



**Antrag auf
Durchführung eines Raumordnungsverfahrens
zum Vorhaben „Erweiterung Zweibrücken Fashion
Outlet“**

gem. § 15 Raumordnungsgesetz (ROG) i.V.m. § 17 Landesplanungsgesetz (LPIG)

VIA Outlets Zweibrücken B.V.
Coolsingel 61, 7th Floor (Right)
NL-3012 AB Rotterdam
Niederlande

Kurzfassung vom 14.09.2021

INHALTSVERZEICHNIS

I. ANTRAGSGEGENSTAND UND ANTRAGSTELLER	3
1 Antragsgegenstand.....	3
2 Erforderlichkeit eines Raumordnungsverfahrens.....	5
II. GEPLANTE FESTSETZUNGEN IM BEBAUUNGSPLAN	5
III. ÜBERSICHT ÜBER DIE WICHTIGSTEN VOM TRÄGER DER PLANUNG ODER MASSNAHME GEPRÜFTEN STANDORTALTERNATIVEN UND DIE WESENTLICHEN AUSWAHLGRÜNDE	7
IV. PLANUNGSVORGABEN	7
V. BESCHREIBUNG DER VORHABENBEDINGTEN BEEINFLUSSUNG DER RAUM- UND SIEDLUNGSSTRUKTURELLEN ENTWICKLUNG DES GEBIETES SOWIE BESCHREIBUNG DER SONSTIGEN ERHEBLICHEN AUSWIRKUNGEN AUF DIE SIEDLUNGS- UND INFRASTRUKTUR	9
1 Verkehrliche Auswirkungen	9
2 Auswirkungen auf den Einzelhandel	10
2.1 Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenziale.....	10
2.2 Kaufkraft.....	13
2.3 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des ZFO	13
2.4 Kaufkraftbewegungen.....	14
2.5 Mögliche Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf ausgewählte zentrale Orte im Naheinzugsgebiet (Zone I).....	16
2.6 Mögliche Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf ausgewählte zentrale Orte im mittleren Einzugsgebiet (Zone II).....	17
2.7 Auswirkungen auf die zentralörtliche Struktur	17
2.8 Auswirkungen auf die Nahversorgung	17
2.9 Mögliche Auswirkungen unter Ansatz der maximalen Verkaufsflächenkorridore in den einzelnen Sortimentbereichen.....	18
3 Regionalwirtschaftliche- und touristische Effekte.....	18
4 Sonstige erhebliche Auswirkungen des Vorhabens auf die Siedlungs- und Infrastrukturen	18
5 Zusammenfassende Bewertung des Planvorhabens bezüglich der Ziele und Grundsätze der Raumordnung	19
VI. ALLGEMEINVERSTÄNDLICHE ZUSAMMENFASSUNG	21
1 Zusammenfassung der Auswirkungen auf die Raum- und Siedlungsstruktur	21
2 Zusammenfassung der Umweltauswirkungen.....	23
3 Gesamtfazit.....	23

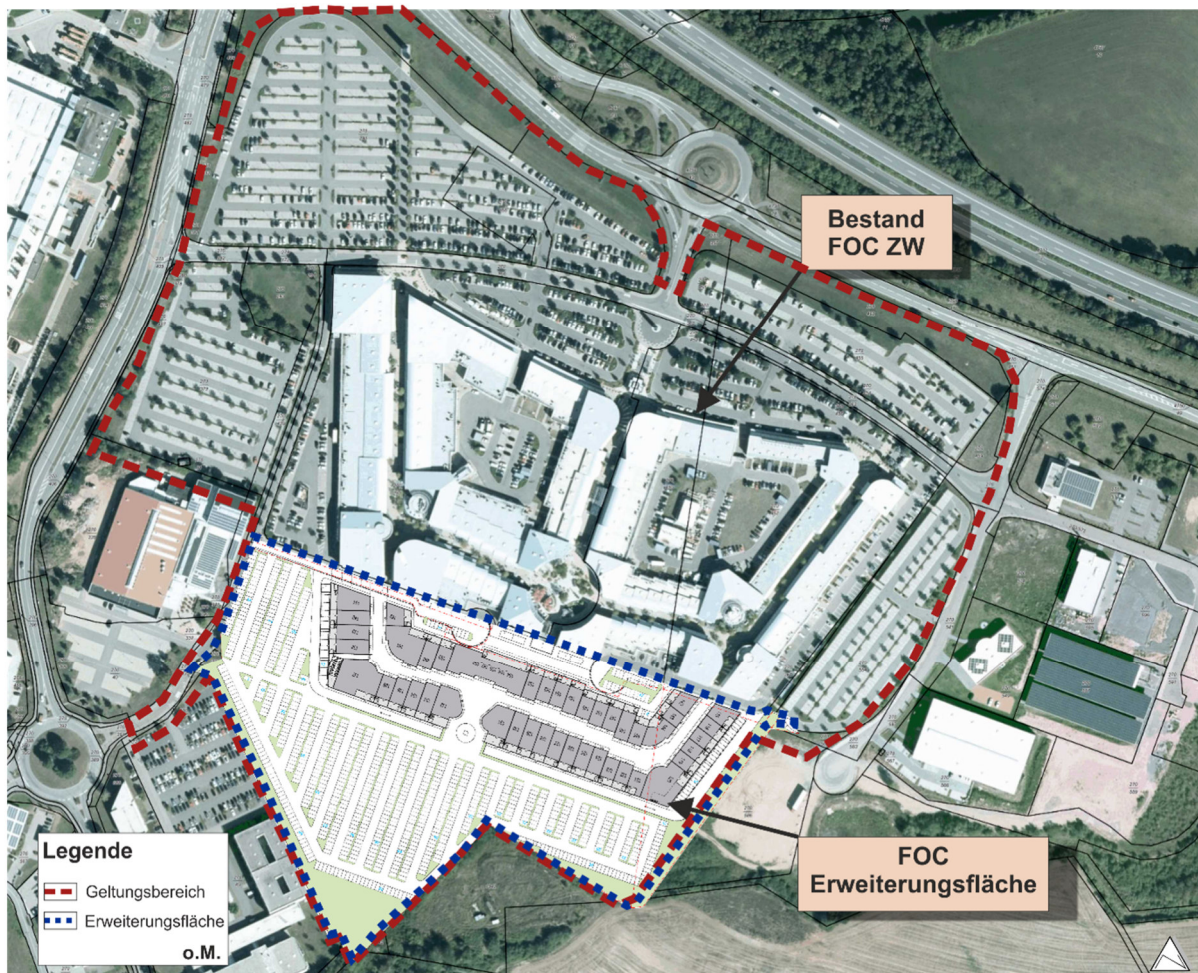
VII. ABBILDUNGSVERZEICHNIS 25

I. ANTRAGSGEGENSTAND UND ANTRAGSTELLER

1 Antragsgegenstand

Die Betreiberin des Zweibrücken Fashion Outlet (ZFO), VIA Outlets Zweibrücken B.V., beabsichtigt – aufgrund konkreter Zielvorstellungen – die Erweiterung des bereits bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet bauplanungsrechtlich vorzubereiten. Das Plangebiet mit ca. 21,6 ha befindet sich südlich der Autobahn A8 und südöstlich der Innenstadt von Zweibrücken. Es umfasst den Bereich des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet (Centers) sowie die südlich gelegene, geplante Erweiterungsfläche (vgl. Abbildung 1), welche auch in den Geltungsbereich des Bebauungsplanes miteinbezogen werden soll.

Am Standort in Zweibrücken ist die Erweiterung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet mit derzeit rund 21.000 m² Verkaufsfläche auf insgesamt 29.500 m² geplant. Das Erweite-



Grundlage: ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2021, dl-de/by-2-0, www.lverm-geo.rlp.de

Abbildung 1: Lageplan/Standortkonzept (Eigene Darstellung).

rungsvorhaben soll im Stil des Bestandsobjekts realisiert werden, wobei die räumliche Erweiterung unmittelbar südlich an das Bestandsobjekt andocken und die vorhandenen Wegestrukturen des Centers aufnehmen und fortsetzen soll. Zusätzliche PKW-Stellplätze sollen südlich und westlich des Erweiterungsbereichs entstehen (vgl. Abbildung 1).

Durch die Erweiterung sollen im Rahmen der 5. Ausbaustufe ca. 40 bis 50 neue Outlet Stores primär im hochpreisigen Luxus- und Premiumsegment¹ entstehen. Eine Erweiterung des ZFO ist Voraussetzung, um durch mehr Marken - vorrangig von hochwertigen Markenherstellern des Luxus-/Premiumsegments - insgesamt attraktiv zu bleiben und eine verstärkte Anziehungskraft für Kunden mit überdurchschnittlicher Kaufkraft aus großen Einzugsbereichen zu entwickeln. Der Verkauf soll zukünftig auch unter dem branchenüblichen Einsatz von zeitgemäßen, digitalen Techniken und Kanälen zur Vertriebsunterstützung gestaltet werden.

