



Dr. Lademann & Partner Friedrich-Ebert-Damm 311 22159 Hamburg

Landeshauptstadt Schwerin
Fachdienst Stadtentwicklung und Wirtschaft
Herrn Andreas Thiele
Fachdienstleiter
Am Packhof 2-6
19053 Schwerin

Friedrich-Ebert-Damm 311
22159 Hamburg
Telefon +49 40 645577-0
Telefax +49 40 645577-33
www.dr-lademann-partner.de
info@dr-lademann-partner.de

Altmarkt 10d
01067 Dresden
Telefon +49 351 8134-502
dresden@dr-lademann-partner.de

Prinzenallee 7
40549 Düsseldorf
Telefon +49 211 52391-448
duesseldorf@dr-lademann-partner.de

Königstraße 10c
70173 Stuttgart
Telefon +49 711 22254-489
stuttgart@dr-lademann-partner.de

Hamburg, 31. Oktober 2016

Stellungnahme /Plausibilitätsprüfung der Gutachten zum FOC Wittenburg

Sehr geehrter Herr Thiele,

nachfolgend senden wir Ihnen unsere Stellungnahme, die sich mit der Plausibilitätsprüfung der ift-Tourismusstudie (Mai 2015) sowie der ecostra-Auswirkungsanalyse zum FOC Wittenburg (Juni 2016) beschäftigt.

Annahmen zur Besucher- und Umsatzherkunft (ift und ecostra):

Sowohl in der Tourismusstudie als auch in der Auswirkungsanalyse werden Aussagen zur Besucher- und Umsatzherkunft getätigt.

In der ift-Tourismusstudie wird auf Seite 129 die Besucherherkunft absolut und in Prozent dargestellt. Die Besucheranteile in % belaufen sich demnach wie folgt:

- Bis 30 PKW-Fahrminuten: 6 %
- 30-60 PKW-Fahrminuten: 69 %
- 60-90 PKW-Fahrminuten: 12 %
- Über 90 PKW-Fahrminuten (sog. Streukunden): 13 %

Die prognostizierte Umsatzherkunft des erwarteten Gesamtumsatzes für das DOC (51,3 Mio. € brutto) innerhalb des ecostra-Gutachtens orientiert sich an dieser Verteilung (Seite 101), welches zu folgenden Umsätzen führt:

- Zone 1 (etwa bis 30 PKW-Fahrminuten): 6 % bzw. 3,1 Mio. €
- Zone 2 (etwa 30-60 PKW-Fahrminuten): 69 % bzw. 35,3 Mio. €
- Zone 3 (etwa 60-90 PKW-Fahrminuten): 12 % bzw. 6,3 Mio. €
- Streuumsätze (zumeist mehr als 90 PKW-Fahrminuten): 13 % bzw. 6,7 Mio. €.

Das heißt, der Anteil der Besucher ist deckungsgleich mit dem Anteil der Umsatzherkunft. Dieses ist in zweierlei Hinsicht als nicht konsistent zu bewerten: Erstens sind üblicherweise die Ausgaben pro Besucher signifikant höher, je weiter der zurückgelegte Weg und

Geschäftsführer
Sandra Emmerling
Prof. Dr. Rainer P. Lademann
Uwe Seidel

Commerzbank AG
IBAN: DE66 2004 0000
0220 1721 00
BIC: COBADEFF

Handelsregister
Hamburg HRB 36703

UST-IDNr. DE 118658500
Steuer-Nr. 50/739/00370



damit Aufwand zum Einkaufsort ist. Zweitens ist auch die Kaufkraft der weiter entfernt liegenden Einwohner (insbesondere in Richtung Hamburg) deutlich höher. Der Umsatzanteil aus der Zone 2 (insb. Hamburg) ist damit als deutlich überhöht zu bewerten¹.

