Pressemitteilung vom 08. April 2025

Sehr geehrte Damen und Herren von der Presse,

seit dem Jahr 2008 – d.h. seit nun 17 Jahren – führt die ecostra GmbH jährlich eine Befragung von internationalen Markenherstellern durch, welche Mieter in einem europäischen Outlet Center sind. Seit dem Jahr 2012 wird diese Untersuchung in Kooperation mit dem französischen Forschungsinstitut magdus erstellt. Der Report gilt zwischenzeitlich als „der" Benchmark für die europäische Outlet-Branche. Die Ergebnisse werden jeweils im sog. „**Outlet Centre Performance Report Europe**" (OCPRE) abgedruckt, welcher über den ecostra-Webshop bezogen werden kann.

Beim OCPRE handelt sich um die einzige europaweite Befragung von Marken zur wirtschaftlichen Performance ihrer Stores in den einzelnen Fabrikverkaufszentren. In das Befragungsportfolio wurden sämtliche Outlet Center in Europa aufgenommen, welche bereits seit mehr als 2 Jahren in Betrieb sind. Teilnehmen an der Befragung durften nur Markenhersteller, die mindestens einen Laden in gleichzeitig drei verschiedenen Outlet Centern in Europa haben. Befragt wurden die Entscheidungsträger (Vertriebsleiter, Expansionsmanager) der Marken in den jeweiligen Unternehmenszentralen, nicht die Storemanager vor Ort, da nur die Erstgenannten die Möglichkeit und den Überblick haben, die Performance ihrer Stores in verschiedenen Centern zu bewerten, die zudem häufig auch noch in verschiedenen europäischen Ländern liegen.

Insgesamt haben diesmal 66 (im Vorjahr: 96) internationale Markenhersteller an der Befragung teilgenommen, welche in Summe 1.011 Outlet Stores (im Vorjahr: 1.438) in europäischen Outlet Centern betreiben. Im Durchschnitt hat also jeder Markenhersteller ca. 15,3 Standorte (im Vorjahr: ca. 15,0) bewertet, was illustriert, dass v.a. auch Marken teilgenommen haben, welche über ein bereits gut ausgebautes Netz an Outlet Stores in Europa verfügen.

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 rechtefrei zur Verfügung stellen.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit gerne an uns wenden. Ansprechpartner ist bei

- ecostra, Dr. Joachim Will, Tel.-Nr. +49 (0)611 716 95 75-0 bzw. Email info@ecostra.com
- magdus, Dr. Caroline Lamy, Tel.-Nr. +33 (0)6 11 46 54 06 bzw. Email lamy@magdus.fr

Mit freundlichen Grüssen

ecostra GmbH magdus

Premiere: Erstmals wird ein italienisches Center von Mietern zum profitabelsten Outlet in Europa gekürt

Designer Outlet Serravalle schiebt sich an Seriensieger Roermond vorbei und gewinnt im Performance Report. Südeuropäische Outlet Center holen allgemein immer stärker auf.

Seit 2008 befragt die Wiesbadener Wirtschaftsberatung ecostra jedes Jahr die in den europäischen Outlet Centern vertretenen Markenhersteller zur Ertragssituation ihrer Outlet Stores. Seit 2012 erfolgt dies in Kooperation mit dem französischen Institut magdus. Die Ergebnisse werden in einem Berichtsband abgedruckt, der sich zwischenzeitlich zu „dem" Benchmark der Branche entwickelt hat. Soeben wurden die Ergebnisse der jüngsten Befragungsrunde veröffentlicht. *„Wir haben einen neuen Sieger! Und der kommt erstmals aus Italien!"*, konstatiert der ecostra-Geschäftsführer Dr. Joachim Will. *„Das von McArthurGlen entwickelte und betriebene Designer Outlet Serravalle hat die aktuell zufriedensten Mieter, was die Erträge aus den dort erwirtschafteten Umsätzen anbelangt. Dies hat sich bereits in den vergangenen Jahren abgezeichnet, wo Serravalle sich schon fest in der Gruppe der Top-Performer unter den Fabrikverkaufszentren etablieren konnte. Mit dem nun erreichten, aktuellen Ergebnis wurde der bisherige Seriensieger, das an der niederländisch-deutschen Grenze gelegene Designer Outlet Roermond, auf den zweiten Platz verdrängt."*