Ziel der Betreiberin ist es - neben den marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten - regionalwirtschaftliche und touristische Synergieeffekte zu generieren. Neben der Stärkung der Funktion des ZFO als Besuchermagnet für die Region durch die Erweiterung und eine intensivere Vermarktung, sollen in Kooperation mit touristischen Akteuren in der Region ergänzende Angebote entwickelt werden, um die Aufenthaltsdauer der Touristen in der Region zu verlängern und das Shopperlebnis mit den Kernsegmenten der Region (Naturtourismus, Wandern, Radfahren etc.) zu verbinden.

Für den Erweiterungsbereich setzt der rechtswirksame Bebauungsplan „Umfeld-DOZ, 1. Änderung“ (2017) ein sonstiges Sondergebiet „Parken-Designer Outlet Center Zweibrücken (DOZ)“ fest.

Der Bestandsbereich des heutigen „Zweibrücken Fashion Outlet“ ist im rechtswirksamen Bebauungsplan „Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung – Teil FOC (A)“ als Sondergebiet „Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/Freizeit- und Erlebnisbereich“ festgesetzt, welches u.a. der Unterbringung eines Fabrik-Verkaufs-Zentrums für Markenartikel, von Einzelhandelsbetrieben des Erlebniskaufs und von Erlebniseinrichtungen sowie von Freizeiteinrichtungen dient.

Das den Bestand und die Erweiterungsfläche umfassende Bebauungsplanverfahren soll als Änderungsverfahren durchgeführt werden. Der bestehende Bebauungsplan wird erweitert und soll nicht aufgehoben werden.

Ziel des Bebauungsplans „**Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken**“ ist die Erweiterung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet um zusätzliche ca. 8.500 m² Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der bestehenden Betriebe. Der Vorhabenträger beabsichtigt die Erweiterung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet in Richtung Süden, um Planungs- und Investitionssicherheit sowie eine nachhaltige und marktgängige Entwicklung (insbesondere Konkurrenzfähigkeit ggü. dem Onlinehandel) zu ermöglichen.

¹ *Markenartikel von hochwertigen Markenherstellern des Luxus-/Premiumsegments sind solche, die nach deren bekannter Ansiedlungspolitik sich im oberen (Premium-) und obersten (Luxus-) Preissegment gleichermaßen an anspruchsvolle nationale und internationale Kunden mit überdurchschnittlicher Kaufkraft wenden.*

Der Erweiterungsbereich im Plangebiet ist im Flächennutzungsplan aus dem Jahr 2005 (Teilländerung 14 „Umfeld-DOZ“) als „Sonderbaufläche Parken Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)“ dargestellt. Änderungsbedarf ergibt sich durch die Erweiterung des „Zweibrücken Fashion Outlet“ mit der Zweckbestimmung „großflächiger Einzelhandel“. Der rechtswirksame Flächennutzungsplan wird somit im Parallelverfahren zur Aufstellung des Bebauungsplanes „Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken“ fortgeschrieben.

Das Investitionsvolumen umfasst ca. 45-50 Mio. €.

Im Rahmen der kontinuierlichen Abstimmung wurde die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens mit integriertem Zielabweichungsverfahren in Zusammenhang mit den Bauleitplanverfahren vereinbart.

Der Grundsatzbeschluss zur geplanten Flächenerweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet wurde im Rahmen der 119. Sitzung der Verbandsversammlung des Zweckverbandes Entwicklungsgebiet Flugplatz Zweibrücken (Planungsträger) am 19. November 2019 gefasst.

2 Erforderlichkeit eines Raumordnungsverfahrens

Die geplante Erweiterung des bestehenden „Zweibrücken Fashion Outlet“ umfasst ca. 8.500 m² Verkaufsfläche (VKF). Das Vorhaben ist damit raumbedeutsam. Daher ist nach Abstimmung mit der SGD Süd ein Raumordnungsverfahren durchzuführen. Gem. Schreiben vom 23.03.2021 hat das Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz mitgeteilt, dass die SGD Süd mit der Durchführung des Raumordnungsverfahrens beauftragt ist.

Im Zuge des Raumordnungsverfahrens ist eine Vorprüfung zur Feststellung der UVP-Pflicht durchzuführen.

II. GEPLANTE FESTSETZUNGEN IM BEBAUUNGSPLAN

Geplante Festsetzungen im Bebauungsplan

Zur Umsetzung der Planung ist die Änderung der rechtswirksamen Bebauungspläne „*Umfeld-DOZ, 1. Änderung*“ und „*Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung – Teil FOC (A)*“ erforderlich. Das den Bestand und die Erweiterungsfläche umfassende Bebauungsplanverfahren soll als Änderungsverfahren durchgeführt werden. Der bestehende Bebauungsplan wird erweitert und soll nicht aufgehoben werden. Für den Bestands- und Erweiterungsbereich wird ein einheitlicher Bebauungsplan mit der Bezeichnung „**Fabrikverkaufszentrum Zweibrücken**“ mit einem Sondergebiet Bestandsbereich „**SO-B**“ und einem Sondergebiet Erweiterungsbereich „**SO-E**“ aufgestellt.

Für das bestehende „Zweibrücken Fashion Outlet“ bestehen ca. 130 „aktive“ Mietverträge, deren Laufzeiten bis zu 10 Jahre betragen und die -entsprechend der bisherigen Bebauungsplanfestsetzungen- keine Regelungen zu Verkaufsflächengrößen der einzelnen Sortimente

oder Warengattungen enthalten. Der oben benannte Bebauungsplan enthält lediglich Festsetzungen zur Gesamtverkaufsfläche aller Einzelhandelsbetriebe (21.000 m²) sowie Regelungen zur höchstzulässigen Größe der Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb (1.500 m²). Der aus den vorhandenen Baugenehmigungen resultierende Bestandsschutz soll nicht angetastet werden (geschützter Bestand).

Aus diesem heutigen Standard eines Raumordnungs- und Bebauungsplanverfahrens folgt, dass die angedachte Erweiterung des ZFO (im Folgenden: Erweiterungsbereich) Festsetzungen auch der Größe der einzelnen zulässigen Sortimente erforderlich macht. Um die Auswirkungen des erweiterten ZFO, also Bestands- und Erweiterungsbereich, beurteilen zu können, muss eine Anpassung des Bestandsbereiches mit dem Ziel erfolgen, auch dort die zulässigen Gesamtgrößen der Verkaufsflächen der zulässigen Sortimente festzusetzen. Damit wird für den Bestands- und zukünftigen Erweiterungsbereich ein neuer Gesamtbebauungsplan aufgestellt, dessen Gesamtauswirkung prognostiziert und rechtlich im Raumordnungsverfahren, Zielabweichungsverfahren und Bebauungsplanverfahren gewertet werden kann.

Dieser Regelungsansatz stößt jedoch auf Probleme, die sich aus dem planungsrechtlichen und tatsächlichen Vorhandensein des Bestandsbereiches und dem Betrieb des ZFO ergeben. Der Lösungsansatz besteht darin, dass die zulässigen sortimentsbezogenen Verkaufsflächen im Erweiterungsbereich so lange eingeschränkt werden, wie im Bestandsbereich Verkaufsflächenänderungen mit Auswirkungen auf Sortimente aufgrund des Bestandsschutzes unter laufenden Mietverträgen nicht verhindert werden können.

Mit der Einschränkung im Erweiterungsbereich wird sichergestellt, dass die Gesamtfläche aller Sortimente und die Gesamtverkaufsfläche jeweils konkret zulässiger Sortimente im Bestands- und Erweiterungsbereich zu keinem Zeitpunkt überschritten wird. Damit ist weiter sichergestellt, dass die gutachterliche Auswirkungsanalyse dem Bebauungsplanänderungsverfahren einheitlich für den Bestands- und Erweiterungsbereich zugrunde gelegt werden kann.

Verkauf von Markenartikel von hochwertigen Markenherstellern des Luxus- und Premiumsegments

Im Zusammenhang mit der Erweiterung des ZFO soll geprüft werden, ob auf (Teilen) der Erweiterungsfläche „Markenartikel von hochwertigen Markenherstellern des Luxus- und Premiumsegments“ vorzusehen sind.

Mögliches Regelungssystem

Im Bebauungsplan wird festgesetzt, dass auf den Erweiterungsflächen (ausschließlich/teilweise) Markenartikel von hochwertigen Markenherstellern des Luxus- und Premiumsegments angeboten werden müssen.

Unter Luxus- und Premiumsegment sind Markenartikel zu verstehen, die sich im oberen und obersten Preissegment befinden. Demnach wenden sich diese Markenartikel an anspruchsvolle nationale und internationale Kunden mit überdurchschnittlicher Kaufkraft.

Konfliktlösung

Können sich die Vertragspartner hinsichtlich der Einordnung „hochwertige Markenherstellung des Luxus- und Premiumsegments“ nicht einigen, ist ein Gutachter (...) zur Abgabe einer Stellungnahme zu beauftragen. Der Gutachter überlässt seine Stellungnahme zeitgleich allen Vertragspartnern.

