

Wissen schafft Zukunft.

Quo vadis Einzelhandel

Daten, Fakten, Prognosen

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

CoRE Handelsimmobilientag 2017

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



Quelle: funkschau.de

Firmenverbund mit über 160 Retail Experten

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

BBE Fokus Handelsberatung Handel

Unternehmensberatung

- Positionierung, Strategie
- Controlling, Sanierung
- Erfahrungsaustausch, Vorträge, Seminare



Standortberatung

- Markt- und Standortanalysen, Due Diligence
- Auswirkungsanalysen
- Strategische Kommunalberatung

Marktforschung

- Kunden- und Mitarbeiterbefragung, Imageanalyse, Mystery Shopping
- 360° Qualitätsmessung
- Kaufkraft- und Zentralitätskennziffern



elaboratum

Fokus Multichannel

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



IPH Fokus Handelsimmobilien

Projektentwicklung

- Revitalisierung und Nutzungskonzepte
- Ankaufs- und Strategieberatung
- Vermietung

Investment

- Transaktionsmanagement
- Zielakquisitionen
- Wertermittlung von Handelsimmobilien

Management- Joint Venture mit **IC** IMMOBILIEN GRUPPE

- Center Management
- Kaufmännisches Objektmanagement
- Supervision technisches Objektmanagement

Wissen schafft Zukunft.

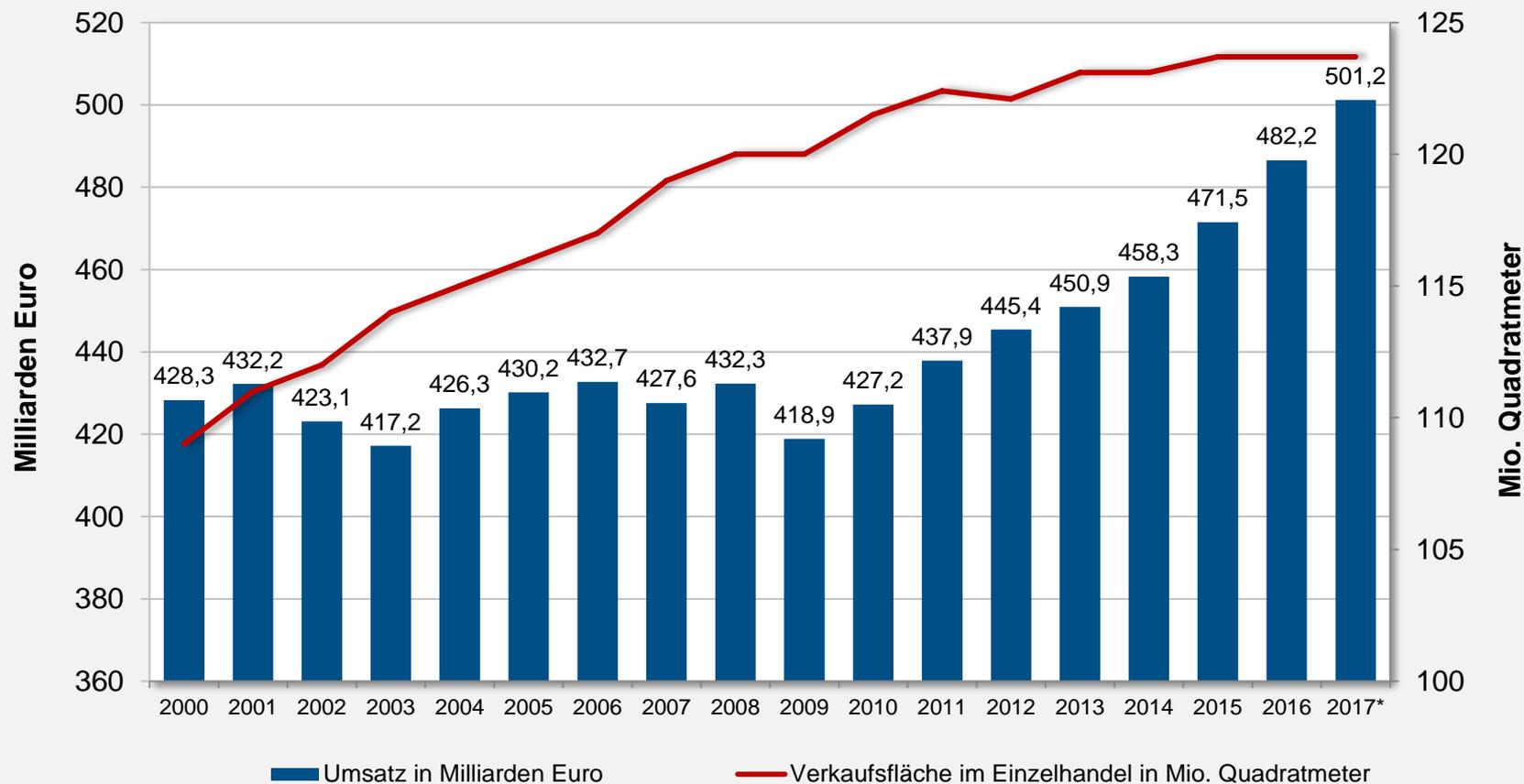
Nachfrageseite: gute Konjunktur wiegt in Sicherheit