Annahmen zur Ausdehnung des Einzugsgebiets und der dadurch erwartbaren möglichen Veränderung der Umverteilungsquoten (ecostra):

Direkt mit der Besucher- und Umsatzherkunft in Bezug stehend ist die Annahme, welches Einzugsgebiet ein FOC am Standort Wittenburg tatsächlich wird erreichen können. Richtigerweise kann das Einzugsgebiet eines Factory Outlet Centers, wie von ecostra einführend skizziert, ein Einzugsgebiet von 90 Fahrminuten und mehr erreichen. Dieses hängt allerdings sehr stark von folgenden Faktoren ab:

1. Größe der Gesamt-Verkaufsfläche und Attraktivität/Professionalität des Angebots
2. Wettbewerbsstandorten und deren Größe/Entfernung sowie Lage zu den sonstigen Bevölkerungsschwerpunkten
3. Erreichbarkeit und natürliche Frequenzen an einem Standort verbunden mit der Sichtbarkeit und Bekanntheit.

Zu 1) Die Gesamtverkaufsfläche des FOC Wittenburg wird mit 12.600 qm deutlich geringer sein als etwa der Standort Neumünster (rd. 21.000 qm) und voraussichtlich auch Schwierigkeiten haben, mit dem Angebot des professionellen Betreibers McArthur Glen „mitzuhalten“. Darüber hinaus ist derzeit durch die allgemein hohe Flächendichte sowie den Onlinehandel die Ausgangslage im stationären Textileinzelhandel (zahlreiche Insolvenzen und Netzbereinigungen/Schließungen) ungünstig. Dieses gilt auch für die klassischen Anbieter in Factory Outlet Centern, so dass die Neuvermietungen in jedem Falle in Zukunft schwierig sein werden.

Zu 2) Neben Neumünster wird es auch Überschneidungen mit den Einzugsgebieten der FOCs in Soltau und Wustermark geben. Die drei genannten Standorte liegen günstiger zu den jeweiligen Bevölkerungsschwerpunkten Hamburg² (Soltau und Neumünster) sowie Wustermark (Berlin). Daher ist davon auszugehen, dass diese bereits etablierten und näher/günstiger gelegenen Standorte ganz überwiegend die Einwohner der jeweiligen Metropolregion (weiterhin) abziehen werden, so dass nur noch ein geringeres FOC-spezifisches Potenzial für den Standort Wittenburg verbleibt.

¹ Bei der Ansiedlung des FOC in Soltau wurde für die Zone 30-60 Fahrminuten nur ein Besucheranteil von 45 % angenommen (Tourismusstudie ebenfalls von ift) - und das obwohl der Einwohneranteil in dieser Zone im Verhältnis deutlich höher lag als im Fall Wittenburg.

² Die Entfernung vom Zentrum Hamburgs beträgt 78 km zum Vorhabenstandort in Wittenburg. Die Standorte Soltau (73 km) und Neumünster (61 km) sind näher gelegen.



Zu 3) Die Autobahn BAB 24 verfügt (auf der Höhe Hagenow) nach der Statistik der Bundesanstalt für Straßenwesen (BaSt) über ein Volumen von rd. 27.000 PKW/24 Stunden. Die Zählstelle Bispingen (nächst gelegene zu Soltau) ergibt hingegen ein Volumen von rd. 59.000 PKW/24 Stunden, bei Neumünster wurden für das Jahr 2015 sogar 71.000 PKW/24 Stunden erfasst. Das zeigt, dass die Ausgangssituation in Wittenburg deutlich ungünstiger ist, einerseits hinsichtlich der erwartbaren klassischen Streukunden (ohne Touristen), andererseits auch um die Bekanntheit des Standorts durch seine Visibilität bei vorbeifahrenden Kunden zu erhöhen.

Insgesamt ist damit festzuhalten, dass das von ecostra angenommene Einzugsgebiet für das FOC Wittenburg, welches fast die vollständigen 90 Fahrminuten erreicht, als nicht plausibel zu bewerten ist. Tatsächlich ist davon auszugehen, dass Hamburg vor dem Hintergrund der relativ geringen natürlichen Ausrichtung der Hamburger nach Osten sowie der attraktiven Wettbewerbsstandorte Soltau und Neumünster, nicht mehr zum Einzugsgebiet zu zählen ist.