Serravalle: Flächengröße, Markenbesatz und Standortqualität als Erfolgsfaktoren

Das Designer Outlet Serravalle liegt in der norditalienischen Region Piemont unmittelbar an der stark frequentierten Autobahn A7, welche Mailand mit Genua verbindet. Das Center wurde im September 2000 eröffnet und in sechs Erweiterungsphasen auf eine Gesamtfläche von ca. 50.650 m² GLA mit knapp 250 Ladeneinheiten erweitert. In Ergänzung wurde im Jahr 2021 der Freitzeitpark „Play Land" in direkter Nachbarschaft des Centers eröffnet. *„Das im Village Stil errichtete Objekt zählt damit zu den flächengrößten Outlet Centern Europas, verfügt über eine beachtliche Zahl an hochpreisigen Designer Marken und hat sich in den letzten Jahren zu einer überregionalen Destination entwickelt, welche auch die Touristenströme auf dem Weg zur den Küsten der Riviera abschöpft. Zuletzt konnte eine jährliche Besucherzahl von etwa 6 Millionen vermeldet werden, die in dem Center ganz offensichtlich die Kassen kräftig klingeln lassen"*, weiß der ecostra-Geschäftsführer Will zu berichten.

In Südeuropa sind die Outlet Center auf der Überholspur

Auf den weiteren Plätzen der Top-Performer unter den europäischen Outlet Centern folgen der bisherige Seriensieger Designer Outlet Roermond (Niederlande), das Designer Outlet Malaga (Spanien) und das Porto Fashion Outlet (Portugal). *„Wir können feststellen, dass nach Angaben der Outlet-Mieter zunehmend mehr südeuropäische Center sich als äußert profitabel erweisen"*, betont die magdus-Chefin Dr. Caroline Lamy, deren Institut bei dem Performance Report kooperiert. Lamy: *„Südeuropa ist nicht nur klimatisch mit vielen Sonnentagen bevorzugt, sondern macht auch den Outlet-Betreibern große Freude. Aus den Top 10 haben allein 5 Center ihren Standort in Italien, Spanien oder Portugal. Das war nicht immer so. Außerdem gelten diese Märkte durch einen bereits vergleichsweise hohen Besatz an Outlet Centern als weitgehend gesättigt, was nicht zuletzt eine hohe Wettbewerbsintensität nahelegt. Trotzdem findet sich aber derzeit kein einziges südeuropäisches Outlet Center im Tabellenkeller."*

Erneut ein deutsches Center als Schlusslicht des Outlet-Rankings

Dagegen herrscht an einzelnen Outlet-Standorten in Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden ein eher frostiges Klima. So geht die „rote Laterne" des aus Mietersicht am schlechtesten performenden Outlet Centers in diesem Jahr erneut an das im deutschen Bundesland Nordrhein-Westfalen gelegene Fashion Outlet Marl, das im Tabellenkeller wie einzementiert zu sein scheint. Auch die von den Mietern

ebenfalls mit deutlicher Kritik versehenen Outlet Center in Schönenwerd (Schweiz) und Haarlemmermeer (Niederlande) sind seit einiger Zeit ständige Gäste am unteren Ende des Rankings. Will: *„Es bleibt zu hoffen, dass es diesen Centern gelingt, Wege aus dieser Tristesse zu finden."* Positivbeispiele gibt es. So hat das ebenfalls in den Niederlanden gelegene Designer Outlet Rosada in Roosendaal es geschafft, sich aus dem Tabellenkeller herauszuarbeiten und einen Platz im guten Mittelfeld des Rankings einzunehmen. Ähnlich auch das Designer Outlet Roubaix in Frankreich, das nun ebenfalls einen stabilen Platz im Mittelfeld gefunden hat.

Lange Öffnungszeiten verschärfen das Problem der Personalverfügbarkeit

Nach wie vor stellen nach Angaben der Mieter die Personalverfügbarkeit sowie die stark gestiegenen betrieblichen Nebenkosten für Heizung und Energie die größten Herausforderungen im Betrieb der Outlet Stores dar. Dagegen spielen die noch während und kurz nach der Corona-Zeit relevanten Lieferkettenprobleme keine Rolle mehr. Einige befragte Marken beklagen dagegen die in den Centern gestiegenen Mietkosten und die langen Öffnungszeiten, wobei letztere wiederum das Personalproblem verschärfen. Wie bereits bei allen vorangegangenen Untersuchungen sind die Outlet Stores als Vertriebskanal auch diesmal deutlich profitabler als eigene Markenstores in den Hauptgeschäftslagen der Innenstädte. Die Performance der Outlets ist auch weiterhin etwas besser als jene der eigenen Online-Stores der Marken. Allerdings hat sich die wirtschaftliche Bewertung dieser beiden Vertriebskanäle im vergangenen Jahrzehnt doch deutlich angenähert, so dass nur noch ein geringer Unterschied zwischen Online- und Offline-Outlets erkennbar ist.

