



DER YOUNG FASHION ANKER DER REGION

Der Top Standort für
starke Marken


EUROPA GALERIE
saarbrücken
Vermietungsexpóse

UNSERE MARKEN RICHTIG POSITIONIERT

- 1 Markt & Standort
- 2 Sichtbarkeit & Frequenz
- 3 Top Marken
- 4 Investment & Perspektive





MARKT & STANDORT

Strukturelle Stärke trifft
überregionale Relevanz

1

Luxemburg

1/3

des innerstädtischen
Einzelhandelsumsatzes
durch französische
Kunden

Frankreich

Saarland

A1

8,4 Mrd. €
Kaufkraftpotenzial

Ca. 1 Mio.
Einwohner im
Einzugsgebiet

147

Zentralitätsindex

1,3 Mrd. €
zusätzliches
Kaufkraftpotenzial aus
Frankreich

EUROPA-
Galerie

A6

A8

175.000

Einwohner im
Einzugsgebiet leben
in Frankreich

Einwohner Kaufkraft
p.P./J.

CA1 DE	210.645	22.563 €
CA2 DE	265.929	23.445 €
CA3 DE	349.461	23.046 €
CA4 FR	174.759	18.443 €

ÜBERREGIONALE RELEVANZ

- Kaufkraft & französische Frequenz
- Grenzüberschreitend relevante Marken ziehen Frequenz aus Frankreich
- Ein starker struktureller Wettbewerbsvorteil

UNSERE MARKEN – DER PULLFAKTOR BIS IN DIE GRENZREGION

Die **EUROPA-Galerie Saarbrücken** ist der führende Young-Fashion- und Lifestyle-Anker der Region. Als etablierter innerstädtischer Top-Standort basiert ihr Erfolg auf stabiler Frequenz, überdurchschnittlicher Zentralität und grenzüberschreitender Kaufkraft aus Frankreich. Ein Standort mit Substanz – und Zukunft.

Starke Argumente:

- Höchste Young Fashion Dichte der Region
- Grenzüberschreitender Wettbewerbsvorteil
- Starke & stabile Frequenz
- Vielfalt die jeden Bedarf abdeckt



