

## Anlage 2 zur RV-Drucksache Nr. VIII-81

Regionalverband Neckar-Alb · Löwensteinplatz 1 · 72116 Mössingen

Regierungspräsidium Tübingen  
Referat 21  
Postfach 26 66  
72016 Tübingen

Name: **Heike Bartenbach**  
Telefon: +49(0)7473-9509-21  
Telefax: +49(0)7473-9509-25  
E-Mail: Heike.Bartenbach@rvna.de  
Ihr Zeichen: 21-13/2437.5 / Metzingen  
Unser Zeichen: 317.11-RMe Ba-ku

Datum: 04.06.2013

### Raumordnungsverfahren für die Erweiterung der Fabrikverkäufe in Metzingen

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Stadt Metzingen plant zusammen mit der Holy AG, Metzingen, auf der Gewerbebrache des ehemaligen Gaenslen + Völter (G+V) Geländes Fabrikverkäufe mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 10.745 m<sup>2</sup>.

Die Gesamtverkaufsfläche gliedert sich dabei in folgende geplante Verkaufsflächen:

Fabrikverkauf Hugo Boss:	8.000 m <sup>2</sup>
5 weitere kleinflächige Einzelhandelseinrichtungen mit insg. max.	2.745 m <sup>2</sup>

Diese Verkaufsflächen unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit liegen im zentralörtlichen Versorgungskern und sind grundsätzlich zulässig. Sie wurden dennoch in das ROV einbezogen.

Durch Rückbau und eine Museumsnutzung soll am Altstandort von Hugo Boss in der Kanalstraße die dort aktuell vorhandene Verkaufsfläche von 5.065 m<sup>2</sup> um 1.285 m<sup>2</sup> reduziert werden.

Der tatsächliche Zuwachs an Verkaufsfläche beträgt somit gegenüber dem aktuellen Stand:  
Flächenzuwachs insgesamt: 9.460 m<sup>2</sup>

Geplant sind die Sortimente Bekleidung (überwiegend) sowie Schuhe/Lederwaren (max. 1.000 m<sup>2</sup>) und Sport/Freizeit (max. 1.000 m<sup>2</sup>). Die Sortimente sollen im Bebauungsplan festgeschrieben werden.

Der Planungsausschuss des Regionalverbands-Neckar-Alb gibt dazu folgende Stellungnahmen ab:

Die geplanten Verkaufsflächen dienen im Wesentlichen der Erweiterung des Fabrikverkaufs des in Metzingen ansässigen Unternehmens Hugo Boss (8.000 m<sup>2</sup>). Daneben sind mehrere

kleinflächige Einzelhandelsgeschäfte mit insgesamt 2.745 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für internationale Premium-Marken geplant. Diese Flächen wurden in die Auswirkungsanalyse einbezogen. Der Standort befindet sich in integrierter innerstädtischer Lage im zentralörtlichen Versorgungskern der Stadt Metzingen. Das Integrationsgebot ist eingehalten. Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten ist zulässig.

Die Einhaltung des Beeinträchtigungsverbots wurde gutachterlich nachgewiesen.

Aufgrund des speziellen und exklusiven Angebots kommen die Kunden aus einem sehr weiten Umkreis und zunehmend aus dem Ausland, damit ist die Einhaltung des Kongruenzgebots nicht möglich und wäre im speziellen Fall auch im Oberzentrum nicht möglich. Davon ausgehend, dass Hintergrund und Sinn des Kongruenzgebots die Sicherstellung der Grundversorgung ist, lässt sich feststellen, dass die Grundversorgung in den Städten und Gemeinden in und außerhalb der Region durch das Vorhaben nicht wesentlich beeinträchtigt ist. Eine Abweichung vom Kongruenzgebot ist in diesem atypischen Fall vertretbar.

Gemäß Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg (LEP) sind Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig (3.3.7 Z). Bei einer Geschossfläche von weniger als 5.000 m<sup>2</sup> sind auch Standorte in Mittelzentren möglich.

Zur Zeit der Aufstellung des LEP bestanden im Mittelzentrum Metzingen bereits weit über 5.000 m<sup>2</sup> gewachsene Fabrikverkaufsflächen. Im Gegensatz zu einem einheitlich geplanten und errichteten FOC auf der „Grünen Wiese“ neben der Autobahn ist Metzingen mit gewachsenen innerstädtischen Fabrikverkäufen auf ehemaligen Flächen der Textilindustrie ein atypischer Fall.

