



22. August 2025

Aktualisierung der Kaufkraftstromanalyse und Neubewertung möglicher Auswirkungen zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des

Outlet Montabaur

in der Verbandsgemeinde

Montabaur (Westerwaldkreis)

Anlage zur aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse vom 23. Juni 2025

ecostra-Untersuchung im Auftrag der
Fashion Outlet Grundbesitz GmbH & Co. KG, Montabaur

Analysen und Strategien für Märkte und Standorte in Europa

Das ecostra-Leistungsprogramm umfasst:

- Standort- & Potenzialanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Analysen für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Auswirkungen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- Markt- und Meinungsforschung

Speziell für Auftraggeber aus der Privatwirtschaft erarbeiten wir außerdem

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

Speziell für Auftraggeber auf Seiten der öffentlichen Hand bieten wir

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

ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

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

www.ecostr.com
info@ecostr.com



Vorbemerkung

Die Fashion Outlet Grundbesitz GmbH & Co. KG beabsichtigt, in der Stadt Montabaur (Westerwaldkreis) das seit dem Jahr 2015 bestehende und derzeit ca. 10.000 m² VK umfassende Outlet Montabaur zu erweitern. Hierzu hat die ecostra GmbH im Auftrag des Eigentümers diverse Untersuchungen zu den möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens erstellt.

So wurde u.a. am 05.08.2022 eine Auswirkungsanalyse für ein auf ca. 21.800 m² VK erweitertes Outlet Center vorgelegt, welche in der Folge dann auch eine wesentliche Grundlage zur Einordnung und Bewertung des Vorhabens bildete:

ecostra: Städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Flächenerweiterung des Outlet Centers „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis). Auf Grundlage der im Rahmen der schriftlichen Antragskonferenz vorgenommenen Vollständigkeitsprüfung 2022 ergänzte Fassung. Wiesbaden, 05.08.2022

In der Auswirkungsanalyse, welche die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit des Planvorhabens feststellte, wurde das Outlet Center noch unter dem Namen „Montabaur The Style Outlets“ (MTSO) geführt. Mit dem im Frühjahr 2022 vollzogenen Betreiberwechsel von Neinver zu Outlet Centres International (OCI) erfolgte auch ein Rebranding als „Outlet Montabaur“. In der Folge findet nur noch die neue Bezeichnung des Centers Verwendung.

Mit Schreiben vom 02.02.2024 hatte die Fashion Outlet Grundbesitz GmbH & Co. KG bei der SGD-Nord den bisherigen Antrag zur Erweiterung der Verkaufsfläche des Outlet Montabaur dahingehend abgeändert, dass anstelle von ca. 21.800 m² VK nun insgesamt nur noch ca. 19.800 m² VK realisiert werden sollen. Zusammen mit der Verringerung der Gesamtverkaufsfläche sollen auch die entsprechenden sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen angepasst werden, wobei v.a. im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe, Lederwaren eine besonders deutliche Reduktion der ursprünglich beantragten Verkaufsflächengröße vorgenommen wurde.

Sortimentsbereich	VK-Obergrenze Festsetzungsvorschlag Auswirkungsanalyse 2022	VK-Obergrenze laut raumordnerischen Entscheidung 2024
(Sport-) Bekleidung	16.500 m ²	16.500 m ²
(Sport-) Schuhe, Lederwaren	3.500 m ²	1.300 m ²
Sonstige Sortimente	3.000 m ²	2.000 m ²
Insgesamt	21.800 m²*	19.800 m²

* Die maximal möglichen Verkaufsflächenobergrenzen der einzelnen Sortimentsbereiche überschreiten in der Summe die Gesamtverkaufsfläche des erweiterten Outlet Montabaur von ca. 21.800 m² (2022). In der Umsetzung der Erweiterungsplanung hätten die Vorgaben zur Gesamtverkaufsfläche selbstverständlich eingehalten werden müssen, d.h. das Ausschöpfen der maximalen Verkaufsflächenobergrenze in ein oder zwei Sortimentsbereichen hätte eine entsprechende Reduzierung der Verkaufsfläche in den verbleibenden Sortimentsbereichen bedingt.



Auf Grundlage u.a. der im Rahmen des Verfahrens eingereichten Unterlagen und Stellungnahmen kam die zuständige Genehmigungsbehörde SGD-Nord im Rahmen des Raumordnungsverfahrens mit integriertem Zielabweichungsverfahren mit Entscheid vom 23.07.2024 zum Ergebnis, dass unter Berücksichtigung gewisser Maßgaben die zuletzt beantragte Erweiterung des Outlet Montabaur als raumverträglich einzustufen ist.

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

Die entsprechend aktualisierte Auswirkungsanalyse wurde von ecostra am 23.06.2025 vorgelegt und bestätigte, dass die Projektplanung auch vor dem Hintergrund der aktualisierten Grundlagendaten und der zwischenzeitlich erfolgten Veränderungen an den relevanten Wettbewerbsstandorten aus fachgutachterlicher Sicht weiterhin als wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch verträglich einzustufen ist:

ecostra: Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse 08 / 2022 zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur in der Verbandsgemeinde Montabaur (Westerwaldkreis). Wiesbaden, 23.06.2025¹

Obwohl die o.g. Untersuchung zum Ergebnis hatte, dass die gegenständliche Erweiterungsplanung weiterhin eindeutig als städtebaulich und raumordnerisch verträglich zu bewerten ist, sahen es die Stadt Montabaur ebenso wie die Projektwerberin als zielführend an, zur Vervollständigung der Unterlagen und zur Vermeidung von gegebenenfalls offenen Fragen im Rahmen des weiteren Bebauungsplanverfahrens dennoch eine Neu-Analyse der Kaufkraftströme sowie möglicher Veränderungen der Auswirkungen durchführen zu lassen. Mit dieser Untersuchung wurde ecostra am 31.07.2025 beauftragt. Die Aktualisierung sollte sich auf die relevanten zentralen Versorgungsbereiche derjenigen zentralen Orte beschränken, für die in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 die insgesamt stärksten Umsatzumverteilungswirkungen ermittelt worden waren. Dabei handelt es sich um das Oberzentrum Koblenz, die Mittelzentren Montabaur, Limburg und Neuwied sowie das Grundzentrum Ransbach-Baumbach.

¹ Die gesamte Projekthistorie mit den wichtigsten Verfahrensschritten sowie allen relevanten Gutachten und sonstigen Antragsunterlagen ist in der Vorbemerkung der aktualisierten Auswirkungsanalyse vom 23.06.2025 im Detail dargestellt.



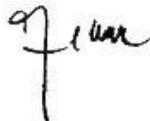
Somit behandelt die nun vorliegende Untersuchung insbesondere die folgenden Punkte:

- Darstellung der relevanten Bestandsdaten und Neuberechnung der Umsatzleistung in den projektrelevanten Sortimentsbereichen des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt der ausgewählten Städte und Gemeinden.
- Analyse von Umsatz, Flächenproduktivität und räumlicher Umsatzherkunft des Outlet Montabaur im derzeitigen Bestand. Darstellung der Entwicklung im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022
- Analyse von Umsatzerwartung, Flächenproduktivität und räumlicher Umsatzherkunft des auf ca. 19.800 m² VK erweiterten Outlet Montabaur. Darstellung der Entwicklung im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022
- Analyse und Quantifizierung der Umsatzumverteilungswirkungen des Planvorhabens sowie Bewertung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der ausgewählten Städte und Gemeinden. Vergleich mit den Auswirkungen in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022
- Zusammenfassende Neubewertung des Planvorhabens

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

Wiesbaden, 22. August 2025

ecostra GmbH



Dr. Joachim Will



Thomas Terlinden, M.A.

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



Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1.	BESTANDSSITUATION DES EINZELHANDELS IN DEN AUSGEWÄHLTEN ZVB UND UMSATZSCHÄTZUNG IN DEN PROJEKTRELEVANTEN SORTIMENTEN	1
1.1	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Montabaur	1
1.1.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	1
1.1.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	2
1.2	Der ZVB Innenstadt im Oberzentrum Koblenz	3
1.2.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	3
1.2.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	3
1.3	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Limburg an der Lahn	4
1.3.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	4
1.3.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	5
1.4	Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neuwied	6
1.4.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	6
1.4.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	7
1.5	Der ZVB Innenstadt im Grundzentrum Ransbach-Baumbach	7
1.5.1	Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt	7
1.5.2	Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten	8
2.	ANALYSE DER UMSATZERWARTUNG, DER KAUFKRAFTSTRÖME UND DER MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN AUF STÄDTEBAU UND RAUMORDNUNG	9
2.1	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Outlet Montabaur im derzeitigen Bestand sowie nach der geplanten Erweiterung	9
2.1.1	Derzeitige Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des Outlet Montabaur im Vergleich der Jahre 2022 und 2025	9
2.1.2	Derzeitige Marktdurchdringung und räumliche Umsatzherkunft des Outlet Montabaur	9
2.1.3	Umsatzerwartung des Outlet Montabaur nach erfolgter Realisierung der geplanten Verkaufsflächenerweiterung	12
2.2	Die Kaufkraftbewegungen	17
2.3	Die möglichen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächen-erweiterung des Outlet Montabaur auf die zentralen Versorgungs-bereiche Innenstadt in ausgewählten Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet (Zone I)	23