SICHTBARKEIT & FREQUENZ

Innenstadt-Knotenpunkt
mit maximaler Sichtbarkeit
und hoher Frequenz

2



MIKRO-LAGE AUF TOP-NIVEAU

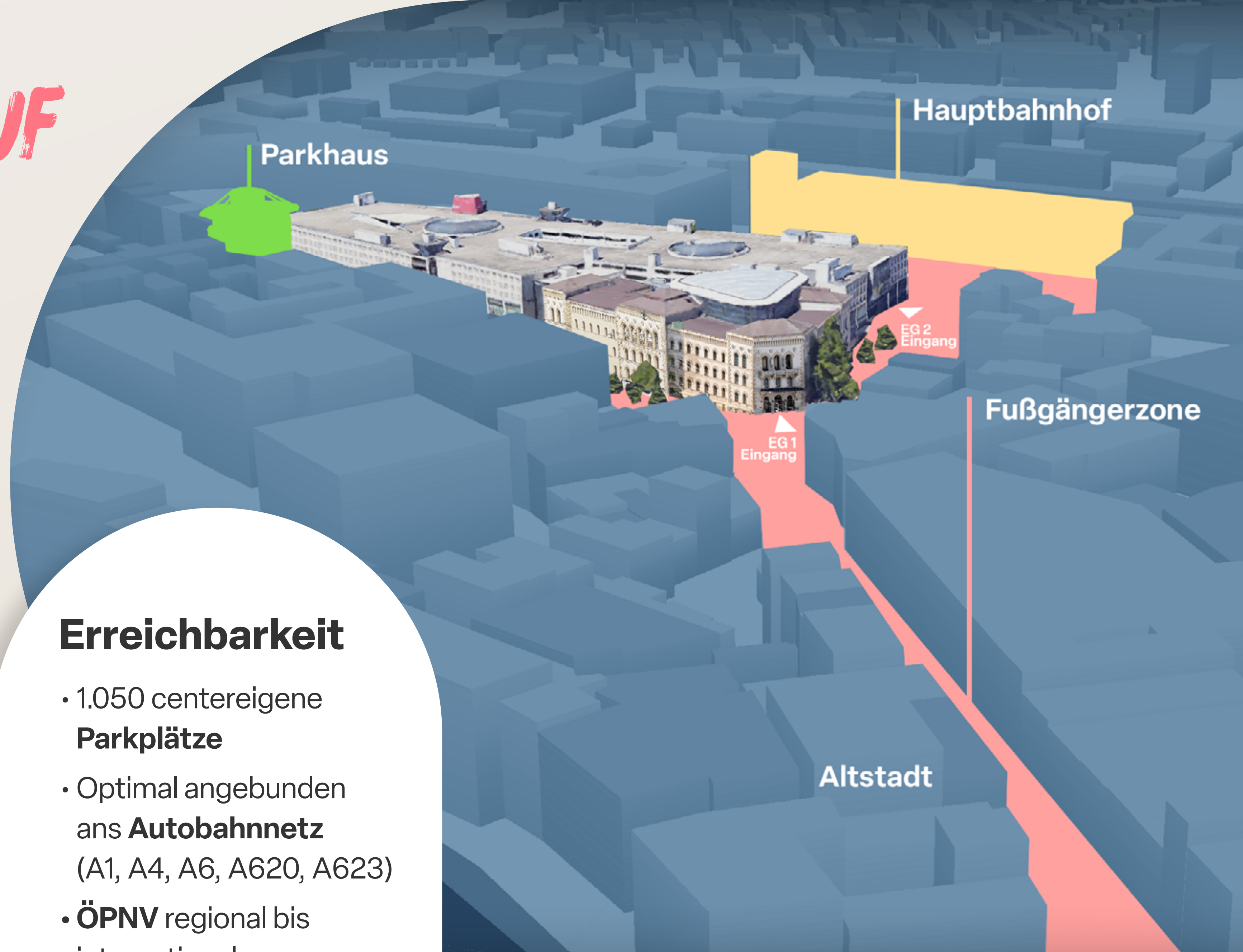
Immer auf dem Weg:
ob Auto, ÖPNV oder City-Bummel
– daraus entsteht eine natürliche,
starke Besucherbewegung.

Mikro-Standort

- Unmittelbare Lage am **Hauptbahnhof**
- Integriert in die **Fußgängerzone**
- Der **zentrale Start** der Fußgängerzone

Erreichbarkeit

- 1.050 centereigene **Parkplätze**
- Optimal angebunden ans **Autobahnnetz** (A1, A4, A6, A620, A623)
- **ÖPNV** regional bis international





DIE RICHTIGEN MARKEN, FÜR DIE RELEVANTE ZIELGRUPPE

Ein passgenaues Markenangebot
für die junge Zielgruppe –
mit klarem Anlass zum Besuch.

Altersstruktur

22 % unter 24 Jahre

35 % 25 bis 44 Jahre
Kernzielgruppe
Fashion & Lifestyle

34 % 45 bis 64 Jahre

Einkommens- struktur

59 % mittleres Einkommen

24 % mittleres bis
hohes Einkommen

7 % hohes Einkommen

Besucher- qualität

83 % Stammkundenquote

Ø 60 Minuten Verweildauer

Hohe Wiederbesuchs-
und Empfehlungsrate

A photograph of three young women walking and shopping in a city street. The woman on the left is wearing a blue denim jacket over a striped shirt and pink pants, carrying several shopping bags. The woman in the middle is wearing a white button-down shirt and floral-patterned pants, carrying a large blue shopping bag. The woman on the right is wearing a green sleeveless top and beige cargo pants, carrying a pink shopping bag. They are all smiling and looking towards the right. The background is a blurred city street with other pedestrians.