Innerhalb des ecostra-Gutachtens war das überwiegende Stadtgebiet von Hamburg (außer Altona und Eimsbüttel) sogar der Zone 2 zugerechnet worden. Dieses waren insgesamt 1,3 Mio. Einwohner, d.h. rd. 42 % der gesamten Einwohnerzahl des von ecostra angenommenen Einzugsgebiets bzw. 43 % (entspricht 23 Mio. €) des erwarteten Umsatzes.

Das bedeutet, dass sich bei einer geringeren Ausdehnung des Einzugsgebiets durch die „fehlenden Hamburger“ der Umsatz einerseits fast halbieren könnte. Andererseits würde, bei der Annahme eines gleich bleibenden Umsatzes, sich dieser zu Lasten von deutlich weniger Einkaufsbereichen verteilen. Die Folge wäre, dass die Umverteilungsquoten in den Städten in Westmecklenburg deutlich höher lägen. Für die Landeshauptstadt Schwerin (aber auch andere Zentrale Orte wie z.B. das nahe gelegene Mittelzentrum Hagenow) würden sich damit die Umverteilungsquoten deutlich erhöhen.

Für die Innenstadt von Schwerin hat ecostra Umverteilungsquoten von 5,2 % bei Bekleidung & Sportbekleidung sowie 9,1 % Umsatzrückgang zu Lasten der bestehenden Betriebe mit (Sport-)Schuhen & Lederwaren ermittelt.

Geht man nun davon aus, dass der prognostizierte Umsatz sich aus einem um Hamburg verkleinertem Einzugsbereich rekrutiert, bedeutet dieses exemplarisch für Bekleidung folgendes:

- Die rd. 16 Mio. € (Vgl. S. 106, ecostra), die in dem Rechenmodell zu Lasten von Hamburg (sogar noch ohne die Bezirke Eimsbüttel und Altona) umverteilt werden, verteilen sich nun anteilig auf die übrigen Einzelhandelsstandorte in der Zone 2, zu der nach ecostra auch Schwerin zählt.
- Das bedeutet für die Innenstadt von Schwerin, dass zu den ermittelten 4,4 Mio. € zu Lasten der Bekleidungsbetriebe in der Innenstadt noch weiterer Umsatz hinzukommt. Bei gleicher prozentualer Verteilung innerhalb der Zone 2 sind dieses 45 % der 16 Mio. € (d.h. 7,3 Mio. €). Insgesamt beläuft sich damit der realistische Umsatz-



rückgang zu Lasten der Bekleidungsbetriebe in der Schweriner Innenstadt 11,7 Mio. €.

- Dividiert durch einen innerstädtischen Bestandsumsatz von 83,5 Mio. € (Vgl. S. 68, ecostra) ergibt sich damit tatsächlich eine Umverteilungsquote von 7,2 %.

Nach dieser Vorgehensweise ergeben sich darüber hinaus in den anderen Sortimenten in der Schweriner Innenstadt:

- (Sport-)Schuhe/Lederwaren: 3 Mio. € Umsatzrückgang bzw. 34 % Umsatzrückgang!
- Sonstige Sortimente: 3,2 Mio. € Umsatzrückgang bzw. 11 % Umsatzrückgang.

Es zeigt sich, dass bei veränderten Annahmen zum Einzugsgebiet deutlich höhere Umverteilungsquoten zu Lasten des bestehenden Einzelhandels in Mecklenburg führen. Bezogen auf die Schweriner Innenstadt ergeben sich Umverteilungsquoten von z.T. deutlich oberhalb des 10 % Abwägungsschwellenwerts.

Annahmen zu den städtebaulichen Auswirkungen auf die Schweriner Innenstadt (ecostra):

Es muss nun geprüft werden, auf welche städtebauliche Basis die erhöhten absoluten und relativen Umsatzrückgänge treffen, d.h. welche Auswirkungen daraus resultieren können.