2.3.1	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt in der Standortgemeinde Montabaur	23
2.3.2	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Oberzentrum Koblenz	24
2.3.3	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Limburg an der Lahn	25
2.3.4	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neuwied	26
2.3.5	Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Grundzentrums Ransbach-Baumbach	27
2.4	Zusammenfassende Neubewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund der Raumordnungsziele und -grundsätze	28

Tabellenverzeichnis

Anhang



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

Nachfolgend wird auf den jeweiligen ZVB Innenstadt der ausgewählten Städte Montabaur, Koblenz, Limburg, Neuwied und Ransbach-Baumbach eingegangen. Dabei wird zunächst jeweils die in der aktualisierten ecostra-Auswirkungsanalyse 2025 detailliert beschriebene Bestandssituation und Entwicklung des Einzelhandels kurz zusammengefasst, wobei eine Fokussierung auf die projektrelevanten Sortimente erfolgt. Anschließend wird eine Umsatzschätzung der Betriebe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen und die Entwicklung der Umsatzleistung im Vergleich zum Sachstand der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 dargestellt. Die Neuberechneten Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten dienen im weiteren Verlauf des Gutachtens als Grundlage für die aktualisierte Analyse der möglichen Auswirkungen durch die geplante Verkaufsflächenenerweiterung des Outlet Montabaur auf die ausgewählten ZVB.

1.1 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Montabaur

1.1.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

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

- ca. 47 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 5.245 m²

ermittelt werden.

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

Tab. 1: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Montabaur im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung 2020 bis 2025 in %	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	14	1.495	9	950	-36 %	-36 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	3	400	1	230	-67 %	-43 %
• Sonstiges	6	285	6	915	+/- 0 %	+221 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	23	2.180	16	2.095	-30 %	-4 %

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen



Somit ist in den projektrelevanten Sortimenten bei der Betriebsanzahl ein drastischer Rückgang zu verzeichnen, welcher ausschließlich die Sortimentsbereiche (Sport-) Bekleidung sowie (Sport-) Schuhe, Lederwaren betrifft, wogegen der Bestand in den sonstigen Sortimenten unverändert ist. Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung ist aufgrund der Betriebsschließungen in den Segmenten Bekleidung & Schuhe jeweils ein entsprechend starker Abschmelzprozess der Verkaufsfläche festzustellen, während diese in den sonstigen Sortimenten enorm angestiegen ist, wofür ausschließlich die Ansiedlung eines Tedi-Marktes im Rewe-Gebäude in der Hospitalstraße verantwortlich ist. Die Ansiedlung des größer dimensionierten Non-Food-Discounters Tedi überlagert somit teilweise den Wegfall verschiedener kleindimensionierter Fachgeschäfte und Filialisten, so dass die Verkaufsflächenabnahme bezogen auf alle projektrelevanten Sortimente insgesamt nur gering ausfällt.

1.1.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Montabaur ca. 7,1 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 3.390 € je m² VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2020 und 2025:

Tab. 2: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Montabaur im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung Umsatz 2020 bis 2025 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	4,8	3.205,--	3,3	3.490,--	-1,5	-31 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1,4	3.390,--	0,8	3.340,--	-0,6	-43 %
• Sonstiges	1,8	6.440,--	3,0	3.300,--	+1,2	+65 %
Projektrelevante Sor- timente insgesamt	8,0	3.180,--	7,1	3.390,--	-0,9	-11 %

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Die abnehmende Betriebsanzahl und Verkaufsflächenausstattung in den Sortimentsbereichen (Sport-) Bekleidung sowie (Sport-) Schuhe, Lederwaren bewirkt entsprechend deutliche Umsatzverluste in diesen Segmenten, welche durch den stark gestiegenen Umsatzanstieg bei den sonstigen Sortimenten, welcher durch die Eröffnung des niedrigpreisigen Tedi-Discounters ausgelöst wurde, nur zum Teil kompensiert werden konnten. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Outlet Montabaur vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Montabaur zu analysieren.



1.2 Der ZVB Innenstadt im Oberzentrum Koblenz

1.2.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

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

- ca. 415 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 88.475 m²

ermittelt werden.

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

Tab. 3: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Koblenz im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung 2020 bis 2025 in %	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	138	60.925	108	46.040	-22 %	-24 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	35	5.910	27	4.380	-23 %	-26 %
• Sonstiges	105	13.325	93	12.085	-11 %	-9 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	278	80.160	228	62.505	-18 %	-22 %

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Es wird deutlich, dass das Einzelhandelsangebot der Koblenzer Innenstadt in den projektrelevanten Sortimentsbereichen nach wie vor sehr umfangreich ist, in den letzten Jahren allerdings stark abgenommen hat. In den Segmenten (Sport-) Bekleidung sowie (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist die Negativentwicklung sowohl hinsichtlich der Anzahl der Betriebe als auch der Verkaufsflächenausstattung sehr signifikant, wogegen in den sonstigen Sortimenten ein vergleichsweise moderater rückläufiger Trend festzustellen ist. Zum Verkaufsflächenrückgang beigetragen haben u.a. zahlreiche Geschäftsaufgaben von z.T. großdimensionierten Einzelhandelsbetrieben sowohl in den beiden innerstädtischen Shoppingcentern (Löhr Center, Forum Mittelrhein) als auch in den Geschäftsstraßen des ZVB, wie z.B. Modehaus Sinn, Decathlon, Esprit, Salamander, Yeans Halle oder CCC. Mehrere dieser Geschäftsaufgaben haben ihre Ursache in Insolvenzen oder einem allgemeinen Marktaustritt der Filialisten und sind somit nicht auf die spezifische Situation am Standort Koblenz zurückzuführen.

1.2.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Koblenz ca. 253,1 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 4.050 € je m² VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2020 und 2025:



Tab. 4: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Koblenz im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung Umsatz 2020 bis 2025 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	217,9	3.575,--	175,3	3.745,--	-42,6	-20 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	18,2	3.075,--	12,8	3.535,--	-5,4	-30 %
• Sonstiges	63,9	4.795,--	65,0	5.380,--	+1,1	+2 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	299,9	3.740,--	253,1	4.050,--	-46,8	-16 %

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Wie nicht anders zu erwarten, bewirkt die Verkaufsflächenreduktion einen deutlichen Umsatzrückgang in den projektrelevanten Sortimenten in Höhe von insgesamt ca. -46,8 Mio. € bzw. ca. -16 %. In der Differenzierung nach den einzelnen projektrelevanten Sortimentsbereichen hat dies bei (Sport-) Bekleidung sowie (Sport-) Schuhe, Lederwaren ebenso entsprechend niedrigere Umsatzzahlen zur Folge. In den sonstigen projektrelevanten Sortimentsbereichen ist trotz der ebenfalls gesunkenen Verkaufsflächenausstattung dagegen ein leichter Umsatzanstieg erfolgt, was insbesondere auf einen merklichen Zuwachs der Umsatzleistungen der verbleibenden Betriebe in einzelnen Branchen, wie z.B. Drogeriewaren, Kosmetik oder Uhren & Schmuck, zurückzuführen ist. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Outlet Montabaur vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Koblenz zu analysieren.

1.3 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Limburg an der Lahn

1.3.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

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

- ca. 180 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 49.370 m²

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2020, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des Outlet Montabaur zum ersten Mal erfasst wurde, wie in Tab. 5 dar.

Bei der Entwicklung der Einzelhandelskennziffern im ZVB Innenstadt von Limburg ist zwischen der Betriebsanzahl und der Verkaufsflächenausstattung zu differenzieren: Hinsichtlich der Zahl der Einzelhandelsbetriebe zeigt sich sowohl bezogen auf die projektrelevanten Sortimentsbereiche insgesamt als auch auf die einzelnen Teilsegmente ein vergleichsweise einheitlicher prozentualer Rückgang.



Tab. 5: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Limburg im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung 2020 bis 2025 in %	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	60	27.120	50	28.515	-17 %	+5 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	9	2.530	8	1.915	-11 %	-24 %
• Sonstiges	39	4.600	33	4.450	-15 %	-3 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	108	34.250	91	34.880	-16 %	+2 %

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Bezüglich der Verkaufsflächenausstattung sind bei den einzelnen Sortimentsbereichen dagegen unterschiedliche Entwicklungen festzustellen, welche im Saldo sogar ein leichtes Plus bei der Verkaufsfläche ergeben. Im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist die Abnahme der Verkaufsfläche mit ca. -24 % hoch, wobei sich in diesem Segment ausschließlich die Aufgabe eines Schuhfachmarkts im Werkstadt-Center bemerkbar macht. Bei den sonstigen Sortimenten fällt der Rückgang trotz verschiedener nicht mehr in Betrieb befindlicher Geschäfte mit ca. -3 % dagegen nur gering aus. Im Segment (Sport-) Bekleidung erfolgte rechnerisch sogar ein leichter Verkaufsflächenzuwachs, welcher jedoch auf statistische Effekte aufgrund der Umstände während der ursprüngliche Einzelhandelserhebung im Sommer 2020, d.h. unmittelbar nach dem ersten Corona-Lockdown, zurückzuführen ist.¹ Ohne diese Sondereffekte wäre die Verkaufsflächenentwicklung auch in diesem Sortimentsbereich wahrscheinlich leicht rückläufig oder allenfalls stagnativ.