Überbaubare Grundstücksflächen

Die überbaubaren und nicht überbaubaren Grundstücksflächen sollen durch Baugrenzen bezogen auf den Bestand und den geplanten Erweiterungsbereich festgesetzt werden. Dadurch wird eine Erweiterung im Sinne einer Verkaufsflächenvergrößerung des „Zweibrücken Fashion Outlet“ ermöglicht, aber die Lage räumlich eingegrenzt.

Zudem werden weitere Festsetzungen wie das Maß der baulichen Nutzung oder grünordnerische Festsetzungen in den Bebauungsplan aufgenommen.

III. ÜBERSICHT ÜBER DIE WICHTIGSTEN VOM TRÄGER DER PLANUNG ODER MASSNAHME GEPRÜFTEN STANDORTALTERNATIVEN UND DIE WESENTLICHEN AUSWAHLGRÜNDE

Wie bereits beschrieben, handelt es sich bei dem in Rede stehenden Vorhaben um die Erweiterung des bereits bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet. Da es sich um eine Änderung im Bestand bzw. eine Erweiterung des Bestandes mit dem Ziel handelt, zeitgemäße betriebliche Strukturen an einem Bestandsstandort zu erweitern, ist das Plangebiet lagemäßig festgelegt.

Mit Blick auf das Einzugsgebiet des Zweibrücken Fashion Outlet der kreisfreien Stadt Zweibrücken, den eingeführten Standort im Bereich nördlich des Flugplatzes Zweibrücken sowie die sehr gute verkehrliche Anbindung weist der Standort eine hohe Eignung für die geplante Erweiterung auf. Standorte mit vergleichbar hoher Eignung sind innerhalb der näheren Umgebung des Plangebiets nicht ersichtlich.

IV. PLANUNGSVORGABEN

Die Erfordernisse der Landesplanung Rheinland-Pfalz sind im aktuell gültigen Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) für Rheinland-Pfalz² vom November 2008 sowie im Regionalen Raumordnungsplan Westpfalz IV vom August 2012³ festgelegt.

² Ministerium des Inneren und Sport (Hrsg.): Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) – Herausforderungen erkennen, nachhaltig handeln, Zukunft gestalten; 2008, Mainz.

³ Planungsgemeinschaft Westpfalz (Hrsg.): Regionaler Raumordnungsplan Westpfalz IV; August 2012, Kaiserslautern. → Die Teilfortschreibung des Regionalen Raumordnungsplanes Westpfalz erfolgte in den Jahren 2014, 2016 und 2018.

Die Bewertung der zu berücksichtigenden Ziele für das Raumordnungsverfahren mit integriertem Zielabweichungsverfahren erfolgt in V 5 Zusammenfassende Bewertung des Planvorhabens bezüglich der Ziele und Grundsätze der Raumordnung.

Flächennutzungsplan

Der gültige Flächennutzungsplan der Stadt Zweibrücken aus dem Jahr 2005 stellt für den Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung“ – Teil FOC (A) Sonderbaufläche „DOZ-Freizeit- und Erlebnisbereich“ dar.

Gem. Flächennutzungsplanteiländerung 14 aus dem Jahre 2018 ist der Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Umfeld – DOZ, 1. Änderung“ als „Sonderbaufläche Parken Designer Outlet Center Zweibrücken DOZ“ dargestellt.

Der FNP ist dementsprechend für die Erweiterungsfläche zu ändern.

Rechtswirksame Bebauungspläne

Für den Vorhabenstandort bestehen folgende rechtswirksame Bebauungspläne:

„Umfeld – DOZ, 1. Änderung“ (2018):

Für den Erweiterungsbereich setzt der rechtswirksame Bebauungsplan „Umfeld-DOZ“, 1. Änderung ein sonstiges Sondergebiet „Parken-Designer Outlet Center Zweibrücken (DOZ)“ fest.

„Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/ Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung – 1. Teil FOC (A)“ (2003):

Der Bestandsbereich des heutigen „Zweibrücken Fashion Outlet“ ist im rechtswirksamen Bebauungsplan „Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich, 1. Änderung“ – Teil FOC (A)“ als Sondergebiet „Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)/Freizeit- und Erlebnisbereich“ festgesetzt, welches u.a. der Unterbringung eines Fabrikverkaufszentrums für Markenartikel, von Einzelhandelsbetrieben des Erlebniskaufs und von Erlebniseinrichtungen sowie von Freizeiteinrichtungen dient.

Das den Bestand und die Erweiterungsfläche umfassende Bebauungsplanverfahren soll als Änderungs- und Erweiterungsverfahren durchgeführt werden. Der bestehende Bebauungsplan soll nicht aufgehoben werden.

Einzelhandelskonzept Stadt Zweibrücken (Fortschreibung)

Die kreisfreie Stadt Zweibrücken verfügt über ein fortgeschriebenes Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit Sortimentsliste, das am 13.05.2020 vom Stadtrat der Stadt Zweibrücken beschlossen wurde und auf dessen Grundlage der Standort Zweibrücken Fashion Outlet einen Sonderstandort darstellt.

Einzelhandelskonzept VG Zweibrücken-Land

Der Verbandsgemeinderat Zweibrücken-Land hat in seiner Sitzung vom 14. Juni 2018 die Aufstellung eines Einzelhandelskonzept beschlossen. Der Entwurf zum Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Zweibrücken-Land liegt vor, es gibt jedoch noch keine abgestimmte Stellungnahme der oberen Landesplanungsbehörde und der Planungsgemeinschaft Westpfalz.

Das Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Zweibrücken-Land vom Februar 2019 enthält eine Betrachtung der regionalen Wettbewerbssituation mit u.a. dem Factory-Outlet-Center (FOC) Zweibrücken und der Innenstadt von Zweibrücken, mit den Innenstädten von Homburg und Pirmasens und mit der Einzelhandelssituation in der VG Zweibrücken-Land. Das FOC wird als überregional bedeutsamer Einzelhandelsstandort mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche, in dem hauptsächlich die Segmente Bekleidung, Schuhe und Sport angeboten werden, dargestellt. „Das verkehrsgünstig an der A 8 gelegene FOC Zweibrücken stellt eines der größten Outlet Center in Europa dar und zieht auch Kunden aus Frankreich an.“⁴

Ein Ausbau des Einzelhandels in der VG Zweibrücken-Land sei aufgrund der Siedlungsstrukturen und der regionalen Wettbewerbsstrukturen im Übrigen nicht zu erwarten.⁵

V. BESCHREIBUNG DER VORHABENBEDINGTEN BEEINFLUSSUNG DER RAUM- UND SIEDLUNGSSTRUKTURELLEN ENTWICKLUNG DES GEBIETES SOWIE BESCHREIBUNG DER SONSTIGEN ERHEBLICHEN AUSWIRKUNGEN AUF DIE SIEDLUNGS- UND INFRASTRUKTUR

1 Verkehrliche Auswirkungen

„Hinsichtlich der möglichen Auswirkungen auf den Verkehr ist zunächst allgemein festzustellen, dass jedes neu errichtete Einzelhandelsobjekt bzw. jede Verkaufsflächenerweiterung eines Einzelhandelsstandortes in gewissem Umfang zu einem erhöhten Verkehrsaufkommen in dem entsprechenden Standortbereich führt. Dabei ist grundsätzlich festzuhalten, dass nicht sämtliche Verkehre, die durch ein Einzelhandelsobjekt angezogen werden, auch originär neu erzeugt werden. Es kommt überwiegend zu einer Verlagerung bereits existenter Verkehre auf neue Standorte.“⁶

Zusammengefasst kommt der Fachgutachter im Rahmen der Potenzialuntersuchung zu dem Ergebnis, dass die Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet bei Annahme einer heutigen Belastung von rd. 3.800 Zu- und Abfahrten (Normalwerktag) zu einer Steigerung um rd. 750 Kfz/d und Fahrtrichtung führt.⁷

Sämtliche weitere betrachtete Querschnitte im Untersuchungsbereich weisen durch die Erweiterung lediglich geringe Verkehrszunahmen im Bereich zwischen 1 % und 3 % aus.

Die Potenzialuntersuchung kann nicht als Grundlage herangezogen werden um eine detaillierte Unterscheidung unterschiedlicher Szenarien (Werktag, Wochentag in Ferien, Samstag, verkaufsoffener Sonntag, Brückentag, etc.) abzuleiten. Die Aussage, dass nach der Erweiterung des FOC am Samstag ein geringfügig höheres und an verkaufsoffenen Sonntagen ein

⁴ BBE, 2019.

⁵ ebenda, 2019.

⁶ ecostra, 2019.

⁷ Vertec, 2020.

gegenüber dem Normalwerktag vergleichbares Belastungsniveau zu erwarten ist, ist daher den aktuell zur Verfügung stehenden Grundlagendaten geschuldet, als Abschätzung anzusehen.“⁸

Detaillierte Verkehrserhebungen wurden im Zeitraum Juli/August 2021 durchgeführt. Die Verkehrsuntersuchung ist noch in Bearbeitung und wird bis zur Antragskonferenz im November 2021 vorliegen.