UNSERE TOP MARKEN - RICHTIG POSITIONIERT

Ein Markenportfolio, das Relevanz
schafft und Frequenz sichert

3

ALLES AN EINEM ORT – PERFEKT ABGESTIMMT

Ein vielfältiger, zielgruppenscharf kuratierter Markenmix trifft auf eine klare, frequenzoptimierte Clusterung.

So ergänzen sich die Sortimente ideal zu einem kompakten, durchgängigen Einkaufserlebnis – mit hoher Aufenthaltsqualität, starker Kundenbindung und nachhaltiger Frequenzwirkung.

YOUNG FASHION

PULL&BEAR

H&M Bershka

snipes[®] MANGO

VERO MODA[®] NEWYORKER

STRADIVARIUS **JD**

TREND & LIFESTYLE


SWAROVSKI

BIJOU **BB** RIGITTE

MINI
SOU

GIORGIO ARMANI
KIKO
MILANO

H&M HOME

ALLTAG, FOOD & TECHNIK

dm

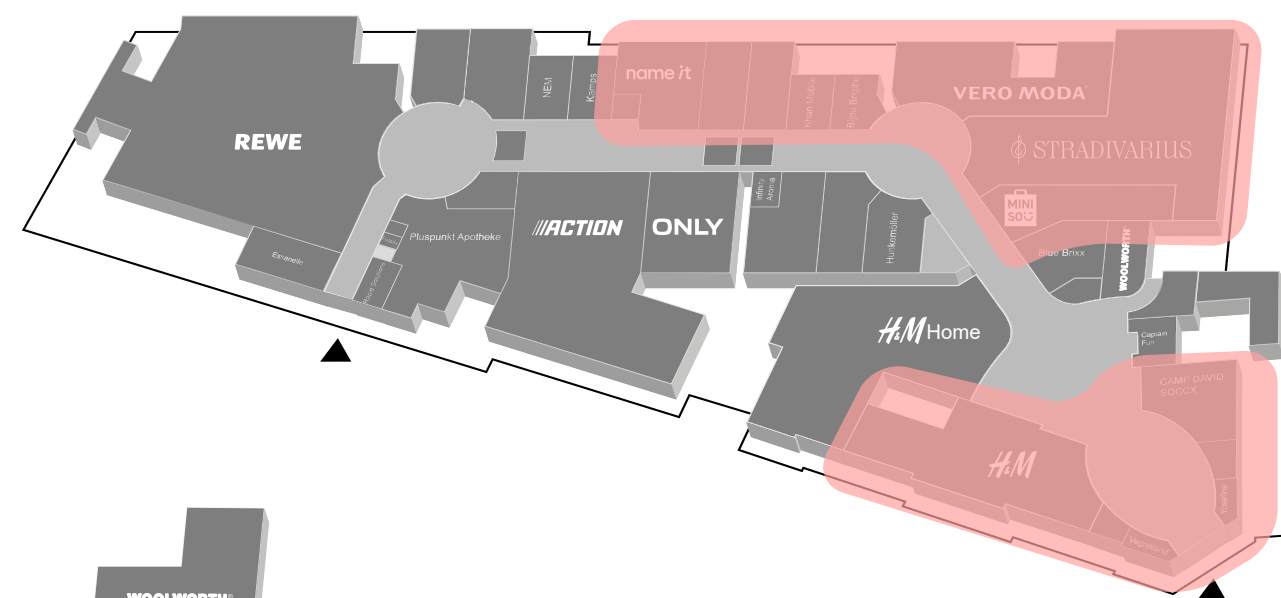
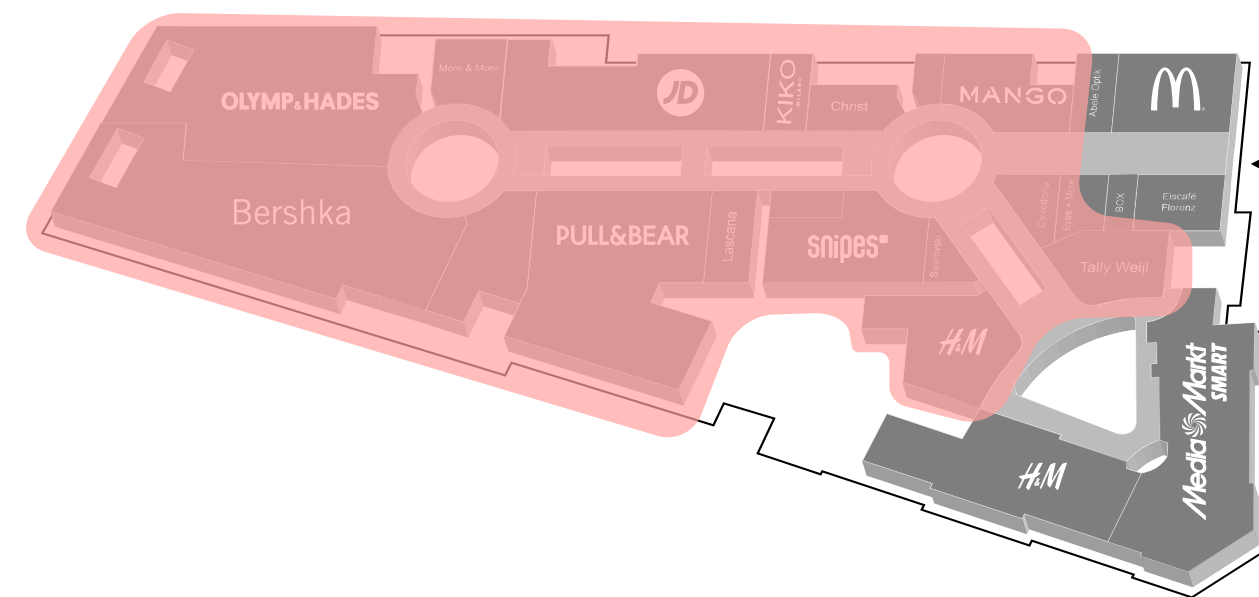
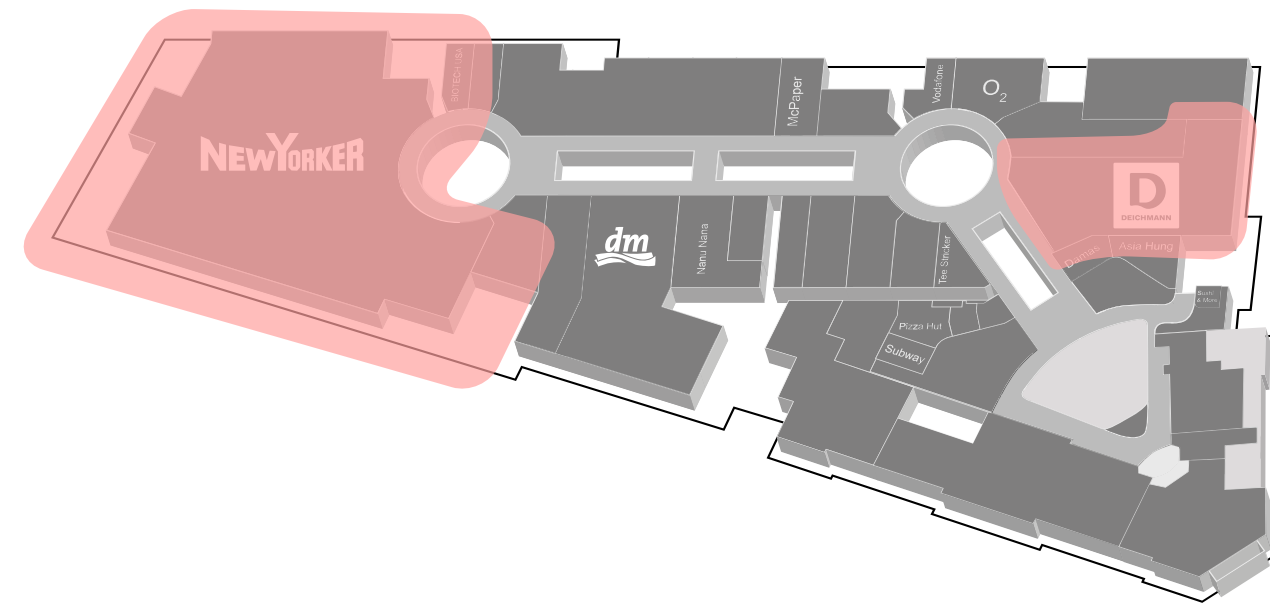
SUBWAY 

