

Oberseminar zur Angewandten Geographie
- Aktuelle Probleme der Raumordnung in Deutschland -
Veranstaltungsleiter: Prof. Dr. V. Seifert
SoSe 2001

Factory-Outlet-Center:
Eine Chance für den Einzelhandel oder
eine Bedrohung bestehender Einzelhandelsstrukturen

Verfasser: Christan Momberger, Nelkenweg 64; 35396 Gießen

Inhalt

1. Einleitung
2. Factory-Outlet-Center: Eine Begriffserklärung
3. Der Lebenszyklus des Einzelhandelstyp Factory-Outlet-Center am Beispiel der USA
4. Die aktuelle Situation in Deutschland - Bestand und Planvorhaben von Factory-Outlet-Center
5. Der großflächige Einzelhandel in den Planungsgesetzen
6. Auswirkungen und Probleme von Factory-Outlet-Center
 - 6.1. Auswirkungen auf das Prinzip der zentralen Orte
 - 6.2. Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel
 - 6.3. Sonstige Probleme und Auswirkungen
7. Planungsrechtliche Möglichkeiten zur Steuerung der Ansiedlung von Factory-Outlet-Center
8. Fazit
9. Literatur

1. Einführung

Seit über 20 Jahren gibt es in den USA Factory-Outlet-Center (FOC). In den letzten Jahren entstanden auch in verschiedenen westeuropäischen Staaten solche großflächigen Direktverkaufcenter. Zunehmend drängen Investoren jedoch auch nach Deutschland, was „für Aufregung im deutschen Einzelhandel“¹ und großen Diskussionen hinsichtlich ihrer Auswirkungen u.a. auf den Einzelhandel, das Prinzip der zentralen Orte sowie die Umwelt und die Beschäftigungsentwicklung geführt hat. Dabei sind die Positionen der einzelnen Akteure sehr unterschiedlich und kontrovers. Die Ministerkonferenz für Raumordnung z.B. hat am 4. Juni 1998 einen Beschluß gefaßt, wonach die Ansiedlung von FOC an Standorten in Deutschland sehr restriktiv gehandhabt werden sollte.

Im folgenden Referat möchte ich auf die Probleme, Auswirkungen und Folgen der Ansiedlungen bzw. Ansiedlungswünsche seitens der Investoren von Factory-Outlet-Center näher eingehen und dabei versuchen die Frage zu beantworten, ob die FOC tatsächlich eine Bedrohung für den (Fach-)Einzelhandel in den Kernstädten, d.h. die gewachsenen Einzelhandelsstrukturen darstellen. Auch werde ich kurz auf die aktuelle Situation hinsichtlich der geplanten oder bereits realisierten FOC-Standorte in Deutschland eingehen.

Dazu ist es notwendig, zunächst einmal zu klären, was man unter dem Begriff des Factory-Outlet-Center versteht, bzw. wie sich diese Form von großflächigen Einkaufszentren von anderen Handelsformen abgrenzen läßt.

2. Factory-Outlet-Center: Eine Begriffserklärung

Als Factory-Outlet-Center, kurz FOC, wird ganz allgemein eine Ansammlung von Direktverkaufsgeschäften mehrerer (namhafter) Markenhersteller unter einem Dach bezeichnet. Diese Betriebsform des großflächigen Einzelhandels stammt aus den USA.

Die Ursprünge der FOC liegen dabei im sogenannten Fabrikverkauf. Bei letzterem wurde bzw. wird in der Regel am Produktionsstandort einer Firma fehlerhafte oder überschüssige Ware an Mitarbeiter zu stark reduzierten Preisen verkauft. „Häufig wurde im Laufe der Jahre der Kundenkreis erweitert und auch anderen Interessenten, meist zu eingeschränkten Öffnungszeiten, die Möglichkeit gegeben, die Ware zu erwerben.“² Solche Fabrikläden haben auch in Deutschland eine lange Tradition. Von ihnen gibt es über 1.200, die Bekanntesten sind die Läden von Adidas in Herzogenaurach und Hugo Boss in Metzingen.

Neu an einem FOC gegenüber dem herkömmlichen Fabrikverkauf ist, die Konzentration verschiedener Fabrikverkaufsgeschäfte an einem, vom Produktionsstandort der Waren völlig abgekoppelten Standort. Die FOC werden von Betreibergesellschaften entwickelt, gebaut und gemanagt. Die von den Betreibern einzelner Center kreierte Bezeichnung Designer Outlet Center (DOC) dient lediglich dazu, dem Kunden zu suggerieren, daß es sich bei dem Warenangebot ausschließlich um hochwertige Waren handele.

Nach der aktuellen Definition in den Vereinigten Staaten, ist ein FOC ein Einkaufszentrum mit einer Fläche von mindestens 50.000 sq. Ft. (ca. 4.650 m²), in der mindestens fünf Markenartikelhersteller Geschäfte zum direkten Fabrikverkauf besitzen. Außerdem muß das Zentrum zudem zu mindestens 50-75 Prozent aus solchen Fabrikverkaufsläden bestehen. Gefor-

¹ Pudemat, Petra: Outlet-Center in den USA. Abnehmende Kunden-Akzeptanz und steigende Monotonie, in: BAG Handelsmagazin 3-4/98, S. 55

² Ebd.

dert wird außerdem, daß vorwiegend aktuelle Ware erster Qualität zu erheblich reduzierten Preisen verkauft wird.³

Für Deutschland allerdings gibt es noch keine allgemein anerkannte Definition, obwohl ein FOC funktionsbedingt gewisse Strukturmerkmale aufweist. „So ist das Warensortiment sehr eingeschränkt und besteht zu 90-95% aus den Kernsortimenten Textilien, Heimtextilien, Schuhe, Accessoires und Glas/Keramik/Porzellan. Waren des täglichen Bedarfs und selbständige Dienstleistungen werden ausgeschlossen.“⁴ Es werden vor allem Produkte und Waren von national bzw. international bekannten Herstellern, d.h. Markenware, angeboten, welche jedoch im Facheinzelhandel nicht mehr absetzbar sind. Dabei handelt es sich um Ware mit kleinen Fehlern (2. Wahl oder auch 1b-Qualität), Auslaufmodelle der vergangenen Saison, Restposten und Ware aus Überschußproduktionen. Die Verkaufsfläche liegt in der Regel bei 10.000 bis 20.000 m², die Ladengröße bei durchschnittlich 200 m². Letztere ist in der Regel auf ca. 600 m² pro Geschäft limitiert.⁵ Der Verkauf der Waren erfolgt hier in der Regel direkt durch den Hersteller und nicht wie im innerstädtischen Facheinzelhandel über „Zwischenhändler“. Aufgrund der gegebenen starken Fixierung auf Kunden das Auto zum Shopping in einem FOC benutzen, ergibt sich eine Stellplatzrelation von 1:10 bis 1:12. Unter Berücksichtigung der Flächen für weitere Infrastruktur ergibt sich somit ein Gesamtflächenbedarf von 100.000 m² oder mehr.⁶ Der Einzugsbereich eines FOC gilt als sehr groß (z.T. kommen die Kunden aus Entfernungen von bis zu 90 Minuten Fahrzeit), das Gros der Kunden kommt jedoch nach wie vor aus der „näheren Umgebung“ (30 Minuten- Radius).

Die Betreiber eines FOC bzw. die Hersteller der dort verkauften Marken wollen die unmittelbare Konkurrenz mit dem Facheinzelhandel in Oberzentrum vermeiden, weshalb sie Standorte mit einer Entfernung von ca. 30 Fahrtminuten zum nächsten Oberzentrum präferieren.

Die konkrete Konzeption eines FOC ist jedoch sehr stark betreiberabhängig und kann somit in erheblichen Maße variieren.

3. Der Lebenszyklus des Einzelhandelstyp Factory-Outlet-Center am Beispiel der USA

Die Betriebsform des Factory-Outlet-Center (FOC) besteht in den USA schon seit über 20 Jahren. Bereits in den 40er-Jahren haben erste Markenhersteller Fabrikverkaufsgeschäfte am Produktionsstandort betrieben. Welche Entwicklung haben die FOC seitdem genommen? Wie sieht die Zukunft der FOC in den USA aus?

Eine häufig zur Deutung des Betriebsformenwandels im Einzelhandel Anwendung findender Erklärungsansatz ist die (Produkt-)Lebenszyklus-Theorie. Hierbei wird der Lebenszyklus in vier Phasen unterteilt: Einführungs-, Wachstums-, Reife- und Schrumpfungsphase.

Das erste FOC entstand in den 70er Jahren in der Nähe der Stadt Reading im Bundesstaat Pennsylvania auf dem Gelände einer aufgegebenen Strickfabrik durch eine Standortkonzentration von Fabrikverkäufen verschiedener Markenartikelhersteller. Das Konzept der Betreibergesellschaft „Vanity Fair“ war an diesem Standort erfolgreich, da es günstig zwischen den Metropolen New York und Philadelphia gelegen war. Nach und nach entstanden weitere er-

³ Vgl. Anm. 1 und Hahn, Barbara/Pudemat, Petra: Strukturwandel der Factory-Outlet-Center in den USA, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2/3.1998, S. 99

⁴ Güttler, Helmuth/Rosenkranz, Christa: Bericht über den Workshop zu Factory-Outlet-Centern am 20. Oktober 1999 in Berlin, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 4

⁵ Vgl. Ebd., S. 5

⁶ Wie Anm. 4

folgreiche Standorte, da die Markenhersteller und die Betreiber solcher Zentren, die FOC als wichtige Betriebsform erkannten. In der Einführungsphase waren die Center noch relativ klein und das Warenangebot vergleichsweise minderwertig.