2 Auswirkungen auf den Einzelhandel

Die Covid-19-Pandemie hat den Einzelhandel und v.a. auch den Einzelhandel mit Bekleidung und Schuhen einem enormen Druck ausgesetzt. „In der gesamten Breite des Marktes sind gerade bei den für ein Outlet Center relevanten Sortimenten durch den 1. Lockdown im März und April 2020 sowie die anschließenden Einschränkungen (Zugänglichkeit der Geschäfte, Maskenpflicht, Abstand etc.) bereits erhebliche Umsatzrückgänge zu konstatieren.“⁹ Die Situation wurde durch die Auswirkungen des 2. Lockdowns (seit Mitte Dezember 2020) vor allem in Verbindung mit dem ausgefallenen Weihnachtsgeschäft nochmals verschärft. Demnach wurde geprüft, inwiefern sich die Corona-Pandemie auf den Einzelhandel auswirkt.

Die Untersuchungen haben ergeben, dass größere Städte mit weiträumigen Einzugsgebieten und hohen touristischen Kundenanteilen stärker betroffen sind als kleinere Städte und Gemeinden. Des Weiteren lässt sich festhalten, dass die jeweiligen Einzelhandelsbranchen in unterschiedlichem Maß betroffen sind. So zählt zum Beispiel die Mode zu den klaren „Verlierern“ und zum Beispiel Lebensmittel, Drogeriewaren und vor allem Online-Shopping zu den eindeutigen „Gewinnern“. Zum Teil konnten die Umsatzrückgänge durch staatliche Stützungsmaßnahmen aufgefangen werden. Eine weitere Folge der Corona-Pandemie sind Geschäftsschließungen. Jedoch ist hier zu betonen, dass es sich bei den meisten Geschäftsaufgaben um Unternehmen handelt, die bereits vor der Pandemie eine kritische betriebswirtschaftliche Situation und strukturelle Probleme aufzeigten.

Die Corona-Pandemie hat einen beschleunigenden Effekt auf den Strukturwandel im Einzelhandel.

Es sind Umsatzrückgänge aufgrund der Corona-Pandemie zu verzeichnen. Durch das Ausscheiden von Betrieben aufgrund von Umsatzrückgängen aus dem Markt löst sich das verbleibende Umsatzvolumen nicht auf, sondern die entsprechende Kaufkraft sucht sich neue Ziele. Demnach ist davon auszugehen, dass der durch Corona beschleunigte Strukturwandel im Handel auch besondere Chancen für jene Betriebe bietet, die die Auswirkungen der Corona-Pandemie überstanden haben.¹⁰

2.1 Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenziale

„Das Einzugsgebiet des Zweibrücken Fashion Outlet umfasst einen Raum, welcher innerhalb Deutschlands die gesamte Fläche des Saarlands und das südliche Rheinland-Pfalz sowie

⁸ Vertec, 2020.

⁹ ecostra, 2021

¹⁰ ecostra, 2021

Grenzgebiete der benachbarten Bundesländer Baden-Württemberg und Hessen umfasst. Außerhalb von Deutschland zählen zudem noch Teilgebiete der französischen Départements Moselle und Bas-Rhin sowie der Süden Luxemburgs zum Einzugsgebiet.

Das Einzugsgebiet wurde in drei Intensitätszonen einer abgestuften Kundenanbindung unterteilt. Das Einzugsgebiet des Zweibrücken Fashion Outlet weist eine Zahl von insgesamt ca. 5.788.675 Einwohnern auf.¹¹

„Hiervon entfallen:

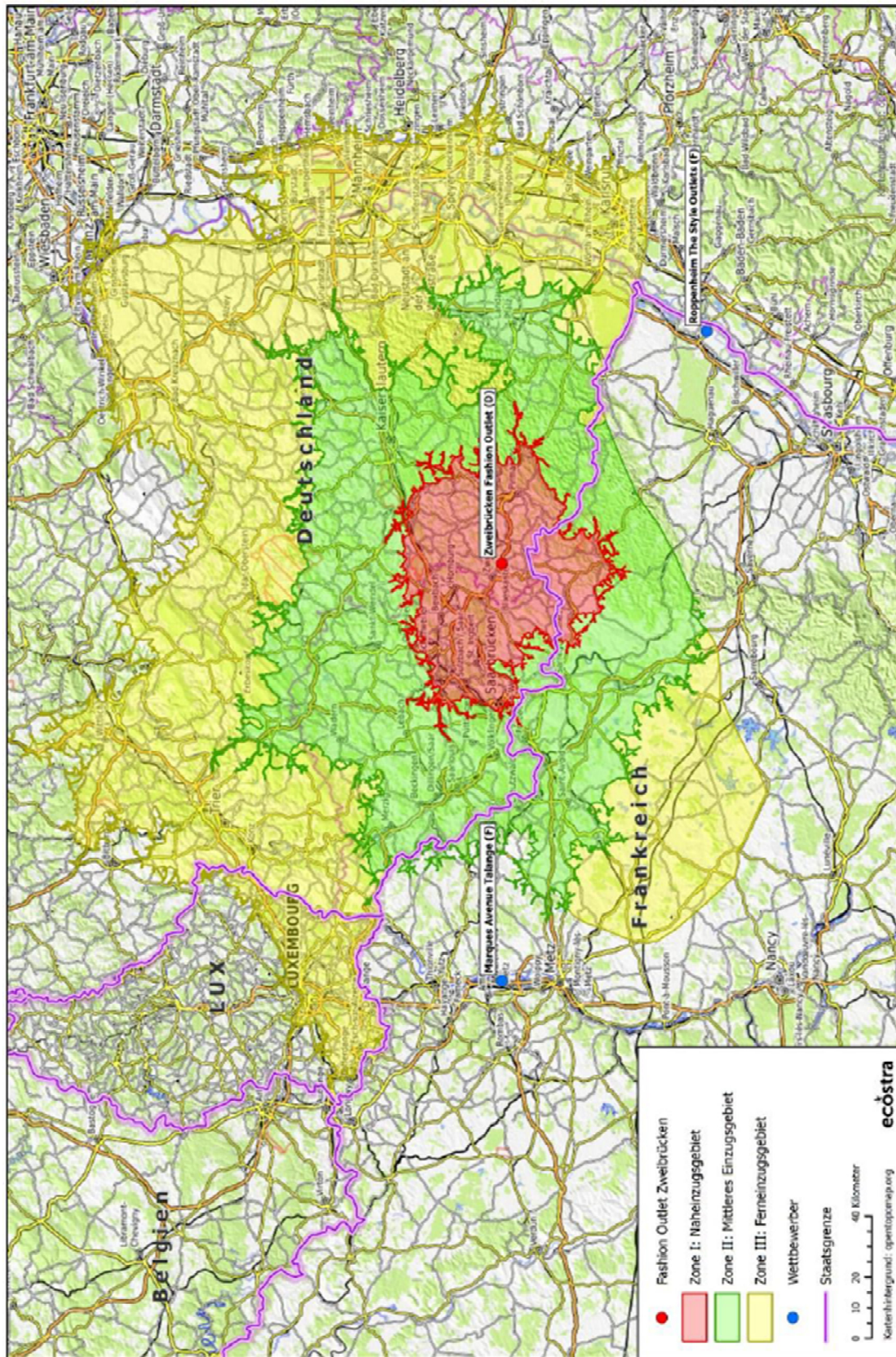
- ca. 680.170 Einwohner = ca. 11,8 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 1.328.565 Einwohner = ca. 22,9 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 3.779.940 Einwohner = ca. 65,3 % auf die Zone III (Fernezeugsgebiet)“

Damit entfallen ca. 2/3 des gesamten Einwohnerpotenzials auf das Fernezeugsgebiet (Zone III), während das Nah- und das mittlere Einzugsgebiet deutlich geringere Einwohnerzahlen aufweisen.“¹²

¹¹ ecostra, 2019.

¹² Junker+Kruse, 2019.

Abbildung 2: Einzugsgebiet für das Zweibrücken Fashion Outlet



Quelle: ecostra, 2019.

2.2 Kaufkraft

„Das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet beläuft sich auf **ca. 38.165,6 Mio. €**.

Hiervon entfallen:

- ca. 4.244,3 Mio. € bzw. ca. 11,1 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 8.355,1 Mio. € bzw. ca. 21,9 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 25.566,2 Mio. € bzw. ca. 67,0 % auf die Zone III (Fernezeugsgebiet)¹³

Im abgegrenzten Einzugsgebiet (Zone I bis III) beträgt das **projektrelevante Kaufkraftvolumen** insgesamt **ca. 9.187,1 Mio. €**. Davon entfallen ca. 4.370,0 Mio. € auf Bekleidung & Sportbekleidung, ca. 963,9 Mio. € auf Schuhe & Lederwaren inkl. Sportschuhe sowie 3.853,1 Mio. € auf die sonstigen Sortimente.¹⁴

2.3 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des ZFO

Zunächst wird in der Auswirkungsanalyse von ecostra die derzeitige räumliche Umsatzherkunft des ZFO nach den abgegrenzten Zonen des Einzugsgebiets dargelegt.