Die Auswirkungsanalyse von ecostra wurde im Juni 2016 veröffentlicht; die Begehungen und Erhebungen des Einzelhandelsbestands wurden aber bereits im Oktober 2014 durchgeführt. Das heißt, inzwischen haben sich wieder eine Reihe von Veränderungen ergeben. U.a. ist hier auf neu entstandene großflächige Leerstände in direkter 1a-Lage zu verweisen: Einerseits ist das der Anbieter Olymp & Hades direkt am Marienplatz, andererseits der Auszug des Elektronikfachmarkts Medimax Ende Mai 2016, der im Obergeschoss der Marienplatzgalerie verortet war. Hier befindet sich seitdem nun ein großer und sichtbarer Leerstand, der bis Oktober noch nicht vermietet wurde. Dieses zeigt, dass die Aufnahmefähigkeit des Mietmarktes für Einzelhandelsflächen mittlerweile aufgrund der starken Onlinekonkurrenz sehr eingeschränkt ist. Ob eine Vermietung daher in absehbarer Zeit an einen adäquaten Mieter erfolgen kann, ist daher derzeit nicht absehbar. Die Stabilität des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Schwerin“ ist damit eindeutig schlechter zu bewerten, als dieses noch im Oktober 2014 der Fall gewesen sein mag.

Hinzu kommt, dass auch die 1b-Lagen und erst recht die Nebenlagen der Schweriner Innenstadt, in der eher inhabergeführte Fachgeschäfte verortet sind, nicht die ökonomische Kraft von Mietern der Marienplatz-Galerie oder dem Schlosspark-Center haben. Noch höhere Umsatzrückgänge werden auch hier bei einer deutlichen Anzahl an Betrieben dazu führen können, dass der Umsatz soweit absinkt, dass die ökonomische Tragfähigkeit nicht mehr gegeben ist. Auch diese kleinflächigen Betriebe stellen in der Summe eine wichtige Stabilitäts- und Versorgungsfunktion für das Oberzentrum Schwerin dar. Eine gehäufte Aufgabe dieser kleinflächigen (Bekleidung-)Betriebe kann auch bereits bei einer Umverteilungsquote von 7 % erfolgen. Die Schwächung von Teilbereichen der Innenstadt, die „mehr ist“ als nur die beiden Shoppingcenter bzw. deren Ankerbetriebe, kann somit auch



zu „mehr als unwesentlichen Auswirkungen“ nach § 11 Abs. 3 BauNVO bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich ‚Innenstadt Schwerin‘ in Gänze führen.

Annahmen zu erwarteten Umsätzen / Flächenproduktivitäten des FOC Wittenburg (ecostra):

Ecostra erwartet in seiner Auswirkungsanalyse für das FOC Wittenburg nur einen Umsatz von insgesamt ca. 51,3 Mio. € (S. 100 ff.). Dieses entspricht bei der erwarteten Verkaufsfläche von 12.600 qm eine Flächenproduktivität von 4.075 €/qm. Erwähntermaßen handelt es sich dabei um eine unterdurchschnittliche Flächenleistung.

Zum Vergleich: Innerhalb des Verträglichkeitsgutachtens für das FOC Soltau wurde von einer Flächenproduktivität von etwa 4.600 bis 4.800 €/qm ausgegangen. Für Neumünster wurde zwar zunächst von einer geringeren Flächenleistung ausgegangen (3.600-4.000 €/qm), in einer gegnerischen Stellungnahme von der CIMA sowie einer Studie der BBE wurde gleichwohl eine durchschnittliche Flächenleistung von mindestens 5.000 €/qm angenommen. Bekanntermaßen liegen die tatsächlichen Werte z.T. noch deutlich darüber: FOC-Umsätze von durchschnittlich 7.000-8.000 € je qm VKF sind in Deutschland vorhanden (branchenweit bekannt; Betreiber veröffentlichen aber generell keine zitierbaren Zahlen).

Insbesondere vor dem Hintergrund einer notwendigen (realistischen und standortbezogenen) Worst Case-Betrachtung, die über einen Durchschnittswert hinausgeht, ist die von ecostra für Wittenburg angenommene Flächenproduktivität zu gering bemessen. Dem Worst Case wird daher nicht Rechnung getragen.

Annahmen den erwarteten Streuumsätzen / Touristen (ecostra und ift):

Die Planungen zum Wittenburg Village bzw. die gesamte Destination soll sich ganz wesentlich aus touristischen Umsätzen, d.h. solchen die idealerweise zusätzlich in die Region kommen, gespeist werden. Gerade die Analyse von ift widmet sich der Frage der regionalökonomischen Zugewinne durch Touristen.

