

## JAHRESRÜCKBLICK 2021

### Outletcity Metzingen / Outletcity.com



**Obwohl 2021 die Covid-Pandemie und die damit verbundenen behördlichen Maßnahmen das stationäre Geschäft noch stärker belastet haben als im Vorjahr, konnte die Outletcity Metzingen die Weiterentwicklung vorantreiben.**

#### Outletcity Metzingen

Trotz einer langen Lockdownphase von Januar bis einschließlich April, die gravierende Umsatzeinbrüche zur Folge hatte, wurden die Investitionen in den Standort weiter vorangetrieben und verschiedene Areale erneuert und ausgebaut. So wurde z. B. die City Mall maßgeblich erweitert, ein bedeutender Teil der Reutlinger Straße renoviert und ein Neubau in der Kanalstraße 4 realisiert.

Über 20 neue Markenpartner konnten dadurch für den Standort Metzingen begeistert werden. Zudem erstrahlen 18 Bestandsmarken dank Verlagerungen und frischen Shop-Konzepten in neuem Glanz – ein klares Bekenntnis zur Outletcity.

Im stationären Bereich konnte der Umsatzrückgang gegenüber dem Jahr 2020, welches sich durch eine 5-wöchigen Lockdown-Phase auszeichnete, und dank vielfältiger Marketingmaßnahmen im einstelligen Prozentbereich gehalten werden. Bereinigt im Hinblick auf Öffnungszeiten- und Flächenangebot konnte gegenüber 2020 sogar eine „theoretische“ Umsatzsteigerung von knapp 10% erzielt werden.

Auch die OUTLET/CITY App, die in Verbindung mit dem OUTLET/CITY Club als Indikator für aktive und interagierende Gäste gilt, wurde seit der Einführung vor 2 Jahren

über 750.000 Mal heruntergeladen. „Dies war nur durch den abteilungsübergreifenden Einsatz aller Mitarbeiter möglich, die kreative Shopping-Konzepte und Maßnahmen erarbeitet und dabei das Markenportfolio vor Ort und im Online-Shop deutlich erweitert haben“, so René Kamm, Managing Director der Outletcity Metzingen.

Erneut wurde die Outletcity Metzingen mit aktuell 60.000 m<sup>2</sup> GLA und 40.745 m<sup>2</sup> SA von der Ecostra GmbH als größtes Outlet Europas\* ausgezeichnet. „Am Ende eines sehr herausfordernden Jahres können wir auf voll vermietete Flächen blicken und bewerten dies als ein klares Bekenntnis der Markenpartner zum Standort Outletcity Metzingen“, so Kamm.

Dem langfristigen Ziel, sich als Erlebnisdestination zu etablieren, konnte die Outletcity trotz Corona-Restriktionen ein bedeutendes Stück näherkommen. Eine Outdoor Kunst-Performance in Verbindung mit einer Ausstellung sowie Attraktionen wie das weltweit größte Kettenkarussell oder die nachhaltige Schlittschuhbahn auf Kunststoffbasis erlaubten es der Outletcity sich auch außerhalb des reinen Shopping-Erlebnisses zu positionieren.

Neue Partner wie das Champa (Sushi & Bowl), die L’Osteria (Pizza & Pasta) oder die temporäre Veuve Clicquot Bar verbessern das Gastronomie-Angebot vor Ort. „Wir sind davon überzeugt, dass zukünftig neben dem reinen Shopping-Erlebnis vor allem die Experience außerhalb der Stores eine tragende Rolle spielen wird“, so Kamm.

---

Pressekontakt: HOLY AG, Friedrich-Herrmann-Straße 6, 72555 Metzingen, Deutschland

Head of PR & Network Management  
Isidora Muthmann  
Tel. +49 7123 9234-818  
Isidora.muthmann@holy-ag.de

Senior PR & Network Manager  
Tamara Link  
Tel. +49 7123 9234-744  
tamara.link@holy-ag.de

Weitere Details finden Sie unter: [outletcity.com](https://outletcity.com)

Dennoch ist die Entwicklung mit Blick auf den internationalen Markt verhalten. Seit Pandemiebeginn ist ein enormer Einbruch der internationalen Besuche in Metzlingen zu verzeichnen, welche in den Jahren zuvor bis zu 40 % des Gesamtumsatzes ausmachten. „Wir rechnen erst ab Mitte 2023 wieder mit einem nennenswerten Anstieg touristischer Aktivitäten aus China. Immerhin konnten wir bereits wieder einen erfreulichen Anstieg von Besuchern aus den Golfstaaten ab Q3 2021 feststellen – das gibt Hoffnung“, sagt Kamm.

