschiedene „Betriebstypen“, die sich sowohl in der Angebotsstruktur als auch im Einkaufsvorgang und -erlebnis voneinander unterscheiden. Daher wurde der Online-Anteil konsequent vom Marktanteil des Betriebstyps am Gesamtmarkt abgezogen. Die Outlet-Stores sind als Betriebstyp des stationären Fachhandels einzuordnen, sodass der Betriebstyp ausschließlich den stationären Wettbewerb abbildet. Durch den Abzug des Online-Anteils wurde das Modell auf die real relevanten Konkurrenzverhältnisse fokussiert.

Der Differenz zwischen Outlet-Stores und Online-Handel sind von wesentlicher Bedeutung, sodass der Abzug des Marktanteils des Online-Handels demnach sachlich korrekt und begründbar ist.



Vermeidung von Verzerrungen:

Würde ausschließlich der bundesweite Marktanteil der Outlet-Center herangezogen, würde dies die tatsächliche Wettbewerbssituation erheblich verzerren und die Auswirkungen auf den stationären Fachhandel im Umfeld systematisch unterschätzen. Daher ist es notwendig, das Outlet auf die Ebene einzelner Outlet-Stores (Fachgeschäfte) herunterzubrechen und den Marktanteil des stationären Fachhandels am Gesamtmarkt heranzuziehen.

Angesichts der Angebotsstruktur stehen die Stores in Outlet-Centern insbesondere in Konkurrenz zu klassischen Fachgeschäften in Innenstädten sowie zu Fachmarktzentren. Es ist daher sachlich korrekt und nachvollziehbar, diese dem stationären Facheinzelhandel zuzuordnen und die Marktanteile auf dieser Grundlage zu bewerten.



Die im Gutachten getroffene Herleitung ist vor dem Hintergrund der gängigen Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten (vgl. gif 2020) nachvollziehbar und entspricht den Anforderungen an Transparenz und sachliche

Begründung. Die dort hervorgehobenen „Stellschrauben“ – speziell bei der Festlegung von Bezugsgrößen und Modellparametern – erfordern eine begründete Auswahl. Im vorliegenden Fall wurde diese Auswahl bewusst so getroffen, dass die reale Wettbewerbssituation des Outlets bzw. der Outlet-Stores abgebildet wird.

Würde man hingegen lediglich den bundesweiten Marktanteil der Outlet-Center heranziehen, ergäbe sich ein methodischer Bruch: Die Auswirkungen auf das regionale Einzelhandelsgefüge würden systematisch unterschätzt, da suggeriert würde, das Outlet konkurriere primär mit anderen Outlets. Tatsächlich konkurrieren jedoch die einzelnen Stores mit klassischen Fachgeschäften, Kauf- und Warenhäusern sowie Sport- und Modehäusern in der Region.

Plausibilisierung der Flächenproduktivitäten und Umsätze

Das Ergebnis des Marktanteilsmodells ist ein über alle Zonen hinweg potenzieller sortimentsspezifischer Umsatz. Daraus wiederum wurde eine sortimentsspezifische Flächenproduktivität abgeleitet. Nach der Studie der gif 2020 (S. 145) ist die ermittelte Flächenproduktivität zur Plausibilisierung und Kontrolle mit Benchmarks zu vergleichen.

Als Benchmark kann hier die Studie „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024“ der BBE herangezogen werden. In dieser Studie wurden Flächenproduktivitäten auf Sortimentsebene und nach unterschiedlichen Betriebsformaten ermittelt. Darunter finden sich auch Flächenproduktivitätsspannweiten für das Format Outlet bzw. FOC.

Die BBE 2024 gibt hier jedoch selbst den Hinweis, dass die *„Raumleistungen von Bekleidungs-Outlets [und auch Schuh-Outlets] im Spezialbetriebstyp Factory-Outlet-Center (FOC) [...] je nach Standort des Centers, Gesamtverkaufsfläche und Markenbesatz auch deutlich über den angegebenen Maximalwert hinausgehen [können].“*

Die im S+H Verträglichkeitsgutachten 2025 ermittelten Flächenproduktivitäten gehen über die der BBE 2024 hinaus, sind jedoch vor dem Hintergrund der Neuaufrichtung des Outlets, der jeweiligen geplanten Gesamtverkaufsfläche und der Strahlkraft insgesamt als plausibel einzuordnen.