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

Umsatzwachstum und Flächenstagnation

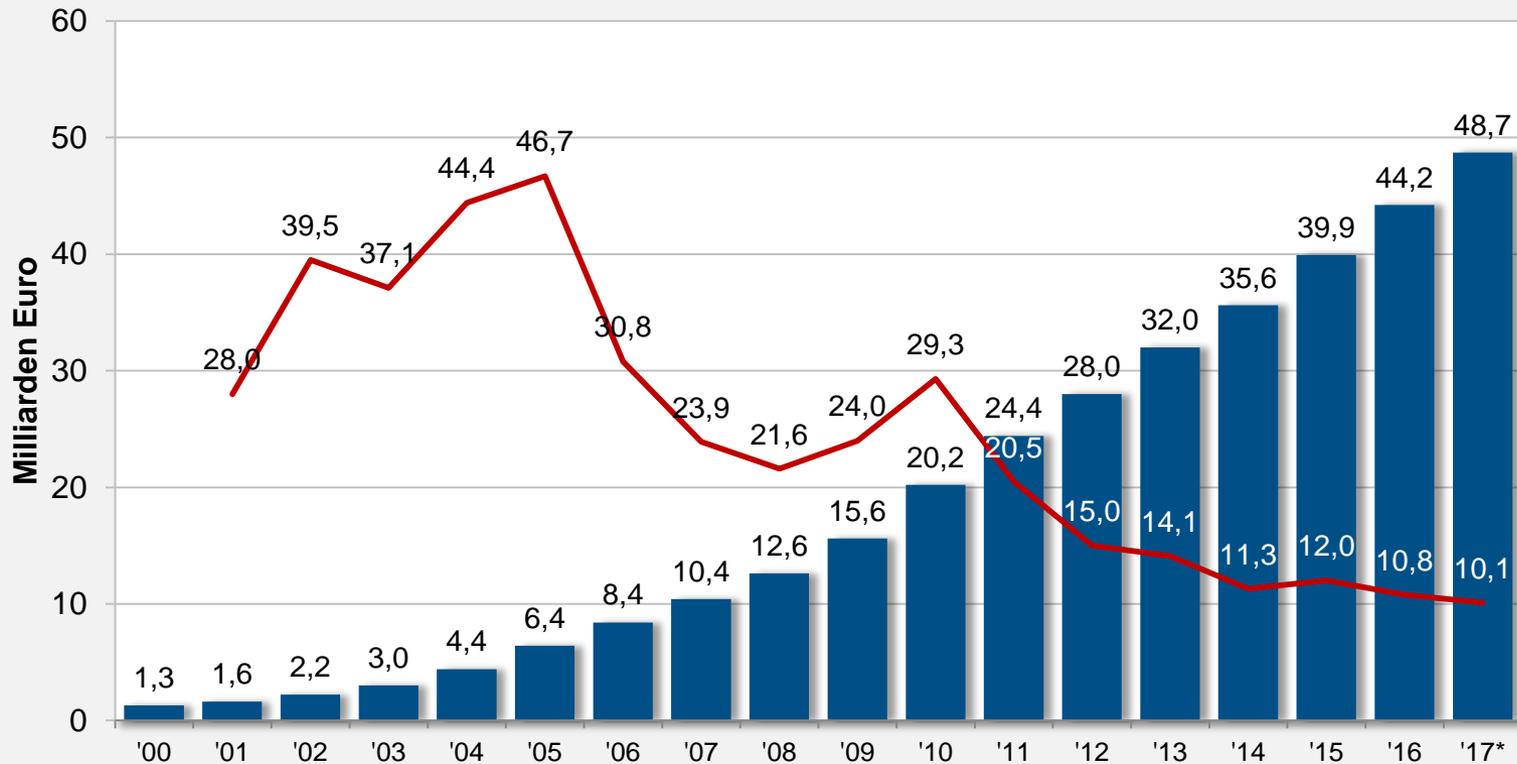
Entwicklung von Umsatz und Verkaufsflächen im Einzelhandel in Deutschland



Quelle: HDE, eigene Bearbeitung und Flächenprognose

Das Wachstum findet online statt

Umsatz durch E-Commerce in Deutschland und Umsatzentwicklung im deutschen Online-Handel



Quelle: Statista, HDE

■ Umsatz in Milliarden Euro

— Umsatzentwicklung im deutschen Online-Handel

Entwicklung ausgewählter Branchen

Einzelhandel gesamt	2016	2020	Veränderung in %	
Marktanteil online (%)	9,2	12,0	+30,4	
Umsatz online (Mrd. €)	44,2	63,1	+42,8	
Umsatz stationär (Mrd. €)	438,0	458,9	+4,8	
Umsatz gesamt (Mrd. €)	482,2	522,0	+8,3	

FMCG	2016	2020	Veränderung in %	
Marktanteil online (%)	1,7	3,8	+123,5	
Umsatz online (Mrd. €)	3,4	7,7	+126,5	
Umsatz stationär (Mrd. €)	191,8	198,2	+3,3	
Umsatz gesamt (Mrd. €)	195,2	205,9	+5,5	

Quelle: HDE Online-Monitor, 2017; 2020 Prognose IFH, 2017

Entwicklung ausgewählter Branchen

Wohnen & Einrichten	2016	2020	Veränderung in %	
Marktanteil online (%)	10,7	15,7	+46,7	
Umsatz online (Mrd. €)	4,1	6,0	+46,3	
Umsatz stationär (Mrd. €)	33,9	32,7	-3,5	
Umsatz gesamt (Mrd. €)	38,0	38,7	+1,8	