In den 70er und 80er Jahren trugen veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Konsumpräferenzen sowie Konkurse im traditionellen Einzelhandel zum Aufschwung dieser Betriebsform bei. Die Umsätze im Einzelhandel stagnierten und die Verbraucher entwickelten ein gestiegenes Marken- und Statusbewußtsein, d.h. es wurde weniger aber dafür markenorientierter gekauft. Aufgrund eines erhöhten Konkurrenzkampfes kam es zu Betriebsschließungen und Fusionen im Einzelhandel. Die FOC wurden von den Herstellern zunächst nur als Alternative zu herkömmlichen Betriebswegen gesehen; steigende Kunden- und Absatzzahlen ließen jedoch die Profite und somit auch die Zahl der Hersteller, die Ladengeschäfte in Shopping-Center nachfragten steigen. Oftmals waren die Center schon rund 18 Monate vor Baubeginn komplett verpachtet, es gab teilweise lange Mieterwartelisten. Die Wachstumsphase dauerte bis Ende der 80er Jahre.

In der sich hieran anschließenden Reifephase erfuhren die FOC zahlreiche Veränderungen, einige der Center wurden komplett oder teilweise modernisiert und aufgewertet, andere zu sogenannten Value Center umgewandelt - als Value Center werden Einrichtungen bezeichnet, bei denen der Anteil der Fabrikverkaufsgeschäfte bei unter 50% liegt und die Verweildauer der Kunden durch Restaurationseinrichtungen u.v.m. versucht wird zu erhöhen. Auch der Service wurde verbessert und reguläre Ware in das Angebot der Geschäfte im FOC aufgenommen.

Bis Ende der 80er Jahre wurden FOC ausschließlich außerhalb der großen Verdichtungsräume, mindestens 50 Meilen (80 km) von der nächsten größeren Einzelhandelskonzentration entfernt errichtet. Der Grund hierfür war, daß man auf keinen Fall in Konkurrenz zum etablierten Einzelhandel treten wollte, da dieser den Verkauf von bestimmten Marken bei zu großer räumlicher Nähe ablehnen konnte (Auslistung von Herstellern, die im FOC vertreten sind). Seitdem haben sich jedoch die Berührungszonen deutlich verringert und es wurden auch Standorte am Rande von Verdichtungsräumen errichtet. Es entstand ein Wettkampf um gute Standorte, sowohl seitens der Betreiber als auch der Standortgemeinden. Heute unterscheidet man 3 Standorttypen: 1. Standorte zwischen zwei Verdichtungsräumen (sie ziehen Kunden aus beiden Agglomerationsräumen an), 2. Drive-by Standorte (Standorte an überregionalen und sehr stark frequentierten Autobahnen in der Nähe eines Verdichtungsraumes), 3. tourismusabhängige Standorte (Standorte in oder an Anfahrtswegen zu Freizeitregionen). Auch hinsichtlich der architektonischen Konzeption lassen sich drei Typen unterscheiden: 1. Strip-Center (die Geschäfte sind in L- oder Hufeisenform um einen Parkplatz angeordnet), 2. Geschlossene Einkaufszentren, 3. Center im Village-Style (die Center besitzen die Form eines gewachsenen Dorfes)

Nach eigenen Angaben der Interessenvertretung der US-amerikanischen Shopping Center, eine amtliche Statistik zum Bereich FOC existiert nicht, hat sich die Zahl der FOC von 1981 bis 1997 von 25 auf 329 erhöht. Die Bruttoverkaufsfläche erhöhte sich von ca. 1,3 Mio. m² in 1988 auf ca. 5 Mio. m² in 1997. 16% der FOC besitzen eine Verkaufsfläche (VKF) von unter 4.600 m², 52% eine VKF zwischen 4.700 m² und 18.600 m² und 32% eine VKF von über 18.600 m². Die durchschnittliche VKF liegt bei 15.400 m². Gleichzeitig bestanden 1997 rund 180 Value Center. Der überwiegende Teil der Geschäftslokale war 1996 zwischen 465 m² und 930 m² groß. Ein durchschnittlicher Warenmix von 30-40% Bekleidung, 11-13% Schuhe, 9% Heimtextilien, je 8% Papier- und Geschenkartikel, Sportbekleidung, Kinderbekleidung, 7% Möbel und Haushaltswaren, 5-7% Leder- und Taschen 3% Bücher, 2-3% Lebensmittel und

2% Parfümerie wird als günstig für den Erfolg angesehen.⁷

Während 1989 noch 43 FOC neu eröffnet wurden, waren es 1996 lediglich 13. Rund 17% der Center, die innerhalb der letzten 15 Jahre eröffnet wurden, mußten aufgrund mangelnden Erfolgs bereits wieder schließen. Die Akzeptanz seitens der Kunden geht ebenso wie die Zahl der Ladenlokale in den FOC zurück.

Abschließend läßt sich daher die Schlußfolgerung ziehen, daß sich die Betriebsform der reinen FOC am Ende der Reifephase befindet oder diese sogar schon überschritten hat. Der Markt scheint gesättigt.

4. Die aktuelle Situation in Deutschland - Bestand und Planvorhaben von Factory-Outlet-Center

Ende der 80er Jahre wurden in Frankreich und dem Vereinigten Königreich FOC-Konzepte verwirklicht. Im Herbst 1998 wurde in Parndorf bei Wien (Österreich) ein FOC eröffnet.⁸ Zunehmend drängen nun auch Investoren nach Deutschland und möchten hier FOC an diversen Standorten eröffnen. Nahezu täglich werden neue Standorte bzw. Standortwünsche seitens der Investoren und Betreibergesellschaften präsentiert. Meist werden gleichzeitig im Voraus erstellte umfangreiche Gutachten präsentiert, die die raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeit des Vorhabens belegen sollen.⁹

Bereits Ende 1994 sind in Aalen und Bodelshausen (beide in Baden-Württemberg) die ersten beiden „FOC“ entstanden. Bis 1997 wurden neun FOC eröffnet, allerdings nur kleinere (tatsächliche) Fabrikverkaufsstellen mit überwiegend Textilhandel, von denen allerdings zwei bereits wieder geschlossen bzw. verlagert wurden. Sechs FOC-Vorhaben mit deutlich größeren Verkaufsflächen (VKF) wurden nicht genehmigt.¹⁰

Außerdem existieren in Deutschland neben ca. 1.200 klassischen „Fabrikläden“ rund 180 Shopping-Center mit über 10.000 m² Mietfläche und einer Gesamtverkaufsfläche von 4,8 Mio. m². Rund 27% der Shopping-Center besitzen Standorte auf der Grünen Wiese, diese liegen v.a. in Ostdeutschland.¹¹

Zwei US-amerikanische und drei Europäische Konsortien sind derzeit auf der Suche nach geeigneten Standorten für FOC und halten 30 bis 50 Center mit einer Bruttogeschoßfläche von 30- 100.000 m² in Deutschland für ökonomisch tragbar. Die bekanntesten Betreiber sind „BAA Mc-Arthur-Glen“ und „Value Retail“.

Eine Datensammlung der Bundesanstalt für Bauwesen und Raumordnung (BBR), die sich auf Angaben der Bundesländer bezieht und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, listet derzeit - Stand Januar 2001 - in Deutschland 14 konkrete Vorhaben mit 6.500 m² VKF bis über 20.000 m² VKF auf¹²:

- Ingolstadt (Bayern)

⁷ Zu den Zahlenangaben vgl. Hahn, Barbara/Pudemat, Petra: Strukturwandel der Factory-Outlet-Center in den USA, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2/3.1998, S. 99ff. und Pudemat, Petra: Outlet-Center in den USA. Abnehmende Kunden-Akzeptanz und steigende Monotonie, in: BAG Handelsmagazin 3-4/98, S. 55ff.

⁸ Zu FOC-Standorten im europäischen Ausland siehe u.a. Güttler, Helmut/Will, Joachim: Factory-Outlet-Center in Europa. Ein Reisebericht, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2-3/1998, S. 107-113 und Pangels, Rolf: FOC-Prognosen. Von Irrtümern und Wahrheiten, in: BAG Handelsmagazin 5-6/2000, S. 58-60

⁹ Vgl. Pangels, Rolf: FOC-Prognosen. Von Irrtümern und Wahrheiten, in: BAG Handelsmagazin 5-6/2000, S. 58

¹⁰ Vgl. Bundesforschungsanstalt ...:Mitteilungen und Informationen der BfLR 4/97, S. 2

¹¹ Vgl. Ebd.