Das regionale Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb (reZuM NA) und der Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2013 anerkennen die Tatsache, dass es Fabrikverkauf traditionell an Standorten der Textilindustrie gibt und formulieren klare Bedingungen. Für die Ansiedlung und Erweiterung sollen strenge Kriterien in Bezug auf Standorte (integriert, am Produktionsstandort, im Rahmen eines kommunalen Konzepts), Angebot (eigene und exklusive Marken) und in Bezug auf die Auswirkungen (verträglich, positive Impulse für den Tourismus) gelten. Die im Regionalplanentwurf genannten Kriterien werden eingehalten. Regionaler Tourismus zum Nutzen der Gesamtregion soll weiter entwickelt werden. Angebote für mehrtägigen regionalen Tourismus, auch unter Einbeziehung des Biosphärengebiets, und regionaler Produkte sollen von der Stadt Metzingen, dem Betreiber der Fabrikverkäufe Holy AG, und den umliegenden Städten und Gemeinden weiter entwickelt werden.

Das Angebot der Fabrikverkäufe soll sich auf eigene und exklusive Marken konzentrieren, für die es in der Region bisher kaum Angebote gibt. Der Regionalverband empfiehlt die Festlegung auf exklusive und internationale Marken. Gängige, mittelpreisige und günstige Marken, die auch im Einzelhandel in den umliegenden Innenstädten vertreten sind, sollen nicht weiter entwickelt und angesiedelt werden. Dies gilt auch für die freiwerdenden Flächen.

Von der Outletcity sollen positive Impulse für Tourismus, Gastronomie und Einzelhandel in der Region ausgehen. Die Stadt Metzingen und die Holy AG sind aufgefordert, aktiv auf die Städte, Gemeinden und Tourismusorganisationen der Region zuzugehen und gemeinsame Angebote für einen nachhaltigen Tourismus zu entwickeln.

Die Investitionen des in Metzingen ansässigen Unternehmens Hugo Boss stellen ein Erkenntnis zum Standort Metzingen dar und dienen der Standortsicherung.

Bei der Entwicklung des Quartiers wurden die Bürger im Rahmen eines umfangreichen Verfahrens beteiligt. Die Metzinger Innenstadt erfährt damit eine städtebauliche Aufwertung. Dies ist im Sinne der Innenentwicklung zu begrüßen.

#### Begründung:

##### 1. Integrationsgebot

Der Standort befindet sich laut Regionalem Zentren- und Märktekonzept (reZuM NA)<sup>1</sup> und Regionalplanentwurf 2013 in integrierter innerstädtischer Lage im zentralörtlichen Versorgungskern der Stadt Metzingen. Das Integrationsgebot ist eingehalten. Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten, auch großflächig, ist zulässig.

##### 2. Beeinträchtungsverbot

Im Gutachten von Junker + Kruse<sup>2</sup> wurde nachgewiesen, dass von dem geplanten Vorhaben keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen auf die Städte und Gemeinden in und außerhalb der Region ausgehen. Untersuchungsumfang und -methodik wurden im Vorfeld mit der IHK Reutlingen, dem Regierungspräsidium Tübingen und dem Regionalverband abgestimmt.

- Auch Flächen unterhalb der Großflächigkeit, welche ohne Prüfung zulässig wären, wurden in die Gesamtbetrachtung mit einbezogen.
- Die Flächenumsätze wurden nach oben angepasst.
- Das Gutachten berücksichtigt ein Worst-Case-Szenario.
- Realistisch liegt die zu erwartende Umsatzumverteilung unter 2 %. Auch im Worst-Case-Fall bewegt sich die Umsatzumverteilung in den umliegenden Städten und Gemeinden unterhalb einer Schwelle von 5 %.

Das Beeinträchtungsverbot ist damit eingehalten.

##### 3. Kongruenzgebot

Aufgrund des speziellen und exklusiven Angebots hat die Outletcity Metzingen Besucher aus einem weiten Umkreis, ein großer Anteil der Besucher kommt aus dem Ausland (2010: 38 %) und von außerhalb Europas, zunehmend aus dem arabischen Raum und aus China. Das Kongruenzgebot ist damit nicht einzuhalten. Eine Verletzung des Kongruenzgebots ist in der Regel gegeben, „wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll“<sup>3</sup>. Grundsätzlich gilt für sehr spezielle Waren, die es nur selten oder an wenigen Standorten gibt, dass sie Kunden aus einem sehr weiten Umkreis anziehen. Das Kongruenzgebot ist in solchen Fällen auch im Oberzentrum nicht einhaltbar. Davon ausgehend, dass Hintergrund und Sinn des Kongruenzgebots die Sicherstellung der verbrauchernahen Versorgung ist, lässt sich feststellen, dass die Nahversorgung in den Städten und Gemeinden in und außerhalb der Region durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt ist.