Expansion zieht wieder leicht an. Hybridkonzepte stoßen auf gestiegenes Interesse

Bei der Expansion der Outlet Stores zeigt sich nach Jahren, in denen offensichtlich die Handbremse immer weiter angezogen wurde, nun wieder eine leichte Belebung der Expansionstätigkeit. Mit durchschnittlich ca. 2,7 Neueröffnungen von Outlet Stores in den kommenden 12 Monaten ist zwar der Spitzenwert aus dem Jahr 2018 (Ø ca. 3,7 Neueröffnungen pro Marke) noch weit entfernt, allerdings hat die seit damals kontinuierlich nachlassende Standortexpansion im Jahr 2024 einen Wendepunkt erlebt und hat wieder leicht angezogen. Lamy: *„Wir werden sehen, ob sich dies so weiter fortsetzt. Die Zahl an Neuplanungen und damit möglichen Neueröffnungen von Outlet Centern in Europa ist mehr als überschaubar. Überwiegend bestimmen Flächenerweiterungen und Standortoptimierungen von bestehenden Centern das Bild. Allerdings sind dann die Flächenmietpreise in diesen, meist etablierten und gut performenden Centern alles andere als Schnäppchen."* Vergleichsweise günstige Flächenmietpreise gibt es aber an anderer Stelle. So scheint sich auf Seiten der befragten Markenhersteller eine Änderung der bislang eher kritischen Bewertung von Hybridkonzepten aus klassischen Shoppingcentern und Outlet Centern abzuzeichnen. Noch vor wenigen Jahren sind solche Hybridkonzepte auf ein nur sehr verhaltenes Mieterinteresse gestoßen. Wie die Befragungsergebnisse zeigen, erhalten diese nun als mögliche Standortoptionen durchaus eine erhöhte Aufmerksamkeit. Will: *„Hier hat die Eröffnung der Outlet-Ebene innerhalb des huma-Shoppingcenters in St. Augustin (bei Bonn) und die bislang durchwegs positive Mieterresonanz offenbar einiges bewegt. Solche Standorte kommen für Luxus- oder Premiummarken zwar weiterhin nicht in Frage, aber gute Marken des mittelpreisigen Segments können hier durchaus geeignete Flächen finden. Und das scheint sich herumzusprechen."*

Der vollständige Berichtsband des „Outlet Centre Performance Report Europe 2024" mit allen Detailauswertungen und ausführlichen Kommentierungen ist ab Ende April 2025 zum Preis von 250,-- € (zzgl. MwSt.) lieferbar. Vorbestellungen sind im ecostra-Webshop bereits jetzt möglich.

Übersicht: Die Top 20 der aus Mietersicht ökonomisch erfolgreichsten Outlet Center in Europa 2024

Rang Europa	Standort - Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	Italien	McArthurGlen	1,67
2	Roermond – McArthurGlen Roermond	Niederlande	McArthurGlen	1,77
3*	Vila do Conde / Movidas – Porto Fashion Outlet	Portugal	VIA Outlets	1,83
3*	Malaga – Designer Outlet Malaga	Spanien	McArthurGlen	1,83
5	Kildare – Kildare Village	Irland	Value Retail	1,88
6*	Landquart -Landquart Fashion Outlet	Schweiz	VIA Outlets	1,90
6*	Ellesmere Port – McArthurGlen Cheshire Oaks	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	1,90
8*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	Italien	McArthurGlen	1,91
8*	Noventa di Piave – McArthurGlen Noventa di Piave	Italien	McArthurGlen	1,91
10	Parndorf – McArthurGlen Parndorf	Österreich	McArthurGlen	1,92
11*	La Roca del Vallès – La Roca Village	Spanien	Value Retail	2,00
11*	San Sebastian de Los Reyes – The Style Outlets	Spanien	Neinver	2,00
11*	York – Designer Outlet York	Vereinigtes Königreich	McArthurGlen	2,00
14	Metzingen – Outletcity Metzingen	Deutschland	Outletcity AG	2,09
15	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	Polen	ROS	2,11
16	Las Rozas – Las Rozas Village	Spanien	Value Retail	2,14
17	Talange – Marques Avenue	Frankreich	Marques Avenue	2,17
18*	Villefontaine – The Village	Frankreich	La Compagnie de Phalsbourg	2,20
18*	Sosnowiec – Designer Outlet Sosnowiec	Polen	ROS	2,20
18*	Portsmouth – Gunwharf Quays	Vereinigtes Königreich	Land Securities	2,20

* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / magdus

Die Spitzenreiter in ausgewählten europäischen Ländern:

Top 3 in Frankreich 2024

Rang F	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	17	Talange – Marques Avenue	Marques Avenue	2,17
2	18*	Villefontaine – The Village	La Compagnie de Phalsbourg	2,20
3	32*	Pont-Sainte-Marie – Designer Outlet Troyes	McArthurGlen	2,36

* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / Magdus

Top 3 in Deutschland 2024

Rang D	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	14	Metzingen – Outletcity Metzingen	Outletcity AG	2,09
2	21	Wustermark – Designer Outlet Berlin	McArthurGlen	2,21
3	24	Ochtrup – Designer Outlet Ochtrup	McArthurGlen	2,28

* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / magdus

Top 3 im Vereinigten Königreich 2024

Rang UK	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	6*	Ellesmere Port – Designer Oultet Cheshire Oaks	McArthurGlen	1,90
2	14*	York – Designer Outlet York	McArthurGlen	2,00
3	18*	Portsmouth – Gunwharf Quays	Land Securities	2,20

* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / magdus

Top 3 in Italien 2024

Rang I	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	1	Serravalle Scrivia – Designer Outlet Serravalle	McArthurGlen	1,67
2*	8*	Castel Romano – Designer Outlet Castel Romano	McArthurGlen	1,91
2*	8*	Noventa di Piave – Designer Outlet Noventa di Piave	McArthurGlen	1,91

* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / magdus

Top 3 in Spanien 2024

Rang E	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	3*	Malaga – Designer Outlet Malaga	McArthurGlen	1,83
2*	11*	La Roca del Vallès – La Roca Village	Value Retail	2,00
2*	11*	San Sebastian de Los Reyes	Neinver	2,00

* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / magdus

Top 3 in Polen 2024

Rang PL	Rang Europa	Standort - Outlet Center	Betreiber	Ø-Bewertung**
1	15	Piaseczno – Designer Outlet Warszawa	ROS	2,11
2	18*	Sosnowiec – Designer Outlet Sosnowiec	ROS	2,20
3*	26*	Gdansk (Szadólki) – Designer Outlet Gdansk	ROS	2,33
3*	26*	Modliniczka (Kraków) – Factory Kraków	Neinver	2,33

