

Studie: Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren

E-Commerce beschleunigt Strukturwandel des Handels

- Top-7-Städte und 1-A Lagen weiterhin attraktiv, Innenstadtränder verlieren
- Mittel- und Kleinstädten drohen Standortschließungen und Leerstände im Rahmen eines schleichenden Veränderungsprozesses
- Nicht-filialisierter Einzelhandel ist großer Verlierer

München, 01. Juni 2017. Der stationäre Einzelhandel in Deutschland ist einem Strukturwandel ausgesetzt, der durch den Online-Handel beschleunigt wird. Die Wettbewerbsintensität und der hohe Druck auf die Gewinnsituation im Handel verstärken sich durch die Entwicklung des Online-Handels. In Folge kommt es zu räumlichen Auswirkungen des Online-Handels in Form einer weiteren Polarisierung der Handelsstandorte. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, die die BBE Handelsberatung, elaboratum New Commerce Consulting und das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) für das Bundesministerium, für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) sowie den HDE Handelsverband Deutschland erstellt haben.

Großstädte wie Berlin, Frankfurt und Hamburg werden vom Sterben des stationären Handels weniger betroffen sein. Mittel- und Kleinstädte sind hingegen zunehmend von Leerstand bedroht.

Während der Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels in den kommenden zehn Jahren voraussichtlich trotz der starken Jahre 2015 und 2016 nur wenig Wachstumsimpulse erfährt, wird sich der Marktanteil des Onlinehandels von knapp zehn Prozent auf 20 Prozent innerhalb der nächsten 10 Jahre voraussichtlich etwa verdoppeln. „Selbst falls sich das Umsatzwachstum des Online-Handels abschwächt, muss der stationäre Handel mit Umsatzverlusten, bestenfalls Umsatzstagnation rechnen“, sagt Prof. Dr. Klaus Gutknecht, Gründer und Partner der elaboratum GmbH New Commerce Consulting. Joachim Stumpf, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung ergänzt: „Das Wachstum des E-Commerce beschleunigt den Strukturwandel des Handels. Das wird unterschiedliche Auswirkungen auf unsere Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren haben. Besonders ohnehin geschwächte Zentren werden weiter Marktanteile verlieren.“

Metropolen gewinnen – Klein- und Mittelstädte verlieren

Der große Verlierer des Strukturwandels ist der kleine, nicht filialisierte Fachhandel, der besonders in den Klein- und Mittelzentren vertreten ist. Knapp ein Fünftel der Kleinunternehmen des Einzelhandels in Deutschland sind existenzgefährdet.

BBE Handelsberatung GmbH

Briener Straße 45
80333 München
Deutschland

Tel +49 89 55118-144
Fax +49 89 55118-153
E-Mail info@bbe.de
Web www.bbe.de

Geschäftsführer
Joachim Stumpf

München
Hamburg
Köln
Leipzig
Erfurt

Mittelstädte drohen aufgrund ihrer „Sandwich-Position“ zwischen dem Erlebniseinkauf in den dominierenden Handelszentren und der Nahversorgung in Kleinstädten für den stationären Handel an Bedeutung zu verlieren. Besonders hier drängt der Online-Handel in vorhandene Angebotslücken, woraus ein weiterer Nachfrageverlust für den stationären Handel entsteht - zunehmender Leerstand droht. „Die Auswirkungen des Online-Handels können sich in einem schleichenden, etwa ein Jahrzehnt dauernden Erosionsprozess des stationären Handels einer Innenstadt zeigen“, so Gutknecht.