Daher ist es sehr verwunderlich, dass sowohl ift (bei der Besucherherkunft) als auch ecostra (bei der Umsatzherkunft) von jeweils nur 13 % Streuumsätzen³ ausgehen. Gerade vor dem Hintergrund der erwarteten touristischen Effekte ist dieser Wert als extrem niedrig zu bewerten. Sollte in der Tat nicht mit mehr touristischen Umsätzen gerechnet werden, sind die touristischen Effekte für Mecklenburg umso mehr zu hinterfragen.

Darüber hinaus wird dieser Wert bereits in bestehenden Centern, die nicht in einer touristischen Region verortet sind, übertroffen. In der Verträglichkeitsanalyse (DLP 2009) zur Ansiedlung des Designer Outlet Centers in Soltau heißt es darin wie folgt: „[...] Aufgrund

³ Streuumsätze sind Umsätze, die von Zufallskunden, Durchreisenden sowie sonstigen Kunden und Touristen induziert werden, deren Wohnort sich außerhalb des Einzugsgebiets befindet.



der tatsächlichen Erfahrungen im Betrieb des FOC stellte sich allerdings heraus, dass über 30 % der Kunden von außerhalb dieses Einzugsgebiets kommen.“

Annahmen zu den regionalwirtschaftlichen Effekten durch den Betrieb des Wittenburg Village (ift):

Zur Ermittlung von nachhaltigen, d.h. über die Bauphase hinausgehenden, Effekten eines Factory Outlet Centers hat ift in seiner Tourismusstudie insbesondere ab Seite 128 Aussagen getätigt. Die Wertschöpfungseffekte teilen sich wie folgt auf:

- Vorleistungsbezug Outlet Center
- Vorleistungsbezug durch Erweiterung Hotel, Feriendorf und Schwimmhalle
- Personalkosten Wittenburg Village
- Ausgaben Outlet Besucher außerhalb des Outlet

Exemplarisch wurde die beiden letztgenannten Bereiche ‚Personalkosten‘ und externe ‚Ausgaben der Outlet Besucher‘ auf ihre Plausibilität untersucht.

Die Ausgaben im Rahmen von Kopplungsbesuchen wurden von ift ab der Seite 130 untersucht. Neben der Anzahl der erwarteten Besucher ist ein wesentlicher Einflussfaktor für die monetäre regionale Wertschöpfung die Annahme zu den Ausgaben pro Kopf. Diesen wurden hier mit 20,10 € betitelt, und damit 3 € weniger als der übliche Ausgabesatz für Tagesreisende. Dieser Abschlag um nur 3 € wurde mit den Ausgaben innerhalb der Gastronomie des Outlet Villages begründet.

Dieser nur extrem geringe Abschlag ist nicht nachvollziehbar. Vielmehr ist zu erwarten, dass von den üblichen Ausgaben eines Tagestouristen von 23,10 € (für die Bereiche Verpflegung im Gastgewerbe, Lebensmitteleinkäufe, sonstige Einkäufe, Freizeit/Unterhaltung und sonstiges Ausgabe, siehe S. 58 ift) ein deutlich höherer Budget-Anteil zuvor im Durchschnitt im Outlet selbst verbleibt - und eben nicht als externe Ausgaben zur Verfügung steht. Vielmehr ist - im für das Umland noch günstigen Fall - von Ausgaben pro Person von nur etwa 10 € je Besucher auszugehen, d.h. der im Landkreis verbleibende Bruttoumsatz (noch ohne Abzug der branchenspezifischen Wertschöpfungsquoten) betrage nur noch etwa 1,1 Mio. € statt der von ift ermittelten (und u.E. bereits für Wertschöpfungseffekte geringen) 2,2 Mio. €.