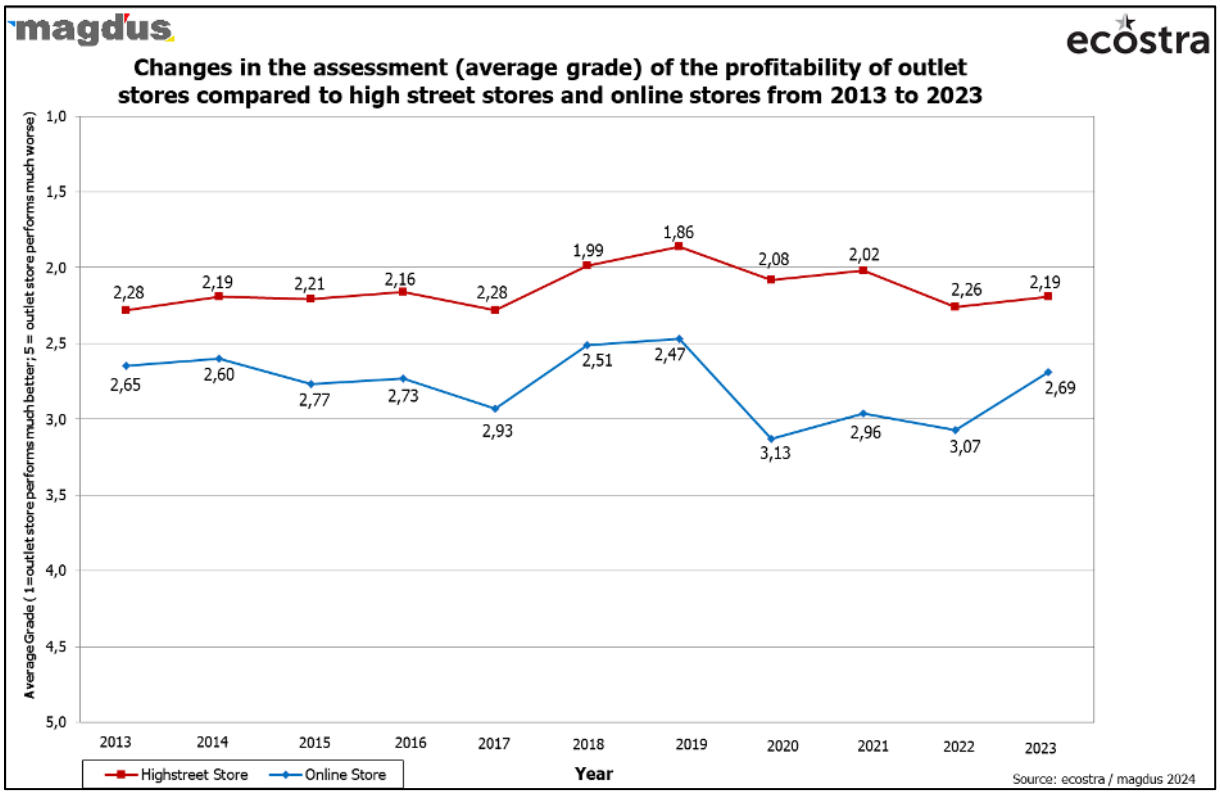
* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance
Quelle: ecostra / magdus

Übersicht: Die 10 untersuchten Outlet Center in Europa mit der schwächsten ökonomischen Performance 2024

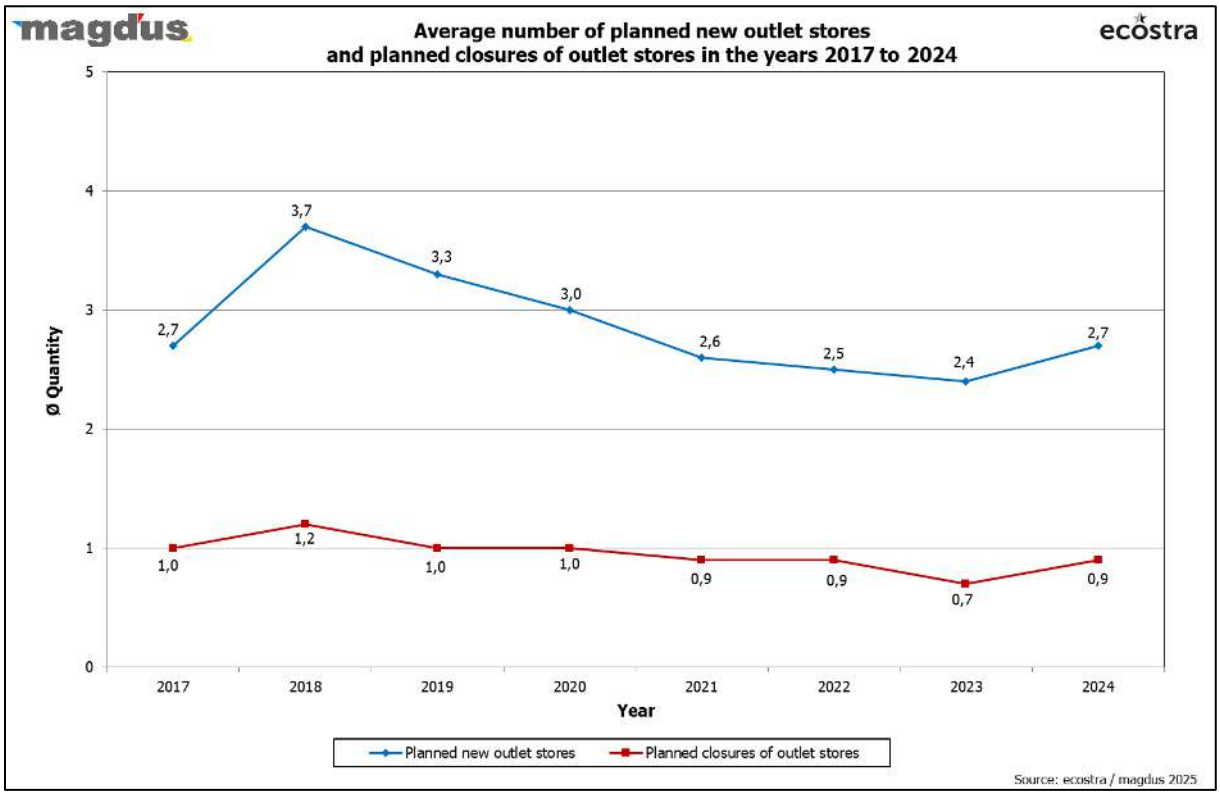
Rang Europa	Standort - Outlet Center	Land	Betreiber	Ø-Bewertung**
73	Les Clayes sous Bois – One Nation Paris	Frankreich	Catinvest	3,25
74	Braintree – Freeport Braintree	Vereinigtes Königreich	Land Securities	3,33
75	Marcianise – Designer Outlet La Reggia	Italien	McArthurGlen	3,44
76*	Messancy – Designer Outlet Luxembourg	Belgien	ROS	3,50
76*	Honfleur – Honfleur Normandy Outlet	Frankreich	Advantail	3,50
78	Aubergenville – Marques Avenue A13	Frankreich	Marques Avenue	3,83
79	L'Ile Saint Denis – Marques Avenue	Frankreich	Marques Avenue	4,14
80	Haarlemmermeer – Amsterdam The Style Outlets	Niederlande	Neinver	4,17
81	Schönenwerd – Fashion Fish Factory Outlet	Schweiz	Tomaro AG	4,20
82	Marl – Fashion Outlet Marl	Deutschland	Outlet Evolution Services	4,43