„Unter Berücksichtigung der Standorteigenschaften, der Marktsituation im Einzugsgebiet (Kaufkraft, Wettbewerbssituation etc.) sowie der Flächendimensionierung ist auf Grundlage der von ecostra durchgeführten Analysen davon auszugehen, dass sich der aktuelle Umsatz des Zweibrücken Fashion Outlet auf insgesamt **ca. 134,0 Mio. €** beläuft, was bei einer in Betrieb befindlichen Verkaufsfläche von derzeit ca. 20.150 m² einer Flächenproduktivität von ca. 6.650, --€ entspricht. Dabei handelt es sich um einen oberen Wertansatz.¹⁵

Mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet werden ca. 103,2 Mio. € bzw. ca. 77,0 % des Einzelhandelsumsatzes getätigt und auf Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes entfallen ca. 30,8 Mio. € bzw. ca. 23,0 % der Umsatzerwartung (sog. Streuumsätze¹⁶).

„Unter Berücksichtigung der Standorteigenschaften, der Marktsituation im Einzugsgebiet (Kaufkraft, Wettbewerbssituation etc.) und der Flächendimensionierung des erweiterten Zweibrücken Fashion Outlet ist von einem Umsatz in Höhe von insgesamt **ca. 190,9 Mio. €**, was bei einer Verkaufsfläche von ca. 29.500 m² einer Flächenproduktivität von ca. 6.470, --€ / m² VK entspricht [auszugehen].“¹⁷

Es ist von einer höheren Anziehungskraft aus weiter entfernten Zonen und Kunden außerhalb des Einzugsgebiets durch die Erweiterung der Verkaufsfläche und der einhergehenden Attraktivierung des Warenangebots auszugehen. Der relativ geringste Umsatzzuwachs erfolgt, be-

¹³ ecostra, 2019.

¹⁴ ecostra, 2021

¹⁵ ebenda, 2019.

¹⁶ Streuumsätze resultieren aus Warenkäufen von Kunden, die außerhalb des Einzugsgebietes wohnen. Der Streuumsatz lässt sich über Kunden- bzw. Passantenbefragungen abschätzen.

¹⁷ ecostra, 2021.

zogen auf die Streuumsätze und abgegrenzten Zonen des Einzugsgebiets, im Naheinzugsgebiet (Zone I) mit ca. + 13 %. Eine höhere Steigerung ist im mittleren Einzugsgebiet (Zone II) mit ca. + 26 % zu erwarten. Das Ferneinzugsgebiet (Zone III) wird mit ca. + 58 % eine noch höhere Steigerung erfahren. Am stärksten werden jedoch die Streuumsätze mit ca. + 73 % zunehmen.

Das Zweibrücken Fashion Outlet wird durch die geplante Erweiterung seine Marktposition festigen. Auch eine Marktdurchdringung in den Zonen II und III des abgegrenzten Einzugsgebiets wird durch das geplante Vorhaben verbessert werden. Durch die höhere Verkaufsflächendimensionierung erfolgt ein leichtes Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivität, die mit ca. 6.470 € je m² VK im europäischen Vergleich ähnlicher Center jedoch nach wie vor überdurchschnittlich ist.

Es handelt sich dabei um einen oberen Wertansatz. Dieser setzt in Bezug auf die Wettbewerbssituation eine umfangreiche Marketingaktivität voraus, um einen höheren Umsatzanteil mit Kunden aus dem bevölkerungsreichen Ferneinzugsgebiet oder von außerhalb des Einzugsgebiets und Touristen zu erzielen. Des Weiteren erreicht das Outlet Center durch die geplante Verkaufsflächendimensionierung und mit einem attraktiven Mieterbesatz eine bessere Positionierung als „Tourismusdestination“ für internationale und außereuropäische Besucher.

Einen höheren Umsatz als das derzeitige Bestandsobjekt (ca. 36,3 Mio. € im Vergleich zu aktuell 32,2 Mio. €) wird durch die Erweiterung des ZFO auch im Hinblick auf Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Zone I) abschöpfen. Jedoch wird der relative Umsatzanteil der Bewohner des Naheinzugsgebiets von derzeit ca. 24 % auf ca. 19 % des Gesamtumsatzes sinken. Dies wird begründet mit der bereits jetzt schon hohen Einkaufsorientierung auf das bestehende Zweibrücken Fashion Outlet.¹⁸

2.4 Kaufkraftbewegungen

Die durch die geplante ZFO-Flächenerweiterung ausgelösten Kaufkraftbewegungen wurden vor dem Hintergrund der ermittelten Umsatzleistung sowie der räumlichen Umsatzherkunft analysiert.

Nach der Erweiterung wird das Zweibrücken Fashion Outlet zukünftig laut Berechnungen ca. **56,9 Mio. €** mehr an Kaufkraft binden als heute. Es sind gewisse Veränderungen der Kaufkraftströme für den Einzelhandel im Untersuchungsraum aufgrund der Umsatzausweitung zu erwarten. Das bedeutet, dass neue Kaufkraftströme geschaffen und bestehende Kaufkraftströme verändert werden.

Insgesamt 11,8 Mio. € an Umsatz werden innerhalb der Zone I (Naheinzugsgebiet) umverteilungsrelevant und werden dem Einzelhandel in den entsprechenden Städten entzogen.

Für die Zone II ergibt sich ein umverteilungsrelevanter Umsatz von ca. 5,1 Mio. €, der dem Einzelhandel in dieser Zone entzogen wird.

¹⁸ ecostra. 2021

„Die sich für die Zone II durch die geplante Erweiterung ergebenden zonenübergreifenden Veränderungen der Kaufkraftströme können – analog zur Zone I – wie folgt beschrieben werden:

- Umlenkung von bislang durch den örtlichen Einzelhandel gebundene Kaufkraft der eigenen Wohnbevölkerung der jeweiligen Stadt und Gemeinde bzw. des mittleren Einzugsgebiets (Zone II) insgesamt auf das Untersuchungsobjekt (= Umsatzrückgang des jeweiligen örtlichen Einzelhandels in der Zone II)
- Umlenkung von Kaufkraft der eigenen Wohnbevölkerung der jeweiligen Stadt und Gemeinde bzw. des mittleren Einzugsgebiets (Zone II) insgesamt auf das Untersuchungsobjekt, welche bislang an Standorte außerhalb des abgegrenzten mittleren Einzugsgebiets (und hier z.B. in die Innenstadt von Mannheim) abgeflossen ist (= Umsatzrückgang im Einzelhandel außerhalb der Zone II)
- Umlenkung von Kaufkraft der Wohnbevölkerung des Nah- und Ferneinzugsgebietes (Zone I + III) sowie darüber hinaus (z.B. von Pendlern oder Touristen), welche bislang durch den Einzelhandel in der Zone II gebunden war und zukünftig im Untersuchungsobjekt als Umsatz wirksam wird (= Umsatzrückgang des jeweiligen örtlichen Einzelhandels in der Zone II).

Worst-Case-Ansatz:

„Es handelt sich vor dem Hintergrund der konkreten Standort- und Marktbedingungen um einen absolut oberen Wertansatz. Da die Auswirkungsanalyse bereits im Jahr 2019 durchgeführt wurde, stellt dieser obere Wertansatz aber eine Umsatzerwartung dar, welche unter Corona-Bedingungen mit entsprechenden Einschränkungen im Einzelhandel für das ZFO kaum zu erreichen sein wird.“¹⁹

Es wird, bezogen auf den zu erwartenden Umsatzabzug gegenüber dem betroffenen Bestand in der Zone I (Naheinzugsgebiet), davon ausgegangen, dass...

- „nahezu der gesamte zusätzliche Umsatz des Untersuchungsobjektes mit Kunden **aus der Zone I (Naheinzugsgebiet)** in Höhe von ca. 4,1 Mio. € zuvor durch den Einzelhandel in den Städten und Gemeinden der Zone I gebunden war und somit zu Lasten des dortigen Bestandes geht. Eine Kaufkraftbindung von ca. 95 % für die Zone I ist ein hoher Wertansatz, welcher mögliche Kaufkraftabflüsse in das mittlere Einzugsgebiet (Zone II), z.B. nach Kaiserslautern, Saarlouis, ins Outlet Center Wadgassen oder ins Einkaufszentrum „B'Est“ in Farébertviller (F) fast vollständig außer Acht lässt. Damit ist sichergestellt, dass die möglichen Auswirkungen des Vorhabens in keinem Fall unterschätzt werden.
- auf der anderen Seite von ca. 9,1 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **aus der Zone II (mittleres Einzugsgebiet)** ca. 4,6 Mio. € bzw. ca. 50 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf den erweiterten Projektstandort – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam

¹⁹ ecostra, 2021.

werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Zweibrücken Fashion Outlet in seiner derzeitigen Dimensionierung und Konzeptionierung bereits eine sehr starke Marktposition einnimmt und insbesondere im Kerneinzugsgebiet über eine relativ hohe Marktdurchdringung verfügt. Durch die geplante Erweiterung der Verkaufsflächendimensionierung des ZFO kann realistischerweise eigentlich ausgeschlossen werden, dass Kunden aus der Zone II in so hohem Maße in ihrem Einkaufsverhalten von sonstigen Einzelhandelsstandorten in der Zone I zum ZFO wechseln. Diese werden in der weit überwiegenden Mehrheit entweder bereits zuvor im ZFO eingekauft haben oder aber bei ihren bisherigen Einkaufsdestinationen außerhalb der Zone I verbleiben. Bei dem angesetzten Wert von 50 % bzw. ca. 4,6 Mio. € handelt es sich in Anbetracht der aktuell erkennbaren Kaufkraftströme somit um einen absolut oberen Wert im Sinne eines „worst case“-Ansatzes, um die Auswirkungen der geplanten Erweiterung keinesfalls zu unterschätzen.

