

Pressemitteilung vom 27. Juli 2026

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

die ecostra GmbH analysiert im Rahmen der laufenden Grundlagenforschung seit vielen Jahren den Stand und die Entwicklung der Outlet Center in Europa. Die Ergebnisse werden u.a. in einer vierteljährlich aktualisierten Marktübersicht mit einer Auflistung sämtlicher in Betrieb und in Planung befindlicher Outlet Center-Standorte zusammengefasst, welche als PDF-Datei kostenlos auf der ecostra-Website zur Verfügung steht.

In der nachfolgenden Pressemitteilung sind die Ergebnisse und Erkenntnisse aus der Analyse der neuesten verfügbaren Daten zum Markt der Outlet Center in Europa aufbereitet und kommentiert.

Über einen Abdruck dieser Pressemitteilung in Ihrer Publikation würden wir uns sehr freuen. Falls Sie hierfür noch weiteres Illustrationsmaterial (z.B. druckfähige Fotos ausgewählter Objekte) benötigen sollten, können wir Ihnen auch diese gerne kostenlos und rechtfrei zur Verfügung stellen.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit gerne an uns wenden. Ansprechpartner ist Herr Dr. Will unter der Tel.-Nr. +49 (0)611 716 95 75-0 oder der Email info@ecostra.com.

Mit freundlichen Grüßen

ecostra GmbH

Outlet-Center: Stabile Marktentwicklung in Europa

Zuletzt keine neuen Standorte, aber Erweiterungen im Bestand. Hohes Investoreninteresse.

Während der stationäre Handel allgemein über die Konsumzurückhaltung der Verbraucher klagt, Standortschließungen sowie Insolvenzen häufig die Schlagzeilen bestimmen, verzeichnet der Markt der Fabrikverkaufszentren eine beachtlich stabile, wenn nicht sogar positive Entwicklung. Als wohl einzige Vertriebsform des stationären Einzelhandels neben dem Lebensmitteleinzelhandel sind die Outlet Center offensichtlich weitgehend immun gegenüber dem Online-Handel. Die Mehrzahl der Outlet-Standorte meldet steigende Frequenzen und Umsätze, nennenswerte Leerstände in den Centern sind meist unbekannt.

Anzeichen einer Marktsättigung in West- und Südeuropa

Gleichwohl ist die Entwicklungsdynamik weit von den Boomjahren des letzten Jahrzehnts entfernt. *„Dies mag daran liegen, dass vor allem die Outlet-Märkte der west- und südeuropäischen Länder zunehmende Anzeichen einer Marktsättigung zeigen. Dies mag auch daran liegen, dass in vielen dieser Länder die Planungs- und Genehmigungsverfahren extrem lang und kostenintensiv sind, was vor allem auch für Deutschland gilt. Und die zwischenzeitlich deutlich gestiegenen Kapital- und Baukosten spielen hier ebenfalls eine nicht geringe Rolle“*, erläutert Dr. Joachim Will, Geschäftsführer von ecostra. Die Wirtschaftsberatung ecostra mit Sitz in Wiesbaden analysiert seit über 20 Jahren die Entwicklung der europäischen Outlet-Märkte, publiziert regelmäßig die aktuellen Marktdaten und kommentiert die entsprechenden Trends. Nun liegen die neuen Ergebnisse für 2025 / 2026 vor.

Projektpipeline dünnt langsam aus

Nach den Erkenntnissen der ecostra-Forscher ist der europäische Outlet-Markt nach einer langen Boom-Phase mit ständig neuen Projektplanungen nun in ein ruhigeres, aber offensichtlich auch sehr stabiles Fahrwasser eingeschwenkt. Seit Anfang 2025 gab es in Europa nur eine einzige Neueröffnung: das Designer Outlet Kraków (Polen), das im Mai 2025 mit einer Mietfläche von ca. 12.000 m² eröffnete und in einer späteren Bauphase auf die bereits genehmigte Größe von ca. 20.000 m² GLA erweitert werden soll. *„Diverse andere Projektplanungen wurden zwischenzeitlich zurückgestellt oder aus unterschiedlichen Gründen aufgegeben. So hat sich die Projektpipeline in den letzten Jahren sukzessive*

geleert und steht aktuell noch bei etwa 20 mehr oder weniger konkreten Neuplanungen von Outlet Centern in Europa. Mit 7 Vorhaben befinden sich die meisten in Deutschland. Noch vor 10 Jahren, also im Jahr 2016, stand die Zahl der Neuplanungen in Europa bei 62, davon allein in Deutschland 20 Standorte. Da sind viele Vorhaben auf der Strecke geblieben“, so ecostra-Geschäftsführer Will.