¹² Aktuelle Angaben hierzu sind auf der Homepage der BBR <www.bbr.bund.de> zu finden

- Rheinmünster-Hügelsheim (Baden-Württemberg)
- Villingen/Schwennigen (Baden-Württemberg)
- Wertheim (Baden-Württemberg)
- Oberkrämer (Eichstätt) (Brandenburg)
- Wustermark (Brandenburg)
- Kessin (Mecklenburg-Vorpommern)
- Soltau (Niedersachsen)
- Grevenbroich (NRW)
- Hückelhoven (NRW)
- Zweibrücken (Rheinland-Pfalz)
- Döbeln (Sachsen)
- Leipzig (Sachsen)
- Raisdorf (Schleswig-Holstein)

Während einzelne der o.g. Projekte noch in der Diskussion sind oder deren Planung bzw. Umsetzung erst begonnen hat bzw. eine Ablehnung des Vorhaben zu erwarten ist, wurde der erste Abschnitt des Designer-Outlet-Center (DOC) Zweibrücken bereits am 08. März 2001 eröffnet. Er umfaßt eine Verkaufsfläche vom 20.000 m². Die Anlage ist im Village-Stil erbaut und liegt auf dem Gelände eines ehemaligen US-Militärflughafen, d.h. auf einer Konversionsfläche. Zweibrücken selbst ist ein Mittelzentrum mit 36.000 Einwohner und befindet sich in einer strukturschwachen Region. Neben dem FOC sind auf dem Gelände auch noch diverse Freizeiteinrichtungen und 4 Interactive Stores, letztere mit rund 10.000 m² VKF, geplant. In der „Endstufe“ soll das FOC, so die Pläne des Betreibers, rund 38.000 m² VKF umfassen.¹³

Für den Standort Leipzig liegt laut den Angaben der BBR bereits eine Baugenehmigung vor. Hier handele es sich um einen städtebaulich integrierten Standort, der eine VKF von 8.000 m² umfaßt. Für das Vorhaben in Wertheim (Mittelzentrum mit 24.500 Einwohner) laufe gerade das Raumordnungsverfahren, wobei das Regierungspräsidium in Stuttgart Mitte Januar 2001 „grünes Licht“ gegeben haben soll. Hingegen wurde, so die Angaben der BBR, das Raumordnungsverfahren für das Objekt in Ingolstadt (Oberzentrum, 114.000 Einwohner, 9.800 m² VKF) mit negativem Ergebnis Mitte 2000 abgeschlossen. In Kessin wurde bereits 1998 mit dem Bau des FOC begonnen, zur Zeit gilt jedoch ein Baustopp wegen eines OVG-Urteil. Rechtsstreitigkeiten zu den o.g. FOC-Vorhaben, z.B. Klagen von betroffenen Nachbarkommunen gegen deren Genehmigung, sind keine Seltenheit.¹⁴

Interessant ist auch, daß manche Standorte, wie z.B. die beiden in der Nähe von Berlin geplanten Objekte, sich in großer räumlicher Nähe zueinander befinden. Für beide Objekte gibt es nach Auskunft der BBR bereits eine Baugenehmigung, das „B5-Designer Outlet-Center“ in Wustermark (2.300 Einwohner) wurde am 25.05.2000 mit einer VKF von 10.000 m² eröffnet. Im Dreiländereck Belgien/Niederlande/Nordrhein-Westfalen sind derzeit insgesamt auf einem Gebiet mit einem Radius von etwa 50 km Ansiedlungswünsche von fünf FOC an den folgenden Standorten bekannt: Hückelhoven (NRW), Grevenbroich (NRW), Maasmechelen (B), Roermond (NL), Heerlen (NL).¹⁵

Allen geplanten FOC gemein ist die Tatsache, daß in ihrem Einzugsbereich jeweils mehrere Millionen Menschen leben, und daß in der Regel der Anteil der „PKW-Kunden“ über 85% liegt. Oftmals liegen sie in zentralen Orten niedriger Stufe oder sogar nicht-zentralen Orten.

¹³ Zum DOC Zweibrücken siehe u.a. Acocella, Donata/Fürst, Urs Christoph/Seimetz, Hans-Jürgen: Factory-Outlet-Center in Deutschland. Das Fallbeispiel „Designer Outlet Zweibrücken“, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2/3.1998, S. 89-98

¹⁴ Vgl. u.a. Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 16-17 und Wolf, Folkwin: Es ist nicht alles Gold, was glänzt, in: BAG Handelsmagazin 5-6/99, S.23

¹⁵ Vgl. wie Anm. 4

Auch in Hessen gibt es mindesten zwei Kommunen, die einen Antrag auf Zulassung der Ansiedlung eines FOC beim Zuständigen Regierungspräsidium beantragt haben. Hierbei handelt es sich um die im Landkreis Limburg-Weilburg gelegenen Orte Beselich (5.500 Einwohner, ohne zentralörtliche Funktion) und Limburg a. d. Lahn (33.500 Einwohner, Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrum). In der letztgenannten Kommune hat allerdings erstmals ein Stadtparlament die Ansiedlung eines FOC abgelehnt.¹⁶

5. Der großflächige Einzelhandel in den Planungsgesetzen

Nachdem klar wird, daß die derzeitige Situation in bezug auf die einzelnen geplanten Vorhaben in Deutschland sehr unterschiedlich ist, stellt sich die Frage, welche rechtlichen Grundlagen es hinsichtlich der Genehmigung oder der Ablehnung eines FOC gibt. Obwohl es - zu mindestens in Deutschland - noch keine allgemein anerkannte Definition für ein FOC gibt, stellen die (Einzelhandels-)Erlasse der Bundesländer klar, daß es sich hierbei um großflächige Einzelhandelsbetriebe handelt, die somit den Regelungen der Baunutzungsverordnung (BauNVO) unterliegen.¹⁷

Nach §11,3 BauNVO in der aktuell gültigen Fassung sind „1. Einkaufszentren, 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können und 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“¹⁸ Als Auswirkungen auf die Raumordnung etc. werden hier u.a. Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, den Verkehr, die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche genannt. Dabei gelte es die Größe der Standortgemeinde und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen. Als Richtwert für die Großflächigkeit eines Einzelhandelsunternehmens oder Einkaufszentrums werden in der BauNVO 1.200 m² Geschossfläche aufgeführt.

Die Raumordnungsverordnung (RoV) besagt in Artikel 1, daß für die „Errichtung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen größeren Handelsbetrieben“¹⁹ ein Raumordnungsverfahren durchgeführt werden soll, „wenn sie im Einzelfall raumbedeutsam sind und überörtliche Bedeutung haben“²⁰.

Des weiteren ist die planungsrechtliche Zulässigkeit eines FOC gemäß §§30 ff. Baugesetzbuch (BauGB) zu prüfen.²¹

Auch die Raumordnungsprogramme bzw. -pläne der Länder enthalten Zielsetzungen hinsichtlich der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben, zu denen auch die FOC

¹⁶ Vgl. Wolf, Folkwin: Es ist nicht alles Gold, was glänzt: in, BAG Handelsmagazin 5-6/99, S. 23 und Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 17

¹⁷ Vgl. wie Anm. 4 und Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Center, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 27

¹⁸ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. Januar 1990 (BGBl. I S.132), zuletzt geändert durch Art. 3 des Investitionserleichterungs- und WohnbaulandG vom 22.4.1993 (BGBl. I S.466)

¹⁹ 7. Verordnung zu § 6a Abs. 2 [jetzt § 15] des Raumordnungsgesetzes (Raumordnungsverordnung - RoV) vom 13. Dezember 1990 (BGBl. I S.2766), zuletzt geändert durch Art. 4 Bau- und Raumordnungsgesetz 1998 - BauROG v. 18.8.1997 (BGBl. I S.2081, 2110)

²⁰ Ebd.

²¹ Vgl. Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Center, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 27

gehören. Im Landesentwicklungsplan Hessen 2000²² werden hierzu folgende Ziele formuliert:

1. „Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte [...] kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren (zentrale Ortsteile) in Betracht. [...] Hierbei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu.“²³
2. „Sondergebiete für Großflächigen Einzelhandel [...] nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen „Siedlungsbereichen“ zulässig.
Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. [...]
Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von [...] zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren/Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. [...]
Bei der geplanten Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadtbereiche, Ortsteile, Stadtteilzentren) sollen innenstadtrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.“²⁴
3. Die o.g. Ziele gelten auch für die „Umnutzung von gewerblichen Betrieben oder anderen vorhandenen baulichen Anlagen zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben“²⁵.

Als Begründung zu den formulierten Zielen wird angeführt, daß „im Rahmen der Regional- und Bauleitplanung sichergestellt werden soll, daß sich [...] der Einzelhandel an städtebaulich integrierten Standorten entfalten kann, sowohl im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung als auch zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte“²⁶, und daher innenstadtrelevante Sortimente auszuschließen sind. Ausdrücklich wird erwähnt, daß zum Einzelhandel auch Direktverkauf an Endverbraucher zähle, „unabhängig davon, ob dieser am Produktionsstandort oder einer eigens dazu geschaffenen Einrichtung wie Fabrikläden (factory outlet) bzw. Herstellerdirektverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) erfolgt. Factory-Outlet-Center sind Einkaufszentren i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO.“²⁷

Der Entwurf zur 2. Offenlegung des Regionalplan Mittelhessen 2000 enthält ähnliche Zielsetzungen. Dabei werden im Rahmen der Zielbegründungen auch explizit die FOC erwähnt, welche als neue Variante der großflächigen Einzelhandelsvorhaben „auf der Grünen Wiese“ bezeichnet werden. In diesem Zusammenhang wird auch auf die Entschließung der Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO) vom 3. Juni 1997 verwiesen.²⁸

In einer weiteren Entschließung der MKRO von 4. Juli 1998 gelangt sie zu der Auffassung, daß die Ansiedlung von sogenannten FOC möglichst restriktiv gehandhabt werden solle und die Innenstädte dadurch nicht gefährdet werden dürfen. Einen gleichlautenden Beschluß faßte auch die Ministerpräsidentenkonferenz vom 9. Juli 1998. Die Konferenz der Wirtschaftsminister am 14./15. Mai 1998 sprach sich ebenfalls für eine restriktive Handhabung aus und verlangte die Einbeziehung der Stellungnahmen von Nachbarstädten oder -regionen und Nachbarbundesländern sowie ggf. auch von Nachbarstaaten in die raumordnerische Beurteilung von FOC-Vorhaben.²⁹

²² Festgestellt durch Rechtsverordnung vom 13. Dezember 2000

²³ Hess. Ministerium ...: Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 19

²⁴ Ebd.