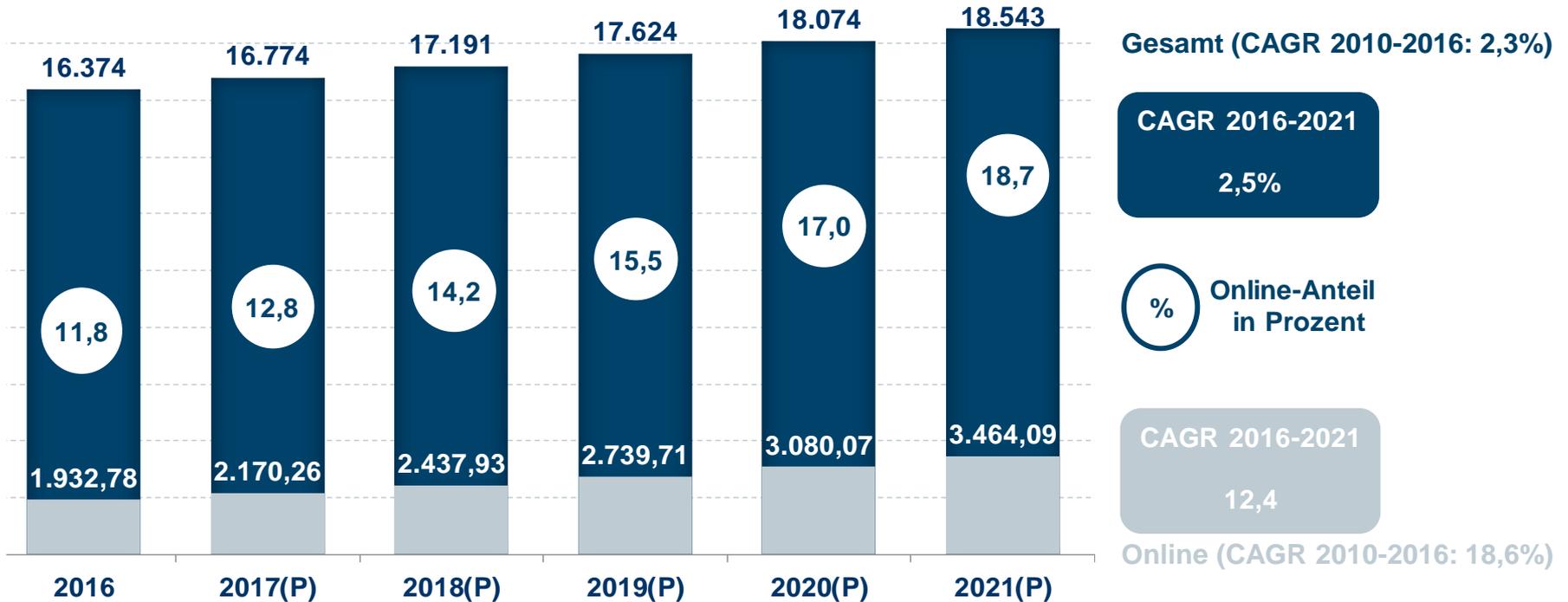
Fashion & Accessoires	2016	2020	Veränderung in %	
Marktanteil online (%)	23,5	30,5	+29,8	
Umsatz online (Mrd. €)	11,1	15,2	+36,9	
Umsatz stationär (Mrd. €)	36,3	34,6	-4,7	
Umsatz gesamt (Mrd. €)	47,4	49,8	+5,1	

Quelle: HDE Online-Monitor, 2017; 2020 Prognose IFH, 2017

Entwicklung der Top Multichannel-Unternehmen



Nach Hochrechnungen (Bottom up) wird der Umsatzanteil Online der Top Multichannel-Fashionhändler bis 2021 auf 18,7% steigen