Dazu schreibt das BVerwG in seiner Entscheidung 4 C 8.10 vom 16.12.2010 zur Verhältnismäßigkeit des Kongruenzgebots, dass ein Vorhaben ausnahmsweise zulässig

<sup>1</sup> Regionales Zentren und Märktekonzept Neckar-Alb, September 2011

<sup>2</sup> Raumordnerische und städtebauliche Wirkungsanalyse einer geplanten Erweiterung des Hugo-Boss-Outlets in der Outletcity in Metzingen. Im Auftrag der Stadt Metzingen erstellt von Julia Hagemann und Stefan Kruse. Junker Kruse, Stadtforschung, Planung. Dortmund, Januar 2013

<sup>3</sup> Vgl. Einzelhandelserlass 3.2.1.4. Diese Regelung soll sicherstellen, dass der zentrale Ort die ihm zugewiesene Aufgabe erfüllt. Gleichzeitig wird dadurch verhindert, dass ein Zentraler Ort durch die Aufgabenwahrnehmung außerhalb des ihm zugewiesenen räumlich-funktionellen Aufgabenbereichs die räumlich-strukturell bedeutsame Aufgabenwahrnehmung durch die anderen Zentralen Orte beeinträchtigt. (Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 3.2.1.1)

sein muss, auch wenn es formal gegen das Kongruenzgebot verstößt, aus atypischen Gründen aber raumverträglich ist.

Gemäß LEP sind Hersteller Direktverkaufszentren grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig. Die Formulierung „grundsätzlich“ lässt jedoch Ausnahmen zu. Ausnahmen sind allerdings nur in atypischen, vom Normgeber nicht vorhersehbaren Einzelfällen zulässig. Dabei dürfen die Grundzüge der Planung nicht verletzt werden. Kernziel des LEP 2002 ist das im Plansatz 3.3.7.1 festgelegte Ziel, dass die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf<sup>4</sup>. Beim geplanten Vorhaben in Metzingen handelt es sich um eine atypische Ausnahme. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung ist nachweislich nicht gefährdet. Eine Abweichung vom Kongruenzgebot erscheint vertretbar.

#### 4. Fabrikverkauf als besondere Form des Einzelhandels

Gemäß LEP sind Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig. Bei einer Geschossfläche von weniger als 5.000 m<sup>2</sup> sind auch Standorte in Mittelzentren möglich. Allerdings bestanden bereits 2002, zum Zeitpunkt der Aufstellung des LEP, in Metzingen über 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in integrierter Lage. Der LEP 2002 ignoriert somit die Tatsache, dass es bereits zu dessen Aufstellung Fabrikverkauf von weit über 5.000 m<sup>2</sup> außerhalb der Oberzentren gab oder sieht die Fabrikverkäufe in Metzingen als innerstädtischen Einzelhandel. Vermutlich betrachtet der LEP die Outletcity Metzingen nicht als Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne eines modernen Factory Outlet Centers (FOC) wie in der Begründung beschrieben. Zur Zeit der Aufstellung des LEP drängten ausländische Investoren mit einheitlich geplanten FOC-Konzepten an nicht-integrierten, nicht-zentralen und autobahnorientierten Standorten auf den deutschen Markt (z. B. Designer Outlet B5 Wustermark, 2000; DOZ Zweibrücken, 2001; Wertheim Village, 2003.) Diese raumordnerisch und städtebaulich unerwünschte Entwicklung sollte durch die Regelung im LEP eingeschränkt werden. Im Gegensatz zu diesen Konzepten handelt es sich in Metzingen nicht um ein einheitlich geplantes und errichtetes Outletcenter auf der „Grünen Wiese“, sondern um über Jahrzehnte gewachsenen innerstädtischen Fabrikverkauf auf Brachflächen der Textilindustrie und in einzelnen individuellen und architektonisch hochwertigen städtischen Gebäuden.

Die Outletcity Metzingen unterscheidet sich von üblichen FOC durch die folgenden Merkmale:

- Für die Outletcity Metzingen werden keine Freiflächen im Außenbereich in Anspruch genommen, es handelt sich um Innenentwicklung, überwiegend auf Brachflächen.
- Die Entwicklung findet im zentralörtlichen Versorgungskern statt, großflächiger Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist hier zulässig.
- Die Entwicklung findet auf ehemaligen Produktionsstandorten der Textilindustrie statt und stellt damit eine sinnvolle Nachnutzung mit historischem Bezug dar.
- Die Entwicklung erfolgt sukzessive in städtischen Gebäuden und nicht in einer einheitlich geplanten Kulisse.