²⁵ Ebd.

²⁶ Ebd.

²⁷ Ebd., S.20

²⁸ Vgl. Regierungspräsidium Gießen: Regionalplan Mittelhessen 2000 - Entwurf zur 2. Offenlage, S. 44-45

²⁹ Vgl. Ders.: Pressemitteilung 29/00 vom 10. März 2000

6. Auswirkungen und Probleme von Factory-Outlet-Center

6.1. Auswirkungen auf das Prinzip der zentralen Orte

Das Factory-Outlet-Center (FOC) Auswirkungen auf das Prinzip der zentralen Orte besitzen, läßt sich aus den vorausgegangenen Ausführungen leicht vermuten.

Nicht ohne Grund wird daher in den Raumordnungsplänen der Länder, so z.B. im Landesentwicklungsplan (LEP) Hessen 2000, und den Einzelhandelserlassen der Länder festgelegt, daß großflächige Einzelhandelsvorhaben und somit auch FOC nur in Oberzentren und bedingt in Mittelzentren zulässig sind.

Obwohl es für Deutschland wegen fehlender vergleichbarer Objekte noch keine Erfahrungswerte zum Einzugsbereich und den daraus folgenden Auswirkungen gibt - die Werte aus dem Ausland sind nicht 1:1 auf Deutschland übertragbar³⁰, lassen sich dennoch bereits einige Aussagen hierzu machen. So ist klar, daß sich „FOC nur in sehr seltenen Ausnahmefällen in die landesplanerischen Versorgungsbereiche einfügen“³¹. Standorte abseits der großen Ballungszentren in vorwiegend kleineren Mittelzentren, wie sie von den Betreibern tatsächlich präferiert werden, würden das Zentrengefüge wesentlich verändern, da die FOC in den geplanten Dimensionen nicht nur in Konkurrenz zum Handel der benachbarten Klein- und Mittelzentren treten, sondern auch einen erheblichen Teil der Käuferströme aus dem nächstgelegenen Oberzentrum abziehen.³² Zwar ist davon auszugehen, glaubt man den Untersuchungen und Feststellungen zum Raumordnungsverfahren (ROV) zum DOC Zweibrücken³³, daß bei Orten mit einer hohen Einzelhandelszentralität die Auswirkungen auf die im Einzugsbereich des FOC gelegenen Oberzentren eher gering sind, dennoch ergeben sich aber auch hier negative Effekte. Selbst wenn die Umlenkung von Kaufkraftströmen von den zentralen Orten höherer Stufe zum FOC relativ gering sein sollte, kann es doch z.T. zu erheblichen Beeinträchtigungen der Versorgungsfunktion des zentralen Ortes kommen. Die Verflechtungsbereiche der Ober- und Mittelzentren werden ebenso in mehr oder weniger starken Maße durch die Ansiedlung eines FOC deformiert. Des weiteren wird es vermutlich zu negativen Auswirkungen auf die Arbeitsplätze im Einzelhandel der im näheren Einzugsbereich gelegenen zentralen, aber auch der nicht-zentralen, Orte kommen.

Gehen die bisherigen Betrachtungen zu den Auswirkungen auf das Zentrengefüge von peripheren, d.h. außerhalb von größeren Oberzentren, meist in ländlichen Räumen am Rande oder zwischen mehreren Ballungsräumen gelegenen Standorten aus, so werden aber auch bei im Sinne der Raumordnung positiv situierten oder sogar städtebaulich integrierten Factory-Outlet-Center Auswirkungen auf das Zentrengefüge nicht völlig ausbleiben.

Grundsätzlich hängen aber die Auswirkungen auf das System der zentralen Orte sehr stark von der Größe und dem Standort des FOC ab. Das Ausmaß der Veränderungen im Hinblick auf das zentralörtliche System wird jedoch von den beteiligten Akteuren - Investoren und Betreiber eines FOC, den Standortkommunen, den betroffenen Nachbarstädten, der Organe der Regional- und Landesplanung, dem traditionellen (Fach-)Einzelhandel im Einzugsgebiet des

³⁰ Zur Auswirkungen von FOC im europäischen Ausland, v.a. in Großbritannien, siehe u.a. Güttler, Helmut/Will, Joachim: Factory-Outlet-Center in Europa. Ein Reisebericht, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2-3/1998, S. 107-113 und Pangels, Rolf: FOC-Prognosen. Von Irrtümern und Wahrheiten, in: BAG Handelsmagazin 5-6/2000, S. 58-60

³¹ Pangels, Rolf: Rosinen-Pickerei, in: BAG Handelsmagazin 9-10/98, S.19

³² Vgl. Ebd., S.20

³³ Zum Raumordnungsverfahren zum DOC Zweibrücken siehe u.a. Acocella, Donata/Fürst, Urs Christoph/Seimetz, Hans-Jürgen: Factory-Outlet-Center in Deutschland. Das Fallbeispiel „Designer Outlet Zweibrücken“, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2/3.1998, S. 94-98

des FOC, etc. - sehr unterschiedlich prognostiziert und bewertet. Für die Standortkommune selbst sind, unter Umständen sogar auch bei einem städtebaulich nicht integrierten Standort, positive Effekte zu erwarten.³⁴

6.2. Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel

Die Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel wie auf die Innenstadtlagen überhaupt werden sehr kontrovers diskutiert. Während die Investoren und Betreiber eines geplanten FOC deutlich niedrigere Werte, als sie wahrscheinlich nach Realisierung des FOC tatsächlich auftreten, bezüglich der zu erwartenden Umsätze, sowohl absolut als auch pro Kunde, und der anzunehmenden Kaufkraftabflüsse in den von ihnen erstellten Studien und Gutachten angeben, befürchten der betroffene Einzelhandel und seine Dachverbände erheblich größere negative Auswirkungen für ihre Bereiche. Auch das Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau hat 1998 durch die renommierte Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) eine Grundlage über die Auswirkungen von FOC erstellen lassen. Diese Studie wird ebenso kontrovers hinsichtlich ihres Inhaltes diskutiert.

In der genannten Studie werden vor allem die Auswirkungen von FOC-Ansiedlungen in England auf die dortigen Einzelhandels- und Innenstadtstrukturen untersucht. Auch wird versucht, die dort gewonnenen Erfahrungen auf Deutschland zu übertragen, was jedoch nur begrenzt möglich ist. Wie die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG) feststellt, beruhten nahezu alle Aussagen der Studie anscheinend ausschließlich auf den Angaben der Betreiber von FOC in England, während anderweitiges statistisches Zahlenmaterial nur eine untergeordnete Rolle gespielt haben soll.³⁵ Die Grundlagenstudie zeigt dennoch, daß die Ansiedlung eines FOC ein erhebliches Gefährdungspotential für den innerstädtischen Einzelhandel und die gewachsenen Strukturen besitzt. Der Handel in den Kommunen des Naheinzugsbereich eines FOC wird erheblichen Wettbewerbseinwirkungen ausgesetzt sein, wobei die Gefährdungen in Mittelstädten in dünner besiedelten Regionen besonders groß sein werden. Vor allem die zentrenrelevanten Sortimente, welche für die Attraktivität und den Branchenmix in den zentralen Einkaufslagen eine zentrale Bedeutung besitzen, sind direkt betroffen.³⁶

Nach Ansicht ehemaligen der Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (BfLR) kann es zu einer Verlagerung von innenstadtrelevanten Sortimenten aus den Fachgeschäften in die Läden der FOC und somit zu einer Erosion an Innenstadtgeschäften kommen, da diese, die qualitativ hochwertige Ware anbieten, sich immer schwerer behaupten können.³⁷ Der letztgenannte Aspekt wird dabei durch die Prognose verstärkt, daß sich der Preisabstand zwischen den Läden in einem FOC und denen des kleinen Einzelhandel verändern werde. So könne es passieren, daß die Hersteller ihre durch die Eröffnung eines Ladenlokals in einem FOC gewonnene neue Machtposition dahingehend ausnutzen, daß sie die in den Fabrikläden durch Billigverkäufe erzielten „Verluste“ durch höhere Abgabepreise an den Einzelhändler auszugleichen versuchen.

Die von den Betreibern geplanter FOC anvisierten Verkaufsflächengrößen überstiegen oftmals die Flächen von innerstädtischen Einzelhandelszentren von Mittelzentren oder kleineren

³⁴ Hierzu betrachte man auch die Erfahrungen bezüglich FOC, die im Ausland, v.a. in den USA und Großbritannien, gemacht wurden. Sie können aber, wie bereits erwähnt, nicht 1:1 übertragen werden, da es dort hinsichtlich des Kauf- und Mobilitätsverhalten erhebliche Unterschiede im Vergleich zu Deutschland gibt.