Die auf Basis des Marktanteilsmodells ermittelten sortimentsspezifischen Umsätze sind aus fachgutachterlicher Sicht geeignet, die Auswirkungen des Gesamtvorhabens (Erweiterung des Outlet Montabaur) abzubilden.

Schlussfolgerung und Fazit

Die angesetzten Marktanteile KA(i) im S+H Verträglichkeitsgutachten 2025 wurden auf methodisch konsistente und fachlich begründbare Weise hergeleitet. Sie spiegeln die realen Konkurrenzverhältnisse wider, in denen das Outlet Montabaur bzw. die Outlet-Stores agieren, und ermöglichen

damit eine belastbare Abschätzung der zu erwartenden Umsatzwirkungen.

Die Annahme, dass lediglich der sehr kleine Marktanteil der Outlet-Center am bundesweiten Gesamtmarkt fix anzusetzen sei, würde hingegen ein verzerrtes Bild erzeugen und den tatsächlichen Wettbewerbsdruck auf die stationären Fachgeschäfte im Umfeld unterschätzen. Die möglichen Auswirkungen auf die stationären Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum würden verfälscht werden.

Aus fachgutachterlicher Sicht ist es daher plausibel und sachgerecht, die Marktanteile der relevanten stationären Fachgeschäfte – bereinigt um den Online-Anteil – als Eingangsparameter im Marktanteilsmodell heranzuziehen.

Landwirtschaftskammer RLP, Peter-Klöckner-Straße 3, 56073 Koblenz

**RAUMORDNUNG
REGIONALENTWICKLUNG
NATURSCHUTZ**

FIRU Koblenz GmbH
Schloßstraße 5
56068 Koblenz

Peter-Klöckner-Straße 3
56073 Koblenz
Telefon 0261 91593-0
Telefax 0261 91593-233
raumordnung@lwk-rlp.de
www.lwk-rlp.de

Unser Aktenzeichen 14-04.03
Ihr Schreiben vom 05.09.2025
Bitte immer angeben! Email M. Reifensneider

Ansprechpartner/in / E-Mail
Sabrina Groschupf
sabrina.groschupf@lwk-rlp.de

Telefon
0261 91593-249

7. Oktober 2025

Per Email: firu-ko@firu-ko.de

**Bauleitplanung der Stadt Montabaur
Aufstellung des Bebauungsplanes „Factory-Outlet Montabaur“ und Teilaufhebung des
Bebauungsplanes „ICE-Bahnhof / Teilbereich FOC“**


**hier: Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß
§ 4 Abs. 2 BauGB sowie der Nachbargemeinden gemäß § 2 Abs. 2 BauGB**

Sehr geehrte Damen und Herren,

aus landwirtschaftlicher Sicht werden gegen das Plangebiet der Stadt Montabaur keine grundsätzlichen Bedenken vorgetragen.

Die Ausweisung der externen Ausgleichsflächen, insbesondere gegen die Maßnahmenfläche M8, werden aus unserer Sicht abgelehnt. Die Fläche ist Teil einer Bewirtschaftungseinheit, welche bisher als Ackerland genutzt wird. In den Unterlagen wird aufgeführt, dass sofern die Maßnahme M8 zeitlich vorab nicht zur Verfügung steht, auf Alternativflächen in deren Nähe ausgewichen werden soll. Hier werden ebenfalls Bedenken vorgetragen. Auch diese Fläche befinden sich innerhalb einer Bewirtschaftungseinheit. Durch die Ausweisung wird diese unterbrochen und führt zu einer Verschlechterung der vorhandenen Agrarstruktur. Dies wird durch uns abgelehnt.

Mit freundlichen Grüßen
im Auftrag



Sabrina Groschupf



Per E-Mail

FIRU Koblenz GmbH
Schloßstraße 5
56068 Koblenz

Peter-Altmeier-Platz 1
56410 Montabaur

Telefon: 02602 124-0
Telefax: 02602 124-238

www.westerwaldkreis.de
kreisverwaltung@westerwaldkreis.de

Öffnungszeiten (durchgehend):
Mo: 7:30 bis 16:30 Uhr
Di, Mi, Fr: 7:30 bis 12:30 Uhr
Do: 7:30 bis 17:30 Uhr
Weitere Termine nach Vereinbarung.