## Outletcity Online Shop

Der Outletcity Online Shop konnte im Jahr 2021 große Erfolge erzielen und die erarbeitete Position im Outlet-Online-Geschäft mit einem 35 % Zuwachs im Bestellvolumen weiter ausbauen. „Generell blicken wir auf ein erfolgreiches Jahr in Bezug auf das digitale Business zurück und fühlen uns in der Entscheidung einen eigenen Online Shop zu betreiben, welcher bereits 2012 gelauncht wurde, zusätzlich bestätigt“, sagt Dr. Stefan Hoffmann, Managing Director Digital & Customer der Outletcity. Gleichzeitig konnte mit dem Launch des Kindersortiments ein weiterer Kundenbedarf bedient werden. Seit dessen Einführung im Sommer 2021 steigt die Nachfrage stetig an. Zwischenzeitlich bietet der Outletcity Online Shop über 350 Marken und eine Auswahl von ca. 70.000 Artikeln – Tendenz steigend.

Mit rund 3,3 Mio. versendeten Teilen in 2021 zählt der Outletcity Online Shop selbst zu den Gewinnern der derzeitigen globalen Entwicklung. In den nächsten 10 Jahren ist ein vergleichbares Umsatzniveau wie im Onsite-Geschäft geplant. Auch international soll der Online Shop weiter ausgerollt werden und perspektivisch den gleichen Bekanntheitsgrad wie die Outletcity selbst erlangen.

Durch den erfolgreichen Start des Marktplatzmodells im Herbst 2021 schaffte es die Outletcity außerdem einen neuen Vertriebskanal zu etablieren und das Warensortiment zu erweitern – Ein weiterer strategischer Zug, um die Pionierstellung im Outlet Business aufrechtzuerhalten.

Zudem hat die Outletcity Metzlingen mit einem weiteren umfassenden Rollout der neuen Glasfaser- und Kupfer-Infrastruktur eine solide Basis für den fortschreitenden technologischen Ausbau geschaffen. Mit bereits nahezu 600 modernsten Access Points wird für die Gäste der Outletcity nicht nur eine ausgezeichnete Kundenexperience mit kostenfreiem Wi-Fi im In- und Outdoor Bereich geschaffen, sondern auch die weiteren Maßnahmen für ein sicheres Einkaufserlebnis unterstützt. Monatlich profitieren aktuell bereits weit mehr als 100.000 Nutzer vom

kostenfreien Surfangebot. Weitergehend unterstützen auch bereits über 200 Footfall-Sensoren und -Laser bei der Einhaltung der Storekapazitäten und tragen somit maßgeblich zur Sicherheit der Kunden in Zeiten der Pandemie bei.

„Wie bei all unseren Services, Angeboten und Maßnahmen, stehen auch beim zukünftigen technologischen Ausbau der Outletcity Metzlingen unsere Gäste und deren sicheres und außergewöhnlich schönes Einkaufserlebnis im Mittelpunkt. Langfristig gesehen ist die Digitalisierung des Standorts und die Verknüpfung all unserer Vertriebskanäle maßgeblich relevant, um die Marke auf ein noch höheres Niveau in Bezug auf Warensortiment, Kundenservice und digitale Benefits zu heben“, so Hoffmann.

„In Anbetracht all dieser Entwicklungen schauen wir positiv in die Zukunft und sind sicher, dass wir mit unseren Partnern eine nachhaltige und erfolgreiche Outletcity Metzlingen gestalten werden“, sagt Kamm abschließend.