Erweiterungen bestehender Outlet-Standorte dominieren das Marktgeschehen

Insgesamt zählt die Marktbeobachtung von ecostra aktuell 195 in Betrieb befindliche Outlet Center in Europa, welche eine gesamte Verkaufsfläche von über 3,2 Mio. m² auf sich vereinen. Gegenüber dem Vorjahr stieg diese Verkaufsflächenausstattung durch die Neueröffnung in Krakau sowie zwei Flächen-erweiterungen in der Schweiz (Landquart) und in Italien (Turin) marginal um etwa 0,1 %. Den quantitativ höchsten Besitz hat nach wie vor das Vereinigte Königreich, gefolgt von Italien, Frankreich und Spanien. Deutschland liegt mit 19 Centern und einer Outlet-Verkaufsfläche von etwa 275.000 m² an fünfter Stelle. Für die nahe Zukunft ist vor allem in Deutschland noch ein Zuwachs zu erwarten. Will: *„Für die Erweiterungsplanungen in Montabaur und in Zweibrücken wurden die Baugenehmigungen erteilt. Zwar ist die Planung in Zweibrücken noch durch Normenkontrollklagen bedroht, aber wir gehen davon aus, dass diese Einsprüche von Nachbargemeinden vor Gericht scheitern werden.“*

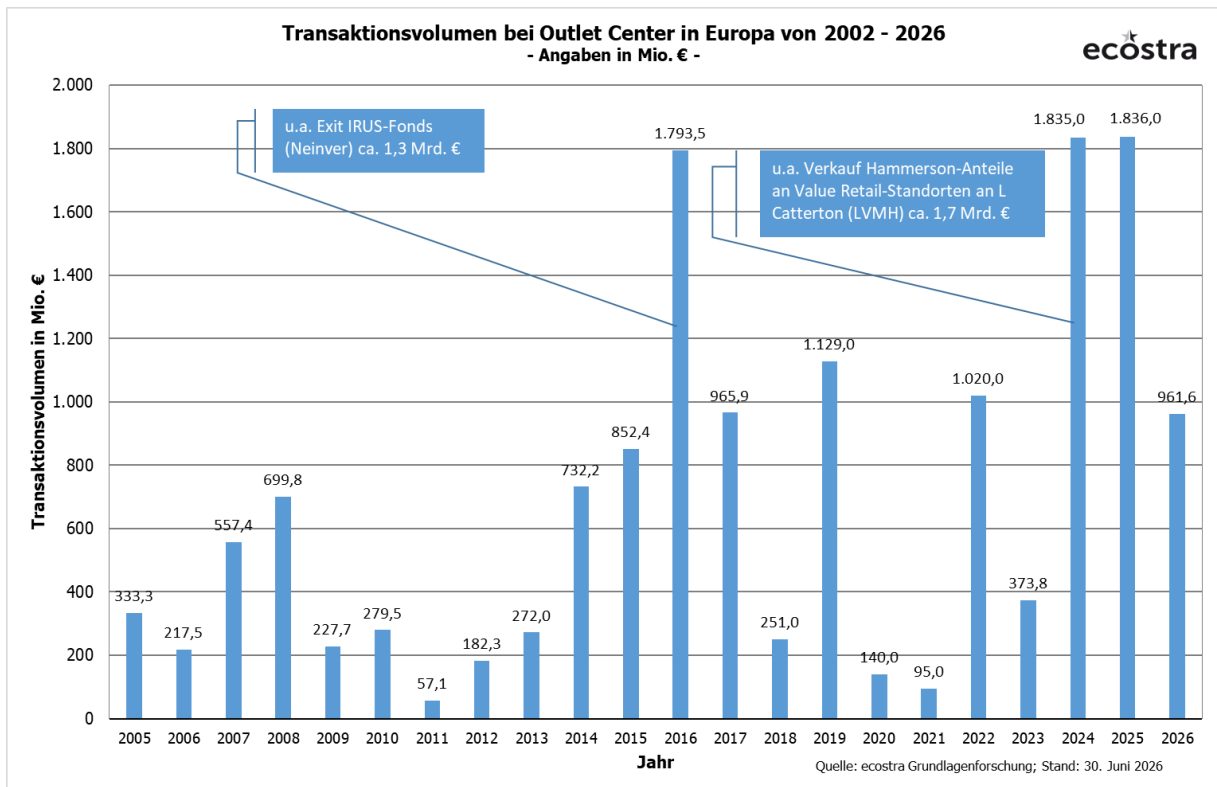
Großes Investoreninteresse an einem Nischenmarkt