Aktuell gibt es in Deutschland 9 Factory-Outlet-Center. Metzingen wird in der Branche nicht als Outlet-Center gesehen, weil hier die einheitliche Planung und das gemeinsame Centermanagement fehlen.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> BVerwGE 4 C 8.10 vom 16.12.2010 zum Fall Ikea Rastatt

<sup>5</sup> Handelsjournal 03\_13, S. 12, herausgegeben vom Handelsverband Deutschland

Die Outletcity Metzingen ist somit ein atypischer Fall, welcher vom LEP nicht erfasst wird.

5. Regionalplan 1993, Regionales Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb (reZuM NA) und Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2013

Im Regionalplan 1993 werden keine Aussagen zum Fabrikverkauf getroffen. Großflächige Handelsbetriebe sollen in die Kernbereiche und in Sondergebiete der Ober-, Mittel- und Unterzentren.

Das regionale Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb (reZuM NA) und der Regionalplanentwurf Neckar-Alb anerkennen die Tatsache, dass es Fabrikverkauf traditionell an Standorten der Textilindustrie gibt und formulieren klare Bedingungen. Für die Ansiedlung und Erweiterung sollen strenge Kriterien in Bezug auf Standorte (integriert, am Produktionsstandort, im Rahmen eines kommunalen Konzepts), Angebot (die Konzentration vorrangig auf eigene und exklusive Marken) und in Bezug auf die Auswirkungen (verträglich, positive Impulse für die Region und den Tourismus) gelten. Diese Kriterien wurden bei der Aufstellung des regionalen Zentren- und Märktekonzepts ausführlich diskutiert und mit großer Mehrheit beschlossen. Das reZuM NA ist Grundlage für den Regionalplan.

Die in Aufstellung befindlichen Ziele der Raumordnung sind inhaltlich konkretisiert und mehrheitlich beschlossen.

Kapitel 2.4.3.2 im Regionalplanentwurf 2013 formuliert unter Z (11) zum Fabrikverkauf in Metzingen:

Die Outletcity Metzingen ist mit gewachsenen innerstädtischen Fabrikverkäufen ein atypischer Fall und ein Tourismusmagnet für Besucher aus der ganzen Welt.

Die Weiterentwicklung der Outletcity Metzingen ist möglich an städtebaulich integrierten Standorten innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns, wenn

- positive regionale Effekte zu erwarten sind und
- wenn sie auf der Grundlage eines kommunalen Zentren- und Märktekonzepts erfolgen.

Das Beeinträchtigungsverbot ist zu beachten.

Bei Plansatz Z (11) handelt es sich um ein in Aufstellung befindliches Ziel der Raumordnung, welches von der Verbandsversammlung mehrheitlich beschlossen wurde und bei der Beurteilung von Vorhaben zu berücksichtigen ist.

In der Begründung zu Plansatz Z (11) werden die Kriterien ausformuliert:

Die Outletcity Metzingen stellt eine besondere Attraktion in der Region Neckar-Alb dar. Dies ist bei der Weiterentwicklung zu berücksichtigen. Sie soll in die städtebauliche Entwicklung der Stadt Metzingen und in den regionalen Tourismus eingebunden werden.

Bei der Weiterentwicklung sind folgende Kriterien zu beachten, die im kommunalen Zentren- und Märktekonzept nachzuweisen sind:

- Ansiedlung im zentralörtlichen Versorgungskern in integrierter Lage,
- vorrangig an gewachsenen Produktions- und Fabrikverkaufsstandorten,
- die Konzentration vorrangig auf eigene und exklusive Marken,

- Nachweis einer Kundenstruktur, für die in der Region Neckar-Alb sonst kaum Angebote bestehen,
- positive Impulse für den Einzelhandel in der Region durch Kopplungskäufe,
- positive Impulse für Tourismus und Gastronomie in der Region,
- gemeinsame Maßnahmen der Standortgemeinde mit den Nachbargemeinden und Tourismusverbänden zur touristischen Inwertsetzung.