Media Markt
SMART

REWE
Dein Markt

ACTION

YOUNG FASHiON



STRADIVARIUS

Die junge Zielgruppe findet hier
ein passgenaues Markenangebot –
und spricht darauf an.

PULL&BEAR snipes[®] MANGO
H&M VERO MODA[®] NEWYORKER
Bershka ⌘ STRADIVARIUS JD



Junge Lifestyle-Marken aus Beauty, Accessoires und Home erweitern das Angebot und schaffen ein ganzheitliches Einkaufserlebnis.

BIJOU **BB** RIGITTE

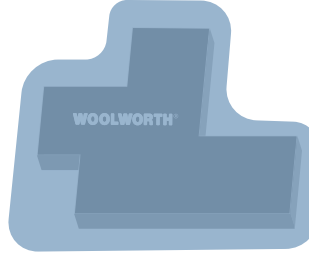
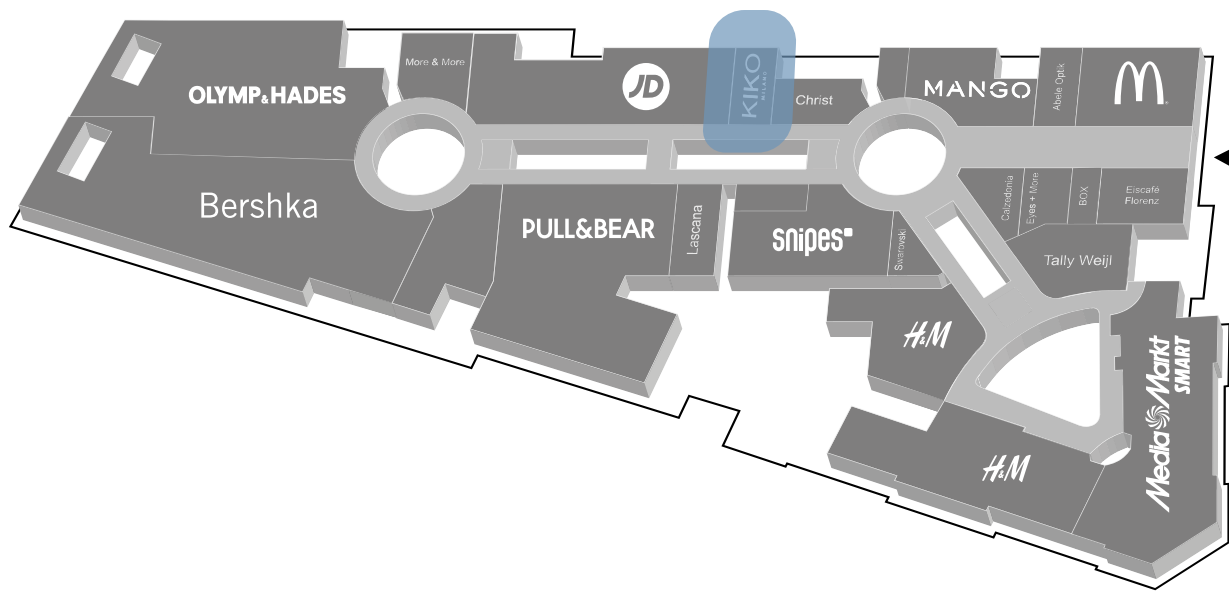
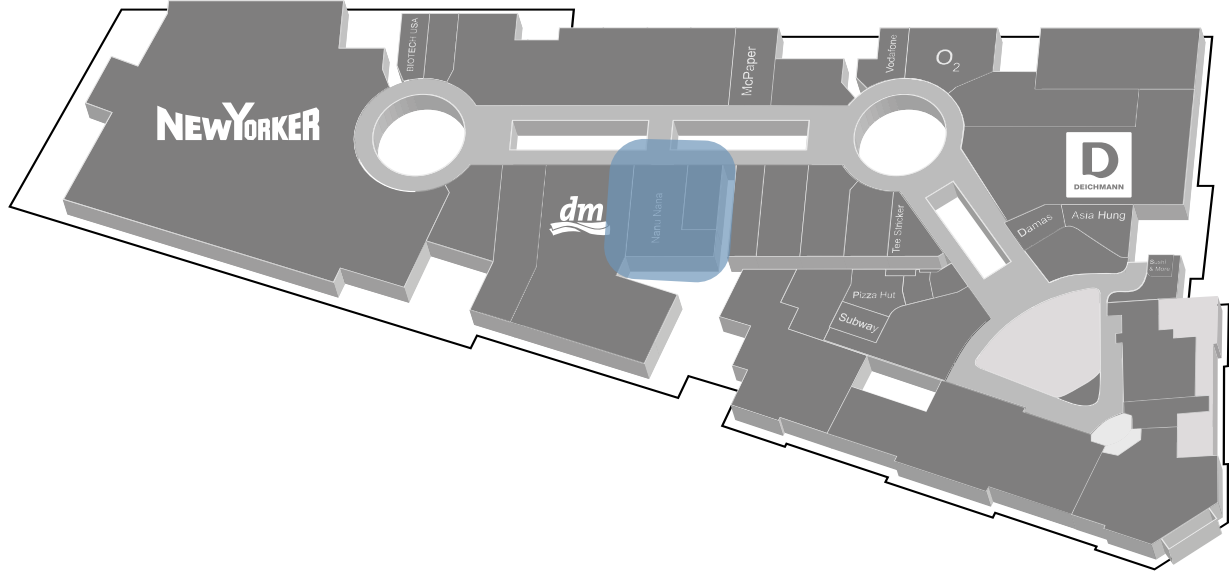