Während die Standortentwicklung im europäischen Outlet-Markt also deutlich an Fahrt verloren hat, ist der Transaktionsmarkt umso lebendiger. *„Nicht nur Family Offices, sondern zunehmend mehr institutionelle Investoren haben die Vertriebsform Outlet-Center als interessantes Investment entdeckt und sind bereit, für erfolgreiche und gut positionierte Standorte tief in die Tasche zu greifen“,* kann der ecostra-Geschäftsführer berichten. Stellte 2024 mit einer Investitionssumme von ca. 1,8 Mrd. € bereits ein absolutes Rekordjahr dar, wurde dieses Ergebnis 2025 noch einmal getoppt. Und auch für 2026 deutet sich ein weiteres Rekordjahr an. In den ersten 6 Monaten 2026 wechselten bereits Outlet-Center im Wert von knapp 1 Mrd. € den Besitzer.

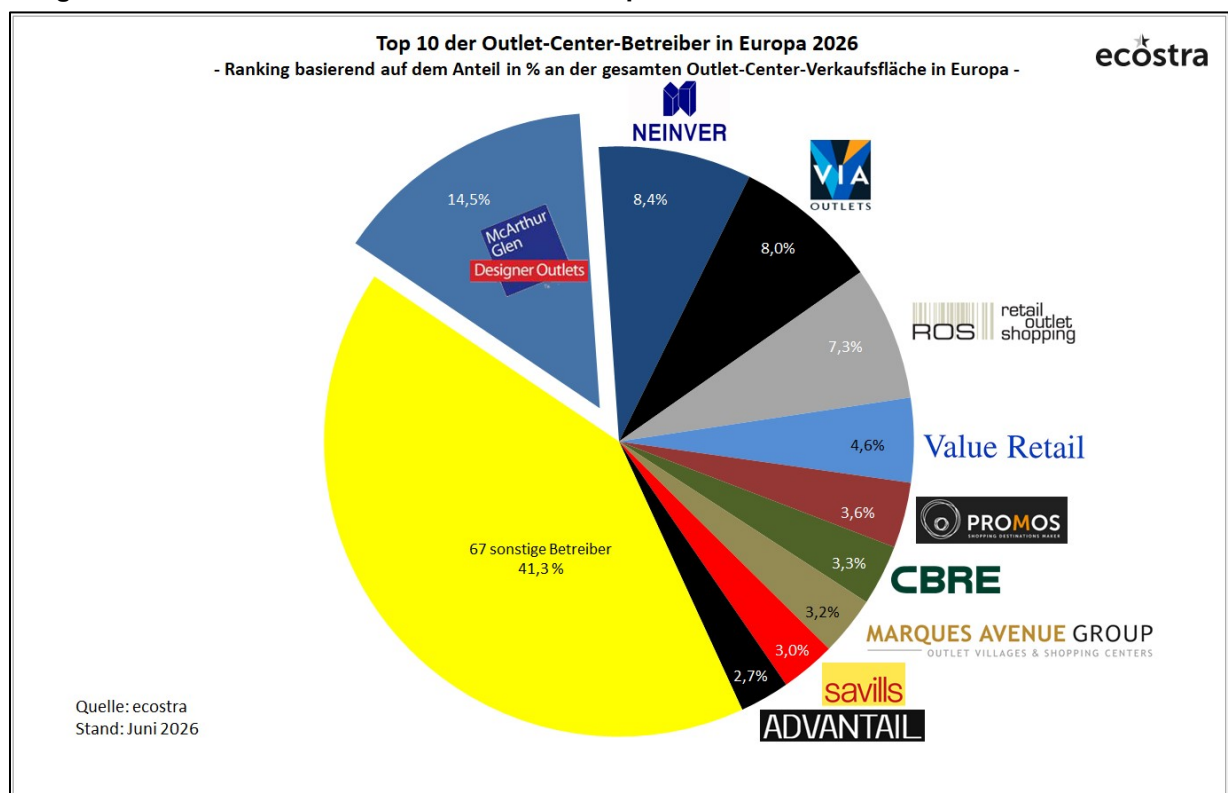
Outlet Center als Stabilitätsanker für Portfolien