Telefon (Fax)	E-Mail	Rückfragen an	Abt./Az.	Datum
02602 124-480 (124-480)	thomas.stahl@westerwaldkreis.de	Herrn Thomas Stahl	2A-610-13-4.69.129	08.10.2025

Bauleitplanung der Stadt Montabaur

- **Aufstellung des Bebauungsplanes „Factory-Outlet Montabaur“ und Teilaufhebung des Bebauungsplanes „ICE Bahnhof / Teilbereich FOC“**
- **Verfahren nach § 4 Abs.2 BauGB**

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen der Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange nach § 4 Abs. 2 BauGB haben wir die Stellungnahmen der Fachbehörden unseres Hauses zu dem Satzungsentwurf eingeholt und geben zusammenfassend folgende Stellungnahme ab.

Die untere Landesplanungsbehörde in unserem Hause weist darauf hin, dass sie vor Abgabe der landesplanerischen Stellungnahme keine Beurteilung der vorliegenden Planunterlagen vornehmen kann.

Als Baugebiet wird in dem Bebauungsplanentwurf ein Sondergebiet gemäß § 11 Abs. 2 und 3 BauNVO mit der Zweckbestimmung „Factory-Outlet-Center (FOC)“ festgesetzt. Das Sondergebiet soll der Unterbringung von Einzelhandel in der besonderen Form einer planmäßigen baulichen Zusammenfassung von Einzelhandelsbetrieben für Markenartikel mit besonderen Merkmalen (Hersteller-Direktverkaufszentren) einschließlich der dazugehörigen Erschließungs-, Stellplatzflächen und -anlagen sowie von Büro- und Dienstleistungsnutzungen und ergänzenden Nutzungen dienen. Die näheren und weiteren Ausführungen und Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzungen, insbesondere zu der zulässigen Gesamtverkaufsfläche pro Hersteller-Direktverkaufszentrum (19800 m²) sowie Mindestverkaufsfläche pro Hersteller-Direktverkaufszentrum (17000 m²) entsprechend dem raumordnerischen Entscheid sowie dem Zielabweichungsbescheid vom 23.07.2024 sind aus baurechtlicher Sicht nachvollziehbar und nicht zu beanstanden.

Zur Wahrung bzw. Einhaltung der Grundflächenzahl (GRZ) sollte eine katasteramtliche Verschmelzung bzw. Vereinigung der Flurstücke angestrebt werden.

Die Festsetzung der Höhe der baulichen Anlagen als Höchstmaß erfolgt mit der Oberkante baulicher Anlagen in Metern über Normalnull (ü. m. NHN). Soweit entsprechend der Ziffer 2.2 der bauordnungsrechtlichen Textfestsetzungen Werbeanlagen auf Dachflächen von bis zu 10 m Höhe ab dem Schnittpunkt der Dachhaut mit Anlage errichtet werden dürfen, sollte hier ergänzend zur Klarstellung festgeschrieben werden, dass in der Kombination von Gebäude und Werbeanlage die in den Ziffern 2.3.2 und 2.3.3 der bauplanungsrechtlichen Textfestsetzungen bezeichnete Höhe von 251,5 m ü. NHN nicht überschritten werden darf.

Ansonsten werden aus baurechtlicher Sicht keine weiteren Einwendungen und Anregungen vorgetragen.

Seitens der unteren Wasserbehörde bestehen gegen die Aufstellung des Bebauungsplanes keine grundsätzlichen Bedenken. Wasserwirtschaftliche Aspekte, wie Oberflächengewässer, nicht überbaubare Flächen im Bereich der Gewässerverrohrung sowie die Gefährdung durch Starkregen, wurden berücksichtigt.

Unsere Stabstelle Brandschutz/Rettungsdienst weist darauf hin, dass für das Plangebiet eine Löschwassermenge von mindestens 1.600 l/min (96m³/h) über einen Zeitraum von zwei Stunden zur Verfügung stehen muss. Zur Sicherstellung der erforderlichen Löschwassermenge können z.B. folgende Einrichtungen genutzt werden:

- an das öffentliche Wasserversorgungsnetz angeschlossene Hydranten gemäß DIN 3221 bzw. DIN 3222 (Abstand untereinander max. 150 m),
- Löschwasserteiche gemäß DIN 14210,
- Unterirdische Löschwasserbehälter gemäß DIN 14230,
- Offene Gewässer mit Löschwasser Entnahmestellen gemäß DIN 14210.