1.3.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Limburg ca. 121,2 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 3.475 € je m² VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2020 und 2025:

Tab. 6: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Limburg im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung Umsatz 2020 bis 2025 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	87,0	3.210,--	90,7	3.180,--	+3,7	+4 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	8,3	3.280,--	6,8	3.570,--	-1,5	-18 %
• Sonstiges	22,7	4.930,--	23,7	5.320,--	+1,0	+4 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	118,0	3.445,--	121,2	3.475,--	+3,1	+3 %

Quellen: ecostra-Umsatzzschätzung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

¹ Hierbei war zum damaligen Zeitpunkt z.B. bei zwei jeweils zweigeschossigen Betrieben die obere Verkaufsebene nicht zugänglich gewesen.



Die projektrelevanten Sortimente im ZVB Innenstadt von Limburg sind in den letzten Jahren insgesamt durch ein leichtes Umsatzwachstum gekennzeichnet, wobei Umsatzsteigerungen sowohl auf das Segment (Sport-) Bekleidung als auch auf die sonstigen Sortimente entfallen. Bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist dagegen ein starker prozentualer Umsatzrückgang zu konstatieren, welcher insbesondere durch die Schließung eines Reno-Schuhfachmarktes im Shoppingcenter „Werkstadt“ verursacht wurde. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Outlet Montabaur vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Limburg zu analysieren.

1.4 Der ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neuwied

1.4.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

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

- ca. 127 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 24.100 m²

ermittelt werden.

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

Tab. 7: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Neuwied im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung 2020 bis 2025 in %	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	42	15.910	34	15.035	-19 %	-5 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	7	1.255	7	1.185	+/- 0 %	-6 %
• Sonstiges	23	2.435	22	1.930	-4 %	-21 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	72	19.600	63	18.150	-13 %	-7 %

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Es ist zu erkennen, dass die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in den projektrelevanten Sortimenten vergleichsweise deutlich zurückgegangen ist. Dies ist fast ausschließlich auf Ladenschließungen im Segment (Sport-) Bekleidung zurückzuführen, wogegen der Bestand bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren sowie in den sonstigen projektrelevanten Sortimenten nahezu unverändert ist. Im Vergleich dazu fällt der Verkaufsflächenrückgang im ZVB Innenstadt nur moderat aus, wobei insbesondere die sonstigen Sortimente betroffen sind.



1.4.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Neuwied ca. 60,8 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 3.350 € je m² VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2020 und 2025:

Tab. 8: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Neuwied im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung Umsatz 2020 bis 2025 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	49,9	3.140,--	48,9	3.250,--	-1,1	-2 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	4,1	3.245,--	4,1	3.430,--	+/- 0	+/- 0%
• Sonstiges	8,4	3.435,--	7,9	4.085,--	-0,5	-6 %
Projektrelevante Sor- timente insgesamt	62,4	3.180,--	60,8	3.350,--	-1,6	-3 %

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Analog zur Verkaufsflächenentwicklung ist im Vergleich zum Jahr 2020 somit auch der projektrelevante Einzelhandelsumsatz gesunken. Aufgrund der Preissteigerung und allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung fällt der nominale Umsatzrückgang jedoch geringer aus als die Verkaufsflächenabnahme, was sich in einer leicht gestiegenen Flächenproduktivität (Umsatz / m² VK) widerspiegelt. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Outlet Montabaur vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Neuwied zu analysieren.

1.5 Der ZVB Innenstadt im Grundzentrum Ransbach-Baumbach

1.5.1 Einzelhandelsdaten projektbezogen und insgesamt

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

- ca. 40 Betriebe des Einzelhandels- und Ladenhandwerks
- eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 19.175 m²

ermittelt werden.

In der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimenten stellt sich die Entwicklung seit dem Jahr 2020, in dem der Einzelhandel im Zuge der Erweiterungsplanung des Outlet Montabaur zum ersten Mal erfasst wurde, wie in Tab. 9 dar.

Die Vergleichsdaten zeigen im ZVB Innenstadt von Ransbach-Baumbach eine nahezu unveränderte Einzelhandelssituation in den projektrelevanten Sortimenten. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe hat insgesamt nur leicht abgenommen, wobei ein Geschäft in den



sonstigen projektrelevanten Sortimenten geschlossen wurde. Bei Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung führt dies in den sonstigen Sortimenten zu einem leichten Flächenverlust. Aber auch bei (Sport-) Bekleidung ist im Saldo eine leicht gesunkene Verkaufsfläche zu konstatieren, welche durch die Geschäftsaufgabe eines NKD-Textildiscounters bedingt ist, wogegen nur eine kleindimensionierte Modeboutique neu eröffnet hat. Bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist der Einzelhandelsbestand identisch zum Jahr 2020.

Tab. 9: Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Ransbach-Baumbach im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung 2020 bis 2025 in %	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK
• (Sport-) Bekleidung	6	3.650	6	3.470	+/- 0 %	-5 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1	420	1	420	+/- 0 %	+/- 0 %
• Sonstiges	4	870	3	820	-25 %	-6 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	11	4.940	10	4.710	-9 %	-5 %

Quellen: ecostra-Einzelhandelserhebung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

1.5.2 Umsatzermittlung und -entwicklung in den projektrelevanten Sortimenten

Auf Basis der aktualisierten Bestandsdaten wurde eine Neuberechnung der Umsatzhöhe in den projektrelevanten Sortimenten vorgenommen. Insgesamt erwirtschaftet der entsprechende Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Ransbach-Baumbach ca. 16,6 Mio. €, was einer Flächenproduktivität von ca. 3.530 € je m² VK entspricht. Die nachfolgende Tabelle enthält die vergleichenden Umsatzzahlen der Jahre 2020 und 2025:

Tab. 10: Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Ransbach-Baumbach im Zeitraum von 2020 bis 2025

	2020		2025		Veränderung Umsatz 2020 bis 2025 in %	
	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	Umsatz in Mio. €	Umsatz in € je m ² VK	absolut in Mio. €	relativ
• (Sport-) Bekleidung	9,5	2.595,--	9,6	2.765,--	+0,1	+1 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1,3	3.095,--	1,4	3.280,--	+0,1	+8 %
• Sonstiges	4,9	5.645,--	5,7	6.895,--	+0,8	+16 %
Projektrelevante Sortimente insgesamt	15,7	3.175,--	16,6	3.530,--	+0,9	+6 %

Quellen: ecostra-Umsatzschätzung 2020 und 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

Für die projektrelevanten Sortimentsbereiche ist im ZVB Innenstadt von Ransbach-Baumbach insgesamt ein leichtes Umsatzwachstum zu verzeichnen, welches sich hauptsächlich aus den sonstigen Sortimenten speist. Bei (Sport-) Bekleidung sowie (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist die Umsatzleistung im Saldo nahezu gleichgeblieben. Die neu berechneten, aktualisierten Einzelhandelsumsätze werden im weiteren Verlauf in das Kaufkraftstrommodell eingesetzt, um die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des erweiterten Outlet Montabaur vor dem Hintergrund der veränderten Angebotssituation im ZVB Innenstadt von Ransbach-Baumbach zu analysieren.



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

2.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Outlet Montabaur im derzeitigen Bestand sowie nach der geplanten Erweiterung

2.1.1 Derzeitige Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des Outlet Montabaur im Vergleich der Jahre 2022 und 2025

Im Vergleich zur Auswirkungsanalyse im Jahr 2022 ist die in Betrieb befindliche Verkaufsfläche des Outlet Montabaur nahezu unverändert und hat sich von ca. 9.405 m² im Jahr 2022 um ca. +55 m² auf nun ca. 9.460 m² erhöht. Die Untergliederung der Gesamtverkaufsfläche in die jeweiligen projektrelevanten Sortimentsbereiche ist der nachfolgenden Tabelle 11 zu entnehmen:

Tab. 11: Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des bestehenden Outlet Montabaur in den Jahren 2022 und 2025

Sortimente	2022			2025		
	Stores	VK	Anteil VK	Stores	VK	Anteil VK
• (Sport-) Bekleidung	40	7.625 m ²	81 %	41	7.975 m ²	84 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	7	995 m ²	11 %	4	530 m ²	6 %
• Sonstige Sortimente	7	785 m ²	8 %	9	955 m ²	10 %
• Insgesamt	54	9.405 m²	100 %	54	9.460 m²	100 %

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

Im Vergleich zum Stand der Auswirkungsanalyse 2022 hat sich der prozentuale Anteil bei (Sport-) Bekleidung und in den sonstigen Sortimenten erhöht, während der entsprechende Anteil bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren deutlich gesunken ist. Das Segment (Sport-) Schuhe, Lederwaren ist im Outlet Montabaur damit vergleichsweise unterrepräsentiert. Insgesamt weist das Center derzeit eine einzelhandelsrelevante Gesamtverkaufsfläche von ca. 9.460 m² auf. Bei einer genehmigten Gesamtverkaufsfläche von 10.000 m² verbleibt eine sog. strategische Reserve von heute ca. 540 m² VK.