³⁵ Vgl. Pangels, Rolf: Rosinen-Pickerei, in: BAG Handelsmagazin 9-10/98, S.18

³⁶ Zu den Ergebnissen der Studie siehe u.a. Regierungspräsidium Gießen (Hrsg.): Pressemitteilung 29/00 vom 10. März 2000 und bei Pangels, Rolf: Rosinen-Pickerei, in: BAG Handelsmagazin 9-10/98, S.19

³⁷ Wie Anm. 10

Oberzentren.³⁸ Diese Tatsache macht deutlich, daß die Kaufkraftabwanderungen hin zu den FOC zu mindestens im näheren Einzugsbereich eines FOC-Standort, welcher meist durch eine Entfernung von 30 Minuten PKW-Fahrzeit abgegrenzt wird, erheblich sein werden.

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandel (HDE) konstatiert ebenfalls eine erhebliche Bedrohung für den etablierten Handel durch FOC, welche allerdings nicht für alle Vertriebsformen in gleicher Weise gegeben sei. Weiterhin ist der HDE der Ansicht, daß der Verkauf in den FOC nicht nur dem Abverkauf von Produktionsüberschüssen oder Restbeständen diene. Zudem gebe es in Deutschland bereits mit rechtlich besonders geregelten Sonderaktionen, wie z.B. Winter- und Sommerschlußverkauf, Möglichkeiten für den Einzelhandel und auch die Hersteller, solche Waren günstiger anzubieten. Die Hersteller würden durch eine Ansiedlung in einem FOC zu einem direkten Wettbewerber des von ihnen belieferten Einzelhandel.³⁹

Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hat festgestellt, daß die Fabrikläden derzeit im Markt keine ernstzunehmenden Wettbewerber für die stark expandierenden Discount-Ketten im Non-Food-Bereich seien und nur geringe Chancen besäßen, den Großfilialisten und den Warenhäusern Marktanteile abzurufen. Lediglich der mittelständische Facheinzelhandel werde durch die FOC-Konkurrenz betroffen sein.

Die Folgen der Ansiedlung von FOC an diversen Standorten, so zu mindestens die Aussagen der Kritiker und Gegner solcher Vorhaben, wären neben „einer deutlichen Verringerung der Zahl der selbständig geführten Einzelhandelsgeschäfte auch eine weiter zunehmende Konzentration im Handel, die Verarmung der Handelslandschaft, die Verdrängung schwächerer nationaler und regionaler Handelsketten und wachsende Leerstände an den traditionellen Standorten. Letzteres könnte dabei auf eine Verringerung der Zahl der potentiellen Mieter für Handelsflächen zurückzuführen sein.“⁴⁰ Käme es tatsächlich zu den in diesem Absatz genannten Auswirkungen, so würden sich die Innenstädte sehr stark in ihrer Struktur verändern, deutlich an Attraktivität verlieren und in größerem Maße veröden.

Das Factory-Outlet-Center aber auch eine Entwicklungschance für die Innenstadt der jeweiligen Standortkommune und den dort ansässigen Einzelhandel darstellen können zeigen die zwei englischen FOC-Objekte „Great Western Designer Outlet Center“ in Swindon und das „Bicester Village“ in Bicester. An beiden Standorten entwickelten sich die FOC mittlerweile zu Frequenzbringern. Swindon sei durch das FOC, welches hier auf einer rund 1km von der Innenstadt entfernten Konversationsfläche angesiedelt ist, für Touristen attraktiver geworden. Auch habe der innenstädtische Einzelhandel die Chancen der derzeitigen Entwicklung erkannt und genutzt und daher durch verschiedene Maßnahmen zur einer besseren Identifikation und zu einer Attraktivierung der Innenstadt beigetragen. Das Mietpreisniveau sei gestiegen und die Zahl der Ladenleerstände zurückgegangen. In Bicester, wo sich das FOC außerhalb der geschlossenen Bebauung befindet, sei ebenfalls ein Wandel eingetreten. So habe das FOC, das verstärkt mit Hotels und Tourismusbüros zusammenarbeitet und Pauschalarrangements anbietet, zahlreiche positive Entwicklungen angestoßen und Projekte ermöglicht, die zu einer kontinuierlichen Zunahme der Innenstadtfrequentierung geführt hätten.⁴¹ Die hier erzielten positiven Effekte seien allerdings nur mit einem so nahe wie möglich an der Innenstadt gelegenen Standort möglich. Auch müßten zwischen dem FOC-Standort und der Innenstadt gute Wegebeziehungen existieren. Des weiteren sei eine hohe Markenqualität im FOC als Magnetfunktion für Touristen und Kunden aus einem größeren Einzugsbereich notwendig.⁴² Ein

³⁸ Vgl. im Internet unter <www.einzelhandel.de/stichwort/factoutl.htm>

³⁹ Zur Position des HDE siehe u.a. im Internet unter <www.einzelhandel.de/stichwort/factoutl.htm>

⁴⁰ Wie Anm. 38

⁴¹ Hierzu siehe. u.a. Güttler, Helmut/Will, Joachim: Factory-Outlet-Center in Europa. Ein Reisebericht, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2-3/1998, S. 107-112

⁴² Vgl. Ebd., S.112

Standort in städtebaulich integrierter Lage bzw. direkt in der Innenstadt von größeren Städten sei daher weniger Problematisch als ein peripherer Standort, da erster ein Magnet und Frequenzbringer für die Innenstadt sein könne.⁴³

6.3. Sonstige Probleme und Auswirkungen

Neben den Auswirkungen auf das System der zentralen Orte und den innerstädtischen Einzelhandel ergeben sich durch die Ansiedlung eines FOC zahlreiche weitere Probleme und negative Folgen.

Die FOC besitzen eine sehr starke Fixierung auf den Individualverkehr (IV) und haben oftmals keine oder nur eine sehr mangelhafte ÖPNV-Anbindung. Auch bei den derzeit in Deutschland geplanten Standorten ist nach Angaben der BBR davon auszugehen, daß der Anteil der PKW-Kunden jeweils bei über 85% liegen wird.⁴⁴ Geht man von 3 bis 3,5 Mio. FOC-Besuchern pro Jahr und rund 3 Mio. Einwohner in einem Einzugsgebiet von 60 Autominuten aus, so würde ein Verkehrsaufkommen von ca. 1,2 Mio. Kraftfahrzeugen, im Durchschnitt mit 2,4 bis 2,9 Insassen besetzt, entstehen.⁴⁵ An diesem Zahlenbeispiel wird deutlich, daß ein FOC Verkehr in beträchtlichem Maße im Standortumfeld indizieren und damit z.Zt. erhebliche Umweltbelastungen (u.a. durch Lärm, Abgase, etc.) mit sich bringen wird. Die entstehenden Verkehrsmengen müßten im Falle einer FOC-Ansiedlung durch das heute schon stellenweise extrem überlastete Verkehrsnetz noch zusätzlich bewältigt werden. Die Auslastung des vorhandenen ÖPNV im Standortumfeld würde weiter zurückgehen.⁴⁶ Eine Einbindung in ein Gesamtverkehrs- bzw. Nahverkehrskonzept bereits in der Planungsphase eines FOC ist in der Regel nicht gegeben.

Die vorhandene starke Fixierung auf den IV erfordert auch die Schaffung einer ausreichend großen Anzahl an Parkplätzen. Die Stellplatzrelation liegt daher bei 1:10 bis 1:12, d.h. auf 10-12 m² Verkaufsfläche kommt ein Stellplatz.⁴⁷ Diese Tatsache führt zu einem übermäßigen Flächenverbrauch und einer enormen Bodenversiegelung, und steht somit in klarem Gegensatz zu den Zielen der Raumordnung.

Auch auf den regionalen Arbeitsmarkt wird die Ansiedlung eines FOC nicht ohne Einfluß bleiben. Dabei wird es nicht, wie man vermuten könnte, zur Verringerung der Arbeitslosigkeit durch die Schaffung neuer Arbeitsplätze kommen. Vielmehr werden deutlich mehr Arbeitsplätze im traditionellen Facheinzelhandel vernichtet, als im FOC neue entstehen. Nach unterschiedlichen Berechnungen von verschiedenen Interessenverbänden (z.B. HDE, Deutscher Städtetag oder BAG) kostet ein FOC-Arbeitsplatz 1,3 bis 3 Arbeitsplätze im gewachsenen Einzelhandel.⁴⁸ Lediglich in (sehr) strukturschwachen Gebieten kann es unter Umständen zu einem positiven Arbeitskräftesaldo kommen.

Wie die Entwicklung im Ausland zeigt, ergibt sich die schleichende Umnutzung eines FOC als ein weiteres Problem. So geht es dort den Betreibern nicht mehr nur um den Absatz von Markenartikeln, auch Restpostenverwerter und Billiganbieter mit „No Name-Produkten“ sind mittlerweile in FOC vertreten. Die Factory-Outlet-Center werden somit zu „Off-Price-

⁴³ Vgl. Wolf, Folkwin: Es ist nicht alles Gold, was glänzt: in, BAG Handelsmagazin 5-6/99, S. 21

⁴⁴ Vgl. Homepage der BBR <www.bbr.bund.de>

⁴⁵ Vgl. Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Centern, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 26

⁴⁶ Pangels, Rolf: Rosinen-Pickerei, in: BAG Handelsmagazin 9-10/98, S.20

⁴⁷ Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Centern, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 25

⁴⁸ Vgl. u.a. Collier, Peter: Beschäftigungs- und arbeitsmarktpolitische Fragen, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 61 und Pangels, Rolf: Rosinen-Pickerei, in: BAG Handelsmagazin 9-10/98, S. 20 sowie Bundesforschungsanstalt ...:Mitteilungen und Informationen der BfLR 4/97, S. 2

Center“.⁴⁹ Auch stellt sich die Frage nach der Folgenutzung nach einer eventuellen Schließung eines (nicht mehr rentablen) FOC.