Mittelstädte sind grundsätzlich stärker von Leerständen bedroht als Großstädte. In den 1-A-Lagen der Großstädte und starken Mittelstädte sind geringe Bedeutungsverluste zu erwarten. „Besonders die Top-7-Städte bestechen durch urbane Erlebnisqualität und bleiben weiterhin attraktive Handelsstandorte. 1-A Lagen sind weiter interessant und die Nachfrage nach Flächen bleibt bestehen. Zudem drängen sich immer mehr Global Player oder neue Formate in gut frequentierte Handelszentren, wodurch weitere, wenn auch moderate Mietanstiege die Folge sind“, sagt Stumpf. „Dafür bröckelt es selbst in einigen 1-A-Lagen der weniger attraktiven Groß- und Mittelstädte, in einigen Stadtteillagen und in unprofilierten Shopping-Centern. Die ‚Grüne Wiese‘ verliert an Bedeutung.“

„Ein Aspekt wird in diesem Kontext jedoch oft übersehen: Im Rahmen von Cross-Channel-Konzepten arbeiten sowohl Hersteller als auch Händler daran, im Verkaufsraum lediglich Repräsentanten des Sortiments zu zeigen. Varianten werden nach Auswahl vor Ort erst bei der konkreten Bestellung geliefert. Dadurch wird entweder weniger Handelsfläche oder es werden andere Flächenkonzepte bzw. -zuschnitte benötigt. Fläche wird teilweise durch Information und Technologie substituiert“, sagt Gutknecht.

Kommunen müssen rechtzeitig reagieren

Beispielsweise müssten die Händler und Städte digital sichtbar werden, da sich etwa die Hälfte der Verbraucher vor dem stationären Einkauf im Internet informiert. „Es ein Zusammenspiel aller Beteiligten einer Stadt, also des Handels, der Kommune, der Gastronomie, Dienstleister und Immobilieneigentümer notwendig, um den Mehrwert des stationären Handels zu bewahren“, fordert Stumpf. Durch diese Maßnahmen könne sich der stationäre Handel weiterhin vom Onlinehandel abheben und möglichen Einbußen in den kommenden Jahren vorbeugen. „Es besteht die Gefahr, dass Handlungsnotwendigkeiten zur Stärkung des innerstädtischen Handels und der Attraktivität der Innenstadt erst verzögert erkannt und Gegenmaßnahmen entsprechend zu spät ergriffen werden. Daher sollten die Akteure einer Stadt rechtzeitig handeln, bevor sich eine Abwärtsspirale der Innenstadtentwertung etabliert hat“, erklärt Prof. Gutknecht.

BBE Handelsberatung GmbH

Briener Straße 45
80333 München
Deutschland

Tel +49 89 55118-144
Fax +49 89 55118-153
E-Mail info@bbe.de
Web www.bbe.de

Geschäftsführer
Joachim Stumpf

München
Hamburg
Köln
Leipzig
Erfurt

Pressemitteilung

elaboratum

BBE
Handelsberatung

Über die BBE Handelsberatung

Die BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 60 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen.

Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der 150 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.

Unternehmen erhalten durch den Verbund umfassende Beratungslösungen, von der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle bis hin zur Optimierung bestehender Betriebsformen mit Sortiments-, Preis-, Service-, Personal-, Kommunikations- und Standort-/Immobilienbausteinen.

BBE Handelsberatung GmbH

Briener Straße 45
80333 München
Deutschland

Tel +49 89 55118-144
Fax +49 89 55118-153
E-Mail info@bbe.de
Web www.bbe.de

Geschäftsführer
Joachim Stumpf

München
Hamburg
Köln
Leipzig
Erfurt

Über elaboratum New Commerce Consulting

elaboratum bietet ganzheitliche E-Commerce- und Cross-Channel-Beratung aus einer Hand – von Strategie über Technology-Guidance und Konzeption bis hin zu Umsetzungsbegleitung, Vermarktung, Forschung und Testing. Bei elaboratum arbeiten Digital-Spezialisten mit nachgewiesenen Erfolgen aus dem Top-Management der größten deutschen E-Commerce-Player.

elaboratum liefert Expertise in Technologie, Konzeption, User Experience und Online-Marketing. Zu den Kunden der expandierenden, unabhängigen Beratung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Köln und Hamburg zählen Cross-Channel-Unternehmen und Pure Player vom Mittelständler bis zum DAX30-Konzern.

Weitere Informationen: www.elaboratum.de

Pressekontakt

Felix Rösner
PB3C GmbH
Rankestraße 17
10789 Berlin
Tel.: 030-72 62 76 1782
Fax: 030-72 62 76 1793
E-Mail: roesner@zitelmann.com