2.1.2 Derzeitige Marktdurchdringung und räumliche Umsatzherkunft des Outlet Montabaur

In der Aggregation beläuft sich der aktuelle Gesamtumsatz des Outlet Montabaur auf **ca. 73,2 Mio. €**, was einer Flächenproduktivität von ca. 7.740 € je m² VK entspricht. Damit hat sich der Umsatz im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 um ca. +3,7 Mio. € (= ca. +5,3 %) erhöht.



Tab. 12: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der Umsatzleistung des Outlet Montabaur mit ca. 9.405 m² VK im **Jahr 2022**

	(Sport-) Bekleidung			(Sport-) Schuhe, Lederwaren			Sonstiges			Insgesamt		
	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	542,6	2,6	14,0	115,5	1,7	1,9	512,9	0,3	1,4	1.171,0	1,5	17,4
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	3.091,2	1,0	29,7	658,1	0,6	4,1	2.922,4	0,1	3,0	6.671,7	0,6	36,8
Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)	3.633,8	1,2	43,7	773,6	0,8	6,0	3.435,3	0,1	4,4	7.842,7	0,7	54,2
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	2.293,0	0,3	6,5	488,1	0,2	0,9	2.167,7	0,0	0,7	4.948,8	0,2	8,0
Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)	5.926,8	0,8	50,2	1.261,7	0,5	6,9	5.603,0	0,1	5,1	12.791,5	0,5	62,2
Streuumsätze			5,9			0,8			0,6			7,3
Umsatzleistung insgesamt			56,1			7,7			5,7			69,5

KK = Kaufkraft

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



Tab. 13: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der aktuellen Umsatzleistung des Outlet Montabaur mit ca. 9.460 m² VK im Jahr 2025

	(Sport-) Bekleidung			(Sport-) Schuhe, Lederwaren			Sonstiges			Insgesamt		
	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	585,2	2,7	15,6	127,5	0,9	1,1	605,5	0,3	1,6	1.318,2	1,4	18,3
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	3.265,1	1,0	33,0	711,5	0,3	2,3	3.378,6	0,1	3,5	7.355,2	0,5	38,8
Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)	3.850,3	1,3	48,5	839,0	0,4	3,4	3.984,1	0,1	5,1	8.673,4	0,7	57,1
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	2.418,0	0,3	7,2	526,9	0,1	0,5	2.502,1	0,0	0,8	5.447,0	0,2	8,4
Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)	6.268,3	0,9	55,7	1.365,9	0,3	3,9	6.486,2	0,1	5,9	14.120,4	0,5	65,5
Streuumsätze			6,5			0,5			0,7			7,7
Umsatzerwartung insgesamt			62,2			4,4			6,6			73,2

KK = Kaufkraft

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



Aufgrund einer mehr oder weniger unveränderten Wettbewerbssituation im (über-) regionalen Standortumfeld ist die prozentuale räumliche Umsatzherkunft weitgehend identisch geblieben.¹ Damit entfallen ca. 7,7 Mio. € bzw. ca. 10 - 11 % des Gesamtumsatzes auf Kunden mit einer Anfahrtszeit von mehr als 90 PKW-Fahrminuten, während mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet derzeit ca. 65,5 Mio. € bzw. ca. 89 - 90 % des Umsatzes getätigt werden. Die gesamte Umsatzerwartung setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	:	ca. 18,3 Mio. €	bzw.	ca. 25 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	:	ca. 38,8 Mio. €	bzw.	ca. 53 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	:	ca. 8,4 Mio. €	bzw.	ca. 11 - 12 %
• Zonen I – III (Einzugsgebiet ges.)	:	ca. 65,5 Mio. €	bzw.	ca. 89 - 90 %
• Streuumsätze	:	ca. 7,7 Mio. €	bzw.	ca. 10 - 11 %
• Umsatz insgesamt	:	ca. 73,2 Mio. €	bzw.	ca. 100 %

Eine detaillierte Aufschlüsselung der Kaufkraftabschöpfung des bestehenden Outlet Montabaur nach den jeweiligen Sortimentsbereichen und einzelnen Zonen des abgegrenzten Einzugsgebietes im Vergleich der Jahre 2022 und 2025 ist in den Tabellen 12 und 13 enthalten. Im Vergleich zum Jahr 2022 haben die Kaufkraftpotenziale aufgrund einer gestiegenen Einwohnerzahl und angewachsener Pro-Kopf-Ausgaben in den projektrelevanten Bereichen in allen Zonen des Einzugsgebietes zugenommen. Aufgrund der deutlich reduzierten Verkaufsflächenausstattung des Outlet Montabaur im Sortimentsbereich (Sport-) Schuhe & Lederwaren ist der Umsatz in diesem Sortimentsbereich von ca. 7,7 Mio. € auf ca. 4,4 Mio. € abgesunken. Entsprechend sind auch die Kaufkraftabschöpfungsquoten bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren deutlich niedriger als in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022, während sie bei (Sport-) Bekleidung und in den sonstigen projektrelevanten Sortimenten konstant geblieben sind.

2.1.3 Umsatzerwartung des Outlet Montabaur nach erfolgter Realisierung der geplanten Verkaufsflächenerweiterung

Im Rahmen der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 wurde eine Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur auf insgesamt ca. 21.800 m² untersucht. Mit Schreiben vom 02.02.2024 hatte die Fashion Outlet Grundbesitz GmbH & Co. KG als Projektwerberin bei der SGD-Nord als zuständige Genehmigungsbehörde jedoch eine Reduzierung der zunächst geplanten Erweiterungsfläche beantragt. Das erweiterte Outlet Montabaur soll anstelle von ca. 21.800 m² VK nun insgesamt nur noch ca. 19.800 m² VK umfassen. Entsprechend der Verringerung der Gesamtverkaufsfläche wurde auch eine Reduzierung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen beantragt, wie es in der nachfolgenden Tabelle dargestellt ist:

¹ Nordöstlich von Bonn ist mit Eröffnung der Outlet-Ebene im „Huma Outlet & Shopping“ in St. Augustin zwar eine Outlet-Nutzung neu hinzugekommen, welche aufgrund ihrer spezifischen Konzeption (hybrides Shopping- / Outlet Center) ihrer Standortlage (Innenstadt von St. Augustin) und vergleichsweise geringen Verkaufsflächendimensionierung jedoch keine räumliche Einschränkung des abgegrenzten Einzugsgebietes des Outlet Montabaur bewirkt.



Tab. 14: Die Flächen- und Sortimentsstruktur des Outlet Montabaur in den ecostra-Auswirkungsanalysen 2022 und 2025 sowie im raumordnerischen Entscheid 2024

Sortimentsbereich	In Betrieb befindliche Verkaufsfläche 2022 (A)	In Betrieb befindliche Verkaufsfläche 2025 (B)	Relative Entwicklung (A) / (B)	VK-Obergrenze Festsetzungsvorschlag Auswirkungsanalyse 2022 (C)	Relative Entwicklung (A) / (C)	VK-Obergrenze laut raumordnerischen Entscheid 2024 (D)	Relative Entwicklung (B) / (D)
(Sport-) Bekleidung	7.625 m ²	7.975 m ²	+5 %	16.500 m ²	+116 %	16.500 m ²	+107 %
(Sport-) Schuhe, Lederwaren	995 m ²	530 m ²	-47 %	3.500 m ²	+252 %	1.300 m ²	+145 %
Sonstige Sortimente	785 m ²	955 m ²	+22 %	3.000 m ²	+282 %	2.000 m ²	+109 %
Insgesamt	9.405 m²	9.460 m²	+0,6 %	21.800 m²*	+132 %	19.800 m²	+109 %

* Die maximal möglichen Verkaufsflächenobergrenzen der einzelnen Sortimentsbereiche überschreiten in der Summe die Gesamtverkaufsfläche des erweiterten Outlet Montabaur von ca. 21.800 m² (2022). In der Umsetzung der Erweiterungsplanung hätten die Vorgaben zur Gesamtverkaufsfläche selbstverständlich eingehalten werden müssen, d.h. das Ausschöpfen der maximalen Verkaufsflächenobergrenze in ein oder zwei Sortimentsbereichen hätte eine entsprechende Reduzierung der Verkaufsfläche in den verbleibenden Sortimentsbereichen bedingt.

Quellen: ecostra-Auswirkungsanalysen 2022 und 2025; Änderungsantrag Fashion Outlet Grundbesitz GmbH 2024 sowie raumordnerischer Entscheid SGD Nord 2024, ca. Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Damit fällt die Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur durch den im Februar 2024 gestellten Änderungsantrag um ca. -2.000 m² niedriger aus als ursprünglich geplant. Während die sortimentsbezogene Verkaufsflächenobergrenze im Segment (Sport-) Bekleidung unverändert geblieben ist, wurden bei den sonstigen Sortimenten und insbesondere auch bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren drastische Verkaufsflächenreduzierungen vorgenommen, welche nicht nur weit unter dem Festsetzungsvorschlag aus dem Jahr 2022 (s. Spalte „C“ in Tab. 14), sondern fast ebenso deutlich auch unterhalb der in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 modellhaft angenommen Flächenkonzeption des erweiterten Outlet Centers liegen.