Die in der Begründung zu Plansatz Z (11) formulierten Kriterien werden eingehalten:

- Die Stadt Metzingen hat ein gesamtstädtisches Entwicklungskonzept<sup>6</sup>.
- Das Vorhaben befindet sich in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns der Stadt Metzingen.
- Der Standort befindet sich auf dem ehemaligen Werksgelände der Tuchfabrik „Ganslen & Völter“, welche auch für Hugo Boss Stoffe produziert hat, und in unmittelbarer Nachbarschaft zum ursprünglichen Produktionsstandort von Hugo Boss liegt.
- Das Vorhaben dient der Erweiterung des Fabrikverkaufs des Metzinger Traditionsunternehmens Hugo Boss.
- In den kleinen Gebäuden sollen weitere internationale Luxus- und Premiummarken in Geschäften unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit untergebracht werden. Der RVNA bittet darum, diese Marken zu benennen und vertraglich festzulegen, dass es sich dabei dauerhaft um exklusive Marken handelt, die in der Region bisher kaum vertreten sind. Dies gilt auch für die Nachnutzung der freiwerdenden Flächen im bisherigen Hugo Boss Outlet.
- Die Outletcity Metzingen ist mit über 3 Millionen Besuchern jährlich ein Tourismusmagnet von weltweiter Bedeutung und in den regionalen Tourismus einzubinden. Durch die Ansiedlung von Hotellerie soll der Wandel von Shopping-Tagestourismus zum mehrtägigen Regionaltourismus gefördert werden. Der Regionalverband begrüßt die Einrichtung eines Textilmuseums und die Maßnahmen der Stadt Metzingen und der Holy-AG zur Entwicklung des regionalen Tourismus<sup>7</sup>.

Die im Regionalplanentwurf genannten Kriterien werden weitgehend eingehalten.

## 6. Standortsicherung

Die Stadt Metzingen ist seit dem 19. Jahrhundert traditioneller Standort der Textilindustrie. Aus den Personal- und Werksverkäufen der 1960er Jahre haben sich seit den 1990ern in brachliegenden innerstädtischen Fabrikgebäuden rund um das Unternehmen Hugo Boss Fabrikverkäufe bekannter und internationaler Marken entwickelt. Der Wunsch des Unternehmens Hugo Boss nach repräsentativen Verkaufsräumen am Firmensitz ist ein Bekenntnis zum Standort Metzingen und dient der langfristigen Standortsicherung.

Die Hugo Boss AG übernimmt die Planungs- und Bauverantwortung für das neue Hugo Boss Outlet und trägt die Investitionen überwiegend selbst.

Aus Sicht der Bestandspflege und Wirtschaftsförderung ist das Vorhaben zu befürworten.

## 7. Innenentwicklung und Bürgerbeteiligung

Der Regionalverband begrüßt die Neunutzung einer innerstädtischen Brachfläche im Sinne der Innenentwicklung und des Flächensparens. Durch die geplanten Maßnahmen erfährt die Metzinger Innenstadt eine städtebauliche Aufwertung. Dabei wurden

<sup>6</sup> Geschäftsflächenentwicklungsplan 2010

<sup>7</sup> siehe dazu: Regionale Bedeutung der Fabrikverkäufe in Metzingen, GMA April 2011 im Auftrag der Stadt Metzingen

die Wünsche der Bürgerinnen und Bürger im Rahmen einer umfangreichen Bürgerbeteiligung aufgenommen und umgesetzt.

8. Anregungen

Mit der Verlagerung des Hugo Boss Outlets stehen Teile der bisher von Hugo Boss genutzten Flächen für eine neue Nutzung zur Verfügung. Dabei handelt es sich um 3.780 m<sup>2</sup> (bisher 5.065 m<sup>2</sup> abzüglich 1.285 m<sup>2</sup>). Über deren Nutzung wurden bisher keine Aussagen gemacht. Wir bitten um Ergänzung.

Es soll vertraglich festgelegt werden, dass es sich bei der Weiterentwicklung der Outlets Metzingen grundsätzlich um internationale Premiummarken handelt. Marken im günstigen und mittleren Preissegment, wie sie auch in den Innenstädten der Region vertreten sind, sollen nicht weiter entwickelt werden. Der regionale Einzelhandel soll nicht beeinträchtigt werden.

Regionaler Tourismus zum Nutzen der Gesamtregion soll weiter entwickelt werden. Angebote für mehrtägigen regionalen Tourismus, auch unter Einbezug des Biosphärengebiets, und regionaler Produkte sollen von der Stadt Metzingen, dem Betreiber der Fabrikverkäufe Holy AG, und den umliegenden Städten und Gemeinden weiter entwickelt werden. Die Stadt Metzingen und die Holy AG sind aufgefordert, aktiv auf die Städte, Gemeinden und Tourismusorganisationen der Region zuzugehen um gemeinsame Angebote zu entwickeln, damit ein nachhaltiger Tourismus entstehen kann (Mehrwert).

Mit freundlichen Grüßen

Angela Bernhardt  
Verbandsdirektorin