Thomas Bala

Konsequenzen der Ansiedlung von Factory-Outlet-Centern für ortsansässige Einzelhandelsbetriebe

Eine kritische Analyse

Diplomarbeit

Diplom.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1998 Diplom.de
ISBN: 9783832408381

https://www.diplom.de/document/216742

Thomas Bala

Konsequenzen der Ansiedlung von Factory-Outlet-Centern für ortsansässige Einzelhandelsbetriebe

Eine kritische Analyse

Diplom.de

Thomas Bala

Konsequenzen der Ansiedlung von Factory-Outlet-Centern für ortsansässige Einzelhandelsbetriebe

Eine kritische Analyse

Diplomarbeit
an der Universität - Gesamthochschule Essen
April 1998 Abgabe

***Diplomarbeiten* Agentur**
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

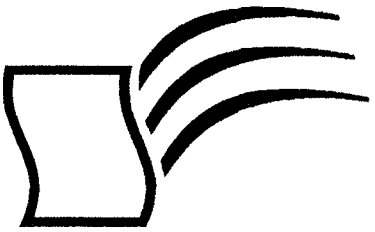
ID 838
Bala, Thomas: Konsequenzen der Ansiedlung von Factory-Outlet-Centern für ortsansässige Einzelhandelsbetriebe: Eine kritische Analyse / Thomas Bala – Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1998
Zugl.: Essen, Universität - Gesamthochschule, Diplom, 1998

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, http://www.diplom.de, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten **Agentur**

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

http://www.diplom.de bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten* Agentur

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke –
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

Fon: 040 / 655 99 20
Fax: 040 / 655 99 222

agentur@diplom.de
www.diplom.de

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis I

Abkürzungsverzeichnis II

1 Einleitung 1

1.1 Problemstellung 1

1.2 Vorgehensweise 3

2 Grundlagen des Factory-Outlet-Center-Konzepts 4

2.1 Begriffsbestimmungen 4

2.1.1 Fabrikverkauf 4

2.1.2 Factory-Outlet-Center (FOC) 6

2.1.3 Abzugrenzende Formen 7

2.1.3.1 Offprice-Stores 7

2.1.3.2 Value-Retail-Center 8

2.2 Verbreitung von Factory-Outlet-Centern 9

2.2.1 Betrachtung USA 9

2.2.2 Betrachtung Europa 9

2.2.3 Ansiedlungsvorhaben in Deutschland 11

2.3 Rechtliche Grundlagen für die Ansiedlung von FOC in Deutschland 13

2.3.1 Korrespondierende rechtliche Kategorien 14

2.3.1.1 Einkaufszentren 14

2.3.1.2 Großflächiger Einzelhandel 15

2.3.2 Der Einzelhandelserlaß in Nordrhein-Westfalen 16

3 Die Ausgangssituation des Einzelhandels 16

3.1 Umsatz- und Kaufkraftentwicklung im deutschen Einzelhandel 16

3.2 Verkaufsflächenentwicklung im deutschen Einzelhandel 17

3.2 Die Entwicklung des Einzelhandels auf der „Grünen Wiese“ 18

4 Analyse der Betroffenheit des Einzelhandels aufgrund der Ansiedlung von Factory-Outlet-Centern **19**

4.1 Die Betroffenheit des Einzelhandels differenziert nach dem Standort 20

4.1.1 Das Einzugsgebiet der Factory-Outlet-Center 20

4.1.1.1 Räumliche Abgrenzung des Marktgebietes 22

4.1.1.2 Marktgebiet bei flächendeckender Ausweitung des FOC-Konzepts 25

4.1.1.3 Umsatzverteilung im Marktgebiet 25

4.1.2 Kaufkraftabfluß vom ortsansässigen Einzelhandel 26

4.2 Die Betroffenheit des Einzelhandles differenziert nach dem Sortiment 27

4.2.1 Das Sortiment der Factory-Outlet-Center 27

4.2.1.1 Die Zentrenrelevanz des Sortiments 29

4.2.1.2 Die Dynamik des Sortiments 31

4.2.2 Das Sortiment des betroffenen Einzelhandels 32

4.2.2.1 Handel mit substitutiven Waren 32

4.2.2.2 Handel mit komplementären Waren 33

4.3 Die Betroffenheit des Einzelhandels differenziert nach Betriebstypen 36

4.3.1 Der Betriebstyp Factory-Outlet-Center 36

4.3.2 Betriebstypen des Einzelhandels 37

4.3.2.1 Der Facheinzelhandel 37

4.3.2.2 Die Warenhäuser 40

4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse 42

5 Folgewirkungen von FOC-Ansiedlungen für den Handel **43**

5.1 Das Verhältnis Hersteller-Handel 43

5.1.1 Übernahme von Einzelhandelsfunktionen durch den Hersteller 45

5.1.2 Die ambivalente Haltung der Markenartikelhersteller bezüglich FOC-Aktivitäten 46

5.2 Veränderung der Handelsstruktur betroffener Teilmärkte 47
5.2.1 Verdrängung innerstädtischen Einzelhandels 48
5.2.2 Stärkung von Konzentrationstendenzen im Einzelhandel 51

6 Handlungsempfehlungen für den betroffenen Einzelhandel 53
6.1 Konfliktstrategie 54
6.2 Anpassungs- bzw. Umgehungsstrategie 57
6.3 Kooperationsstrategie 59

7 Fazit 60

Literaturverzeichnis V
Anhang XII
Eidesstattliche Erklärung XXVIII

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Fabrikverkaufseinrichtungen in Deutschland nach Sortimenten	5
Abb. 2	Die zehn größten „Factory-Outlet-Center" in Großbritannien	10
Abb. 3	Fabrikverkaufszentren in Europa	11
Abb. 4	Geplante Factory-Outlet-Center in Deutschland	12
Abb. 5	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes seit 1992	17
Abb. 6	Verkaufsflächenentwicklung im deutschen Einzelhandel	17
Abb. 7	Verkaufsflächenstruktur im deutschen Einzelhandel	19
Abb. 8	Einzugsgebiet des Designer-Outlet-Zweibrücken innerhalb Deutschlands	24
Abb. 9	Zielmärkte des Designer-Outlet-Zweibrücken in Luxemburg und Frankreich	24
Abb. 10	Einzugsgebiete von Factory-Outlet-Centern nach Umsatzanteilen	26
Abb. 11	Branchenmix britischer Factory-Outlet-Center	28
Abb. 12	Branchenkonzept des Factory-Outlet-Centers in Zweibrücken	29
Abb. 13	Anforderungskatalog „Fachhandel"	38
Abb. 14	Warenhäuser „Stuck in the middle"	41
Abb. 15	Entwicklung der Umsatzkonzentration im Einzelhandel	51
Abb. 16	Bedeutung der Factory-Outlet-Entwicklung - Einschätzung durch Handel und Industrie	53
Abb. 17	Auslistungs- und Boykottandrohungen des Handels - Einschätzung durch Handel und Industrie	55