



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

EUROPA-
Galerie

A6

A8

8,4 Mrd. €

Kaufkraftpotenzial

Ca. 1,1 Mio.

Einwohner im
Einzugsgebiet

147

Zentralitätsindex

1,3 Mrd. €

zusätzliches
Kaufkraftpotenzial aus
Frankreich

153.000

Einwohner im
Einzugsgebiet leben
in Frankreich

Einwohner Kaufkraft
p.P./J.

CA1 DE	216.538	32.142 €
CA2 DE	311.985	37.078 €
CA3 DE	423.661	30.516 €
CA4 FR	153.815	21.651 €

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

Prominente Innenstadtlage
mit hohem
Passantenaufkommen

2



MIKRO-LAGE AUF TOP-NIVEAU

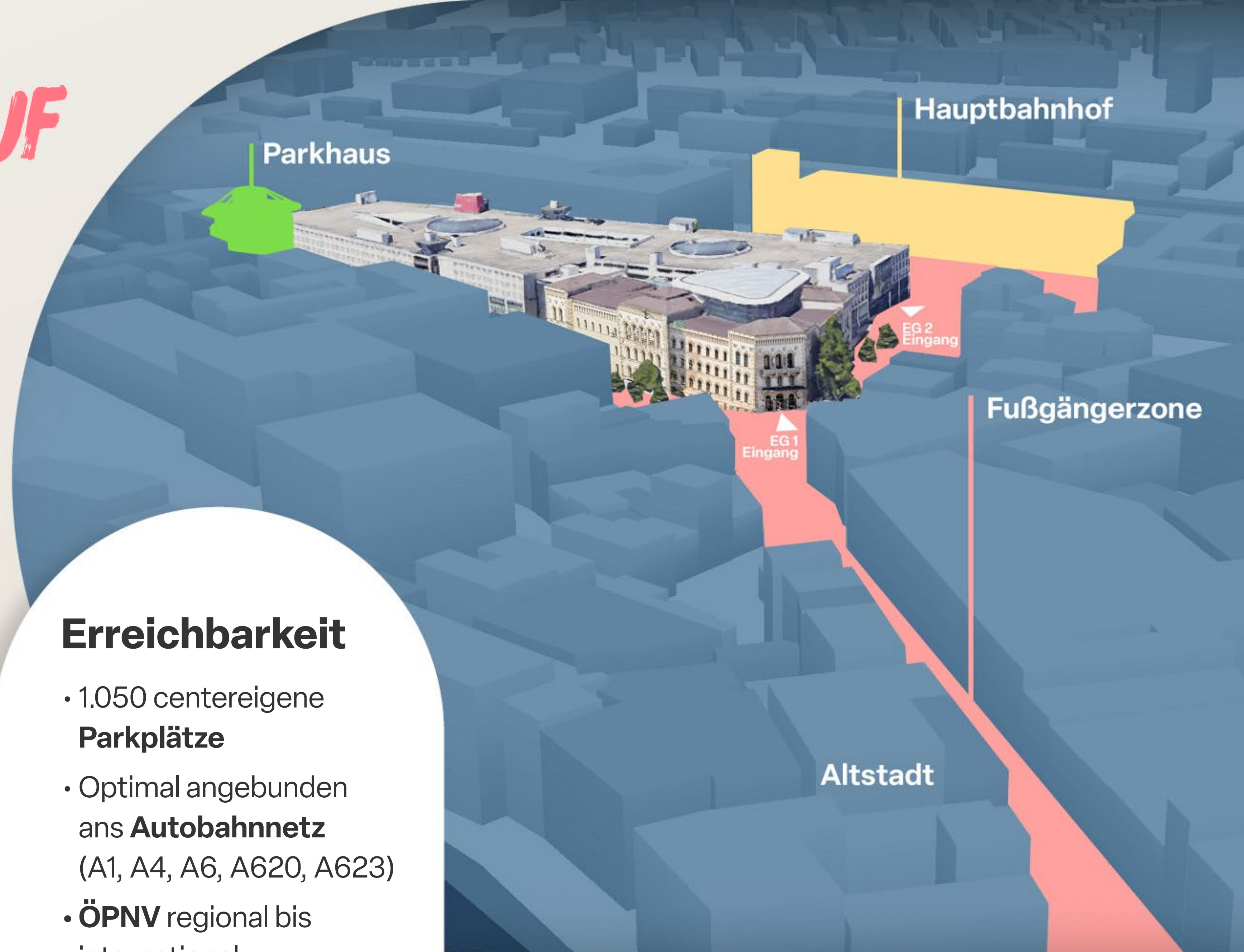
Mitten im natürlichen Besucherstrom:
ob Auto, ÖPNV oder City-Bummel
- Die EUROPA-Galerie liegt dort, wo
sich die Wege der Innenstadtbesucher
bündeln.