Quelle: Fashionmarkt - Bedeutung Vertriebskanäle Online, IFH Köln, 2017



ZARA



Ernsting's family

Peek & Cloppenburg

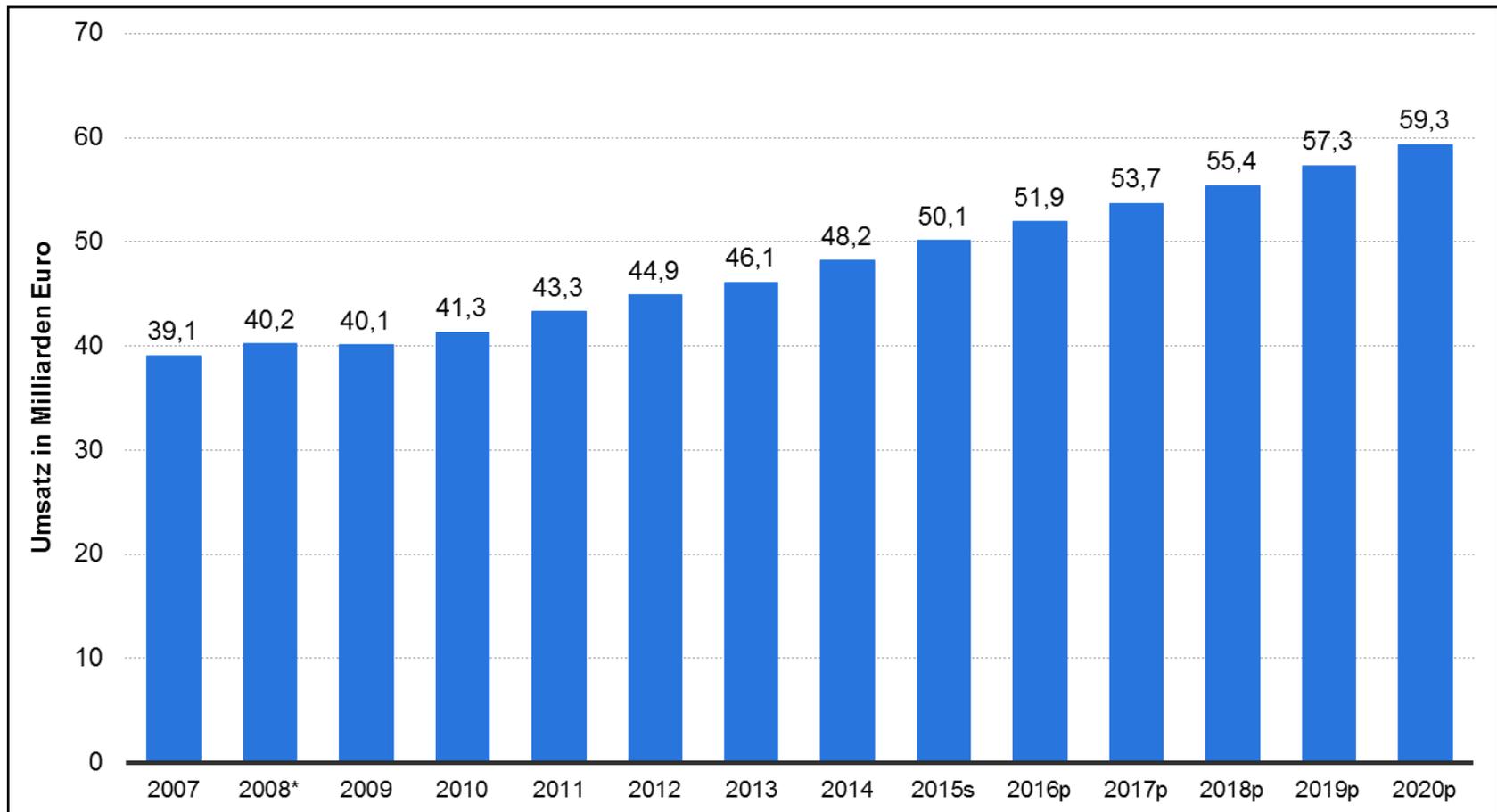


Tamaris



Außer-Haus-Verzehr wächst stärker als Einzelhandel

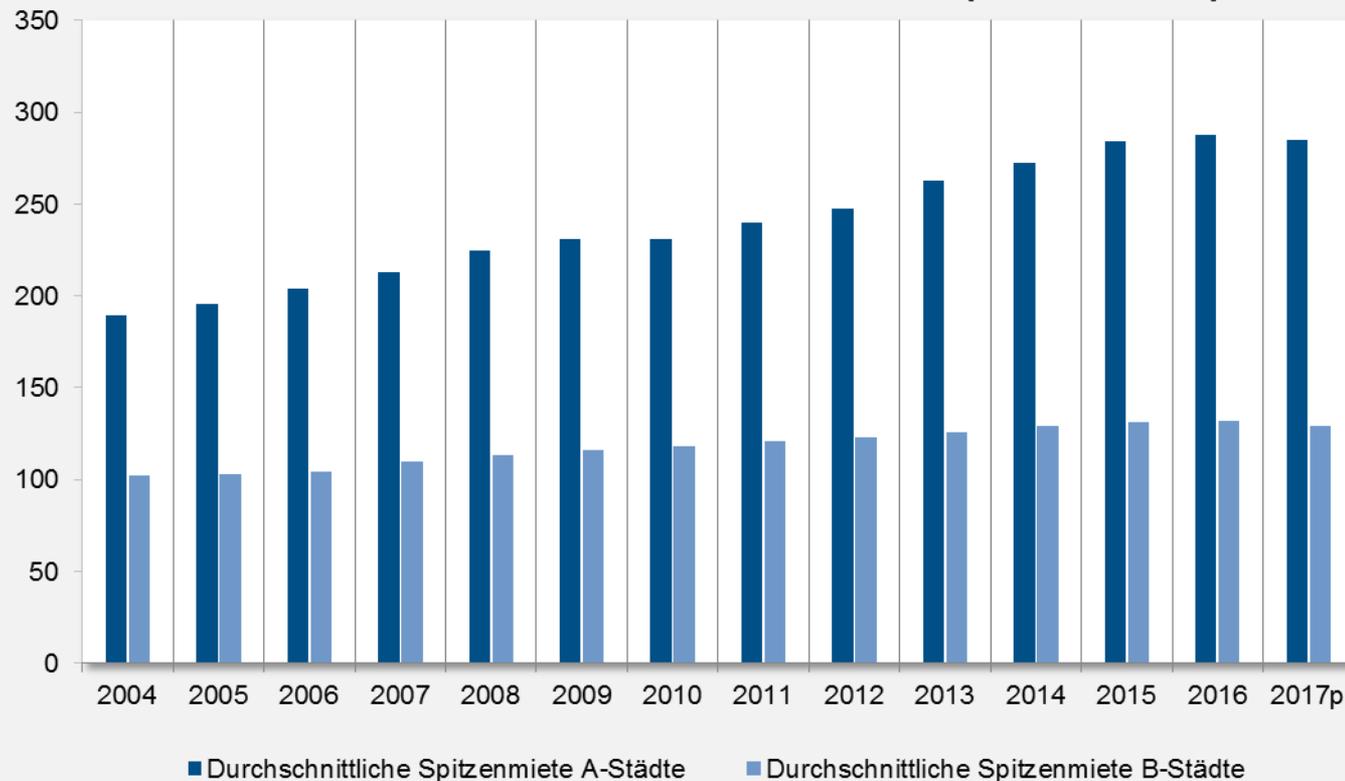
Umsatzentwicklung und -prognose in der Gastronomie in Deutschland



Quelle: Statista (eigene Berechnungen); Statistisches Bundesamt (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen des Bundes); IMF; ID 248617

Druck auf die Mieten steigt und Verhandlungsposition dreht sich um

Entwicklung der Spitzenmiete für innerstädtische Geschäftshäuser in A- und B-Städten (in EUR/m²)



Quelle: GfK, JLL, RIWIS, eigene Bearbeitung und Fortschreibung

Wissen schafft Zukunft.