Immer wieder betont wird auch die Konterkarierung der derzeitigen z.T. massiven Fördermaßnahmen für die Innenstädte, v.a. von Klein- und Mittelzentren, durch die Ansiedlung eines FOC. So werde derzeit mittels öffentlicher Förderung und Stadt-/Citymarketing sowie zahlreicher daraus resultierenden Folgemaßnahmen versucht, die Attraktivität der Innenstädte, d.h. der städtebaulich integrierten Geschäftszentren, zu erhöhen. Ihre Anziehungskraft könnte jedoch bei einer Ansiedlung eines FOC erheblich reduziert werden.⁵⁰ Entsprechend äußerte sich auch der Bayerische Wirtschaftsminister Dr. Otto Wiesheu im November 1998, der durch FOC-Projekte „die Erfolge der langjährigen bayrischen Mittelstands- und Handelspolitik sowie der Verkehrs- und Städtebaupolitik“⁵¹ gefährdet sah.

Von der Ansiedlung eines Factory-Outlet-Center können jedoch auch positive Wirkungen ausgehen. So bieten sie, wie bereits oben erwähnt, eine Entwicklungschance für die Innenstadt in der Standortkommune. Sie können außerdem zur Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft beitragen, wenn in sich in enger räumlicher Nähe zu den Center Freizeit- und Dienstleistungseinrichtungen befinden.⁵² Zu dieser Auffassung gelangte man auch im Raumordnungsverfahren zum DOC Zweibrücken. Hier wurde abschließend festgestellt, daß die Errichtung eines FOC in Verbindung mit Dienstleistungs-, Freizeit- und Erholungseinrichtungen die regionalwirtschaftliche Entwicklung in der strukturschwachen Region Westpfalz stärken könne.⁵³

Des weiteren bietet die Ansiedlung eines FOC eine gute Möglichkeit zur „Wiedernutzung von großflächigen Brach- und Konversationsflächen“⁵⁴, wie es im Falle des DOC Zweibrücken geschehen ist. Gerade in Zeiten des Niedergangs „alter Industrien“, der Schließung von Militärstandorten und der Aufgabe von Flächen durch Bahn und Post, gibt es eine erhöhte Anzahl an zu konvertierenden Flächen, auf denen sich u.a. die Möglichkeit der Ansiedlung eines FOC erbe.

7. Planungsrechtliche Möglichkeiten zur Steuerung der Ansiedlung von Factory-Outlet-Center

Die verschiedenen politischen Akteure, so z.B. die MKRO, erklären stets, die Ansiedlung von FOC in Deutschland möglichst restriktiv handhaben zu wollen. Auch wird immer wieder betont, daß man keineswegs vorhabe Factory-Outlet-Center als Handelsform zu verbieten und dies auch gar nicht könne, sondern ihre Ansiedlung lediglich möglichst genau steuern wolle.⁵⁵ Daher stellt sich die Frage, welche Möglichkeiten der Steuerung hinsichtlich der Zulässigkeit oder Nichtzulässigkeit von FOC in Deutschland es gibt.

Wie bereits oben erwähnt, haben großflächige Einzelhandelsvorhaben und auch speziell der Typ des FOC Einklang in die deutschen Planungsgesetze und Raumordnungsprogramme und

⁴⁹ Vgl. wie Anm. 43

⁵⁰ Vgl. u.a. wie Anm. 46

⁵¹ BAG Handelsmagazin 11-12/98, S. 27

⁵² Vgl. wie Anm. 10

⁵³ Vgl. Acocella, Donata/Fürst, Urs Christoph/Seimetz, Hans-Jürgen: Factory-Outlet-Center in Deutschland. Das Fallbeispiel „Designer Outlet Zweibrücken“, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2/3.1998, S. 97

⁵⁴ Wie Anm. 10

⁵⁵ Vgl. u.a. Wolf, Folkwin: Es ist nicht alles Gold, was glänzt: in, BAG Handelsmagazin 5-6/99, S. 21-23

-pläne gefunden. Diese bilden die Grundlage für die Beurteilung jedes planerischen Handelns. Nach §11,3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsvorhaben, so auch FOC, uneingeschränkt nur in Kerngebieten (MK) oder speziell hierfür ausgewiesenen Sondergebieten (SO) zulässig. Aber auch „innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile“ nach § 34 BauGB - in der Regel sind dies Flächen im Zentrum eines Ortes für die es (noch) keinen Bebauungsplan gibt - sind solche Vorhaben zulässig, wenn der Gebietscharakter dem eines Kerngebietes entspricht oder in direkter Nachbarschaft bereits zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig sind und es sich somit faktisch um ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel handelt.⁵⁶ Die Zulässigkeit der Ansiedlung eines FOC hängt jedoch nicht nur von der Einstufung des Standortareal in eine bestimmte Baugebietskategorie ab, sondern muß auch mit den Zielen der Raumordnung im Einklang stehen. Die jeweiligen Ziele der Landesplanung, Regionalplanung und der Raumordnung sind bei der Einzelfallprüfung jedoch der Abwägung seitens der Standortkommune entzogen. Die stringente Einzelfallentscheidung über die Zulässigkeit eines FOC-Vorhabens an einen bestimmten Standort ist erforderlich, da, wie bereits mehrfach erwähnt, von einer FOC-Ansiedlung erhebliche Auswirkungen auf die Raumordnung ausgehen können. Aufgrund dieser Tatsache muß in der Regel auch ein Raumordnungsverfahren nach § 15 Raumordnungsgesetz (ROG), in dem die „Raumverträglichkeit“ geprüft wird, durchgeführt werden. Dabei sind zahlreiche Aspekte zu beachten und zu untersuchen. Grundsätzlich sind FOC z.B. nicht an oberzentrale Standorte gebunden. Da aber das zentralörtliche Gliederungsprinzip nicht durch die Ansiedlung eines solchen Centers wesentlich beeinträchtigt werden darf (Beeinträchtigungsverbot), sind die Auswirkungen auf die, den im Einzugsbereich liegenden Orten jeweils zugewiesene zentralörtliche Funktion zu prüfen. Es ist jedoch seitens der Landesplanung möglich, von vornherein die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben allgemein auf bestimmte Standorte bzw. Orte mit einer bestimmten zentralörtlichen Funktion zu beschränken. Dabei sei jedoch zu beachten, daß die alleinige Deckungsgleichheit des Einzugsbereiches des FOC mit dem Verflechtungsbereich des zentralen Ortes nicht ausreichend für eine Ablehnung eines solchen Vorhabens ist - es gibt kein Kongruenzgebot.⁵⁷ Durch Standorte auf der „grünen Wiese“ würde zudem dem Leitbild der Raumordnung einer nachhaltigen Raumentwicklung entgegengewirkt.⁵⁸

Insgesamt sind bei der Beurteilung der Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens wie z.B. einem FOC u.a. folgende Aspekte zu untersuchen und/oder zu berücksichtigen:⁵⁹

- Größe des Einzelhandelsvorhabens, d.h. des geplanten FOC
- Relevanz des geplanten sowie nach den Festsetzungen im Bebauungsplan (B-Plan) zulässigen Sortiments für die Attraktivität der Innenstadt der Nachbarkommune(n)
- Orientierung des FOC auf den Einzugsbereich des Einzelhandels der Nachbargemeinde(n)
- Erreichbarkeit des FOC vom Gebiet der benachbarten Gemeinde(n)
- Aufgabenzuweisung, d.h. Zentralitätsgrad, der Standortkommune und der benachbarten Gemeinde(n)
- Lage des Standortes des geplanten Vorhabens innerhalb der planenden Gemeinde (innerhalb oder außerhalb des Zentrums)
- Erforderlichkeit des Einzelhandelsvorhabens für die angemessene Versorgung der eigenen Bevölkerung der Standortgemeinde

⁵⁶ Vgl. wie Anm. 21

⁵⁷ Vgl. Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Centern, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 28

⁵⁸ Vgl. Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 16

⁵⁹ Vgl. Güttler, Helmuth/Rosenkranz, Christa: Bericht über den Workshop zu Factory-Outlet-Centern am 20. Oktober 1999 in Berlin, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 6

- Abhängigkeit der wirtschaftlichen Existenz des FOC von der Kaufkraft der Einwohner in der Gemeinde bzw. deren Einzugsbereich
- Kaufkraftabfluß aus der/den Nachbargemeinde(n)

Auch sollten im Rahmen grundsätzlicher Überlegungen raumordnungs- und städtebaulich relevante Fragen wie z.B. nach „der Stärkung und der Sicherheit der Funktionsfähigkeit der Innenstädte, der städtebaulichen und stadtfunktionalen Integration, der Absicherung erfolgreicher und kostenträchtiger städtebaulicher Sanierungsmaßnahmen, Auswirkungen auf Verkehr und Umwelt sowie den regionalen Arbeits- und Ausbildungsmarkt“⁶⁰ berücksichtigt werden. Entscheidende Untersuchungskriterien sind demnach die städtebauliche Verträglichkeit und die Raumwirksamkeit eines FOC.