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

- 17 %** unter 24 Jahre
- 36 %** 25 bis 44 Jahre
Kernzielgruppe
Fashion & Lifestyle
- 38 %** 45 bis 64 Jahre

Einkommens- struktur

- 47 %** mittleres Einkommen
- 38 %** mittleres bis
hohes Einkommen
- 7 %** niedrigere Einkommen

Besucher- qualität

- 83 %** Stammkundenquote
- Ø 61** Minuten Verweildauer
- Hohe Wiederbesuchs-
und Empfehlungsrate

A photograph of two women standing in a modern, brightly lit interior space, possibly a cafe or office lobby. The woman on the left is wearing a yellow and black plaid coat and glasses, holding a black coffee cup. The woman on the right is wearing a dark blue fur coat and holding a black coffee cup with a straw. They are both looking towards the right. The background is blurred, showing glass partitions and modern architecture.

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
SO[®]

GIORGIO ARMANI
KIKO
MILANO

H&M HOME

ALLTAG, FOOD & TECHNIK

dm

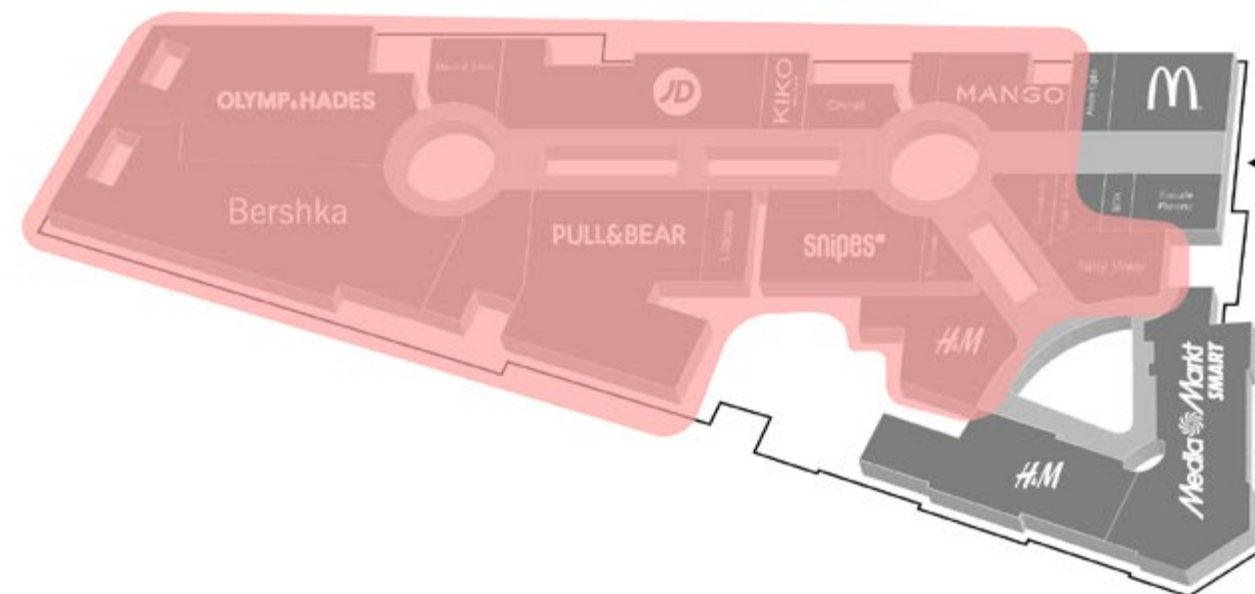
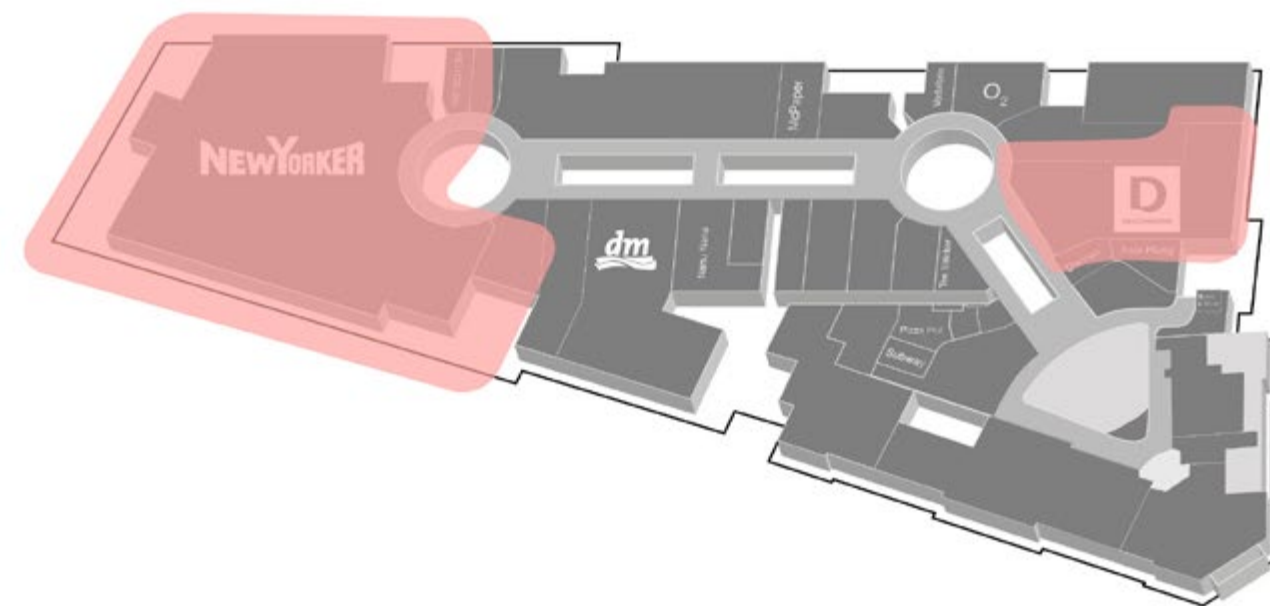
SUBWAY 