Angebotsseite und Verbraucherverhalten: Reizüberflutung

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



Hyperwettbewerb 2.0 – Deutschland: Bsp. Sport



Monolabel

- LOWA
- asics
- THE NORTH FACE
- ICEPEAK
- adidas
- Nike
- SALVA
- Schöffel
- Jack Wolfskin
- VAUDE

Online

- amazon
- 11TEAMSPORTS
- zalando sports
- 21RUN.COM
- subside sports
- ebay
- VAOLA

Mode

- MANGO
- ESPRIT
- NEO
- H&M
- Bench.
- ZARA | SPORT
- TKmaxx

Lifestyle

- MOUNTAIN WAREHOUSE
- JD
- Planet Sports
- snipes

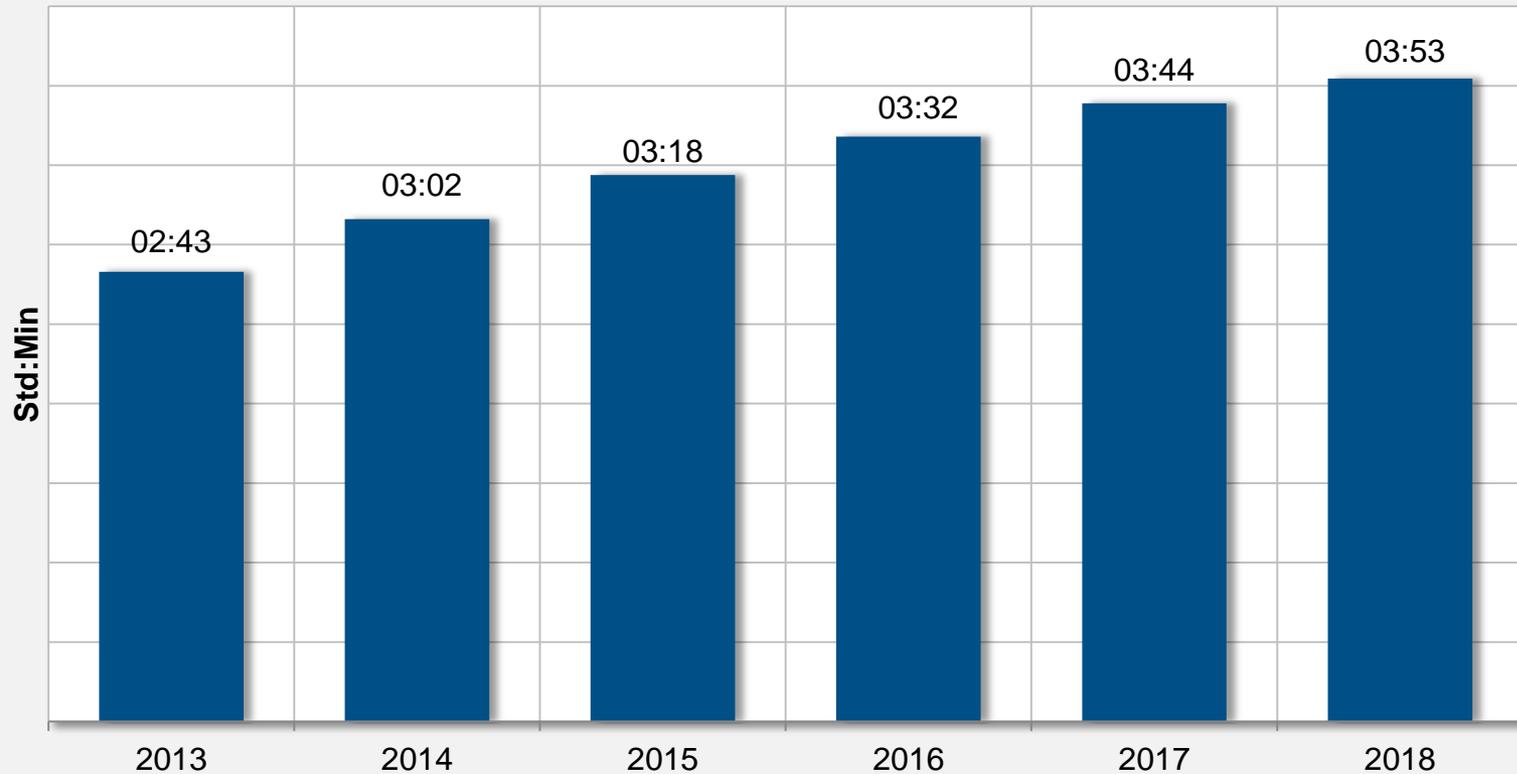
Discount

- ALDI
- ALDI
- SPORTS DIRECT.COM
- Schibor
- LEDBE
- real+

FOC

- INGOL/TADT VILLAGE
- FOC OCHTRUP
- city Outlet
- NikeFactoryStore
- adidas outlet