Die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur wurde unter Berücksichtigung des Änderungsantrages vom 02.02.2024 mit dem raumordnerischen Entscheid der SGD-Nord vom 23.07.2024 als raumverträglich eingestuft, wobei folgenden Maßgaben bzw. Nebenbestimmungen festgeschrieben wurden:¹

- Die Gesamtverkaufsfläche ist durch geeignete Festsetzungen in der Bauleitplanung bzw. eines ergänzenden städtebaulichen Vertrags auf maximal 19.800 m² zu begrenzen.
- In den einzelnen Sortimentsgruppen sind die nachfolgenden maximalen Verkaufsflächen wie folgt festzuschreiben:

¹ Vgl.: STRUKTUR- UND GENEHMIGUNGSDIREKTION NORD (Hrsg.): Raumordnerischer Entscheid Erweiterung des Fashion Outlet Centers (FOC) in Montabaur. Koblenz, 23.07.2024



- Bekleidung max. 16.500 m²
 - davon Sportbekleidung¹ max. 700 m²
- Schuhe & Lederwaren max. 1.300 m²
 - davon Sportschuhe² max. 700 m²
- Sonstige Sortimente max. 2.000 m² (insgesamt)

Basierend auf der reduzierten Gesamtverkaufsfläche des erweiterten Outlet Montabaur und der veränderten Festsetzungen zur Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur im raumordnerischen Entscheid errechnet sich für das Planobjekt nach Umsetzung der vorgesehenen Flächenerweiterung ein Umsatzpotenzial von insgesamt

ca. 158,8 Mio. €,

was bei ca. 19.800 m² VK einer Flächenproduktivität von ca. 8.020,- € / m² VK entspricht, wobei dies einen absolut oberen Wertansatz darstellt. Damit steigt die Raumleistung – trotz einer fast verdoppelten Verkaufsfläche – nochmals an. Üblicherweise ist bei einer deutlichen Verkaufsflächenerweiterung eines Einzelhandelsobjektes von einem Absinken der Raumleistung auszugehen. Die gesamte Umsatzerwartung setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	: ca. 31,8 Mio. €	bzw. ca. 20 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	: ca. 76,2 Mio. €	bzw. ca. 48 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 23,8 Mio. €	bzw. ca. 15 %
• Zonen I – III (Einzugsgebiet gesamt)	: ca. 131,8 Mio. €	bzw. ca. 83 %
• Streuumsätze	: ca. 27,0 Mio. €	bzw. ca. 17 %
• Umsatz gesamt	: ca. 158,8 Mio. €	bzw. ca. 100 %

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

• (Sport-) Bekleidung	ca. 133,4 Mio. €	bzw. ca. 84 %
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	ca. 11,1 Mio. €	bzw. ca. 7 %
• Sonstige Sortimente	ca. 14,3 Mio. €	bzw. ca. 9 %
• Insgesamt	ca. 158,8 Mio. €	bzw. ca. 100 %

¹ Der raumordnerische Entscheid legt fest, dass zur Abgrenzung von Sportbekleidung zu sonstiger Bekleidung und von Sportschuhen zu sonstigen Schuhen zusätzlich folgende Regelung in die Bauleitplanung und einen noch abzuschließenden städtebaulichen Vertrag zwischen der Stadt Montabaur und der Antragstellerin aufzunehmen ist:

„Sportbekleidung oder Sportschuhe sind solche Artikel, welche

- *zur Ausübung der jeweiligen Sportart vorgesehen sind (beispielsweise Laufschuhe mit Spikes, Fußballschuhe mit Stollen, Fahrradhosens, Golfhandschuhe etc.) und*
- *in der üblichen Freizeit- sowie Arbeitswelt bzw. dem (nicht-sportiven) Alltag in der Regel nicht verwendet werden.*

Sollte eine Zuordnung zum Sortiment Sportbekleidung oder Sportschuhe nicht zweifelsfrei möglich sein, wird das entsprechende Produkt dem Sortiment Bekleidung oder Schuhe zugerechnet.“ Vgl.: STRUKTUR- UND GEHEHMIGUNGSDIREKTION NORD (HRSG.): Raumordnerischer Entscheid Erweiterung des Fashion Outlet Centers (FOC) in Montabaur. Koblenz, 23.07.2024; S. 5



Tab. 15: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 21.800 m² VK erweiterten Outlet Montabaur **im Jahr 2022**

	(Sport-) Bekleidung			(Sport-) Schuhe, Lederwaren			Sonstiges			Insgesamt		
	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	542,6	4,4	24,1	115,5	4,4	5,1	512,9	0,7	3,8	1.171,0	2,8	33,0
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	3.091,2	1,9	57,8	658,1	1,9	12,3	2.922,4	0,3	9,1	6.671,7	1,2	79,2
Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)	3.633,8	2,3	81,9	773,6	2,2	17,4	3.435,3	0,4	12,9	7.842,7	1,4	112,2
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	2.293,0	0,8	18,1	488,1	0,8	3,8	2.167,7	0,1	2,8	4.948,8	0,5	24,8
Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)	5.926,8	1,7	100,0	1.261,7	1,7	21,2	5.603,0	0,3	15,8	12.791,5	1,1	137,0
Streuumsätze			20,5			4,3			3,2			28,1
Umsatzerwartung insgesamt			120,5			25,6			19,0			165,0

KK = Kaufkraft

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



Tab. 16: Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 19.800 m² VK erweiterten Outlet Montabaur **im Jahr 2025**

	(Sport-) Bekleidung			(Sport-) Schuhe, Lederwaren			Sonstiges			Insgesamt		
	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	585,2	4,6	26,7	127,5	1,7	2,2	605,5	0,5	2,9	1.318,2	2,4	31,8
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	3.265,1	2,0	64,0	711,5	0,7	5,3	3.378,6	0,2	6,9	7.355,2	1,0	76,2
Zonen I + II (Kerneinzugsgebiet)	3.850,3	2,4	90,7	839,0	0,9	7,6	3.984,1	0,2	9,7	8.673,4	1,2	108,0
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	2.418,0	0,8	20,0	526,9	0,3	1,7	2.502,1	0,1	2,1	5.447,0	0,4	23,8
Zonen I – III (Einzugsgebiet insge- samt)	6.268,3	1,8	110,7	1.365,9	0,7	9,2	6.486,2	0,2	11,9	14.120,4	0,9	131,8
Streuumsätze			22,7			1,9			2,4			27,0
Umsatzleistung insgesamt			133,4			11,1			14,3			158,8

KK = Kaufkraft

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



Trotz der um ca. -2.000 m² reduzierten Erweiterungsfläche liegt der Gesamtumsatz des Planvorhabens mit ca. 158,8 Mio. € nur um ca. -6,2 Mio. € (= ca. -4 %) niedriger als in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022. Hier gleicht die nochmals höher angesetzte Flächenproduktivität von ca. 8.020 € je m² VK für das gesamte Untersuchungsobjekt (ca. 7.570 € / m² VK im Jahr 2022) die verkleinerte Gesamtverkaufsfläche teilweise aus.

Im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung erhöht sich die Umsatzerwartung im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 auf nun ca. 133,4 Mio. € (ca. +12,9 Mio. €), während sie aufgrund der restriktiver festgelegten Verkaufsflächenobergrenzen auf ca. 11,1 Mio. € (= ca. -14,5 Mio. €) bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren bzw. ca. 14,3 Mio. € (= ca. -4,7 Mio. €) in den sonstigen projektrelevanten Sortimenten zurückgeht. Entsprechend sind bei (Sport-) Bekleidung auch geringfügig höhere Kaufkraftabschöpfungsquoten in den Zonen des abgegrenzten Einzugsgebiets zu konstatieren, wogegen sie insbesondere bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren im Vergleich zum Jahr 2022 deutlich rückläufig sind.

Trotz der um ca. -2.000 m² reduzierten Verkaufsfläche lässt das Outlet Montabaur nach erfolgter Erweiterung nach wie vor eine starke Marktposition erwarten. Mit ca. 19.800 m² VK im Endausbau sollte das Center in der Lage sein, einen umfangreichen und attraktiven Branchen- und Markenmix anzubieten und im Wettbewerb mit in Betrieb befindlichen (z.B. Zweibrücken Fashion Outlet, Wertheim Village) sowie geplanten Outlet Centern (z.B. Outlet Remscheid) standhalten können. Mit dieser Flächengröße ist das erweiterte Outlet Montabaur zudem weitgehend immun gegen Wettbewerbswirkungen durch kleiner dimensionierte Objekte, wie z.B. das im Herbst 2024 eröffnete Hybridkonzept „Huma Shopping & Outlet“ in St. Augustin bei Bonn. Entsprechend kann die Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes des Outlet Montabaur im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 unverändert bleiben und die Marktdurchdringung im abgegrenzten Einzugsgebiet nimmt nur geringfügig ab. Auch der Anteil der Streuumsätze mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes ändert sich mit ca. 17 % nicht, wobei es sich hier weiterhin um einen vorsichtigen Wertansatz handelt.