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

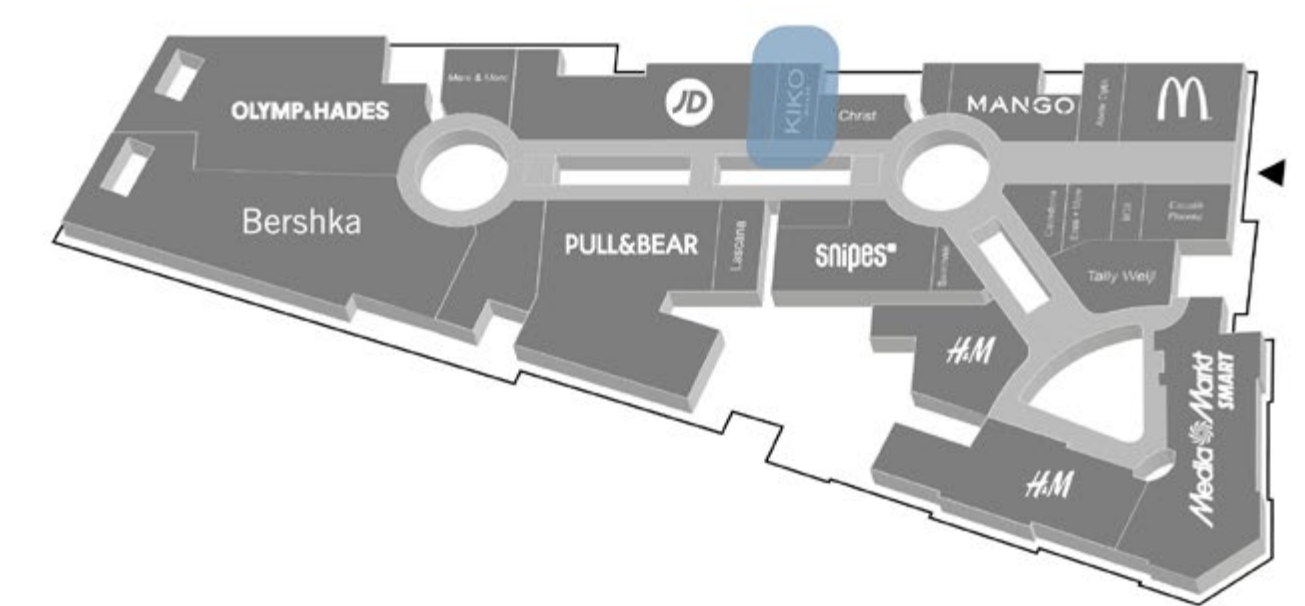
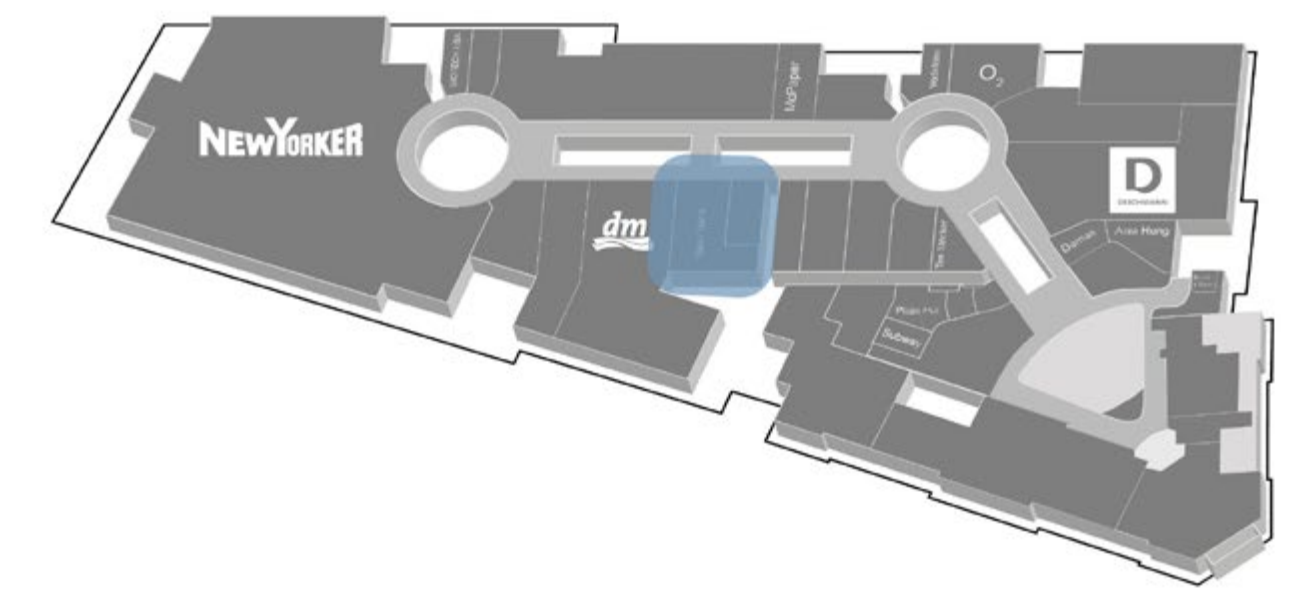