Wie aus der Aufstellung deutlich wird, besitzt eine FOC Auswirkungen auf dem geplanten Standort benachbarte Kommunen. Aus diesem Grund ist dem interkommunalen Abstimmungsgebot nach § 2 Abs. 2 BauGB eine zentrale Bedeutung beizumessen. Die Abstimmungspflicht wird danach notwendig, wenn ein geplantes Vorhaben erhebliche unmittelbare Auswirkungen von städtebaulicher und/oder landesplanerischer Relevanz auf Nachbarkommunen besitzt. So könnte es z.B. zur Verödung der Stadtstrukturen und/oder massiven Leerständen von Ladenlokalen sowie einer Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion in Nachbarkommunen kommen.⁶¹ Hier bilden die Umsatzauswirkungen einen entscheidenden Faktor.

Die Festlegung auf einen genauen Prozentwert, ab wann Umsatzauswirkungen für einzelne Kommunen unzumutbar sind, ist jedoch, zu mindestens wissenschaftlich fundiert begründet, nicht möglich. In der Rechtsprechung z.B. werden derzeit verschiedene Mindestwerte als Grundlage für die Erheblichkeit und ihre Überschreitung somit als gegen das FOC-Projekt sprechend angesehen. Hier werden „Umsatzauswirkungen zwischen 10 und 20% - je nach Sachverhalt - noch als zumutbar angesehen“⁶² Die in einer Studie der GMA zum Thema FOC aufgestellte „20-Prozent-Umsatzmarke“ dürfe jedoch nach Ansicht von Kritikern nicht auf Factory-Outlet-Center angewendet werden.⁶³

In einem immer freizügigeren und immer mehr zusammenwachsenden Europa werden allerdings die Auswirkungen eines FOC nicht an den Grenzen von Nationalstaaten halt machen. Daher wird eine grenzüberschreitende Abstimmung bei raumbedeutsamen Planungen sowie ein einheitlicher Umgang bezüglich der Genehmigung solcher Projekte immer notwendiger. Vor diesem Hintergrund wurde von den im Dreiländereck Deutschland-Holland-Belgien liegenden Regionen Nordrhein-Westfalen (D) und Wallonien (B), der flämischen Gemeinschaft (B) sowie der Provinz Limburg (NL) das Projekt TRADE⁶⁴ initiiert.

Das Anfang 1999 gestartete und durch das EU-Programm „Interreg II C North Western Metropolitan Area programme“ kofinanzierte Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, gemeinsame Kriterien für die Ansiedlung von Factory-Outlet-Center festzulegen und ein Verfahren der gegenseitigen Abstimmung bei Ansiedlungswünschen zu vereinbaren. Auch möchte man un-

⁶⁰ Wie Anm. 43

⁶¹ Vgl. wie Anm. 57

⁶² Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Centern, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 29

⁶³ Vgl. Pangels, Rolf: FOC-Prognosen. Von Irrtümern und Wahrheiten, in: BAG Handelsmagazin 5-6/2000, S. 59

⁶⁴ TRADE: Transnational Spatial Policy Co-ordination of Regional-Scale Out-of-Town Retail Development (dt.: Koordination der transnationalen Raumordnungspolitik für die regionale Entwicklung von Einkaufszentren „auf der grünen Weise“)

Von deutscher Seite sind das Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen, das Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen als Projektträger und der Deutsche Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. als Projektmanager beteiligt gewesen.

erwünschte Schädigungen der Standortkommune aber auch der Nachbarkommunen sowie einen ruinösen Wettbewerb bei der Ansiedlung von FOC vermeiden und diese auf städtebaulich vertretbare Standorte lenken. Besondere Brisanz erhält das Projekt TRADE zusätzlich dadurch, daß im Dreiländereck derzeit fünf Ansiedlungswünsche für eine FOC bekannt sind. Das Projekt kann als Pilotprojekt angesehen werden.

Als relevante Europäische Leitlinien werden im Projektbericht die Wettbewerbsfreiheit, das Europäische Raumentwicklungskonzept (EUREK) und die Vorgaben der EU-Richtlinie zur Umweltverträglichkeitsprüfung angesehen. Grenzübergreifende Mindeststandards stellen, so die Projektbeteiligten, die rechtliche Gleichbehandlung mit anderen großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die Berücksichtigung der möglichen Gefahr einer späteren Umnutzung sowie deren Verhinderung und die Aufteilung in Bauabschnitte dar. Die FOC sollten sich in das zentralörtliche Prinzip einfügen und an einem städtebaulich integrierten Standort mit guter ÖPNV-Anbindung errichtet werden. Des weiteren werden Umsatzauswirkungen von mehr als 10% bereits als kritisch angesehen - die weitere Entwicklung eines FOC nach dessen Eröffnung sei sorgfältig zu beobachten. Als Maßnahmen der grenzüberschreitenden Kooperation werden ein System der gegenseitigen grenzübergreifenden Unterrichtung und intensiven Beteiligung am Genehmigungsprozeß sowie ein grenzübergreifendes Monitoring vorgeschlagen. Die Kooperation müsse dabei aber auf freiwilliger Basis und durch bereits bestehende Behörden erfolgen.⁶⁵

Die Ergebnisse des TRADE-Projekt stellen einen (möglichen) Leitfaden für andere Regionen hinsichtlich der Steuerung von FOC-Vorhaben dar.

Aber nicht nur im europäischen Rahmen scheint eine Abstimmung und Vereinheitlichung des Umgangs mit FOC-Ansiedlungswünschen geboten. Auch innerhalb Deutschlands gibt es unterschiedliche Genehmigungsverfahren.⁶⁶

Ein weiteres Steuerungselement ist, wie bereits oben aufgeführt, die Festsetzung von Verkaufsfläche und Sortiment im meist vorhabenbezogenen Bebauungsplan (B-Plan) für das entsprechende Sondergebiet, in dem das FOC angesiedelt werden soll. Für die Aufstellung des B-Planes ist die jeweilige Standortkommune verantwortlich. In diesem Zusammenhang kann auch festgelegt werden, daß die Errichtung eines FOC nur in mehreren, separat zu genehmigenden Ausbaustufen erfolgen darf.

Hierbei stellt sich jedoch die Frage, wer die Einhaltung der im Bebauungsplan bzw. der darauf fußenden Baugenehmigung getroffenen Festsetzungen hinsichtlich des Warensortiments nach Inbetriebnahme des FOC überwacht und somit eine schleichende Umnutzung verhindert. Oftmals versuchen betroffene Nachbarkommunen bereits vor der Aufstellung eines entsprechenden Bebauungsplanes, diesen per Unterlassungsklage zu verhindern und somit das Vorhaben gerichtlich zu unterlaufen.⁶⁷

Neue Steuerungsansätze, die jedoch noch nicht abschließend hinsichtlich ihrer Zulässigkeit und Praktikabilität untersucht sind, wären die Ausweisung von Kern- und Sondergebieten in Abhängigkeit von der Gemeindegröße, die Einforderung neuer Baugenehmigungen bei Sortimentsänderungen, die Schaffung von Mindestanforderungen an FOC-Standorte und die Aufstellung ortsbezogener Ladenöffnungszeiten.⁶⁸

⁶⁵ Vgl. Empfehlungen der TRADE-Arbeitsgruppe im Internet auf der Homepage des „Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.“ <www.deutscher-verband.org/seiten/dv_ev_projekte/trade.html>

⁶⁶ Vgl. Pangels, Rolf: Factory-Outlet-Center. Diagnose Akute Factory Outleteritis, in: BAG-Handelsmagazin 11-12/2000, S. 53

⁶⁷ Vgl. Samson, Reimer: Outlet Center (OC). Markig und mutig, in: BAG-Handelsmagazin 5-6/98, S. 43

⁶⁸ Vgl. Güttler, Helmuth/Rosenkranz, Christa: Bericht über den Workshop zu Factory-Outlet-Centern am 20. Oktober 1999 in Berlin, in: Bundesamt ... (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000 Factory-Outlet-Center, S. 7

Wie abschließend festgehalten werden kann, gibt es eine Vielzahl von zu untersuchenden Aspekten und Auswirkungen bezüglich der Ansiedlung eines FOC, so daß eine Steuerung bzw. die möglichst restriktive Handhabung der Zulassung von solchen Centern durchaus gegeben ist. Bei der Diskussion um die Steuerung der Ansiedlungswünsche von FOC-Betreibern sollte jedoch beachtet werden, daß diese nur in der Planungsphase möglich ist, nicht mehr jedoch, wenn die Center in Betrieb sind.⁶⁹

In diesem Zusammenhang wird mehrfach betont, daß der Schutz bestimmter Einzelhandelsformen, z.B. des gewachsen innerstädtischen Facheinzelhandel, nicht überbewertet werden und dabei das Planungsrecht die Wettbewerbsfreiheit nicht beeinträchtigen solle. Durch den Verzicht der Planung auf Eingriffe in den Marktwettbewerb dürfe allerdings der Wettbewerbsverzerrung keinen Vorschub geleistet werden.⁷⁰ Der HDE fordert ebenfalls eine angemessene Berücksichtigung ökonomischer Aspekte bei der Steuerung von FOC-Vorhaben.