Des Weiteren wird gefordert, dass entweder eine (Feuerwehr)-Umfahrt um die Gebäude geschaffen wird (vom Parkplatz über die Straße auf der Nordseite des Gebäudes) oder am Ende der Straße auf der Nordseite ein Wendehammer (nutzbar für Feuerwehr-Fahrzeuge) angelegt wird.

Aus der Sicht unserer Straßenverkehrsbehörde haben sich die Voraussetzungen in Bezug auf die verkehrliche Entwicklung durch die geplante Erweiterung des FOC nicht geändert. Insoweit hält unsere Straßenverkehrsbehörde an ihrer Stellungnahme, die wir Ihnen am 06.12.2024 im Rahmen der frühzeitigen Behördenbeteiligung übermittelt hatten, fest.

Die untere Naturschutzbehörde trägt zu den Planunterlagen das Nachfolgende vor:

Das Plangebiet liegt nordöstlich der Stadt Montabaur. Das bereits bestehende Factory-Outlet soll in östliche Richtung erweitert werden. Das Plangebiet liegt innerhalb des Geltungsbereiches des „Naturpark Nassau“, sowie der östliche Bereich innerhalb des Biotopkomplex „Gehölz-Grünland-Komplex mit Aubach-Abschnitt in Montabaur“. Schutzziel dessen ist die freie Entwicklung des Bachabschnittes, sowie der Erhalt des Grünlands mit Gehölzen durch Pflege. Pauschal geschütztes Grünland (§ 30 Abs. 2 BNatSchG i. V. m. § 15 Abs. 1 LNatSchG) ist gemäß Grünlandkartierung des Landesamtes für Umwelt nicht betroffen.

Seite: 3

Aktenzeichen: 2A-610-13-4.69.129

Datum: 08.10.2025

Mit den Planunterlagen eingereicht wurde ein Fachbeitrag Naturschutz, ein Fachbeitrag Artenschutz (Stufe I und II), sowie ein Fachgutachten Fledermaus und Haselmaus.

Fachbeitrag Artenschutz:

Anders als im Fachbeitrag Artenschutz – Stufe II und im Fachbeitrag Naturschutz beschrieben, werden durch das Vorhaben Verbundstrukturen zum Aubach unterbrochen und der bereits verinselte Lebensraum Biotopkomplex BK-5513-0516-2006 „Gehölz-Grünlandkomplex mit Aubach-Abschnitt in Montabaur“ weiter eingeschränkt.

Es sollte darüber hinaus noch einmal ein aktueller Fachbeitrag Artenschutz eingereicht werden, der noch nicht vorliegt.

Fachbeitrag Naturschutz:

Die Prognose zur Entwicklung des Umweltzustandes bei Durchführung der Planung geht für das Schutzgut Tiere, Pflanzen, Biotope und Biologische Vielfalt (S. 23 ff.) von falschen Voraussetzungen aus. Die unbebauten Flächen südlich der Wegeparzelle Gemarkung Montabaur, Flur 36, Flurstück 6092/1 sind als Grünflächen im Bebauungsplan Kesselwiese ausgewiesen und stellen zusammen mit der Fläche für die Oberflächenwasserrückhaltung Flurstück 4414/8 einen Verbundkorridor zum Aubach dar. Eine weitgehende Isolierung der Offenlandflächen und Gehölzbestände liegt somit nicht vor.

2.4 Eingriffs-/Ausgleichsbilanzierung:

Die Eingriffs-/Ausgleichsbilanzierung gemäß „Praxisleitfaden zur Ermittlung des Kompensationsbedarfes in Rheinland-Pfalz“ hat im Bauleitplanverfahren zu erfolgen und ist hier final abzustimmen!

Aus naturschutzfachlicher Sicht kann der Planung aus den oben genannten Punkten nicht zugestimmt werden.

Von den übrigen beteiligten Fachbehörden in unserem Hause wurden keine Bedenken, Anmerkungen oder Anregungen vorgetragen.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag:



(Thomas Stahl)



Kreisverwaltung des Westerwaldkreises • 56409 Montabaur

Abt. 2A
Herr Thomas Stahl

Im Hause

Peter-Altmeier-Platz 1
56410 Montabaur

Telefon: 02602 124-0
Telefax: 02602 124-238

www.westerwaldkreis.de
kreisverwaltung@westerwaldkreis.de

Öffnungszeiten (durchgehend):
Mo: 7:30 bis 18:30 Uhr
Di, Mi, Fr: 7:30 bis 12:30 Uhr
Do: 7:30 bis 17:30 Uhr
Weitere Termine nach Vereinbarung.

