

Wissen schafft Werte –
Wissen schafft Zukunft.

Der Einzelhandel im Spannungsfeld zwischen Online-Handel und stationärem Handel

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



Vortrag BFW Gewerbeimmobilientag 2014
18. November 2014

Joachim Stumpf
GF BBE Handelsberatung GmbH
GF IPH Handelsimmobilien GmbH
GF elaboratum GmbH

Firmenverbund

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



Fokus Handel

Branchenberatung

- Positionierung – Strategie
- Markt- und Standortanalysen
- Controlling – Sanierung
- Erfahrungsaustausch

Standortberatung

- Auswirkungsanalysen
- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Marktpotenzialanalysen
- Due Diligence – Portfolioprüfung

Research & Tools

- Markt: Monitore
- Kunden- und Verbraucherforschung
- Qualitätsoffensive
- KK- u. Zentralitätskennziffern
- Mystery Shopping
- Strategie-Navigator – Chefplan



Fokus Immobilie

Projektentwicklung

- Funktions- und Nutzungskonzepte
- Branchenmixkonzepte
- Mietertragsprognosen
- Rentabilitätsberechnungen
- Begleitung Genehmigungsverfahren
- Revitalisierung
- Handelsimmobilien-Check

Vermarkung

- Vermietung
- Verkauf
- Center Marketing

Management

- Center Management
- Kaufmännisches Objektmanagement
- Supervision technisches Objektmanagement
- Parkraumbewirtschaftung

Fokus Multichannel

- E-Commerce Strategieberatung
- Multichannel-Prozesse
- Konzeption und Umsetzungsbegleitung
- Performance Optimierung
- Coaching und Schulung

Wissen schafft Werte –
Wissen schafft Zukunft.