KIKO
MILANO

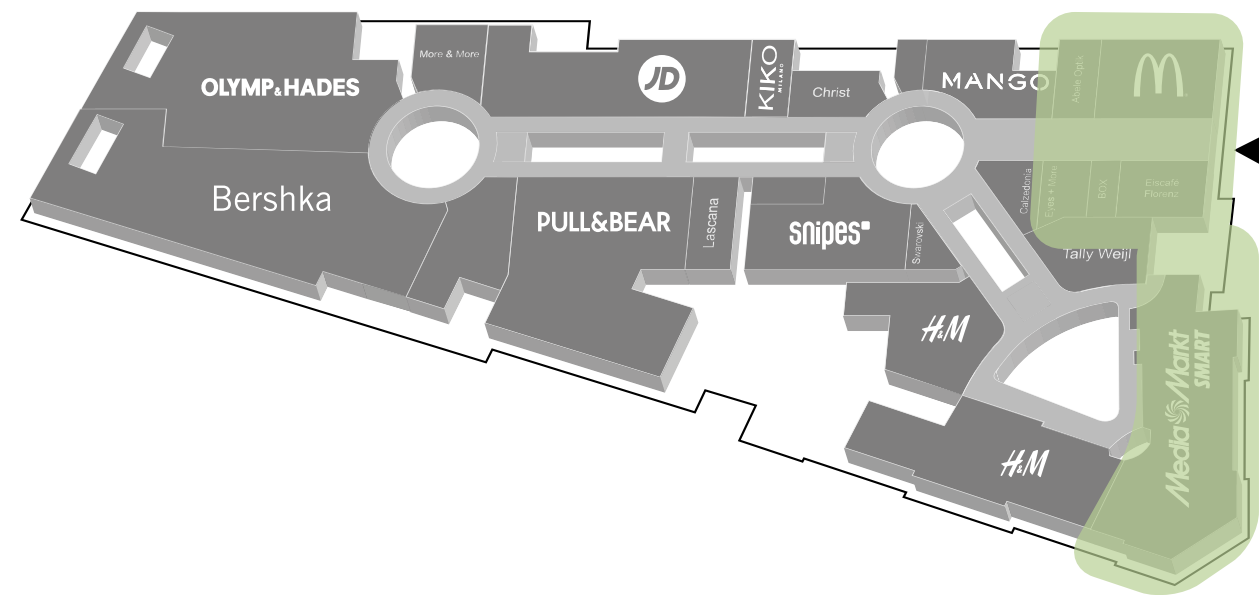
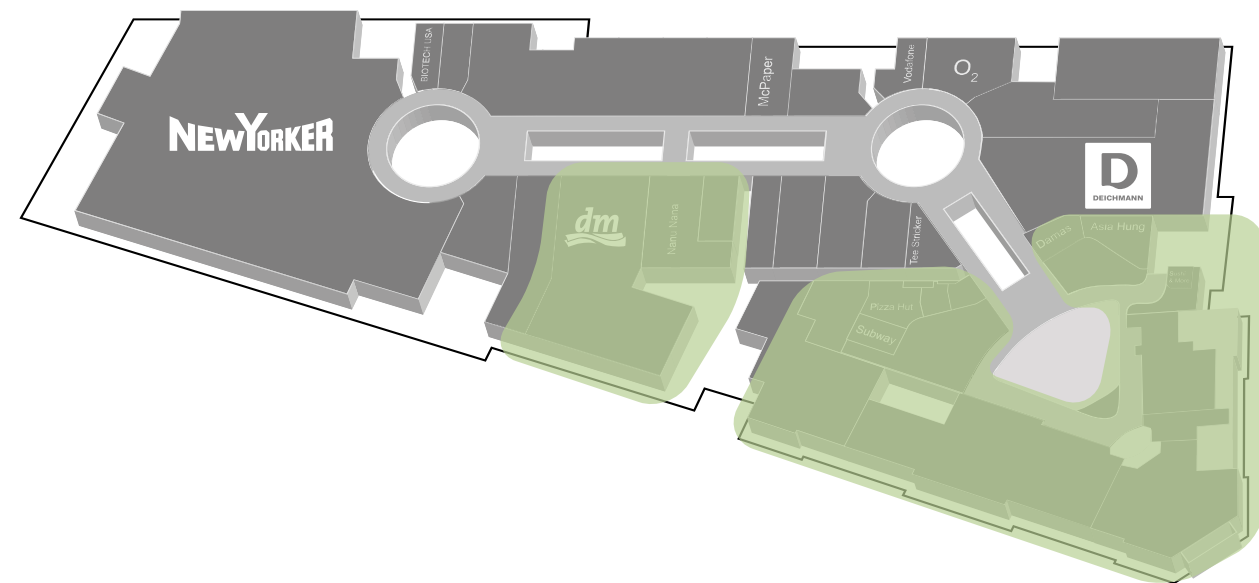
H&M HOME


SWAROVSKI

TREND & LIFESTYLE



ALLTAG, FOOD & TECHNIK



Alltags-, Food- und Technik-Konzepte
verankern die EUROPA-Galerie im
Leben der Menschen – Tag für Tag.



INVESTMENT & PERSPEKTIVE

Stabilität, Sicherheit und
langfristige Perspektive

4





INSTITUTIONELLE STÄRKE. UNTERNEHMERISCHE DYNAMIK.

- Union Investment als starker institutioneller Partner
- Klare Positionierung & konsequente Weiterentwicklung
- Nachhaltige Standortstrategie
- Planungssicherheit für langfristige Expansion

**Union
Investment**
Eigentümer

DGNB
Nachhaltigkeits-
zertifizierung

94
Stores
Top-Mieter-Mix

25.000 m²
Handelsfläche
über 3 Ebenen



KONTAKT

Sophie Scheiffarth

Vermietung

E-Mail: sscheiffarth@sonaesierra.com

Telefon: +49 160 944 750 33

