



RV-Drucksache Nr. VIII-81

Planungsausschuss

04.06.2013

öffentlich

Tagesordnungspunkt:

Raumordnungsverfahren für die Umsiedlung und Erweiterung des Hugo Boss Outlets in Metzingen, Landkreis Reutlingen

Stellungnahme des Regionalverbands Neckar-Alb

Beschlussvorschlag:

Der Planungsausschuss stimmt der Stellungnahme gemäß **Anlage 2** zu.

Anlass und Vorgang:

Das Regierungspräsidium Tübingen hat mit Schreiben vom 08.05.2013 ein Raumordnungsverfahren (ROV) nach § 15 Raumordnungsgesetz (ROG) i. V. m. §§ 18 und 19 Landesplanungsgesetz (LplG) und, soweit erforderlich, mit integriertem Zielabweichungsverfahren nach § 24 LplG für die Umsiedlung und Erweiterung des Hugo-Boss-Outlets in Metzingen, Lkr. Reutlingen eingeleitet (vgl. **Anlage 1**). Die Unterlagen sind beim Regionalverband am 14.05.2013 eingegangen.

Die berührten Planungsträger haben Gelegenheit, sich zu dem geplanten Vorhaben unter raumordnerischen Gesichtspunkten bis spätestens 12. Juli 2013 zu äußern.

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 m².

Die Gesamtverkaufsfläche gliedert sich dabei in folgende geplante Verkaufsflächen:

Fabrikverkauf Hugo Boss: 8.000 m²

5 weitere kleinflächige Einzelhandelseinrichtungen mit insg. max. 2.745 m²

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 m² um 1.285 m² reduziert werden.

Der tatsächliche Zuwachs an Verkaufsfläche beträgt somit gegenüber dem aktuellen Stand:

Flächenzuwachs insgesamt: 9.460 m²

Bereits bestehendes Baurecht (bauplanerisch zulässige, aber noch nicht realisierte Verkaufsflächen im Bereich Kanalstraße) in der Größe von 1.600 m² soll nicht genutzt werden, diese Flächen fallen also ebenso weg.

Damit liegt der reale Verkaufsflächenzuwachs bei

7.860 m²

In der Auswirkungsanalyse wird 9.460 m² als Zuwachs an Verkaufsfläche zu Grunde gelegt.

Geplant sind die Sortimente Bekleidung (überwiegend) sowie Schuhe/Lederwaren (max. 1.000 m²) und Sport/Freizeit (max. 1.000 m²)¹.

Das Einzelhandelsgroßprojekt ist wegen seiner Raumbedeutsamkeit und überörtlichen Auswirkungen nach den raumordnerischen Kriterien des Raumordnungsgesetzes, des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg und des Regionalplans Neckar-Alb zu prüfen. Es geht im Raumordnungsverfahren um die grundsätzliche Frage, ob die vorgelegte Planung unter den Gesichtspunkten der Raumordnung geeignet ist bzw. welche grundsätzlichen Bedenken aus fachlicher Sicht gegen sie bestehen oder durch Auflagen ausgeräumt werden können.

Nachdem durch das beantragte Vorhaben eine Abweichung von den Zielen der Raumordnung nicht ausgeschlossen erscheint, wird vorsorglich zusammen mit dem Antrag auf Durchführung eines Raumordnungsverfahrens die Zielabweichung beantragt. § 24 LplG eröffnet die Möglichkeit, auf Antrag eine Abweichung von einem Ziel der Raumordnung zuzulassen, wenn

- die Abweichung unter raumordnerischen Gesichtspunkten vertretbar ist und
- die Grundzüge der Planung nicht berührt werden.

Eine Zielabweichung könnte als Folge einer Verletzung des Kongruenzgebots notwendig werden.

Die von der Stadt Metzingen beim Regierungspräsidium Tübingen eingereichten Unterlagen sind: Antrag auf Raumordnungsverfahren nach §§ 18, 19 LplG und, soweit erforderlich, Zielabweichungsverfahren nach § 24 LplG; vom 06.05.2013, erstellt von Prof. Dr. Birk, EWB Rechtsanwälte.