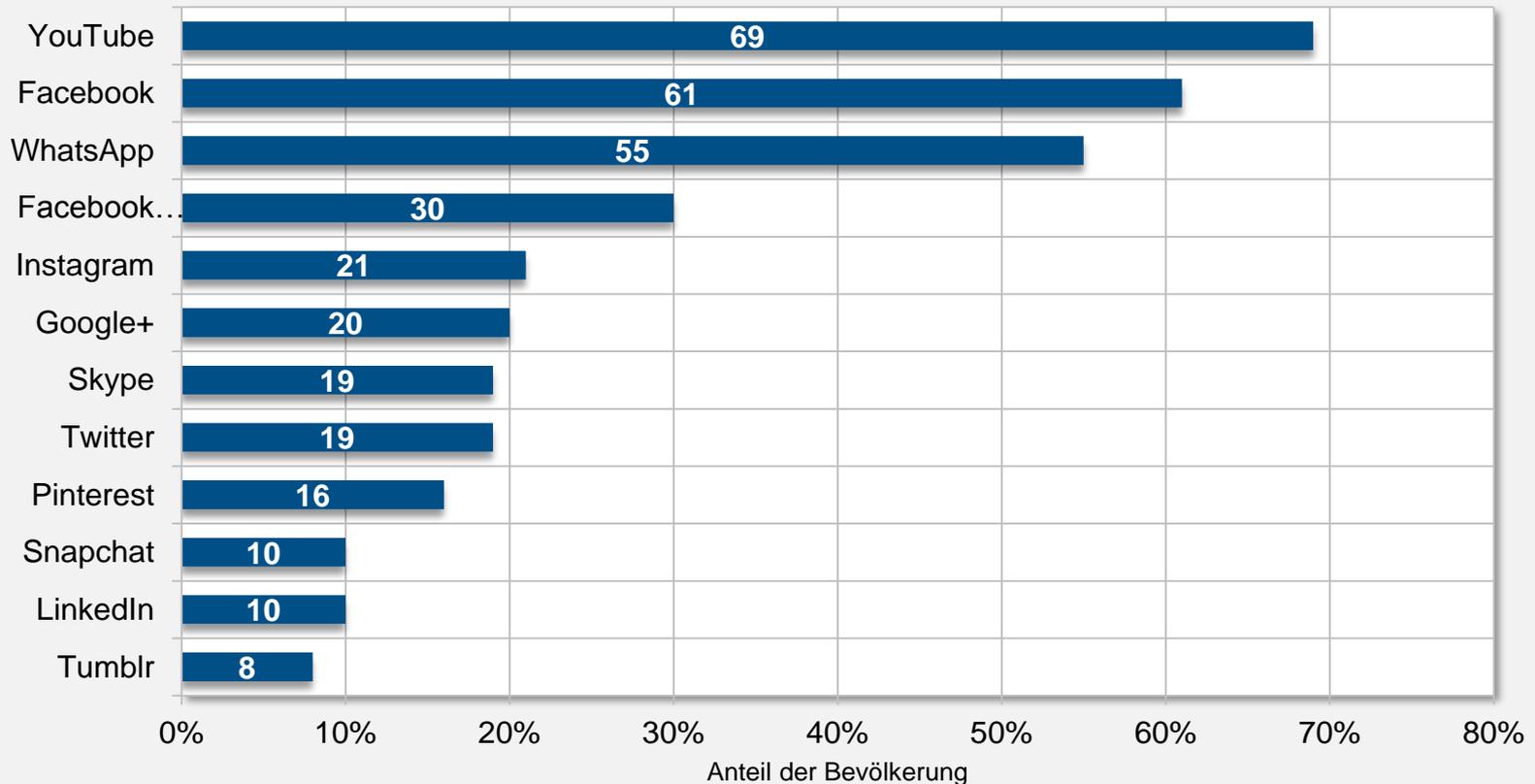
Durchschnittlicher Medienkonsum (Digital*) von Erwachsenen in Deutschland bis 2018



Quelle: eMarketer, 2017 *Internetnutzung über PC/Laptop, Mobile-Nutzung (exkl. telefonieren)