2.2 Die Kaufkraftbewegungen

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



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

Die Berechnungen zeigen, dass das Outlet Montabaur (nach der Erweiterung) zukünftig **insgesamt ca. 85,6 Mio. €** mehr an Kaufkraft binden wird, als dies bereits heute am Standort in Montabaur der Fall ist. Damit kommt es durch die Erweiterung der Verkaufsfläche des Outlet Montabaur (unter Einbezug der aktuell noch ca. 540 m² ungenutzten Verkaufsfläche im derzeitigen Bestandsobjekt) von derzeit ca. 9.460 m² auf zukünftig ca. 19.800 m² (= ca. +109 %) zu einer Umsatzausweitung von ca. +117 %.¹ Aufgegliedert nach Zonen des Einzugsgebietes stellt sich die Umsatzausweitung beim Untersuchungsobjekt wie folgt dar:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	ca. +13,5 Mio. €	bzw. ca. +73,8 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	ca. +37,4 Mio. €	bzw. ca. +96,4 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	ca. +15,4 Mio. €	bzw. ca. +183,3 %
• Streuumsätze	ca. +19,3 Mio. €	bzw. ca. +250,6 %
• Insgesamt	ca. +85,6 Mio. €	bzw. ca. +116,9 %

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

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

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



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

Unter Berücksichtigung der Angebotssituation im Einzelhandel im Untersuchungsraum und der räumlichen Kundenherkunft ist davon auszugehen, dass der wesentliche Umsatzanteil, der durch die Flächenerweiterung des Outlet Montabaur zusätzlich generiert wird, nicht gegenüber Geschäftslagen in der Zone I (Naheinzugsgebiet) als Umsatzumverteilung wirksam wird, sondern gegenüber bestehenden Anbietern in der Zone II (z.B. Frankfurt am Main, Wiesbaden, Mainz, Bonn). Bereits nachrangig dürfte aufgrund der Entfernungen die Umsatzumverteilung z.B. gegenüber Köln als bedeutendster Einkaufsdestination in der Zone III (Ferneinzugsgebiet) sein. Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich im Untersuchungsraum in den projektrelevanten Sortimentsbereichen v.a. auf einige wenige bedeutenden Einkaufsdestinationen, während in vielen Klein- und Mittelstädten entweder nur ein sehr geringes Angebot vorhanden ist und / oder dieses Angebot in der Markenorientierung und Preislage deutlich von jenem des Outlet Montabaur abweicht. So ist – mit Ausnahme von Koblenz – in fast allen untersuchten Städten und Gemeinden des Naheinzugsgebietes ein meist weniger hochwertiges Angebot mit Schwerpunkt im unteren bis mittleren Preissegment vertreten. Außerdem sind aufgrund der spezifischen Angebotssituation noch intensivere Wettbewerbsverflechtungen des Outlet Montabaur mit den Angeboten im Gewerbepark Mülheim-Kärlich zu erwarten, so dass auch diese dezentrale Standortlage ggf. stärker betroffen sein wird.

Da das Outlet Montabaur innerhalb des näheren regionalen Umfeldes aufgrund der geringen Distanzen und des eher überschaubaren Markenangebotes bereits jetzt als Einkaufsort für modische Waren genutzt wird und davon auszugehen ist, dass – in Anbetracht des bereits vorhandenen Angebots und des leistungsstarken Betreibers – die zusätzlich geplante Verkaufsfläche in der Tendenz weiterhin durch hochwertige Markenanbieter belegt werden wird bzw. sogar ein markenbezogenes „trading up“ erfolgen wird, sind wesentliche Veränderungen der Kaufkraftströme v.a. im weiteren Umfeld zu erwarten.



Tab. 17: Neuberechnung der durch die Erweiterung des Outlet Montabaur auf insgesamt ca. 19.800 m² VK ausgelösten Kaufkraftströme in den projektrelevanten Sortimentsbereichen und in der Differenzierung nach Zonen der Kundenherkunft 2025

		(Sport-) Be- kleidung	(Sport-) Schuhe / Le- derwaren	Sonsti- ges	Sum- me
		in Mio. €			
Zone I	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden aus der Zone I	11,1	1,1	1,3	13,5
	Bisher in Zone II gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (ca. 20 %)	-2,2	-0,2	-0,3	-2,7
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (5 %)	-0,6	-0,1	-0,1	-0,7
	Bisher außerhalb gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone II (10 %)	+3,1	+0,3	+0,3	+3,7
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone III (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (Streuumsatz) (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Insgesamt	11,4	1,1	1,3	13,9
Zone II	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden aus der Zone II	31,0	3,0	3,4	37,4
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone II (ca. 10 %)	-3,1	-0,3	-0,3	-3,7
	Bisher außerhalb gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone II (ca. 5 %)	-1,6	-0,2	-0,2	-1,9
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone II in Zone I (10 %)	-3,1	-0,3	-0,3	-3,7
	Bisher in Zone II gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (ca. 20 %)	+2,2	+0,2	+0,3	+2,7
	Bisher in Zone II gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone III (ca. 20 %)	+2,6	+0,2	+0,3	+3,1
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (Streuumsatz) (ca. 5 %)	+0,8	+0,1	+0,1	+1,0
	Insgesamt	28,8	2,8	3,2	34,8
Zone III	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden aus der Zone III	12,8	1,2	1,3	15,3
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone III in Zone I (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Umsatz Planobjekt mit Kunden aus der Zone III in Zone II (ca. 20 %)	-2,6	-0,2	-0,3	-3,1
	Bisher außerhalb gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone III (ca. 15 %)	-1,9	-0,2	-0,2	-2,3
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (Streuumsatz) (ca. 10 %)	+1,6	+0,1	+0,2	+1,9
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone I (5 %)	+0,6	+0,1	+0,1	+0,7
	Bisher in Zone III gebundene Umsatzerwartung mit Kunden aus der Zone II (ca. 10 %)	+3,1	+0,3	+0,3	+3,7
	Insgesamt	13,6	1,3	1,4	16,3
Streuumsätze	Zusätzliche Umsatzerwartung Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes	16,2	1,4	1,7	19,3
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Zone I (<1 %)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Zone II (ca. 5 %)	-0,8	-0,1	-0,1	-1,0
	Umsatz Planobjekt mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Zone III (ca. 10 %)	-1,6	-0,1	-0,2	-1,9
	Umsatz FOC mit Kunden aus den Zonen II + III, welcher bisher außerhalb gebunden war	+3,5	+0,3	+0,4	+4,2
	Insgesamt	17,2	1,5	1,8	20,6
Umsatzumverteilung gesamt		71,1	6,7	7,7	85,6

k.A. = keine Angabe, da unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen



D.h., das erweiterte Outlet Montabaur bindet einerseits verstärkt Kaufkraft aus dem Nahbereich, welche bislang an attraktive Einkaufsorte im weiteren Umfeld abgeflossen ist und verstärkt einen Kaufkraftzufluss durch Kunden aus diesem weiteren Umfeld, für die aufgrund des bisher (noch) überschaubaren Angebotes das Outlet Montabaur nicht oder nur bedingt als Einkaufsdestination in Frage kam. Auch wird das erweiterte Outlet Montabaur in gewissem Maße zu einer Umorientierung von Kaufkraftströmen in einem weiträumigen Bereich führen, wobei hier v.a. auch identische Vertriebsformen betroffen sein werden (z.B. Kunden aus Mainz, welche bislang zum „Outlet-Shopping“ in die deutlich größer dimensionierten Outlet Center in Zweibrücken oder Wertheim gefahren sind). Die entsprechende Umsatzumverteilung wird dann an diesen Standorten wirksam werden. Insofern führt die geplante Flächenerweiterung des Outlet Montabaur im näheren regionalen Umfeld nur in einem gewissen Rahmen zu einer Veränderung der Kaufkraftströme. Weitaus stärker werden diese Veränderungen der Kaufkraftströme im weiteren regionalen sowie im überregionalen Umfeld ausfallen.

Allerdings tritt außerhalb des Naheinzugsgebietes des Outlet Montabaur aufgrund der geographischen Größe sowie der hohen Einwohner- und Kaufkraftpotenziale des mittleren und des Ferneinzugsgebietes eine starke Streuwirkung ein, so dass mögliche Auswirkungen stark „verwässert (sog. „Dilution““) werden und somit kaum noch spürbar sind. Insgesamt ist es aus fachlicher Sicht durchaus sachgerecht, die Analyse der möglichen Auswirkungen auf das Naheinzugsgebiet (Zone I) zu beschränken.

Im Sinne eines **„worst-case“-Ansatzes** wird bei der Analyse der durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur ausgelösten Kaufkraftbewegungen jedoch davon ausgegangen, dass der ermittelte zusätzliche Umsatz des Untersuchungsobjektes mit Kunden aus der Zone I (Naheinzugsgebiet) zuvor fast vollständig (= 75 %) durch den Einzelhandel in den Städten und Gemeinden der Zone I gebunden war und somit zu Lasten des Bestandes geht. In Anbetracht der Angebotssituation in der Zone I und der meist guten verkehrlichen Erreichbarkeit von attraktiven Einkaufsdestinationen im näheren und weiteren Umfeld des Naheinzugsgebietes dürfte im projektrelevanten Angebotssegment eine Kaufkraftbindung vor Ort von ca. 75 % ein absolut oberer Wert darstellen. Darüber hinaus sind Umsätze mit Kunden zu beachten, welche aus der Zone II (mittleres Einzugsgebiet) kommen, aber bislang entsprechende Einkäufe an Standorten in der Zone I getätigt haben (z.B. in Koblenz oder im Gewerbepark Mülheim-Kärlich).