Mit den folgenden Anlagen:

1. 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
2. Kopie aus dem Amtsblatt vom 28.03.2013, Bebauungsplan „G+V-Areal“: Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel
3. Kopie aus dem Amtsblatt vom 28.03.2013, Bebauungsplan „Kanalstraße/Mühlstraße - 1. Änderung“
4. Projektbeschreibung G+V Areal in Metzingen, Holy AG vom 26.04.2013
5. Rahmenplan vom 14.02.2013, Stadt Metzingen
6. Verkehrsplanung für das Raumordnungsverfahren, Karajan Ingenieure, April 2013
7. Auszug Raumnutzungskarte, Regionalplanentwurf vom 19.03.2013, RVNA
8. Bürgerempfehlung im Rahmen der Bürgerbeteiligung zur städtebaulichen Entwicklung des ehemaligen Gaenslen + Völter Areals in Metzingen. Erstellt von GRiPS, Büro für Projektsteuerung und Kommunikation vom 18.04.2012

Die Unterlagen sind auf der Homepage des Regierungspräsidiums unter www.rp-tuebingen.de (Bekanntmachungen/Raumordnungsverfahren) veröffentlicht.

Nach § 6 Abs. 2, Nr.1 Organisationssatzung des RVNA entscheidet der Planungsausschuss über die Stellungnahme im Raumordnungsverfahren. Unabhängig davon können die betroffenen Städte und Gemeinden der Region eine eigene Stellungnahme abgeben. Die rechtliche und abschließende Beurteilung der eingegangenen Stellungnahmen sowie die Entscheidung ist Aufgabe des Regierungspräsidiums Tübingen.

¹Die Sortimente sollen im Bebauungsplan festgesetzt werden, ebenso dass es sich dabei um fabrikverkaufstypische Waren handeln muss (Überschussware, Retouren, Waren zu Testzwecken, Auslaufmodelle, letzte Saison, Waren aus Konkursen und Insolvenzen, Waren mit Schönheitsfehlern).

Die Entwicklung der Fabrikverkäufe in Metzingen

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 die Keimzelle des Unternehmens Hugo Boss Fabrikverkäufe bekannter und internationaler Marken entwickelt.

Zur Weiterentwicklung der Fabrikverkäufe in Metzingen wurde bereits 2005 ein Raumordnungsverfahren durchgeführt. In seiner Stellungnahme vom 05.04.2005 stimmte der Regionalverband den Geschäfts- und Parkhausneubauten in innerstädtischer Lage zu, hatte jedoch Bedenken gegen die Entwicklung eines weiteren Standorts im Gewerbegebiet in Neuhausen. Dieser Standort wurde dann nicht entwickelt.

Mit über 60 Marken hat die Outlecity Metzingen (OCM) heute ca. 30.000 m² Verkaufsfläche und jährlich 3,5 Mio. Besucher aus 185 Nationen. Nur ca. 37 % der Besucher kommen aus Baden-Württemberg, ca. 25 % aus den anderen deutschen Bundesländern und 38 % aus dem Ausland².

Durch die Entwicklung der OCM mit modernen neuen Gebäuden geriet der Fabrikverkauf der Hugo Boss AG zunehmend in „Hinterhoflage“ in der „2. Reihe“. Aktuell erstreckt sich der Fabrikverkauf von Hugo Boss auf mehrere Gebäude und Ebenen und weist aufgrund der früheren Nutzung als Produktionsstätte teilweise verschachtelte Grundrisse auf, was die Organisation erschwert und nicht mehr heutigen gebäudetechnischen und energetischen Standards entspricht.

Mit dem Wandel der Modeindustrie und des Einzelhandels in den vergangenen Jahrzehnten betreiben Hersteller zunehmend eigene Geschäfte, dies gilt auch in den stark wachsenden Märkten Asiens. Damit haben die Hersteller die Chance, die Marke umfassend zu präsentieren, tragen aber auch das Absatzrisiko. Outlets ermöglichen den kontrollierten Abverkauf von Überbeständen, Restmengen und 2.-Wahl-Artikeln, gleichzeitig erschließen sie damit neue Kundengruppen und wirken markenbildend.

Die Hugo Boss AG bekennt sich zum Standort Metzingen und erwartet eine zukunftsfähige Neuausrichtung ihres Fabrikverkaufs an einem attraktiven zentralen Standort mit modernen Handelsflächen (Logistik, Gebäudetechnik). Dabei übernimmt die Hugo Boss AG Investitionen, Planungs- und Bauverantwortung für das neue Hugo Boss Outlet überwiegend selbst.