Das sind die beliebtesten Anwendungen

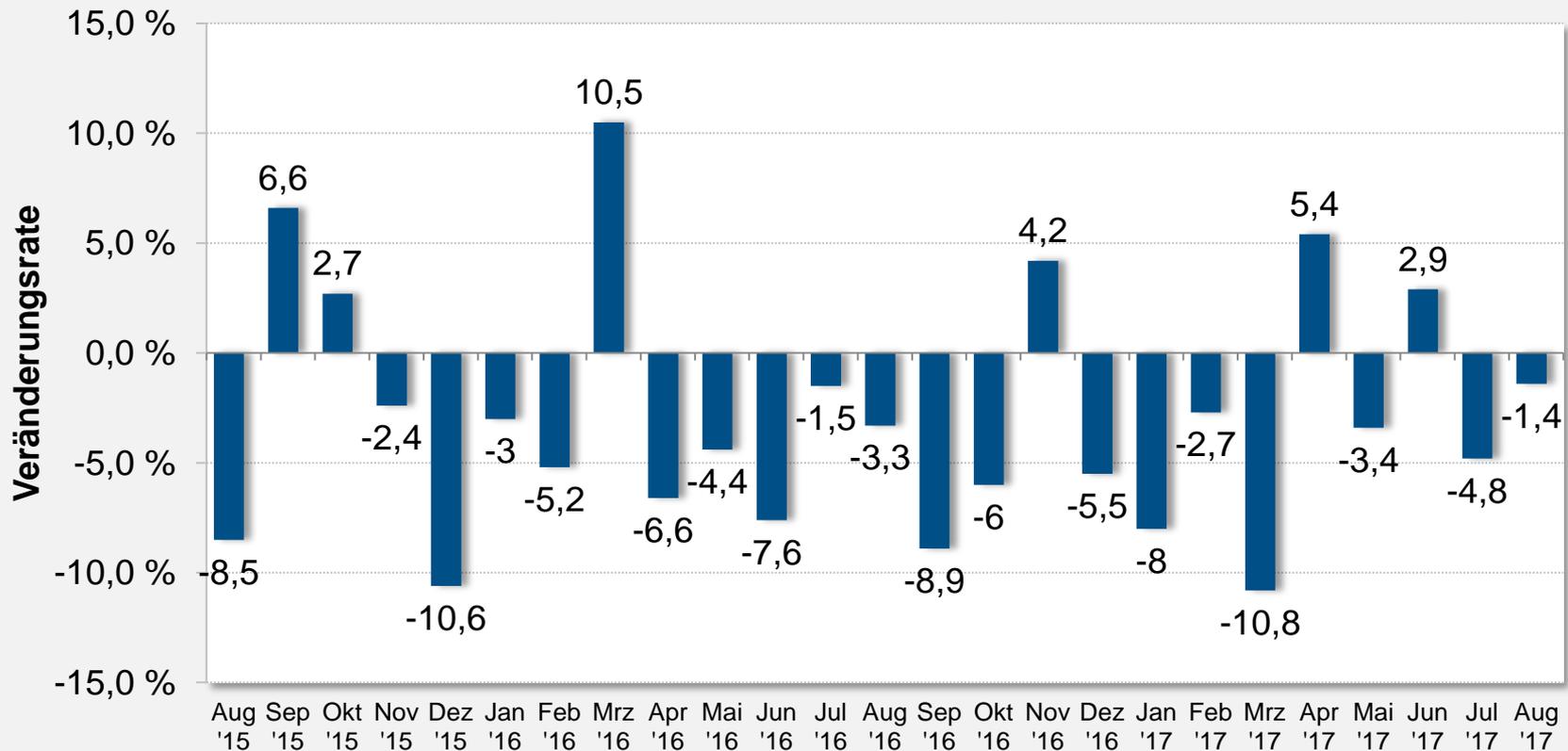
Ranking der beliebtesten Social Networks und Messenger nach dem Anteil der Nutzer an der Bevölkerung in Deutschland im Jahr 2016



Quelle: Statista 2017, We are Social; GlobalWebIndex; Hootsuite

Herausforderung: sinkende Frequenzen

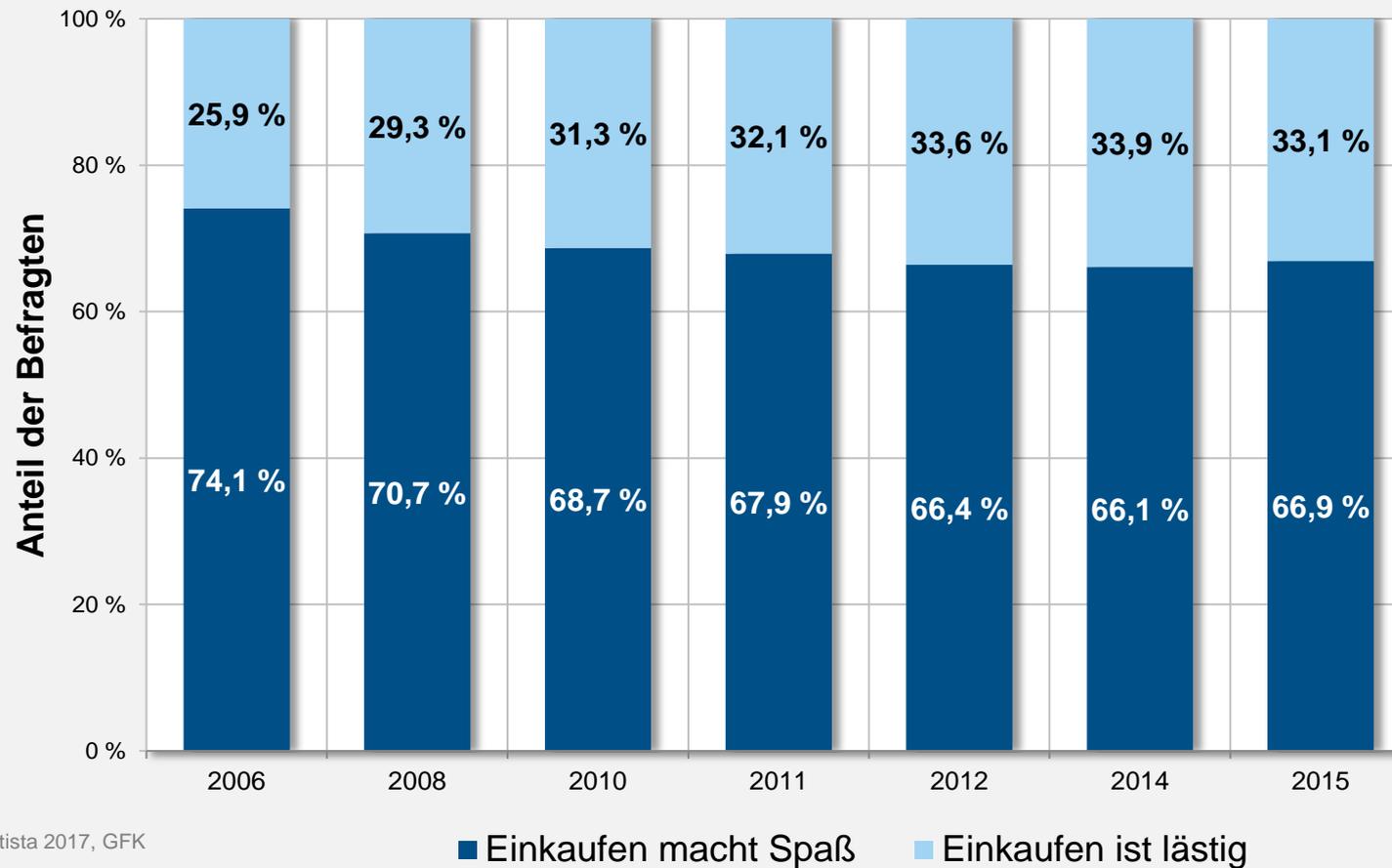
Veränderung der Besucherfrequenz im Einzelhandel in Deutschland von August 2015 bis August 2017 (gegenüber dem Vorjahresmonat)