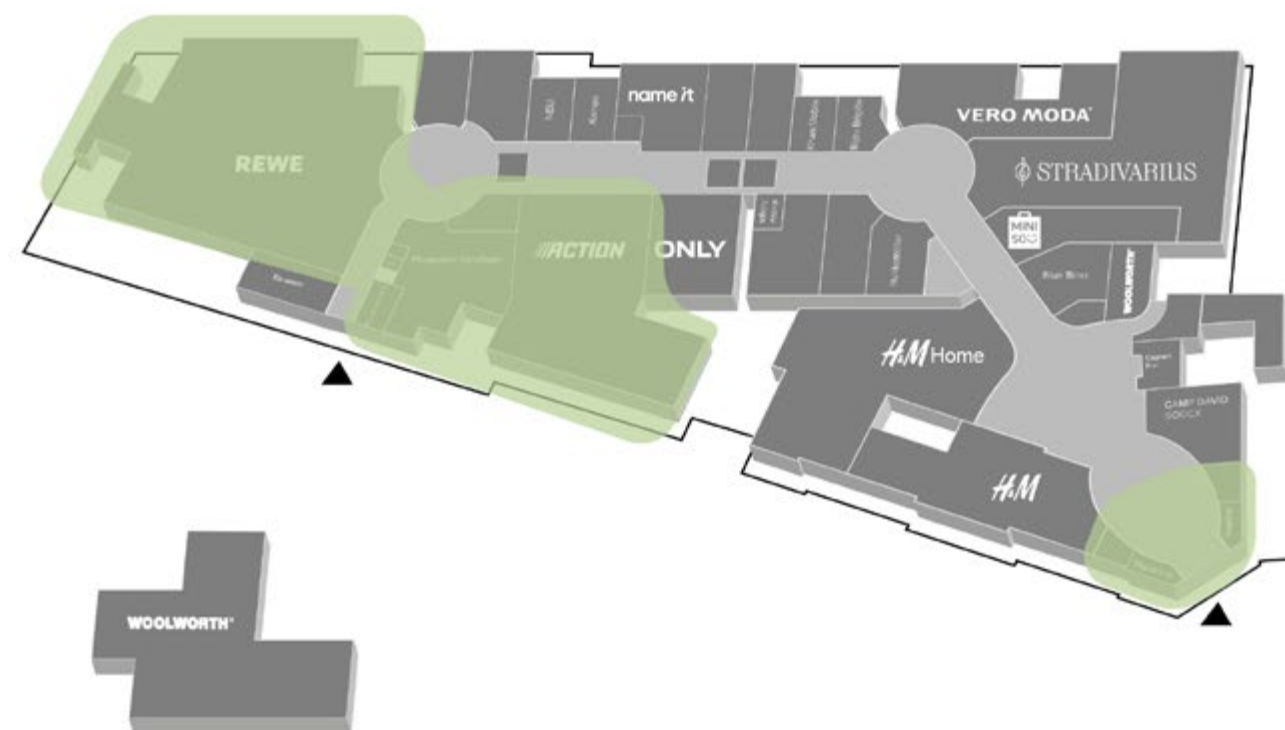
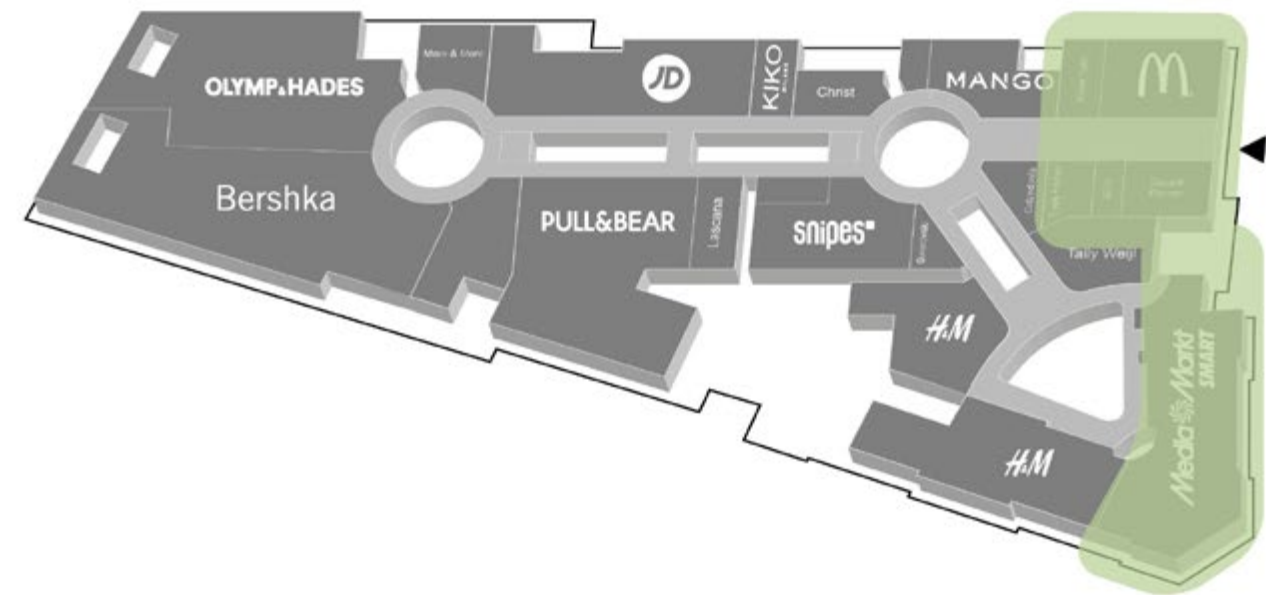
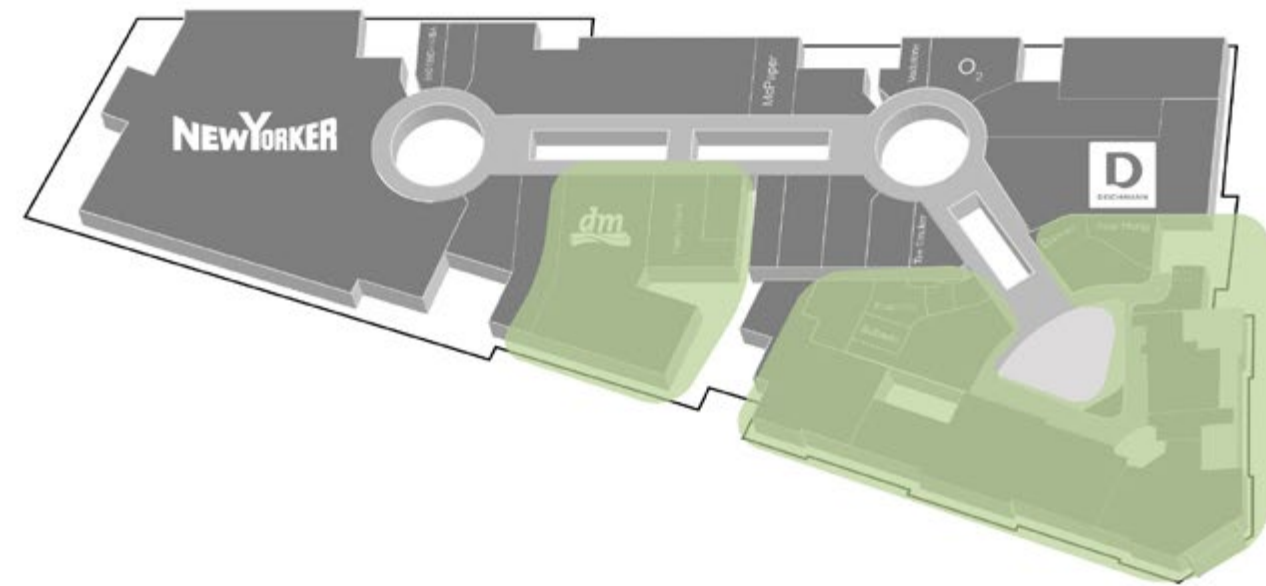
Junge Lifestyle-Marken aus Beauty, Accessoires und Home erweitern das Angebot und schaffen ein ganzheitliches Einkaufserlebnis.



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



IMPRESSUM

Haftungsausschluss

Diese Broschüre dient ausschließlich der allgemeinen Vorabinformation und stellt kein vertragliches Angebot dar. Alle Angaben, Pläne, Grundrisse, Visualisierungen und Berechnungen wurden mit Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität der Angaben wird jedoch nicht übernommen. Maßgeblich für die rechtliche und tatsächliche Beschaffenheit des Mietobjektes sowie für Leistungsumfang, Flächen, Ausstattung und Übergabezustand sind ausschließlich die im abzuschließenden Mietvertrag und dessen Anlagen getroffenen Vereinbarungen. Alle Darstellungen geben den derzeitigen Planungsstand wieder; Änderungen bleiben im Rahmen der weiteren Planung, behördlicher Auflagen und der Ausführung vorbehalten. Bei den Visualisierungen handelt es sich um unverbindliche künstlerische Darstellungen, die von der tatsächlichen Ausführung abweichen können.

europagalerie-b2b.com