Auf der Käuferseite in jüngerer Zeit besonders aktiv ist die französische Frey-Gruppe, die zusammen mit Cale Street Partners ein Portfolio mit 3 Outlet Centern in Norditalien von dem Investmentfonds Blackstone erworben hat. Kurz vorher hatte Frey bereits das Designer Outlet Berlin von Nuveen Real Estate gekauft. Das dem holländischen Pensionsfonds APG gehörende Unternehmen VIA Outlets hat ein großdimensioniertes Outlet Center im Süden der italienischen Metropole Mailand übernommen. Auch amerikanische Investoren sind auf dem europäischen Markt äußerst aktiv: der texanische Fonds TPG erwarb das Designer Outlet Neumünster und mit der Simon Property Group erweiterte der größte US-amerikanische Betreiber von Shopping und Outlet Zentren sein Portfolio um zwei Standorte in Norditalien. Auch in der Russischen Föderation gab es trotz des Rückzuges vieler Marken in der Folge des Ukraine-Krieges, was den Vermietungsmarkt entsprechenden Problemen ausgesetzt hat, eine beachtliche Transaktion: das amerikanisch-russische Joint Venture Hines / Belaya Dacha verkaufte ein Paket mit zwei Outlet Centern an einen russischen Anleger, was nach vorliegenden Informationen überhaupt die größte Transaktion im russischen Immobilienmarkt 2025 war. Ebenso beachtlich sind die Aktivitäten, welche der Selfmade-Milliardär Mike Ashley mit seiner börsennotierten Fraser Group im Outlet-Markt entwickelt. Der Eigentümer von Handelsfilialisten wie Sports Direct, Sport Scheck und House of Fraser hat zwischenzeitlich ein Portfolio aus sechs Outlet Center im Vereinigten Königreich aufgebaut und befindet sich weiter auf Einkaufstour. Will: *„Dies trifft auch auf weitere nationale und internationale Investoren zu. Ein gutes Outlet Center bildet für jedes Portfolio einen Stabilitätsanker. Das kann man derzeit nicht von allzu vielen Einzelhandelsimmobilien behaupten.“*

Die Entwicklung der jährlichen Transaktionsvolumina bei Outlet Centern in Europa 2002 - 2026



Die größten Betreiber von Outlet Centern in Europa 2026



Die Bestandssituation und Entwicklungsperspektiven der Outlet Center in den Ländern Europas 2026