Telefon (Fax)	E-Mail	Rückfragen an	Abt. / Az.	Datum
02602 – 124 371 (287)	anna.hubert@westerwaldkreis.de	Frau A. Hubert	770 5545 122 04.069	14.10.2025

**Aufstellung/Änderung von Bebauungsplänen;
Verfahren nach § 4 Abs. 2 BauGB
Bebauungsplanentwurf zur Aufstellung des Bebauungsplans „Factory-Outlet Montabaur“
und Teilaufhebung des Bebauungsplans „ICE Bahnhof/Teilbereich FOC“ der Stadt
Montabaur
- Dortige Vorlage vom 09.09.2025**

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Plangebiet liegt nordöstlich der Stadt Montabaur. Das bereits bestehende Factory-Outlet soll in östliche Richtung erweitert werden.

Das Plangebiet liegt innerhalb des Geltungsbereiches des „Naturpark Nassau“, sowie der östliche Bereich innerhalb des Biotopkomplex „Gehölz-Grünland-Komplex mit Aubach-Abschnitt in Montabaur“. Schutzziel dessen ist die freie Entwicklung des Bachabschnittes, sowie der Erhalt des Grünlands mit Gehölzen durch Pflege.

Pauschal geschütztes Grünland (§ 30 Abs. 2 BNatSchG i.V.m. § 15 Abs. 1 LNatSchG) ist gemäß Grünlandkartierung des Landesamtes für Umwelt nicht betroffen.

Mit den Planunterlagen eingereicht wurde ein Fachbeitrag Naturschutz (Stand: Juli 2025), ein Fachbeitrag Artenschutz (Stufe I und II, Stand: Januar 2021, Stufe II, Stand: Juli 2025), ein Fachgutachten Fledermaus und Haselmaus (Stand: Dezember 2021), die Begründung mit Umweltbericht (Stand: 28.08.2025) und die Textliche Festsetzung (Stand: 27.08.2025).

Fachbeitrag Naturschutz:

1.2.10 Wechselwirkungen zwischen den Belangen des Umweltschutzes und kumulative Wirkungen mit anderen Planungen:

Die Darstellungen zu den Wechselwirkungen zwischen den Belangen des Umweltschutzes sind nicht nachvollziehbar. Zum einen wird beschrieben, dass die südlich angrenzende Planung „In der Kesselwiese“ und der in Aufstellung befindliche Bebauungsplan „Färbersahlen“ das Biotop

„Gehölze-Grünland-Komplex mit Aubach-Abschnitt in Montabaur“ in seiner Bedeutung für den Naturhaushalt erheblich beeinträchtigt. Negative kumulative Auswirkungen seien für diesen Bereich möglich. Die Auswirkungen auf die biotopkartierte Fläche durch die vorliegende Planung zur Erweiterung des FOC Montabaur seien aber in der Gesamtbetrachtung als geringfügig zu bewerten, da nur der nördliche Teilbereich der biotopkartierten Fläche betroffen sei, der bereits durch die umgebenden Nutzungen in Form von Autobahn, ICE-Trasse, Wohngebiet und Parkplatz in seiner Bedeutung als Lebensraum deutlich vorbelastet und eingeschränkt sei. Auch habe das Schutzgebiet keine Fortführung in nördliche Richtung zu gleichartigen Biotopen, da hier die ICE-Trasse und die Autobahn eine Barriere darstellen.

Gerade der nördliche Teilbereich der biotopkartierten Fläche sollte jedoch von einer zusätzlichen Bebauung freigehalten werden, da diese für die letzten Arten durchaus als einzige und wertvolle Verbundstruktur nach Nordosten zu werten ist. Die Bedeutung als Wanderkorridor wurde nicht zuletzt deutlich, als vor wenigen Jahren eine Europäische Wildkatze im Bereich der Autobahnauffahrt überfahren wurde. Dieser Wanderkorridor sollte daher unbedingt in der bestehenden Breite freigehalten werden, um einer gänzlichen Verinselung entgegenzuwirken.