Ausgangssituation

4 wesentliche Aspekte

BBE

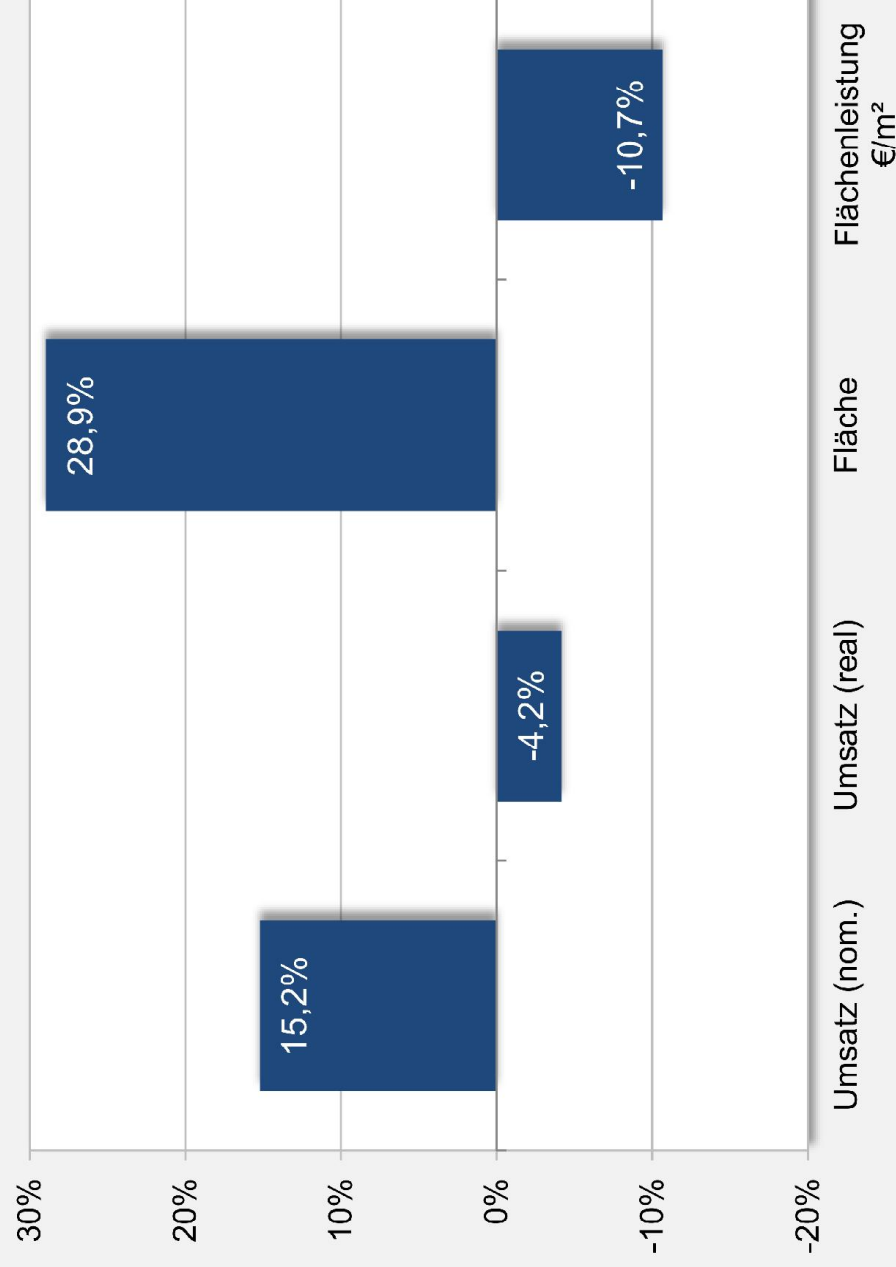
Handelsberatung

IPH

Handelsimmobilien

Ausgangssituation 1: Ein Markt der nicht wächst

Umsatz- und Flächenentwicklung 1995 bis 2013



Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE; eigene Bearbeitung BBE Handelsberatung.

Ausgangssituation 2: Kunden erleben Überfluss im Informations- und Warenangebot

Informationsangebot

Ø **3.000** Werbebotschaften pro Tag/Konsument

Ø **29** E-Mails und **285** Social-Media-Inhalte pro Tag/User

Mediennutzung Ø **10** Stunden pro Tag.

Kunden-
gewinnung
&
Kunden-
bindung

Warenangebot

Über **150.000** Online-Shops allein in Deutschland

Ca. **1 Mio.** qm neue Handelsfläche pro Jahr seit 1995

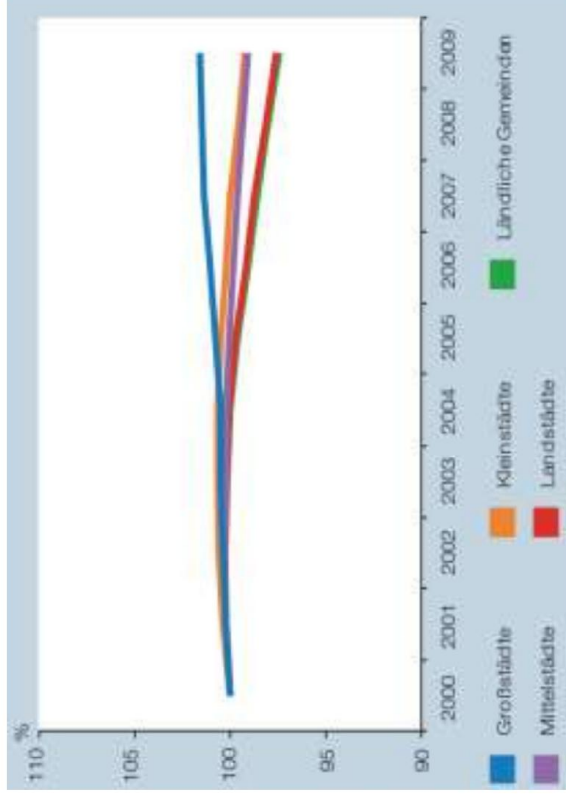
Über **900** Treffer für „schwarze Pumps“ allein bei Zalando