Land ⁽¹⁾	Anzahl der Standorte	Gesamte Verkaufsfläche in m ²	Ø Verkaufsfläche in m ² pro Center	Verkaufsfläche in m ² pro 1.000 Einw.	Anzahl der geplanten Standorte	Mittelfristiger Trend ⁽²⁾
IN BETRIEB						
UK	38	573.375	15.090	8,5	3	→
Italien	26	586.720	22.570	9,9	3	↗
Frankreich	22	326.490	14.840	4,8	2	→
Spanien	20	286.640	14.480	6,1	1	→
Deutschland	19	275.295	14.490	3,3	7	↑
Polen	14	221.000	15.790	5,9	-	→
Russland ⁽³⁾	9	173.050	19.230	1,2	-	↘
Portugal	5	97.000	19.400	9,3	-	→
Schweiz	5	81.000	16.200	9,2	-	↘
Griechenland	5	74.400	14.880	7,0	-	↘
Niederlande	4	99.000	24.750	5,6	1	↗
Tschechische Republik	4	73.500	18.380	7,0	-	→
Österreich	3	74.000	24.670	8,2	-	→
Litauen	2	40.700	20.350	14,5	-	↘
Schweden	2	33.500	16.750	3,2	1	↗
Ungarn	2	31.385	15.690	3,2	-	→
Belgien	2	31.000	15.500	2,7	-	→
Kroatien	2	30.145	15.070	7,7	-	↘
Dänemark	2	25.000	12.500	4,2	-	→
Rumänien	2	24.500	12.250	1,3	-	→
Norwegen	2	21.500	10.750	4,0	-	→
Irland	1	17.200	17.200	3,4	1	↗
Ukraine	1	15.000	15.000	0,4	-	→
Serbien	1	13.000	13.000	1,8	-	→
Lettland	1	10.000	10.000	5,3	-	→
Finnland	1	8.500	8.500	1,5	-	→
Bulgarien	-	-	-	-	1	↗
Slowenien	-	-	-	-	1	↗
Insgesamt	195	3.242.900	16.630	4,6	20	→

⁽¹⁾ = Reihung in absteigender Folge nach Anzahl der in Betrieb befindlichen Standorte

⁽²⁾ = Einstufung des mittelfristigen Trends in der Entwicklung der Anzahl der Outlet Standorte und der entsprechenden Verkaufsflächenausstattung in den jeweiligen Ländern von ↑ (= stark wachsend) bis ↓ (= stark rückläufig)

⁽³⁾ = Durch den Rückzug der meisten Markenhersteller aus dem russischen Markt aufgrund der Sanktionen in Folge des Angriffskrieges in der Ukraine ist die aktuelle Bestandssituation der russischen Outlet Center nicht verlässlich zu beurteilen.

Quelle: ecostra-Grundlagenforschung, Stand: Juni 2026

Definition Outlet Center:

Outlet Center sind eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage mit einer gesamten Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m² (= ca. 6.000 m² GLA) und mit mehr als 20 Outlet Stores, in denen Markenhersteller und vertikal integrierte Einzelhändler Auslaufmodelle, 2.-Wahl-Produkte, Überschussproduktionen etc. unter Umgehung des Einzelhandels an Endverbraucher absetzen. Alle Waren werden mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % verkauft, wobei eine doppelte Preisauszeichnung („High Street Price“ / „Outlet Price“) mietvertraglich vorgeschrieben ist. Das Marketing ist auf einen überregionalen Kundenkreis ausgerichtet. Die Koordination, Organisation und das Marketing erfolgt durch ein Centermanagement.

ecostra-Unternehmensprofil

Die ecostra GmbH zählt zu den führenden Unternehmensberatungen im Bereich der Immobilienwirtschaft und des Einzelhandels. Neben Consultingaufgaben, wie z.B. die Optimierung des Filialnetzes von Handelsunternehmen, Erstellung von Standortanalysen und Studien zur Expansionsplanung sowie Machbarkeits- und Rentabilitätsuntersuchungen für Projektentwickler und Investoren, erarbeitet ecostra auch marktfähige Flächen- und Nutzungskonzepte für Einkaufszentren bzw. analysiert die Chancen und Risiken z.B. des Relaunch von notleidenden Zentren. Neben der Privatwirtschaft arbeitet ecostra auch für öffentliche Auftraggeber – z.B. Städte, Gemeinden, Verwaltungsgerichte, Kammern - und bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren. Das räumliche Betätigungsfeld umfasst alle Länder Europas, Sitz des Unternehmens ist die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden.

Einen besonderen Schwerpunkt der Einzelhandelsforschung stellt bei ecostra neben den klassischen Shopping- und Fachmarktzentren die Vertriebsform Outlet Center dar. Hier hat ecostra neben diversen Grundlagenuntersuchungen u.a. auch für das deutsche Bundesbauministerium verschiedene Fachpublikationen zu den Standortanforderungen, der betrieblichen Funktionsweise wie auch zu den Auswirkungen auf den regionalen Handel veröffentlicht.