Dies bezieht sich gleichermaßen auf die Darstellung im Fachbeitrag Artenschutz, Stufe II, Punkt 2.1.

Die Prognose zur Entwicklung des Umweltzustandes bei Durchführung der Planung geht für das Schutzgut Tiere, Pflanzen, Biotope und Biologische Vielfalt (S. 25 ff.) von falschen Voraussetzungen aus. Die unbebauten Flächen südlich der Wegeparzelle Gemarkung Montabaur, Flur 36, Flurstück 6092/1 sind als Grünflächen im Bebauungsplan Kesselwiese ausgewiesen und stellen zusammen mit der Fläche für die Oberflächenwasserrückhaltung Flurstück 4414/8 einen Verbundkorridor zum Aubach dar. Eine weitgehende Isolierung der Offenlandflächen und Gehölzbestände liegt somit nicht vor.

2.5 Maßnahmen zur Vermeidung, Verringerung und zum Ausgleich nachteiliger Auswirkungen und geplante Überwachungsmaßnahmen:

Vorgezogene Ausgleichsmaßnahmen:

V 4CEF:

Die Ersatzquartiere sind der Unteren Naturschutzbehörde unaufgefordert vor Durchführung der Rodung zu benennen.

Kompensationsmaßnahmen:

M2:

Die Flurstücke 4414/50, 6092/1 und 5377/1, Flur 36 der Gemarkung Montabaur werden teilweise als Privatgarten genutzt. Hier ist darzustellen, ob sich die Fläche im Zugriff befindet und als Maßnahmenfläche genutzt werden kann. Dies betrifft auch Maßnahmenfläche pG2.

M3.1:

Die erfolgreiche Entwicklung des extensiven, artenreichen Grünlandes ist anhand eines zehnjährigen Monitorings aufzuzeigen. Dazu sind alle zwei Jahre qualifizierte

vegetationskundliche Aufnahmen auf zwei Probeflächen innerhalb der Maßnahmenfläche und je einer Probefläche außerhalb der Maßnahmenfläche durchzuführen, um eine Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Insgesamt ergeben sich daraus in 10 Jahren 5 Monitorings.

Die Monitoringergebnisse sind der Unteren Naturschutzbehörde unaufgefordert bis spätestens 31.12. eines jeden Monitoringjahres vorzulegen.

Der Zielzustand ist erreicht, wenn mindestens 4 Kennarten des artenreichen Magergrünlandes, eine davon frequent nachgewiesen werden, insgesamt ist eine Deckung der Arrhenatherion-Arten von > 1 % erforderlich. Weiterhin muss der Kräuteranteil ohne Störzeiger mindestens 20% betragen und der Störzeigeranteil nicht über 25% liegen.

Sollte sich kein artenreiches Grünland einstellen, bleiben weitere Auflagen vorbehalten.

Zusätzlich ist neben der Anwendung von Dünge- und Pflanzenschutzmitteln auch der Umbruch sowie das Walzen und Eggen der Flächen dauerhaft ausgeschlossen.

Ein Teilbereich des Flurstücks 63/1, Flur 45, Gemarkung Montabaur ist jedoch als Kompensationsmaßnahme des ICE-Bahnhofes eingetragen. Eintragungsstelle ist hier die Obere Naturschutzbehörde (SGD Nord, Koblenz). Eine doppelte Nutzung als Kompensationsmaßnahme ist ausgeschlossen.

M4:

Hier gelten dieselben Ergänzungen zur Extensivierung des Grünlandes, wie bei M3.

M5:

In Tabelle 2 ist Maßnahme 5 (Teilaufhebung) noch mit 363 m² aufgeführt. Diese ist auf 0 m² zu berichtigen. Die Summe stimmt in der Tabelle.

Weiterhin befindet sich die Fläche unserer Kenntnis nach im Eigentum der DB Netz AG. Es ist zu prüfen, ob die Ausgleichsmaßnahme gesichert werden kann.

M6:

Maßnahmenfläche M6 ist in der Planzeichnung als öffentliche Grünfläche zu kennzeichnen und nicht wie bisher als „sonstiges Sondergebiet Zweckbestimmung „Factory-Outlet-Center (FOC)“.

Die oben aufgeführten Punkte sind gleichermaßen in Begründung und Textfestsetzung zu überarbeiten.

Für Rückfragen stehen wir gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag


Anna Hubert