Hier wird davon ausgegangen, dass ca. 10 % des gesamten Umsatzes mit Kunden aus der Zone II vorher an solchen Standorten in der Zone I gebunden war und somit nicht in der Zone II, sondern in der Zone I als Umsatzabzug wirksam wird. In der Gegenrechnung der Kaufkraftströme ist die Umsatzumverteilung des Planobjektes gegenüber Wettbewerbsstandorten in der Zone I mit ca. +0,4 Mio. € bzw. ca. +3,0 % nur unwesentlich höher als der Umsatz des Planobjektes mit Kunden aus der Zone I.

Eine detaillierte Darstellung der durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur in den ausgewählten ZVB sowie im Naheinzugsgebiet (Zone I) insgesamt ausgelösten Umsatzumverteilungen zeigt die nachfolgende Tabelle 18.



Tab. 18: Überblicksdarstellung des durch die geplante Erweiterung des bestehenden Outlet Montabaur auf ca. 19.800 m² VK ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges ggü. dem relevanten Einzelhandel in den jeweiligen ZVB Innenstadt der ausgewählten Städte und Gemeinden sowie im Naheinzugsgebiet (Zone I) insgesamt 2025

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentralörtliche Einstufung	Projektrelevanter Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			(Sport-) Bekleidung	(Sport-) Schuhe, Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt	(Sport-) Bekleidung	(Sport-) Schuhe, Lederwaren	Sonstiges	Insgesamt
Montabaur	Mittelzentrum	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	7,1	0,2 – 0,3	< 0,1	< 0,1	0,3 – 0,4	8,6	k.A.	k.A.	4,8
Koblenz	Oberzentrum	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	253,1	3,8 – 3,9	0,3 – 0,4	0,3 – 0,4	4,6 – 4,7	2,2	2,7	0,6	1,8
Limburg an der Lahn	Mittelzentrum	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	121,2	1,9 – 2,0	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	2,2 – 2,3	2,1	2,3	0,8	1,9
Neuwied	Mittelzentrum	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	60,8	0,8	< 0,1	< 0,1	0,8 – 0,9	1,6	k.A.	k.A.	1,4
Ransbach-Baumbach	Mittelzentrum	--	--	--	--	--	--	--	--	--
• ZVB Innenstadt	--	16,6	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,3 – 0,4	3,6	k.A.	k.A.	2,2
Sonstige Städte und Gemeinden in der Zone I	--	--	4,1 – 4,2	0,5	0,6 – 0,7	5,3 – 5,4	--	--	--	--
Zone I insgesamt	Mittelzentrum	--	11,4	1,1	1,3	13,9	--	--	--	--

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



2.3 Die möglichen Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur auf die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt in ausgewählten Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet (Zone I)

Die durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur auf insgesamt ca. 19.800 m² ausgelösten Veränderungen der Kaufkraftströme werden hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf den Einzelhandel in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt der fünf ausgewählten Städte und Gemeinden im Naheinzugsgebiet nachfolgend dargestellt und bewertet.

In der vorstehenden Tabelle 18 ist eine überblickshafte Darstellung des ermittelten absoluten und relativen Umsatzrückganges in diesen zentralen Versorgungsbereichen aufgeführt. Bei sämtlichen der angeführten Umsatzumverteilungswirkungen handelt es sich um obere Wertansätze, um so keinesfalls die möglichen Auswirkungen des Vorhabens zu unterschätzen. An dieser Stelle ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass zwar – „faustformelartig“ – davon ausgegangen werden kann, dass Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Dieser Wert ist jedoch nur als erster Anhaltspunkt zu verstehen und die jeweilige konkrete örtliche Situation zu beachten ist.

2.3.1 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt in der Standortgemeinde Montabaur

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Montabaur (vgl. Kapitel 1.1) wird die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,3 – 0,4 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 4,8 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- Bekleidung & Sportbekleidung = Umsatzrückgang von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. von ca. 8,6 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich
- Sonstiges = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 19: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Montabaur im Vergleich der Jahre 2022 und 2025

Sortimente	2022		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	0,2 – 0,3	5,4	0,2 – 0,3	8,6
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• Sonstige Sortimente	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• Insgesamt	0,3 – 0,4	4,9	0,3 – 0,4	4,8

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



Der absolute Umsatzabzug liegt gegenüber dem Einzelhandel im ZVB Innenstadt von Montabaur sowohl insgesamt als auch differenziert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen in einer vergleichbaren Größenordnung, wie sie bereits im Rahmen der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 ermittelt wurde. Dennoch ist die Umsatzumverteilungsquote im Segment (Sport-) Bekleidung deutlich auf ca. 8,6 % angestiegen, wofür – ausgehend von einem bereits relativ geringen Ausgangsniveau – der zwischenzeitlich stark geschrumpfte Bestand und die entsprechenden Umsätze des Bekleidungseinzelhandel im ZVB Innenstadt ursächlich sind. Mit ca. 8,6 % liegt die Umverteilungsquote nach wie vor unterhalb des Anhaltswertes, ab dem negative Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden können. Unter Berücksichtigung des nur geringen absoluten Umsatzabzugs in Höhe von ca. 0,2 – 0,3 Mio. €, was maximal dem Umsatz einer einzigen kleindimensionierten Modeboutique entspricht, ist eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und ein Umschlagen in städtebauliche Auswirkungen jedoch auszuschließen.

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

2.3.2 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Oberzentrum Koblenz

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Koblenz (vgl. Kapitel 1.2) wird die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 4,6 – 4,7 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,8 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- Bekleidung & Sportbekleidung = Umsatzrückgang von ca. 3,8 – 3,9 Mio. € bzw. von ca. 2,2 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von ca. 0,3 – 0,4 Mio. € bzw. von ca. 2,7 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von ca. 0,3 – 0,4 Mio. € bzw. von ca. 0,6 %

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 20: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Koblenz im Vergleich der Jahre 2022 und 2025

Sortimente	2022		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	3,5 – 3,6	1,6	3,8 – 3,9	2,2
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	1,0 – 1,1	5,6	0,3 – 0,4	2,7
• Sonstige Sortimente	0,7 – 0,8	1,1	0,3 – 0,4	0,6
• Insgesamt	5,2 – 5,3	1,8	4,6 – 4,7	1,8

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



Im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung hat der Umsatzabzug verglichen mit der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 leicht zugenommen. Bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren sowie den sonstigen projektrelevanten Sortimentsbereichen fällt der Umsatzabzug aufgrund der in diesen Segmenten restriktiveren Verkaufsflächenobergrenzen im raumordnerischen Entscheid jeweils deutlich geringer aus, was sich auch in deutlich niedrigeren Umsatzumverteilungsquoten niederschlägt. Bei (Sport-) Bekleidung bewirkt der leicht gestiegene Umsatzabzug trotz des in diesem Segment gesunkenen Bestandsumsatzes im ZVB Innenstadt nur eine geringfügig höhere Umverteilungsquote von ca. 2,2 %, welche sich weiterhin in einer Größenordnung üblicher konjunktureller Schwankungen bewegt. Eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen sind somit ausgeschlossen.

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

2.3.3 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Limburg an der Lahn

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Limburg (vgl. Kapitel 1.3) wird die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 2,2 – 2,3 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,9 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- Bekleidung & Sportbekleidung = Umsatzrückgang von ca. 1,9 – 2,0 Mio. € bzw. von ca. 2,1 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. von ca. 2,3 %
- Sonstiges = Umsatzrückgang von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. von ca. 0,8 %

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 21: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Limburg im Vergleich der Jahre 2022 und 2025

Sortimente	2022		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	1,7 – 1,8	2,0	1,9 – 2,0	2,1
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	0,4 – 0,5	5,4	0,1 – 0,2	2,3
• Sonstige Sortimente	0,3 – 0,4	1,5	0,1 – 0,2	0,8
• Insgesamt	2,5 – 2,6	2,2	2,2 – 2,3	1,9

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

Im Sortimentsbereich (Sport-) Bekleidung hat der Umsatzabzug im Vergleich mit der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 leicht zugenommen, wogegen dieser bei (Sport-)



Schuhe, Lederwaren und in den sonstigen projektrelevanten Sortimentsbereichen aufgrund der dort reduzierten Verkaufsflächenobergrenzen des raumordnerischen Entschides jeweils deutlich geringer ausfällt. Aufgrund der weitgehend unveränderten Verkaufsflächenausstattung im Segment (Sport-) Bekleidung ist hier nur eine minimal höhere Umsatzumverteilungsquote festzustellen, während sie bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren und in den sonstigen Sortimenten deutlich geringer ist. Eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen sind somit ausgeschlossen.