Das G+V-Areal wurde nach der Insolvenz von der Holy AG erworben und soll zu einem attraktiven innerstädtischen Quartier entwickelt werden. Neben Handelsflächen ist ein Hotel (eventuell ein weiteres) geplant, sowie Frei- und Grünflächen. Die Erms soll freigelegt und renaturiert werden. Es wurde eine umfangreiche Bürgerbeteiligung durchgeführt und Anregungen aus der Bürgerschaft, wie z. B. den Bau einer Tiefgarage anstelle eines Parkhauses, umgesetzt. Das Stadtentwicklungsprojekt wird von einer Mehrheit der Metzinger Bürger befürwortet.

Der Wunsch des Unternehmens Hugo Boss nach repräsentativen Verkaufsräumen („Flagshipstore³“) am Firmensitz Metzingen ist ein Bekenntnis zum Standort Metzingen und dient der langfristigen Standortsicherung. Aus Sicht der Bestandspflege und Wirtschaftsförderung ist die Modernisierung des Hugo Boss Fabrikverkaufs zu befürworten.

² Bezugsraum 2010. An der Hugo Boss Kasse wurden die Postleitzahlen der zahlenden Kunden erfasst.

³ Als Flagshipstore wird eine exklusive und einzigartige Filiale eines Handelsunternehmens bezeichnet, die als Vorzeigeobjekt dient. Er zeichnet sich aus durch spezielle Bündelung exklusiver Merkmale, wie etwa bevorzugte Lage, besondere Architektur und Ausstattung und vergrößertes Sortiment. Anders als bei der Distribution über andere Kanäle, z. B. als eines von vielen Angeboten in Warenhäusern oder Fachgeschäften, kann man hier das Markenangebot umfänglicher zeigen, besser in Szene setzen und zudem unmittelbares Kunden-Feedback erhalten. Ein Flagshipstore stärkt die Präsenz der Marke, fördert ihr Image und trägt zur Kundenbindung bei, dient also auch der Werbung. Auch dienen Flagshipstores als Experimentierfeld, um verbesserte Shoplayouts, Servicemerkmale etc. auszuprobieren. (Gabler Wirtschaftslexikon und Wikipedia)

Für das Areal wurde eine umfangreiche Bürgerbeteiligung durchgeführt. Dabei wurden die Wünsche der Bürgerinnen und Bürger im Rahmen einer umfangreichen Bürgerbeteiligung aufgenommen und umgesetzt.⁴

Raumordnungsverfahren

Im Raumordnungsverfahren ist zu prüfen, ob die Grundsätze der Raumordnung, Landes- und Regionalplanung eingehalten werden oder ob von dem geplanten Verkaufsflächenzuwachs wesentliche Beeinträchtigungen für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte ausgehen.

Zur Prüfung der raumordnerischen Auswirkungen wurde eine **Raumordnerische und städtebauliche Wirkungsanalyse** durch das Büro Junker und Kruse erstellt.

Untersuchungsumfang und -methodik wurden im Vorfeld mit der IHK Reutlingen, dem Regierungspräsidium Tübingen und dem Regionalverband abgestimmt.

- Betrachtet wurden die Sortimente Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sport/Freizeit.
- Die Flächenproduktivität wurde nach oben angepasst.
- Datengrundlage waren Daten der Imakomm, welche im Rahmen des reZuM NA aktuell und vollständig erhoben wurden und eigene aktuell erhobene Daten.
- Als Untersuchungsraum wurde ein Bereich definiert, der mindestens die 45-Isochrone umfasst, und teilweise noch, unter Berücksichtigung regionaler Bezüge, darüber hinausgeht. Es werden also alle Ober-, Mittel- und Unterzentren, von denen Metzingen in ca. 45 Min. zu erreichen ist, erfasst. Dabei wurde die ganze Region Neckar-Alb miteinbezogen, insgesamt ein Untersuchungsraum mit knapp 3 Mio. Einwohnern.
- Im Sinne eines Worst-Case-Szenarios wurden Maximalwerte angenommen und ein Sicherheitszuschlag berechnet. Für den Untersuchungsraum wurde eine Umsatzumverteilung angenommen, die selbst den für Baden-Württemberg zu erwartenden Umsatzanteil übersteigt.