*\*Nach Verkaufsfläche bzw. Größe - Marktgutachten „Outlet Centres in Europe“, S. 27 (Dezember 2021) der ecostra GmbH, [www.ecostrade.de/studien\\_und\\_marktberichte/outlet-centres-europe\\_2021-12.pdf](http://www.ecostrade.de/studien_und_marktberichte/outlet-centres-europe_2021-12.pdf)*

## OUTLET/CITY METZINGEN MARKENPORTFOLIO



### INTERNATIONALE PREMIUM- UND LUXUSMARKEN

7 For All Mankind	Fossil	Max Mara	Seidensticker
Adidas	FTC Cashmere	MCM	Sergio Rossi
Aigner	Furla	Mey	Sigikid
Alberta Ferretti	Gant	Michael Kors	Skechers
Armani	Geox	Missoni	Storck
Bally	Gucci	Miu Miu	Strellson
Babor	Guess	Moncler	Sunglass Hut
Bahlsen	Hackett	Morotai	Superdry
Balenciaga	Haribo	Möve	Swarovski
Bogner	Hogan	Moschino	Swatch
Boss	Hour Passion	Napapijri	Ted Baker
Bottega Veneta	Hunkemöller	Nike	Tefal
Breitling	Jack & Jones	Oakley	The North Face
Burberry	Jet Set	Only	The Cosmetics Company
Calvin Klein	Jimmy Choo	Olymp	Tchibo Prozente
Car Shoe	Joop!	Pandora	Timberland
Coach	Karl Lagerfeld	Patrizia Pepe	Tod's
Converse	Kate Spade New York	Petit Bateau	Tom Tailor
Crocs	Kennel & Schmenger	Peuterey	Tommy Hilfiger
Desigual	Kids Around	Philipp Plein	Tory Burch
Diesel	Kipling	Polo Ralph Lauren	Tumi
Dockers	Kjus	Porsche Design	Under Armour
Dolce & Gabbana	Kneipp	Prada	UGG
Dorothee Schumacher	Lacoste	Puma	Valentino
Douglas	Lambert	Ravensburger	Vero Moda
Ecco	Le Creuset	Reebok	Versace
Ermenegildo Zegna	Levi's	Roger Vivier	Vilebrequin
Escada	Liebeskind	Rossignol	Villeroy & Boch
Esprit	Lindt	s.Oliver	Volvo
Estella	L'Occitane	Salvatore Ferragamo	Watch Station
Etro	Longchamp	Samsonite	Windsor
Fabiana Filippi	Loro Piana	Sandro	Woolrich
Falke	Mammut	Schiesser	WMF
Fendi	Marc O'Polo	Scotch & Soda	Zwilling

Pressekontakt: HOLY AG, Friedrich-Herrmann-Straße 6, 72555 Metzgingen, Deutschland

Head of PR & Network Management  
Isidora Muthmann  
Tel. +49 7123 9234-818  
Isidora.muthmann@holy-ag.de

Senior PR & Network Manager  
Tamara Link  
Tel. +49 7123 9234-744  
tamara.link@holy-ag.de

Weitere Details finden Sie unter: [outletcity.com](http://outletcity.com)

## OUTLETCITY METZINGEN KOMMUNIKATION UND EVENTS



Von der eigenen Website mit ca. 33 Millionen Aufrufen im Jahr über den Versand eines erfolgreichen Newsletters an ca. 2,5 Millionen Abonnenten bis hin zu genau zugeschnittenen Online-Werbestrategien nutzt die Outletcity Metzinger ihre Kommunikationskanäle in höchstem Maß. Zusätzlich wird das Unternehmensprofil auf den wichtigsten Social Media-Plattformen repräsentiert. Kanäle wie Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, sowie die chinesischen Plattformen Weibo und WeChat werden regelmäßig mit hochwertigem Content befüllt.

Nach Verkaufsfläche bzw. Größe - Marktgutachten „Outlet Centres in Europe“, S. 27 (Dezember 2021) der ecostra GmbH, [www.ecostrade.de/studien\\_und\\_marktberichte/outlet-centres-europe\\_2021-12.pdf](http://www.ecostrade.de/studien_und_marktberichte/outlet-centres-europe_2021-12.pdf)