- von ca. 21,1 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **aus der Zone III (Fern-einzugsgebiet)** weitere ca. 2,1 Mio. € bzw. ca. 10 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. Dies betrifft v.a. Kaufkraftzuflüsse aus dem westlichen Ferneinzugsgebiet in Frankreich und Luxemburg, von wo Einkaufstouristen aufgrund von abweichenden Angeboten und Preisunterschieden bisher insbesondere die Landeshauptstadt Saarbrücken aufsuchen. In Anbetracht der bereits hohen Entfernungen und des räumlich wenig weit ausgeprägten Ferneinzugsgebietes im französischen und luxemburgischen Raum handelt es sich auch hier um einen absolut oberen Ansatz.
- von ca. 22,6 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (sog. Streuumsätze)** ca. 1,1 Mio. € bzw. ca. 5 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. Auch hier handelt es sich überwiegend um französische Einkaufstouristen aus den Gegenden rund um das „Marques Avenue Talange“ und „Roppenheim The Style Outlets“, welche nicht zum abgegrenzten Einzugsgebiet des ZFO zählen. Vor dem Hintergrund der nahe gelegenen konkurrierenden Outlet Center stellen ca. 5 % bzw. ca. 1,1 Mio. € ebenfalls einen absolut oberen Wert im Sinne eines „worst case“-Ansatzes dar, der in der Praxis deutlich niedriger liegen dürfte.“²⁰

2.5 Mögliche Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf ausgewählte zentrale Orte im Naheinzugsgebiet (Zone I)

Im Rahmen der ecostra-Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des ZFO wurde eine Vollerhebung des Einzelhandels in allen Ober- und Mittelzentren in einem Radius von ca. 30 PKW-Fahrminuten um den Untersuchungsstandort durchgeführt.

²⁰ ecostra, 2019.

Diese Vollerhebung fand vor dem Auftreten der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft und den Einzelhandel im Jahr 2018 statt. Demnach wurde erneut eine Begehung im Jahr 2021 durchgeführt, um so Aussagen über die möglichen Corona-bedingten Veränderungen treffen zu können und die Aussagen der Wirkungsanalyse zur Erweiterung des ZFO auf einen möglichst aktuellen Datensatz zu stützen. Die qualitative Begehung fand unter anderem in den Innenstädten von Neunkirchen, Homburg und Pirmasens statt.

Die Ergebnisse der Analysen zur geplanten Erweiterung des ZFO in Bezug auf die ausgewählten zentralen Orte im Naheinzugsgebiet (Zone I) haben ergeben, dass die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht als verträglich zu bewerten.²¹

2.6 Mögliche Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet auf ausgewählte zentrale Orte im mittleren Einzugsgebiet (Zone II)

Die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlets wirkt sich unter anderem auf die Angebots- und Wettbewerbssituation des Einzelhandels des mittleren Einzugsgebiets (Zone II) aus. Im Rahmen der Wirkungsanalyse wurden das Oberzentrum Kaiserslautern, das Mittelzentrum Landau in der Pfalz und das Mittelzentrum St. Wendel diesbezüglich untersucht. Auf alle drei Untersuchungsgebiete bezogen sind die möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes aus gutachterlicher Sicht als verträglich zu bewerten.²²

2.7 Auswirkungen auf die zentralörtliche Struktur

„Nachhaltig negative Auswirkungen auf die landesplanerisch festgelegte zentralörtliche Hierarchie und die entsprechenden Versorgungsfunktionen durch das Erweiterungsvorhaben können ausgeschlossen werden.“²³

2.8 Auswirkungen auf die Nahversorgung

Eine Gefährdung der verbrauchernahen Versorgung im Sinne eines Ausdünnens von Nahversorgungsstandorten der kurzfristigen Bedarfsdeckung kann durch die geplante Erweiterung des ZFO ausgeschlossen werden, wenn jeweils maximal 400 m² für die Sortimente „Süßwaren, Schokolade, Feinkost, regionale Spezialitäten“ sowie „Körperpflege, Kosmetik“ umgesetzt werden.²⁴

Es ist vorgesehen hierzu eine entsprechende Regelung in die textlichen Festsetzungen aufzunehmen.

²¹ Ecostra, 2019

²² ecostra, 2021

²³ ebenda, 2019.

²⁴ ebenda,2019.

2.9 Mögliche Auswirkungen unter Ansatz der maximalen Verkaufsflächenkorridore in den einzelnen Sortimentsbereichen

Für die einzelnen projektrelevanten Sortimentsbereiche wurde mit Flächenwerten gerechnet, die sich aus einer möglichst realitätsnahen Einschätzung der hier zu erwartenden Sortimentsstruktur ergeben. Damit eine sachgerechte Einschätzung und Bewertung einer Erweiterung des ZFO um 8.500 m² VK (und nicht um 6.500 m² VK, was der Summe der Minimalwerte, bzw. nicht um 10.200 m² VK, was der Summe der Maximalwerte entsprechen würde) vorgenommen werden kann, wurde auf Ebene der projektrelevanten Sortimentsbereiche mit Mittelwerten gerechnet.

Insgesamt sind die zur geplanten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet unter einer „worst-case“ – Betrachtung ermittelten Umsatzverteilungsquoten aus fachgutachterlicher Sicht auch unter den veränderten Bedingungen in der Folge der Corona-Pandemie als städtebaulich und raumordnerisch verträglich einzustufen.

Das Planvorhaben ist auch unter den Annahmen der Modellrechnung – eines theoretisch möglichen Umsatzanteils von ca. 25 % mit Kunden aus der Zone I – und den hieraus resultierenden Wirkungen städtebaulich, raumordnerisch und wirtschaftsstrukturell aus fachgutachterlicher Sicht nach wie vor als verträglich zu bewerten.²⁵

3 Regionalwirtschaftliche- und touristische Effekte

Das Zweibrücken Fashion Outlet stellt eine shoppingtouristische Destination dar. Touristisch attraktiv sind ebenso die sich in der unmittelbaren Nachbarschaft befindlichen Attraktionen wie beispielsweise ein Indoor-Freizeitpark (World of Fun Zweibrücken mit Eishalle, Indoor-Spielplatz, Bowlingcenter, Minigolf und Gastronomie) und eine Indoor-Kartbahn. Durch die Erweiterung des ZFO soll das Center konkurrenzfähig weiterentwickelt werden und Shoppingtouristen, aber auch Tagesausflügler und Kurzurlauber anziehen, von denen neben dem ZFO als Besuchermagneten auch die umliegenden Tourismusregionen (Gastronomie, Hotels, Anbieter weiterer touristischer Angebote etc.) profitieren sollen.

Des Weiteren soll durch die geplante Erweiterung die Anzahl an Arbeitsplätzen gesteigert werden und eine höhere Besucherzahl pro Jahr erreicht werden. Zusätzlich profitieren die Stadt Zweibrücken und das Bundesland Rheinland-Pfalz von Anteilen an der Umsatzsteuer, die aus dem im Zweibrücken Fashion Outlet zusätzlich erzielten Einzelhandelsumsatz anfällt.

4 Sonstige erhebliche Auswirkungen des Vorhabens auf die Siedlungs- und Infrastrukturen

Neben den einzelhandelsrelevanten, den verkehrlichen, den regionalwirtschaftlichen und den touristischen Auswirkungen sind auch die Gewerbelärmeinwirkungen an den nächstgelegenen störempfindlichen Nutzungen in der Umgebung des Plangebiets und die Auswirkungen der

²⁵ ecostra, 2021.

Planung auf die Verkehrslärmverhältnisse entlang der Hauptzufahrtsstraße zum Plangebiet zu untersuchen und zu beurteilen.

Die geplante Erweiterung weist lediglich geringfügige Pegelerhöhungen entlang einzelner Straßenabschnitte auf. Eine Verkehrslärmpegelerhöhung ist auf den westlichen Zufahrtsstraßen des ZFO zu erwarten, jedoch befindet sich entlang dieser Straßenabschnitte keine schutzbedürftigen Nutzungen innerhalb der bestehenden Gewerbegebiete, die von den Verkehrslärmpegelerhöhungen betroffen sein könnten. Insgesamt sind die Auswirkungen als gering einzustufen.