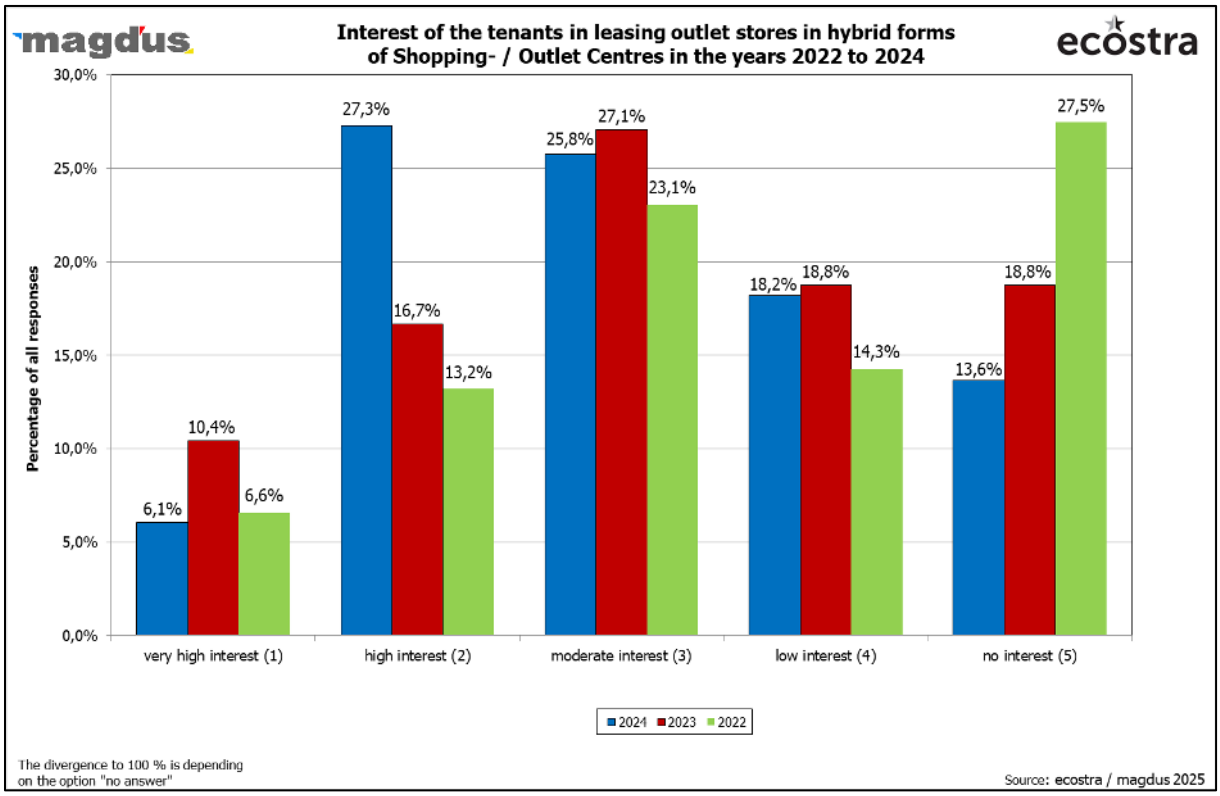
* = Die identische Durchschnittsbewertung mit einem anderen Outlet Center führt zu einer doppelten Rangbelegung
** = Durchschnittsbewertung auf Schulnotenbasis von 1 (= deutlich überdurchschnittliche Performance) bis 5 (= deutlich unterdurchschnittliche Performance