Ausgangssituation 3: Druck auf die Rentabilität steigt

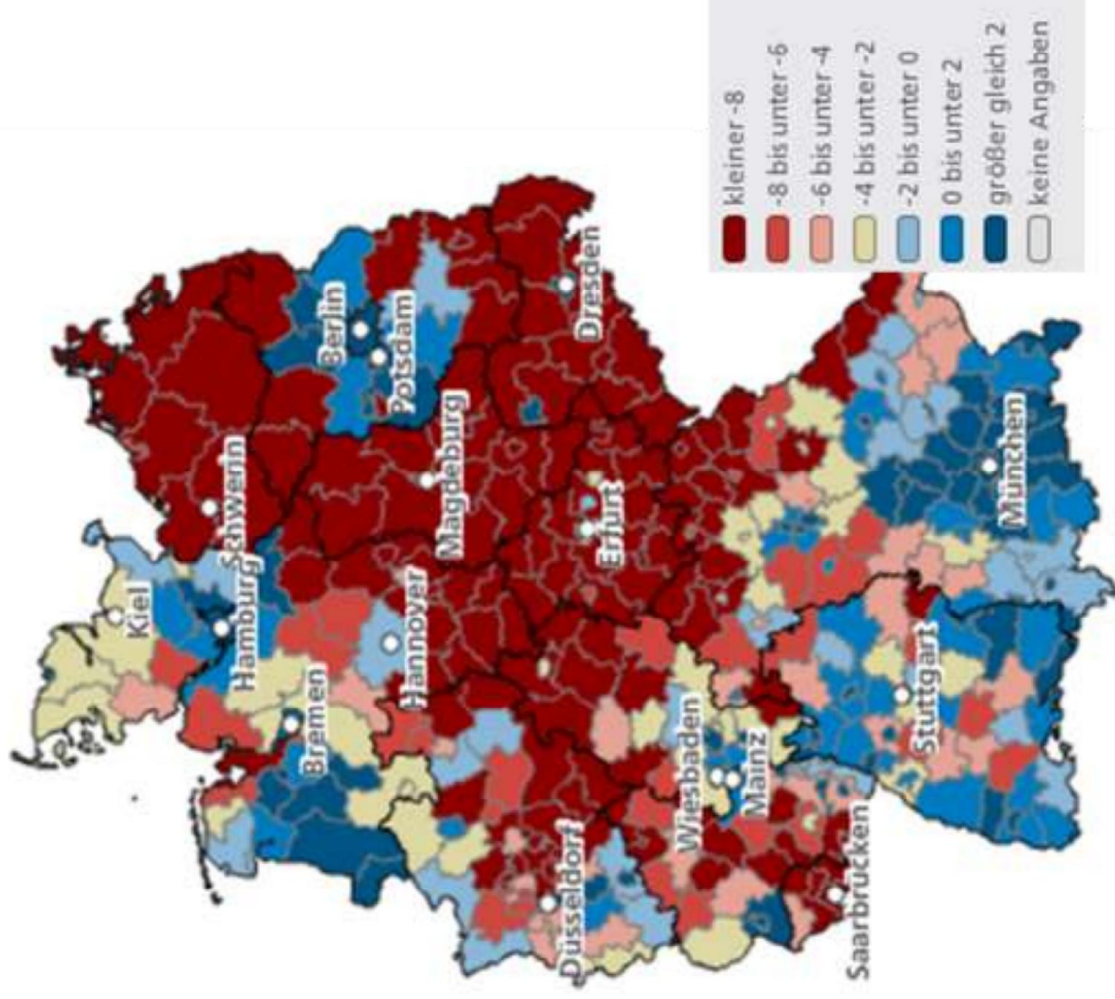
IPH
Handelsimmobilien

BBE
Handelsberatung

Ausgangssituation 4: Demografie und Reurbanisierung



- Gesamtbevölkerung schrumpft
- Metropolen wachsen, Groß-, Mittel-, Kleinstädte uneinheitlich
- Egal ob Schrumpfung oder Wachstum: tendenziell wächst die Innenstadt
- In Zukunft beschleunigte Entwicklung



Zyklen des Wandels im Handel

BBE

Handelsberatung

IPH

Handelsimmobilien

1960-1980

**Trend /
Innovation**
on

Selbstbedienung,
(Auslaufen von „alles
unter dem Dach eines
Betreibers“)

1981-2000

Spezialisierung, Discount
(ab 1995 „alle Betreiber unter
einem Dach“)

2001-2013

Technologie,
Internationalisierung



Warenhäuser
(von 8,4 auf 13,5%)
Verbrauchermärkte
(von 0 auf 15,0%)
Filialunternehmen
(von 10,4 auf 18,0%)

Fachmärkte
(von 0 auf 11,8%)
Discounter
(von 0 auf 10,1%)
Shopping-Center
(von 2 Mio. m² auf 9 Mio. m²)

E-Commerce/Versand
(von ca. 20 Mrd. auf 40 Mrd. €)
Fachmärkte, Discounter
(von 11,8 auf 15,7%) bzw. (von 10,1 auf 15,0%)
Filialunternehmen
(Vertikal und International von 12,2 auf 15,01%)
Shopping-Center
(von 9 Mio. m² auf 14 Mio. m²)

**Betriebs-
typen**

Lagen
Innenstädte

Groß- und Mittelstädte
Innenstädte + Peripherie

1a-Lagen und
Shopping-Center der
Großstädte, Peripherie in
Klein- und Mittelstädten