Sonstige erhebliche Auswirkungen des Vorhabens auf die Siedlungs- und Infrastrukturen sind nicht zu erwarten.

5 Zusammenfassende Bewertung des Planvorhabens bezüglich der Ziele und Grundsätze der Raumordnung

Neben der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit ist zudem zu untersuchen und nachzuweisen, ob bzw. dass das Vorhaben mit den landes- und regionalplanerischen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels kompatibel ist.

Die Ziele, die im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung zu beachten sind, werden wie folgt bewertet:

Z 57 Zentralitätsgebot:

Das Zentralitätsgebot ist erfüllt. Die Stadt Zweibrücken ist ein zentraler Ort. Schon der „Abschlussentscheid des Raumordnungsverfahrens (ROV) vom 16.06.1997 über die Errichtung eines Designer Outlet Zweibrücken (DOZ)“ – im Folgenden: Abschlussentscheid – geht davon aus. Im LEP III wurde noch der Begriff des Konzentrationsgebots verwendet. Im Abschlussentscheid heißt es auf Seite 35:

„Das geplante Vorhaben trägt dem Konzentrationsgebot insofern Rechnung, als die Stadt Zweibrücken im LEP III als Mittelzentrum im Grundnetz ausgewiesen ist. Ziel der Landesplanung ist es, dass die Mittelzentren des Grundnetzes über eine vollständige mittelzentrale Ausstattung verfügen (LEP III, Kap. 2.4.3.6); sie stellen als Versorgungsschwerpunkte ihres jeweiligen Verflechtungsbereiches das Rückgrat dieser Versorgungsebene dar.“

Als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums ist die Stadt Zweibrücken zur Ansiedlung von Betrieben des großflächigen Einzelhandels mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche – und damit auch zur Ansiedlung bzw. Erweiterung eines Outlet Centers – vorgesehen, wie es die Landesplanung festlegt (vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008, Kap. 3, Punkt 3.2.3, Z57). Das bestehende ZFO ist seit vielen Jahren am Standort Zweibrücken etabliert und bedingt sehr hohe Kaufkraftzuflüsse in das Mittelzentrum.²⁶

Ein Zielabweichungsverfahren ist nicht erforderlich.

²⁶ ecostra, 2019.

Z 58 Städtebauliches Integrationsgebot:

Das Integrationsgebot ist verletzt. Dies war bisher schon der Fall. Der Abschlussbescheid stellt hierzu auf Seite 35 fest:

*Der Projektstandort befindet sich im nordöstlichen Bereich des ehemaligen Flugplatzes und grenzt an den in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan „Flugplatz Mitte“ an. Nördlich schließt der Bebauungsplan „Industriegebiet Wallerscheid“ an. Das geplante DOZ liegt ca. 5 Kilometer von der Innenstadt Zweibrücken entfernt und ist ohne Pkw-Benutzung nur schwer erreichbar. Der Standort steht nicht in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen Einkaufsbereich der Stadt Zweibrücken. **Das städtebauliche Integrationsgebot wird somit aufgrund der räumlichen Anlage des Projektstandortes nicht erfüllt.***

Mit Schreiben vom 12.06.1997 hat das zuständige Ministerium des Innern und für Sport des Landes Rheinland-Pfalz die Zielabweichung vom städtebaulichen Integrationsgebot und dem Beeinträchtigungsverbot zugelassen mit der Begründung:

Nach meiner Überzeugung muss für diesen Ausnahmefall den konversions- und arbeitsmarktpolitischen Gesichtspunkten der Vorrang gegenüber den genannten Zielfestsetzungen eingeräumt werden. Gemäß § 11 Abs. 4 Satz 3 des Landesplanungsgesetzes lasse ich daher im Einvernehmen mit dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, der Finanzen und für Umwelt und Forschung die Abweichung von den genannten Zielen des Landesentwicklungsprogramms zu. Gleichzeitig erkläre ich im Benehmen mit den genannten Ressorts und der Planungsgemeinschaft Westpfalz die Zulassung einer Abweichung von den Zielen des regionalen Raumordnungsplanes Westpfalz, soweit dort für Zweibrücken lediglich Vorrangflächen für großflächige Gewerbe- und Industriestandorte, nicht jedoch nicht für großflächigen Einzelhandel ausgewiesen sind.

„Die Vorgaben des **städttebaulichen Integrationsgebotes** werden zunächst nicht erfüllt. Demnach sollen großflächige Einzelhandelsprojekte an städtebaulich integrierten Standorten, d.h. in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, realisiert werden (vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008, Kap. 3, Punkt 3.2.3, Z58). Der Standort des ZFO ist dagegen nicht-integriert und dezentral im Gewerbepark Flughafen Zweibrücken im östlichen Stadtgebiet und unmittelbar an der Autobahn A8 gelegen und weist eine sehr hohe Autokundenorientierung auf.“²⁷

Es ist ein Zielabweichungsverfahren vom Ziel 58 des LEP IV erforderlich.

Die Zielabweichung für die Erweiterung kann sich auf die Argumente des vorstehend zitierten Schreibens des zuständigen Ministeriums von 12.06.1997 stützen. Die konversions- und insbesondere marktpolitischen Gesichtspunkte gelten weiterhin (vgl. VI 4. Regionalwirtschaftliche Effekte).

Z 60 Nichtbeeinträchtigungsgebot:

Im Abschlussbescheid vom Juni 1997 wird ausdrücklich festgehalten (Seite 36):

²⁷ ecostra, 2019.

Auch dem Nichtbeeinträchtigungsgebot benachbarter zentraler Orte und ihrer Versorgungsbereiche wird das Vorhaben nicht in allen Fällen gerecht.

Für die Einzelheiten ist auf die Seite 36 ff. des Abschlussentscheides zu verweisen. Auch für die Verletzung des Beeinträchtigungsverbotes wurde eine Zielabweichung erteilt.

Die vorgelegte Auswirkungsanalyse²⁸ weist nach, dass das Nichtbeeinträchtigungsgebot nicht verletzt ist:

„Eine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion insbesondere der städtebaulich integrierten Bereiche benachbarter zentraler Orte ist im gegenständlichen Fall nicht gegeben (vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008, Kap. 3, Punkt 3.2.3, Z60). Ebenso können nachhaltig negative Auswirkungen durch das Planobjekt auf den Branchenmix und die Angebotsattraktivität der innerstädtischen Geschäftslagen sowie Stadtteilzentren und somit auf die städtebauliche Situation und Entwicklungsmöglichkeiten der Städte und Gemeinden im überörtlichen Umfeld ausgeschlossen werden können (**Nichtbeeinträchtigungsgebot bzw. Beeinträchtigungsverbot**).“²⁹

VI. ALLGEMEINVERSTÄNDLICHE ZUSAMMENFASSUNG

1 Zusammenfassung der Auswirkungen auf die Raum- und Siedlungsstruktur

Am Standort in Zweibrücken, mit ihren ca. 34.000 Einwohner die kleinste kreisfreie Stadt Deutschlands, ist die Erweiterung des bestehenden Zweibrücken Fashion Outlet mit derzeit rund 21.000 m² Verkaufsfläche auf insgesamt 29.500 m² geplant. Dadurch sollen im Rahmen der 5. Ausbaustufe ca. 40 bis 50 neue Outlet Stores primär im hochpreisigen Luxus- und Premiumsegment entstehen. Das Erweiterungsvorhaben soll im Stil des Bestandsobjekts realisiert werden, wobei die räumliche Erweiterung unmittelbar südlich an das Bestandsobjekt andocken und die vorhandenen Wegestrukturen des Centers aufnehmen und fortsetzen soll. Zusätzliche PKW-Stellplätze sollen südlich und westlich des Erweiterungsbereichs entstehen.

Neben der verkehrsgünstigen Kfz-Anbindung an die A 8 ist der Standort auch über die Buslinie 225/226 tagsüber von Montag bis Samstag von der Innenstadt der Stadt Zweibrücken erreichbar.

Die nächstgelegenen Oberzentren in der Region sind Saarbrücken (ca. 328.700 Einwohner) in ca. 40 km Entfernung / ca. 29 Autominuten und Kaiserslautern (ca. 100.000 Einwohner) in ca. 50 km Entfernung / ca. 40 Autominuten. Der weitere Einzugsbereich des Vorhabens ist durch eine Vielzahl an Mittelzentren geprägt, u.a. Pirmasens (ca. 40.200 Einwohner) in ca. 23 km Entfernung / ca. 20 Autominuten, Homburg (ca. 41.900 Einwohner) in ca. 18 km / ca. 18 Autominuten, Blieskastel (ca. 20.500 Einwohner) in ca. 12 km / ca. 14 Autominuten, St. Ingbert (ca. 35.400 Einwohner) in ca. 26 km / ca. 21 Autominuten und Neunkirchen (ca. 46.200 Einwohner) in ca. 22 km / ca. 18 Autominuten.

²⁸ ebenda, 2019.

²⁹ ebenda, 2019.