Ergebnisse:

- Abgesehen von einer Umverteilung in Metzingen selbst, liegt der Maximalwert der realistisch zu erwartenden Umsatzumverteilung in allen Kommunen und Standorten unter 2 %.
- Die größte Umverteilung ist in Reutlingen zu erwarten und liegt in der realistischen Variante bei 1,9 % Umsatzumverteilung im Bereich Bekleidung. In der Worst-Case-Variante bei 4,3 % im Bereich Bekleidung, 3,1 % im Bereich Schuhe und 3,7 % im Bereich Sport/Freizeit.
- Realistisch haben die Städte Münsingen mit 1,5 % Umsatzumverteilung im Bereich Bekleidung zu rechnen, Nürtingen mit 1,4 %, Tübingen mit 1,3 %, Hechingen und Kirchheim unter Teck mit je 1 %. Alle anderen Städte liegen unterhalb einer Schwelle von einem Prozent.
- Auch in der Wort-Case-Variante bleiben alle anderen Umsatzumverteilungen bei allen Städten und Sortimenten unterhalb von 3,5 %.

Als kritische Schwelle gilt eine Umsatzumverteilung von 10 %, unterhalb dieser Schwelle sind zwar absatzwirtschaftliche, nicht jedoch städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu erwarten⁵. Junker und Kruse empfiehlt bereits bei einer Umsatzumverteilung von 6 - 8 % den Einzelfall zu betrachten.

⁴ So baut der Investor als Ergebnis der Bürgerbeteiligung eine Tiefgarage, welche der Verbesserung der Verkehrs- und Parksituation dient und attraktive verkehrsberuhigte innerstädtische Bereiche ermöglicht.

⁵ Ein bestimmter "Schwellenwert" für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden (OVG Münster 10 A 1676/08 vom 30.09.2009).

Im gegebenen Fall liegen selbst bei einem Worst-Case-Ansatz alle berechneten Umsatzumverteilungen deutlich unterhalb dieser Schwelle. Negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen für die benachbarten Städte und Gemeinden sind nicht zu erwarten. Das Beeinträchtigungsverbot ist damit eingehalten.

Zur Definition des Beeinträchtigungsverbots, Kongruenzgebots und Integrationsgebot gemäß LEP 2002 siehe **Anlage 1**, zweiter Teil.

Die Stellungnahme des Regionalverbands Neckar-Alb zum Raumordnungsverfahren ist in **Anlage 2** dargestellt und hat im Wesentlichen folgenden Inhalt:

1. Das **Integrationsgebot** ist eingehalten, das geplante Vorhaben befindet sich im Zentralörtlichen Versorgungsbereich der Stadt Metzingen.
2. Die Einhaltung des **Beeinträchtigungsverbots** wurde gutachterlich nachgewiesen.
3. Aufgrund des weiten Einzugsbereichs des speziellen Angebots (38 % der Kunden kommen aus dem Ausland) kann das **Kongruenzgebot** nicht eingehalten werden. Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot ist in diesem atypischen Fall vertretbar, weil die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigt ist. Die Grundzüge der Planung sind nicht verletzt.
4. Gemäß Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg (LEP) sind Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels im Mittelzentrum bis zu einer Geschossfläche von 5.000 m² möglich. Im Gegensatz zu einem einheitlich geplanten und errichteten FOC auf der „Grünen Wiese“ neben der Autobahn ist Metzingen mit gewachsenen innerstädtischen Fabrikverkäufen am Produktionsstandort als atypischer Fall zu bewerten.
5. Der Wunsch des Unternehmens Hugo Boss nach repräsentativen Verkaufsräumen am Unternehmenssitz ist verständlich, Investitionen zur Standortsicherung eines regionalen Unternehmens sind zu begrüßen.
6. In Bezug auf Fabrikverkäufe fordert das reZuM NA und der Regionalplanentwurf 2013 die Konzentration vorrangig auf eigene und exklusive Marken und den Nachweis einer Kundenstruktur, für die in der Region Neckar-Alb sonst kaum Angebote bestehen. Mit der Weiterentwicklung im Bereich internationaler Luxus- und Premiummarken soll sich der Kundenkreis weiter internationalisieren. Der RVNA fordert die Stadt Metzingen und den Investor Holy AG auf, darzulegen, welche Marken und Sortimente auf den weiteren Flächen geplant sind, dies gilt auch für die Nachnutzung der freiwerdenden Flächen im bisherigen Hugo Boss Outlet. Es soll vertraglich festgeschrieben werden, dass es sich bei der Weiterentwicklung 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.
7. Von der Outlecity 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 um gemeinsame Angebote zu entwickeln, damit ein nachhaltiger Tourismus entstehen kann. Die Einrichtung eines Textilmuseums wird begrüßt.

Angela Bernhardt
Verbandsdirektorin

Heike Bartenbach
Sachgebiet Wirtschaft