GEWINNER

Zyklen des Wandels im Handel

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

1960-1980

Trend / Innovation
Selbstbedienung,
(Auslaufen von „alles unter dem Dach eines Betreibers“)



1981-2000

Spezialisierung, Discount
(ab 1995 „alle Betreiber unter einem Dach“)



2001-2013

Technologie,
Internationalisierung



Betriebs- typen
Nicht filialisierter Fachhandel
(73,7 auf 45,0%)

Lagen
Streulagen, ländlicher Raum

Nicht filialisierter Fachhandel
(von 45,0 auf 31,9%)
Warenhäuser
(von 13,5 auf 4,2%)
Verbraucherm./SBW
(von 15,0 auf 10,9%)

Streulagen, ländlicher Raum

Nicht filialisierter Fachhandel
(von 31,9 auf 20,0%)
Warenhäuser
(von 4,2 auf 2,0%)

City der Klein- und Mittelstädte, unprofilierte Shopping-Center, B-Lagen, Solitärlagen

VERLIERER

Betriebsformenentwicklung



Wissen schafft Werte –
Wissen schafft Zukunft.

Reaktionen auf Angebotsseite

BBE

Handelsberatung

IPH

Handelsimmobilien

1. Zurück in die City– Bsp. Rewe und Ikea



i

- Erster Citystore von Ikea in Hamburg Altona
- Nutzung ehemalige Warenhausimmobilie
- Grundsteinlegung Dez. 12
- Eigenes Lieferkonzept



i

REWE City



i

- Rewe to go
- 130 m² Verkaufsfläche
- Seit 2011
- Sortiment:
Gesunde Snacks,
Tiefkühl-
Fertigmenüs,
Süßwaren
- Besonderheit:
 - SB-Mikrowelle

2. Internationalisierung stationär

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



CALZEDONIA



FOREVER 21®

PRIMARK®

Abercrombie & Fitch

URBAN OUTFITTERS

Snipes



3. Hersteller wird Händler

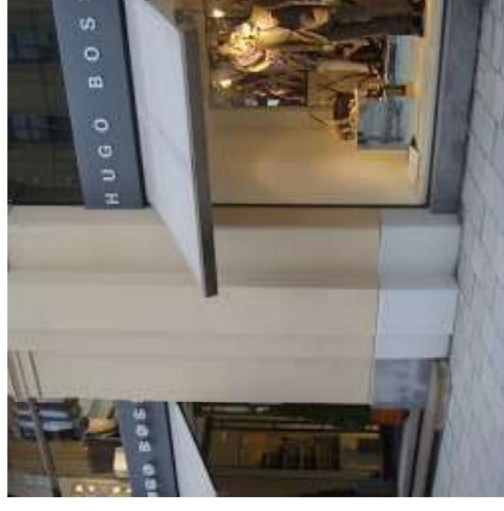
GERRY WEBER

windsor.