Dem Mittelzentrum Zweibrücken werden die Gemeindefunktionen „Gewerbe“ und „Wohnen“ zugeordnet. Die Raumstruktur im Bereich des Planungsgebietes ist überwiegend durch die Funktion Gewerbe (Versorgung) geprägt. Als Besonderheit ist hierbei der vom Zweibrücken Fashion Outlet nur ca. 2,4 km entfernte Flugplatz Zweibrücken anzuführen. Der Flugplatz Zweibrücken befindet sich ca. 4 km südöstlich der Stadt Zweibrücken und ist als deutscher Sonderlandeplatz klassifiziert. Neben dem Outlet Center haben sich in unmittelbarer Umgebung des Flugplatzes mehrere Unternehmen mit den Schwerpunkten Luftfahrt, IT und Freizeit angesiedelt.

Einzelhandelsrelevante Auswirkungen

Aus fachgutachterlicher Sicht ist die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet städtebaulich, raumordnerisch und wirtschaftsstrukturell als verträglich zu bewerten. Eine „worst-case“ Betrachtung ermittelter Umsatzverteilungsquoten sowie unter den Annahmen der Modellrechnung eines theoretisch möglichen Umsatzanteils von ca. 25 % mit Kunden aus der Zone I und den hieraus resultierenden Wirkungen fließen in die Bewertung mit ein. Des Weiteren kann festgehalten werden, dass nach umfangreicher Detailuntersuchung ausgewählter Städte und Gemeinden der Zone II gezeigt wird, dass sich die Wettbewerbswirkungen in dieser Zone in einer sehr geringen Größe bewegen, sodass nachteilige Effekte auf Wirtschaftsstruktur, Städtebau und Raumordnung eindeutig auszuschließen sind.

Verkehrliche Auswirkungen

Aufgrund der Corona-Pandemie konnten bis zum jetzigen Zeitpunkt keine erneuten Verkehrsanalysen durchgeführt werden, da diese nicht auf der Normalsituation ohne Pandemie entsprechen würden. Die Untersuchungen bzgl. des Verkehrsaufkommens und dessen Auswirkungen werden nachgereicht.

Regionalwirtschaftliche und Touristische Auswirkungen

Das Zweibrücken Fashion Outlet stellt eine shoppingtouristische Destination dar. Touristisch attraktiv sind ebenso die sich in der unmittelbaren Nachbarschaft befindlichen Attraktionen wie beispielsweise ein Indoor-Freizeitpark (World of Fun Zweibrücken mit Eishalle, Indoor-Spielplatz, Bowlingcenter, Minigolf und Gastronomie) und eine Indoor-Kartbahn. Durch die Erweiterung des ZFO soll das Center konkurrenzfähig weiterentwickelt werden und Shoppingtouristen, aber auch Tagesausflügler und Kurzurlauber anziehen, von denen neben dem ZFO als Besuchermagneten auch die umliegenden Tourismusregionen (Gastronomie, Hotels, Anbieter weiterer touristischer Angebote etc.) profitieren sollen.

Des Weiteren soll durch die geplante Erweiterung die Anzahl an Arbeitsplätzen gesteigert werden und eine höhere Besucherzahl pro Jahr erreicht werden. Zusätzlich profitieren die Stadt Zweibrücken und das Bundesland Rheinland-Pfalz von Anteilen an der Umsatzsteuer, die aus dem im Zweibrücken Fashion Outlet zusätzlich erzielten Einzelhandelsumsatz anfällt.

Gewerbelärmeinwirkungen an den nächstgelegenen stöempfindlichen Nutzungen in der Umgebung des Plangebiets

Die geplante Erweiterung weist lediglich geringfügige Pegelerhöhungen entlang einzelner Straßenabschnitte auf. Eine Verkehrslärmpegelerhöhung ist auf den westlichen Zufahrtsstraßen des ZFO zu erwarten, jedoch befindet sich entlang dieser Straßenabschnitte keine schutzbedürftigen Nutzungen innerhalb der bestehenden Gewerbegebiete, die von den Verkehrslärmpegelerhöhungen betroffen sein könnten. Insgesamt sind die Auswirkungen als gering einzustufen.

Sonstige erhebliche Auswirkungen des Vorhabens auf die Siedlungs- und Infrastrukturen sind nicht zu erwarten.

2 Zusammenfassung der Umweltauswirkungen

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Auswirkungen einer Nutzung als Parkplatz mit einer GRZ von 0,8 bereits im Rahmen des Aufstellungsverfahrens für den rechtskräftigen Bebauungsplan geprüft wurden. Es wurden dabei auch Maßnahmen im Hinblick auf den Ausgleich von Eingriffen vorgesehen und auch weitere umweltrelevante Aspekte wie Regenwasserrückhaltung und Altablagerungen wurden berücksichtigt. Ob und wo tatsächlich im Untergrund noch Anlagenresten denkmalgeschützter Westwallbunker vorhanden sind, ist nicht bekannt. Auch dies wurde aber bereits im Zuge des Bebauungsplanverfahrens berücksichtigt. Eine Betroffenheit ist nur bei Ausschachtungsarbeiten zu erwarten und muss dann auch unter dem Aspekt des Baugrundes und der Standsicherheit im Einzelfall geprüft werden.

Die Festsetzungen und Maßnahmen des rechtskräftigen Bebauungsplans werden ggf. aktualisiert und der Planung angepasst. Auch bisher sind aber bereits umfangreiche Erdarbeiten und eine GRZ von 0,8 zulässig und vorgesehen. Es ist daher plausibel davon auszugehen, dass die Maßnahmen in den Grundzügen nach wie vor geeignet sind, das Vorhaben umweltverträglich zu realisieren. Anstelle des bisher vorgesehenen Parkplatzes werden teilweise Gebäude errichtet. Diese lehnen sich aber unmittelbar an den bestehenden Gebäudekomplex an, so dass Auswirkungen insbesondere auf das Landschaftsbild minimal bleiben.

Als neuer zu berücksichtigender Aspekt kommen gegenüber dem bestehenden Bebauungsplan Vorkommen Europäischer Vogelarten und der streng geschützten Arten Zaun- und Mauer-eidechse hinzu. Es handelt sich bei den erfassten Vogelarten um solche, die von zunehmender Verbuschung der über Jahre bestehenden Brachfläche profitiert haben. Zaun- und Mauer-eidechse nutzen die noch verbliebenen Offenlandreste und die dort z.T. vorhandenen Ablagerungen und Bodenstörungen wirken für diese Arten sogar positiv. Durch diese Gegebenheiten ist es relativ gut möglich, Ersatzlebensräume zu entwickeln, und so die Verletzung artenschutzrechtlicher Verbote zu vermeiden. Die Vorkommen stehen unter Beachtung entsprechender Maßnahmen dem Vorhaben nicht absehbar im Weg.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die geplante Erweiterung keine Auswirkungen erwarten lässt, die dem Vorhaben entgegenstehen.

3 Gesamtfazit

Die geplante Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlet weist mit Blick auf das Einzugsgebiet und den Standort eine hohe Eignung auf. Das Vorhaben wird die städtebaulichen Versorgungsstrukturen im Zentralen Versorgungsreich Zweibrückens und benachbarter Städte nicht

beeinträchtigen. Des Weiteren gehen von dem Erweiterungsvorhaben keine städtebaulich schädlichen Auswirkungen aus.

Das Nichtbeeinträchtigungsgebot des LEP IV (Ziel 60) wird eingehalten.

Die Erweiterung ist im Sinne des Zentralitätsgebots (Ziel 57) kompatibel.

Die Abweichung vom „Städtebaulichen Integrationsgebot“ (Ziel 58) ist möglich und begründet vertretbar.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlets im Sinne der Bestandentwicklung und -sicherung für die Stadt Zweibrücken wünschenswert ist. Die städtebauliche Verträglichkeit von Standort, Dimension und Sortimentskonzeption wurde durch die vorliegende Auswirkungsanalyse nachgewiesen.

Weitere Auswirkungen sind unter VIII. I zusammengefasst.

Des Weiteren führt die Realisierung der Erweiterung zu keinen raumordnerisch relevanten Auswirkungen auf die einzelnen Schutzgüter. Zu erwartende Auswirkungen sind weitgehend von untergeordneter Bedeutung.

Das Vorhaben ist wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch als verträglich einzustufen.

Angesichts der dargestellten Aspekte und Gründe bleibt festzustellen, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Wirkungen auf die Gesamtsituation nicht raumordnungsrelevant sind und damit für den konkreten Fall die Zielabweichung vom Ziel 58 des LEP IV möglich ist. Daher sieht die Antragstellerin die Grundzüge der Landesplanung bei einer Abweichung von dem oben genannten Ziel nicht berührt, so dass das Gesamtgefüge des LEP IV und des Regionalen Raumordnungsplans Westpfalz nicht in Frage gestellt wird.

VII. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Lageplan/Standortkonzept (Eigene Darstellung).....	3
Abbildung 2: Einzugsgebiet für das Zweibrücken Fashion Outlet.....	12