Ähnlich kritisch werden von Dr. Lademann & Partner die Wertschöpfungseffekte durch Personal(ausgaben) bewertet. Ift hatte bei der Analyse der Einkommenseffekte eine Aufteilung der Herkunft des Personals nach Wittenburg (20 %), Landkreis (insg. 50 %) und dem Land Mecklenburg-Vorpommern (insg. 80 %) vorgenommen. 20 % des Personals sollen demnach von außerhalb von MV kommen. Diese Herkunftsverteilung ist prinzipiell nicht zu kritisieren; zu kritisieren ist jedoch, dass keine Bereinigung um jene Personen vorgenommen wurde, die ihren Arbeitsplatz in das Outlet Center nur verlagern, d.h. vorher nicht arbeitslos waren. Dieser Anteil ist als nicht gering zu bewerten; vielmehr ist anzunehmen, dass analog der Umsatzumverteilungen bei den Verträglichkeitsgutachten eine



Personalverlagerung stattfindet, und somit nicht ausschließlich Zusatzarbeitskräfte aus dem FOC resultieren. Der neue Standort stellt damit auch, sowohl hinsichtlich der Einzelhandels- als auch der Gastronomieausgaben eine Konkurrenz zu den bestehenden regionalen Angeboten dar.

Fazit der Plausibilitätsprüfung:

Eine wesentliche Kritik gilt der prognostizierten Besucher- (ift) bzw. Umsatzanteile (ecostra) des Vorhabens. In beiden Fällen wird sich mit fast der Hälfte auf die Bewohner/Kaufkraft Hamburgs gestützt. Diese prognostizierte sehr weite Ausdehnung des Einzugsgebiets nach Westen wird von Dr. Lademann & Partner nicht geteilt. Eine derartige Verringerung des Einzugsgebiets würde auch zu einer deutlichen Verringerung der Umsätze (unterhalb der ökonomischen Tragfähigkeit von rd. 4.000 €/qm) führen. Dieses hätte nicht nur (noch) geringere Spillovereffekte in die Region zur Folge, sondern würde auch die Langfristigkeit der Investition in Frage stellen. Letzteres wird auch durch den weiterhin zunehmenden Druck des Onlinehandels auf Textileinzelhändler verschärft. Ergo: Das Einzugsgebiet ist deutlich zu groß - das Vorhaben stützt sich derzeit zu stark auf Hamburger. Sollten diese „wegbrechen“ wird dem Vorhaben die Grundlage entzogen.

Zudem sind die Kopplungsquoten mit nahe gelegenen Orten (Innenstädte oder Tourismusdestinationen) in der Region bereits nach ift als gering zu bewerten (dieses zeigen auch die Erfahrungen in Soltau, siehe ift Seite 83). Allerdings wurden selbst diese geringen Effekte voraussichtlich noch überhöht, da die zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgaben von Tagestouristen außerhalb des Outlets noch geringer ausfallen werden, da erfahrungsgemäß bereits ein Großteil des (Zeit- und Geld-)Budgets innerhalb des FOC konsumiert worden ist. Outlet-Besucher (mit Hauptanlass Outlet) sind meist Tagesbesucher, die mehrere Stunden innerhalb des Centers verbringen. Zumeist ist das „Zeitkontingent“ dann bereits ausgeschöpft, so dass die Kopplungsquote - anders als etwa Übernachtungsgästen des Hotels/Feriendorfs - mit Einrichtungen in der Region relativ gering ausfallen wird.

Diese vorliegende Plausibilisierung von ausgewählten Aspekten der Tourismus- und Auswirkungsanalyse zeigt, dass bei den ermittelten Zahlen in jedem Falle von hohen prognostischen Unsicherheiten auszugehen ist. Ob und in welcher Höhe überhaupt positive Effekte in der Region durch die Besucher selbst zu erwarten sind - oder ob vielmehr wettbewerbliche Effekte überwiegen - ist nicht eindeutig belegt. Darüber hinaus ergaben die eigenen Berechnungen bei Verkleinerung des Einzugsgebiets um Hamburg, dass mit deutlich höheren Umverteilungsquoten zu rechnen ist. Eine Überschreitung des 10 %-Abwägungsschwellenwerts und damit ein Verstoß gegen das Beeinträchtigungsverbot sind zu konstatieren.

Mit besten Grüßen

gez. Uwe Seidel

gez. Halina Gebert

Dr. Lademann & Partner GmbH