GANT

adidas Neo

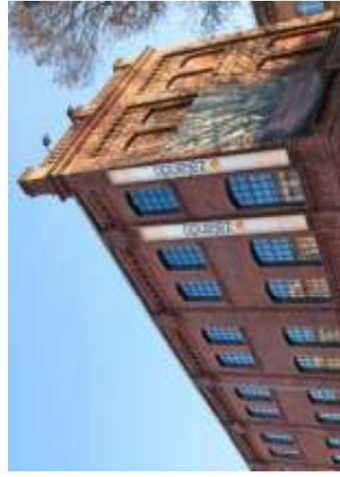
s.Oliver



BBE
Handelsberatung

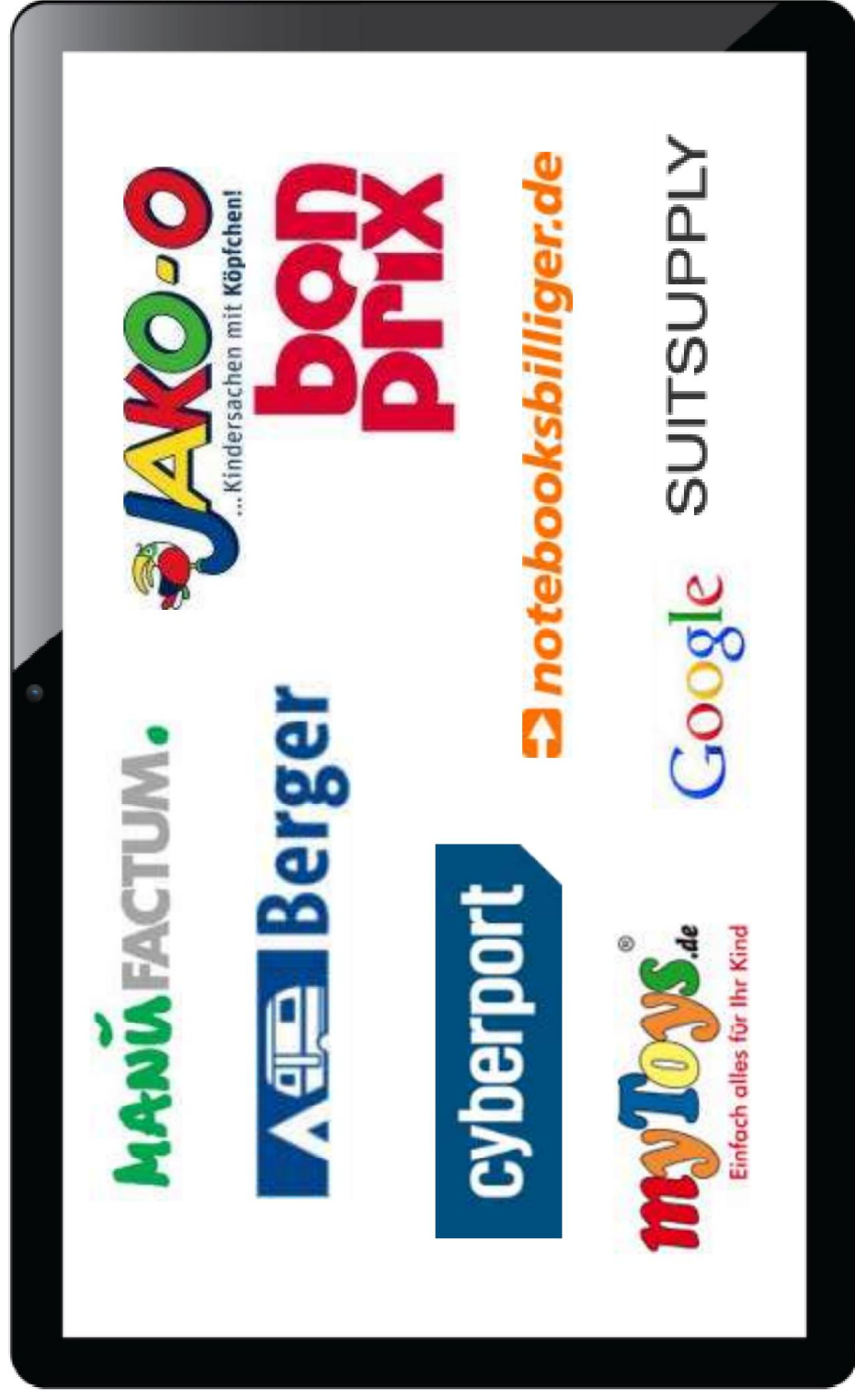
IPH
Handelsimmobilien

4. Online goes offline



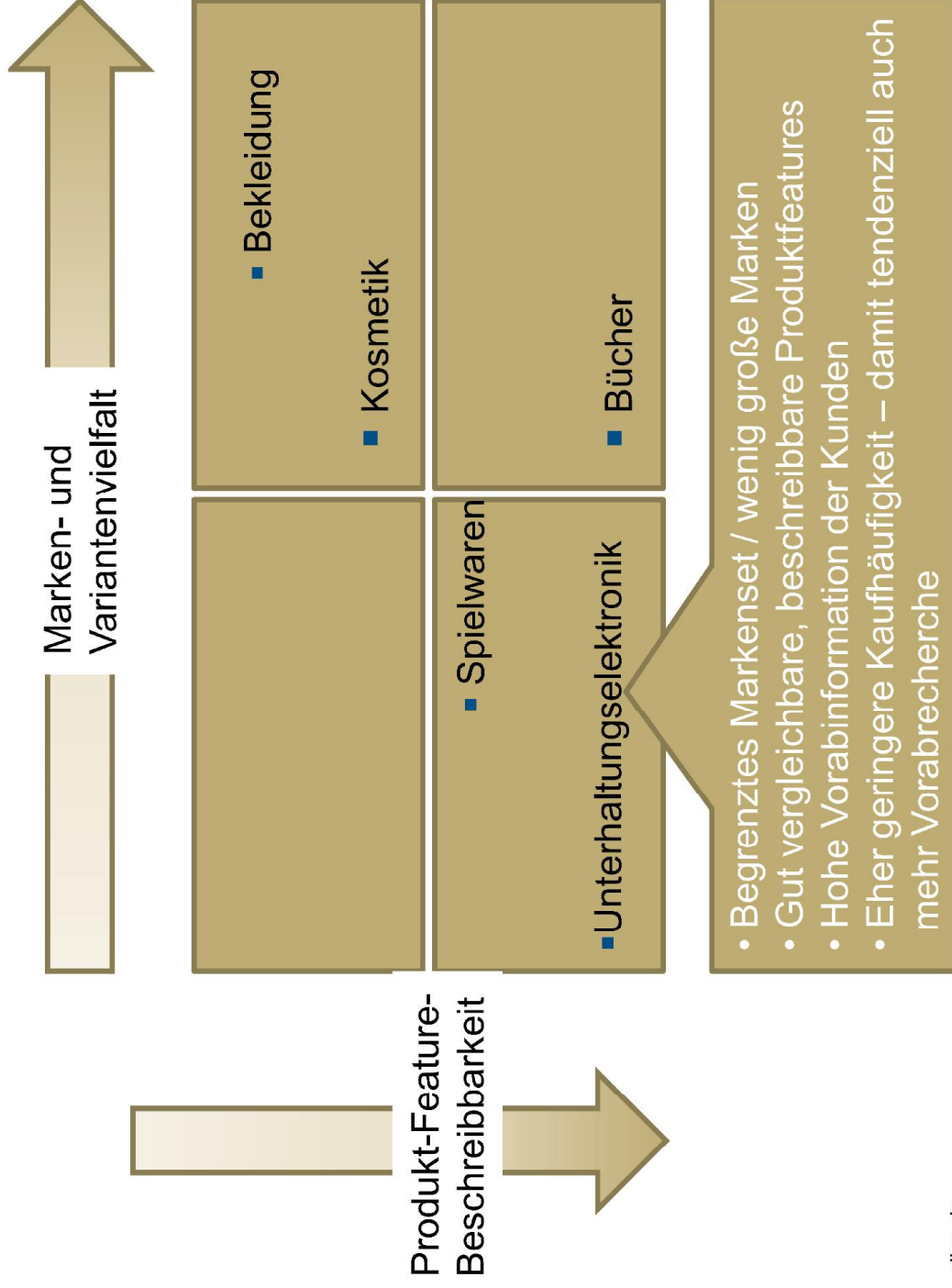
BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



5. Spezielle Formate reduzieren VKF

Formate mit einem begrenzten Set gut vergleichbarer Marken mit hoher Kundenvorinformation sind mitten im Transformationsprozess





Konsequenzen

1. Ausleseprozess bei schlechten Konzepten und Standorten wird beschleunigt.
2. Handelsunternehmen werden Technologieunternehmen. Geschäftsmodelle und Marketing werden neu justiert.
3. Wettbewerbsvorteil von Großbetriebsformen.
4. 1a-Lagen der Großstädte und Shopping-Center in Top-Lagen gewinnen weiter an Wert, gefolgt von Ober- und Mittelzentren mit hoher Strahlkraft.
5. Verlierer sind Innenstädte der Klein- und Mittelzentren mit Problempprofil, viele Nebenlagen und Solitärlagen. => Wegfall vieler Nonfood-Fachgeschäfte
6. Für Shopping-Center wird Erlebnisqualität im Sinne des Schaffens eines Third Place das wesentliche Profilierungsmerkmal. Notwendigkeit kurzfristiger Mietverträge und Pop-up-Stores.
7. Fachmärkte und Discounter haben Zenit erreicht. Non-Food-Fachmärkte sind dann wettbewerbsfähig, wenn Größe, Erlebnis oder Nähe als Wettbewerbsvorteil spürbar wird oder sie Teil einer Multichannel-Strategie werden.
8. Flächenleistung des physischen Ladens sinkt => Druck auf Mieten steigt mit Ausnahme in Toplagen, Umsatzmiete unkalkulierbar.

Kontakt



Geschäftsführer



BBE Handelsberatung GmbH
IPH Handelsimmobilien GmbH
Brienner Straße 45 · 80333 München

Tel +49 89 55118-143
Fax +49 89 55118-153
E-Mail stumpf@bbe.de
Web www.bbe.de

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