Quelle: ecostra / magdus



Lesebeispiel: ein Wert von 3,0 bedeutet, dass die Profitabilität der Vertriebslinie identisch zu Outlet Stores ist, ein Wert < 3.0 zeigt, dass Outlet Stores entsprechend profitabler sind.


magdus
Average number of planned new outlet stores
and planned closures of outlet stores in the years 2017 to 2024
ecostra
Ø Quantity
Year
2017
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024
2,7
3,7
3,3
3,0
2,6
2,5
2,4
2,7
1,0
1,2
1,0
1,0
0,9
0,9
0,7
0,9
Planned new outlet stores
Planned closures of outlet stores
Source: ecostra / magdus 2025


magdus
Interest of the tenants in leasing outlet stores in hybrid forms
of Shopping- / Outlet Centres in the years 2022 to 2024
ecostra
Percentage of all responses
very high interest (1)
high interest (2)
moderate interest (3)
low interest (4)
no interest (5)
6,1%
10,4%
6,6%
27,3%
16,7%
13,2%
25,8%
27,1%
23,1%
18,2%
18,8%
14,3%
13,6%
18,8%
27,5%
2024
2023
2022
The divergence to 100 % is depending
on the option "no answer"
Source: ecostra / magdus 2025

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. ecostra arbeitet auch für öffentliche Auftraggeber, z.B. Städte, Gemeinden, Verwaltungsgerichte, Kammern, bietet Sachgutachten für Genehmigungs-, Verwaltungs- und Kartellgerichtsverfahren und unterstützt mit der fachlichen Expertise wie auch den vielfältigen Kontakten innerstädtische Entwicklungsmaßnahmen. 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 und im Rahmen des wirtschaftlichen Due Dilligence Transaktionen und Projektfinanzierungen in verschiedenen Ländern begleitet.

magdus-Unternehmensprofil

Die Stadt Troyes, ca. 150 km östlich von Paris gelegen, gilt durch die hier vorhandene Ballung von Fabrikverkaufsstellen und Outlet Centern als das „Metzingen" Frankreichs. Im Jahr 2003 hat die Stadtverwaltung von Troyes zusammen mit der Industrie- und Handelskammer („Chambre de Commerce et d'Industrie de Troyes et de l'Aube") beschlossen, eine Forschungseinrichtung für Outlet Center zu gründen, welche den Namen „magdus" erhielt. Magdus hat zwischenzeitlich eine enorme Datenbasis zu allen Fragestellungen rund um Outlet Center aufgebaut und versteht sich als Forum für Debatten und Diskussionen zur Bedeutung und Entwicklung der Outlet Center in Europa.

Ansprechpartner:

ecostra GmbH
Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa
Dr. Joachim Will
Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden
Tel.: +49 - (0)611 71 69 57 50
Email: office@ecostra.com
www.ecostra.com

magdus
European Factory Outlet
Centres Observatory
Dr. Caroline Lamy
655 route du Vieux Village
F-26510 Sahune
Tel.: +33 - (0)6 11 46 54 06
Email: lamy@magdus.fr
www.magdus.fr