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

2.3.4 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Mittelzentrum Neuwied

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Neuwied (vgl. Kapitel 1.4) wird die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,8 – 0,9 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,4 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- Bekleidung & Sportbekleidung = Umsatzrückgang von ca. 0,8 Mio. € bzw. von ca. 1,6 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich
- Sonstiges = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 22: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Neuwied im Vergleich der Jahre 2022 und 2025

Sortimente	2022		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	0,7 – 0,8	1,5	0,8	1,6
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	0,1 – 0,2	3,1	< 0,1	k.A.
• Sonstige Sortimente	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• Insgesamt	0,9 – 1,0	1,5	0,8 – 0,9	1,4

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

Lediglich bei (Sport-) Bekleidung ist ein minimaler Anstieg des Umsatzabzugs zu verzeichnen, wogegen er nun sowohl bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren als auch in den sonstigen projektrelevanten Sortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit liegt. Aufgrund der kaum veränderten Umsatzumverteilungsquote bei (Sport-)



Bekleidung sind eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen auszuschließen.

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

2.3.5 Die Auswirkungen des Planvorhabens auf den ZVB Innenstadt im Grundzentrum Ransbach-Baumbach

Gegenüber dem ZVB Innenstadt in Ransbach-Baumbach (vgl. Kapitel 1.5) wird die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,3 – 0,4 Mio. € auslösen, was einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,2 % entspricht. Aufgegliedert nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen ist folgender Umsatzrückgang zu konstatieren:

- Bekleidung & Sportbekleidung = Umsatzrückgang von ca. 0,3 – 0,4 Mio. € bzw. von ca. 3,6 %
- (Sport-) Schuhe, Lederwaren = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich
- Sonstiges = Umsatzrückgang von < 0,1 Mio. € kein Ausweis möglich

Im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 stellen sich die Neuberechneten Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

Tab. 23: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Ransbach-Baumbach im Vergleich der Jahre 2022 und 2025

Sortimente	2022		2025	
	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzumverteilungsquote in %
• (Sport-) Bekleidung	0,3 – 0,4	3,3	0,3 – 0,4	3,6
• (Sport-) Schuhe, Lederwaren	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• Sonstige Sortimente	< 0,1	k.A.	< 0,1	k.A.
• Insgesamt	0,3 – 0,4	2,3	0,3 – 0,4	2,2

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

Die absoluten Umsatzrückgänge sind im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 nahezu unverändert, was lediglich bei (Sport-) Bekleidung zu einer geringfügig gestiegenen Umsatzumverteilungsquote führt, welche weiterhin im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen liegt. Bei (Sport-) Schuhe, Lederwaren und in den sonstigen projektrelevanten Sortimenten bleiben die Umsatzrückgänge unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit. Eine Einschränkung der Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt und städtebauliche Auswirkungen sind insgesamt auszuschließen.

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



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

Die vorliegende Untersuchung baut unmittelbar auf die am 23.06.2025 von ecostra erstellte Studie mit der Aktualisierung der Grundlagendaten der Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des Outlet Montabaur aus dem Jahr 2022 auf. In Ergänzung zu der Aktualisierung von Juni 2025 hatte diese Untersuchung nun die Aufgabe, für jene Städte und Gemeinden eine nochmalige Analyse der Veränderungen der Kaufkraftströme und damit der möglichen Auswirkungen vorzunehmen, welche nach den Ergebnissen der im Jahr 2022 erstellten Auswirkungsanalyse mit erhöhten Umsatzumverteilungsquoten konfrontiert waren. Im Einzelnen handelte es sich um

- Koblenz
- Limburg
- Neuwied
- Ransbach-Baumbach

und die Standortgemeinde Montabaur selbst. Die Analyse war fokussiert auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt. Dabei waren neben den aktualisierten Marktdaten (Einwohner, Kaufkraft, Einzelhandelsbestände und -umsätze) die laut raumordnerischen Entscheid der SGD-Nord vom 23.07.2024 vorgegebenen sortimentsbezogenen Verkaufsflächengrößen zur Erweiterung des Outlet Montabaur anzusetzen.

Die aktualisierte Analyse der Veränderungen der Kaufkraftströme hat gezeigt, dass sich im Vergleich zur ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 in den zentralen Versorgungsbereichen der fünf ausgewählten Städte und Gemeinden des Naheinzugsgebiets durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Outlet Montabaur nur sehr geringfügig stärkere Umsatzabzüge feststellen lassen, welche in keinem Fall zu städtebaulichen Auswirkungen in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen führen.

Da die fünf im Rahmen dieses Gutachtens behandelten Innenstädte in der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 die stärkste Betroffenheit aller untersuchten zentralen Orte aufwiesen, sind städtebauliche Auswirkungen gleichzeitig auch für alle übrigen Städte und Gemeinden in der Zone I (Naheinzugsgebiet) und Zone II (mittleres Einzugsgebiet) ebenfalls auszuschließen.

Das Nichtbeeinträchtigungsgesamt (Z60) bleibt somit eindeutig eingehalten.

Die seit der ecostra-Auswirkungsanalyse 2022 erfolgten Veränderungen der Rahmenbedingungen des Planvorhabens wie auch der Einzelhandelsstrukturen des regionalen Einzelhandels haben keinen Einfluss auf das Zentralitätsgebot (Z57), das städtebauliche Integrationsgebot (Z58) oder das Kongruenzgebot, so dass keine Neubewertung dieser Ziele der Raumordnung notwendig ist.

Insgesamt ist aus gutachterlicher Sicht festzustellen, dass die Erweiterung des Outlet Montabaur wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch weiterhin eindeutig als verträglich einzustufen ist.



Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Montabaur im Zeitraum von 2020 bis 2025	1
Tab. 2:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Montabaur im Zeitraum von 2020 bis 2025	2
Tab. 3:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Koblenz im Zeitraum von 2020 bis 2025	3
Tab. 4:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Koblenz im Zeitraum von 2020 bis 2025	4
Tab. 5:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Limburg im Zeitraum von 2020 bis 2025	5
Tab. 6:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Limburg im Zeitraum von 2020 bis 2025	5
Tab. 7:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Neuwied im Zeitraum von 2020 bis 2025	6
Tab. 8:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Neuwied im Zeitraum von 2020 bis 2025	7
Tab. 9:	Entwicklung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Innenstadt von Ransbach-Baumbach im Zeitraum von 2020 bis 2025	8
Tab. 10:	Umsatzentwicklung des projektrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt von Ransbach-Baumbach im Zeitraum von 2020 bis 2025	8
Tab. 11:	Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur des bestehenden Outlet Montabaur in den Jahren 2022 und 2025	9
Tab. 12:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der Umsatzleistung des Outlet Montabaur mit ca. 9.405 m ² VK im Jahr 2022	10
Tab. 13:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze auf Basis der aktuellen Umsatzleistung des Outlet Montabaur mit ca. 9.460 m ² VK im Jahr 2025	11
Tab. 14:	Die Flächen- und Sortimentsstruktur des Outlet Montabaur in den ecostra-Auswirkungsanalysen 2022 und 2025 sowie im raumordnerischen Entscheid 2024	13
Tab. 15:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 21.800 m ² VK erweiterten Outlet Montabaur im Jahr 2022	15
Tab. 16:	Die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsgebiet und Streuumsätze des auf ca. 19.800 m ² VK erweiterten Outlet Montabaur im Jahr 2025	16
Tab. 17:	Neuberechnung der durch die Erweiterung des Outlet Montabaur auf insgesamt ca. 19.800 m ² VK ausgelösten Kaufkraftströme in den projektrelevanten Sortimentsbereichen und in der Differenzierung nach Zonen der Kundenherkunft 2025	20
Tab. 18:	Überblicksdarstellung des durch die geplante Erweiterung des bestehenden Outlet Montabaur auf ca. 19.800 m ² VK ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges ggü. dem relevanten Einzelhandel in den jeweiligen ZVB Innenstadt der ausgewählten Städte und Gemeinden sowie im Naheinzugsgebiet (Zone I) insgesamt 2025	22
Tab. 19:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Montabaur im Vergleich der Jahre 2022 und 2025	23
Tab. 20:	Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Koblenz im Vergleich der Jahre 2022 und 2025	24



Tab. 21: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Limburg im Vergleich der Jahre 2022 und 2025	25
Tab. 22: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Neuwied im Vergleich der Jahre 2022 und 2025	26
Tab. 23: Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst durch die geplante Erweiterung des Outlet Montabaur im ZVB Innenstadt von Ransbach-Baumbach im Vergleich der Jahre 2022 und 2025	27



Anhang 2:

Branchennummern und Warengruppensystematik im Einzelhandel

10 Nahrungs- und Genussmittel

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

20 Gesundheit, Körperpflege

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

30 Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf

- 31 Blumen, Pflanzen
- 32 Zoo- und Heimtierbedarf

40 Zeitungen, Zeitschriften, Bücher

- 41 Zeitungen, Zeitschriften
- 42 Bücher

10 bis 40 überwiegend kurzfristiger Bedarf

50 PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren

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

60 Bekleidung, Schuhe, Sport

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

70 GPK, Hausrat, Geschenkartikel

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

50 bis 70 überwiegend mittelfristiger Bedarf

80 Elektrowaren

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

90 Einrichtung, Möbel

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

100 Sonstiger Einzelhandel

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

80 bis 100 überwiegend langfristiger Bedarf

20 bis 100 Non-Food insgesamt

10 bis 100 Einzelhandelswaren insgesamt





ecostra GmbH

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostracom
info@ecostracom