Auch die britische Regierung reagierte - wenn auch bislang ohne durchschlagenden Erfolg - auf die Veränderung der Einzelhandelslandschaft durch FOC-Ansiedlungen indem sie die weitere Expansion durch Planungsbeschränkungen zu bremsen versuchte.⁷¹

8. Fazit

Factory-Outlet-Center (FOC) besitzen zum Teil erhebliche Auswirkungen auf das Zentrengefüge, die Attraktivität der Innenstädte und den dort ansässigen gewachsenen Facheinzelhandel. Sind sie aber deswegen per se eine Bedrohung für bestehende Einzelhandelsstrukturen?

Wie konstatiert werden kann, hängt das Ausmaß der Veränderungen und Beeinträchtigungen ganz entscheidend vom jeweiligen Standort und der Größe, d.h. Verkaufsfläche, des FOC ab. So wird sich ein städtebaulich integrierter Standort in einem Oberzentrum deutlich geringer auf das Prinzip der zentralen Orte, die Nachbarkommunen und die vorhandene Einzelhandelsstruktur auswirken, als ein Standort auf der „Grünen Wiese“ in einem Ort mit niedriger zentralörtlicher Bedeutung. Zudem besitzt ein FOC nicht nur negative Auswirkungen, sondern kann auch positive Impulse für eine Region oder zu mindestens die Standortgemeinde auslösen.

Insgesamt gesehen werden die als negativ betrachteten Veränderungen deutlich überwiegen, so daß ein FOC nicht unbedenklich ist. Man sollte daher ein Ansiedlungsvorhaben eines Investors oder Betreiber hinsichtlich seiner Zulässig- und Genehmigungsfähigkeit sehr genau prüfen. Ein generelles Verbot der Handelsform „FOC“ ist jedoch - nicht nur wegen des Postulats der Wettbewerbsfreiheit oder seinen zu erwartenden erheblichen Auswirkungen - eindeutig abzulehnen. Es wäre zudem nicht zu verwirklichen.

Wenn man die Ansiedlung von Factory-Outlet-Centern sinnvoll planungsrechtlich steuert und somit versucht sie zu kanalisieren und die durch sie hervorgerufenen negativen Veränderungen zu minimieren, stellen die FOC meiner Meinung nach keine wirklich ernsthafte Gefahr für den bestehenden Einzelhandel dar. Um dieses Ziel jedoch zu erreichen ist es notwendig, daß dem Abstimmungsgebot, sowohl auf kommunaler, als auf regionaler, nationaler und supranationaler, d.h. europäischer, Ebene größtmögliche Bedeutung beigemessen wird. Auch bedingt diese Zielsetzung ein einheitliches Vorgehen aller Planungsbehörden hinsichtlich des Umgangs mit geplanten Vorhaben.

⁶⁹ Vgl. Regierungspräsidium Gießen (Hrsg.): Pressemitteilung 24/00 vom 03. März 2000

⁷⁰ Vgl. u.a. wie Anm. 63 und Wolf, Folkwin: Es ist nicht alles Gold, was glänzt, in: BAG Handelsmagazin 5-6/99, S. 22-23

⁷¹ Vgl. u.a. Pangels, Rolf: FOC-Prognosen. Von Irrtümern und Wahrheiten, in: BAG Handelsmagazin 5-6/2000, S. 60

Das TRADE-Projekt stellt diesbezüglich ein sehr gutes und zukunftsweisendes Beispiel der überregionalen und grenzüberschreitenden Abstimmung dar.

Grundsätzlich ist zu sagen, daß die Attraktivität der Innenstädte nicht nur von der Existenz oder nicht Existenz eines FOC abhängt. Dennoch werden hierdurch die Standortbedingungen für den Einzelhandel in höchstem Maße beeinflußt.⁷² Die Ansiedlung eines FOC kann aber auch dazu führen, daß der etablierte Einzelhandel am Standort Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung ergreift, die er ohne das Center nicht durchführen würde oder könnte, und somit die Anziehungskraft der Innenstadt der Standortkommune deutlich gesteigert wird.⁷³

Im Rahmen der absolut erforderlichen Steuerung von FOC-Vorhaben sollte man diese hinsichtlich ihrer Verkaufsfläche begrenzen, d.h. eine Überdimensionierung vermeiden, und sie auf städtebaulich integrierte Flächen lenken. Bei der Flächenauswahl sind Brach- und Konversationsflächen der Inanspruchnahme neuer Flächen vorzuziehen, um so den Flächenverbrauch und die Flächenversiegelung zu minimieren. Auch sollte man im B-Plan konkrete Vorgaben bzgl. des Sortiments festsetzen und diese regelmäßig kontrollieren.

Wenn die hier genannten Punkte berücksichtigt, lassen sich die Auswirkungen erheblich begrenzen.

Abschließend möchte ich festhalten, daß bei einer stringenten planungsrechtlichen Steuerung sowie einer möglichst restriktiven Handhabung von FOC-Ansiedlungen und der dadurch möglichen Begrenzung der Zahl der Standorte in Deutschland auf ein volkswirtschaftlich rentables und akzeptables Minimum, die Factory-Outlet-Center keine sehr große Bedrohung für den etablierten Einzelhandel und seine gewachsenen Strukturen darstellen. Man sollte sie daher nicht pauschal verteufeln. Kommt es aber zu standortpolitischen Fehlentscheidungen einzelner Planungsbehörden, z.B. aufgrund mangelnder Abstimmung mit anderen Planungsregionen und -behörden oder einem eventuell stattfinden ruinösen Standortwettkampf, so können die Auswirkungen erheblich sein und das Bedrohungspotential sehr schnell wachsen.

⁷² Vgl. wie Anm. 66

⁷³ Hierzu vgl. die in England gemachten Erfahrungen mit FOC an den Standorten Bicester und Swindon

9. Literatur

- Acocella, Donata/Fürst, Urs Christoph/Seimetz, Hans-Jürgen: Factory-Outlet-Center in Deutschland. Das Fallbeispiel „Designer Outlet Zweibrücken“, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2-3/1998, S. 89-98
- Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000. Factory-Outlet-Center, Bonn, 2000
- Ders.: Raumordnungsbericht 2000, Bonn, 2000, S. 143
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandel e.V. (Hrsg.): BAG-Handelsmagazin 7-8/98, S. 20
- Ders. (Hrsg.): BAG-Handelsmagazin 11-12/98, S. 27
- Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (Hrsg.): Mitteilungen und Informationen der BfLR 4/97, S.2-3
- Collier, Peter: Beschäftigungs- und arbeitsmarktpolitische Fragen, in: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000. Factory-Outlet-Center, S. 59-62
- Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. (Hrsg.): TRADE. Leitprinzipien, Standards und Verfahren zur grenzübergreifenden Kooperation bei FOC Genehmigungen. Empfehlungen der TRADE Arbeitsgruppe (Kurzfassung), Bonn, 2000
- Güttler, Helmut/Will, Joachim: Factory-Outlet-Center in Europa. Ein Reisebericht, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2-3/1998, S. 107-113
- Güttler, Helmuth/Rosenkranz, Christa: Bericht über den Workshop zu Factory-Outlet-Centern am 20. Oktober 1999 in Berlin, in: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000. Factory-Outlet-Center, S. 3-7
- Hahn, Barbara/Pudemat, Petra: Strukturwandel der Factory-Outlet-Center in den USA, in: Informationen zur Raumentwicklung Heft 2/3 1998, S. 88-106
- Handelsjournal 2/01, S. 60
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesplanung - Oberste Landesplanungsbehörde - : Landesentwicklungsplan Hessen 2000, Wiesbaden, 2000
- Moench, Christoph: Leitsätze zum Thema Factory-Outlet-Center, in: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Arbeitspapiere Heft 2/2000. Factory-Outlet-Center, S. 25-30
- Pudemat, Petra: Outlet-Center in den USA. Abnehmende Kunden-Akzeptanz und steigende Monotonie, in: BAG-Handelsmagazin 3-4/98, S. 55-58
- Pangels, Rolf: Rosinen-Pickerei, in: BAG-Handelsmagazin 9-10/98, S. 18-20
- Ders.: Ein Plädoyer für die Leidenschaft. Den ersten Schritt Wagen, in: BAG-Handelsmagazin 5-6/99, S. 22
- Ders.: FOC-Prognosen. Von Irrtümern und Wahrheiten, in: BAG-Handelsmagazin 5-6/2000, S. 58-60
- Ders.: Factory-Outlet-Center. Diagnose Akute Factory-Outletleeritis, in: BAG-Handelsmagazin 11-12/2000, S 50-53
- Regierungspräsidium Gießen: Regionalplan Mittelhessen 2000 - Entwurf zur 2. Offenlage, Gießen, 2000
- Ders.: Pressemitteilung 24/00 vom 03. März 2000, Gießen, 2000
- Ders.: Pressemitteilung 29/00 vom 10. März 2000, Gießen, 2000
- Samson, Reimer: Outlet Center (OC). Markig und mutig, in: BAG-Handelsmagazin 5-6/98, S. 43
- Ders.: FOC-Anhörung im Brandenburger Landtag. Kritik unerwünscht!, in: BAG-Handelsmagazin 7-8/99, S. 20
- Wolf, Folkwin: Es ist nicht alles Gold, was glänzt, in: BAG-Handelsmagazin 5-6/99, S. 20-23