Quelle: Statista 2017, Tyco Retail Solutions

Einkaufslust muss geweckt werden

Einkaufslust der Deutschen in den Jahren 2006 bis 2015



Die Herausforderungen für Handels- und Handelsimmobilienmanagement

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



**Schärfung der Positionierung
/ Differenzierung**



**Partizipation an
technologischer Entwicklung**

Jede Partizipation an digitalen Möglichkeiten scheitert,
wenn das Geschäftsmodell nicht wettbewerbsfähig ist

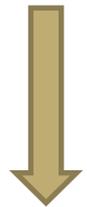


Quelle: zenart.codes

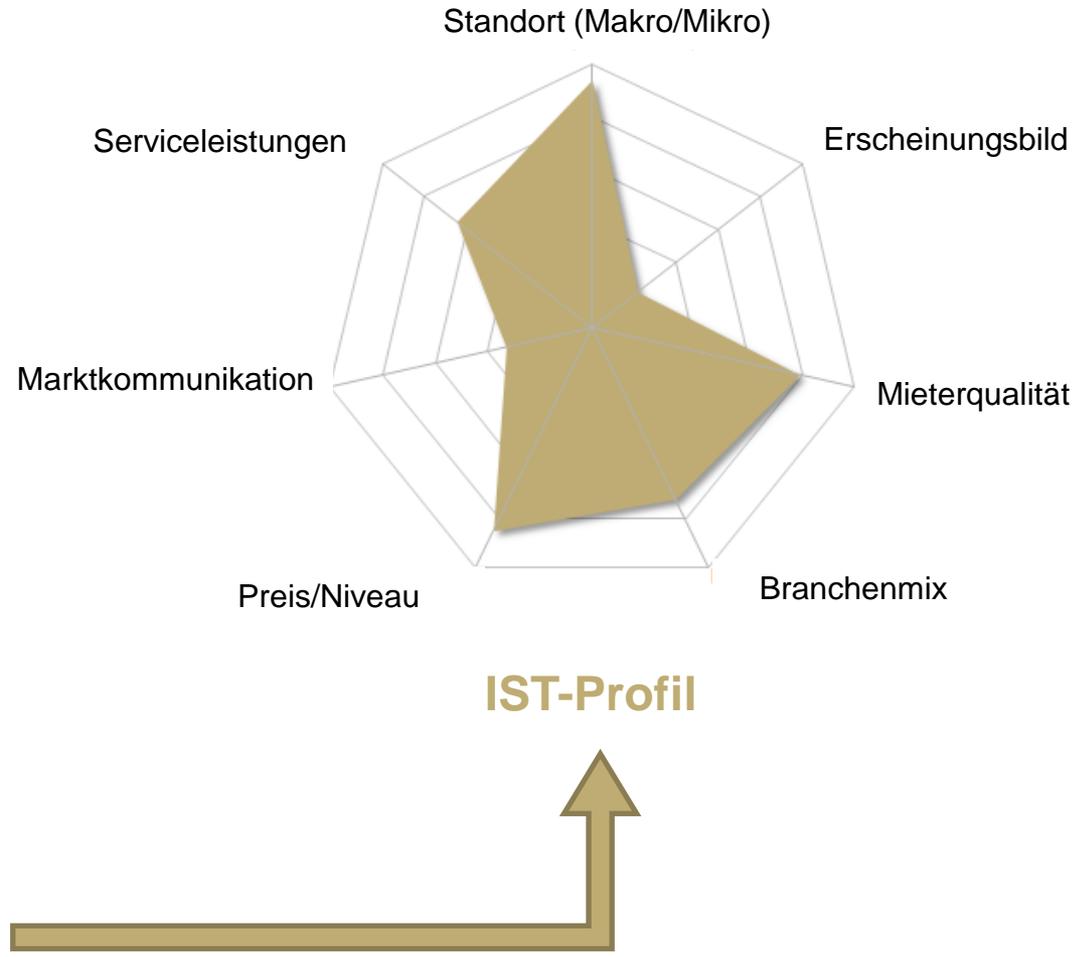
Positionierung von Shopping-Centern Auszug aus IPH Center Navigator



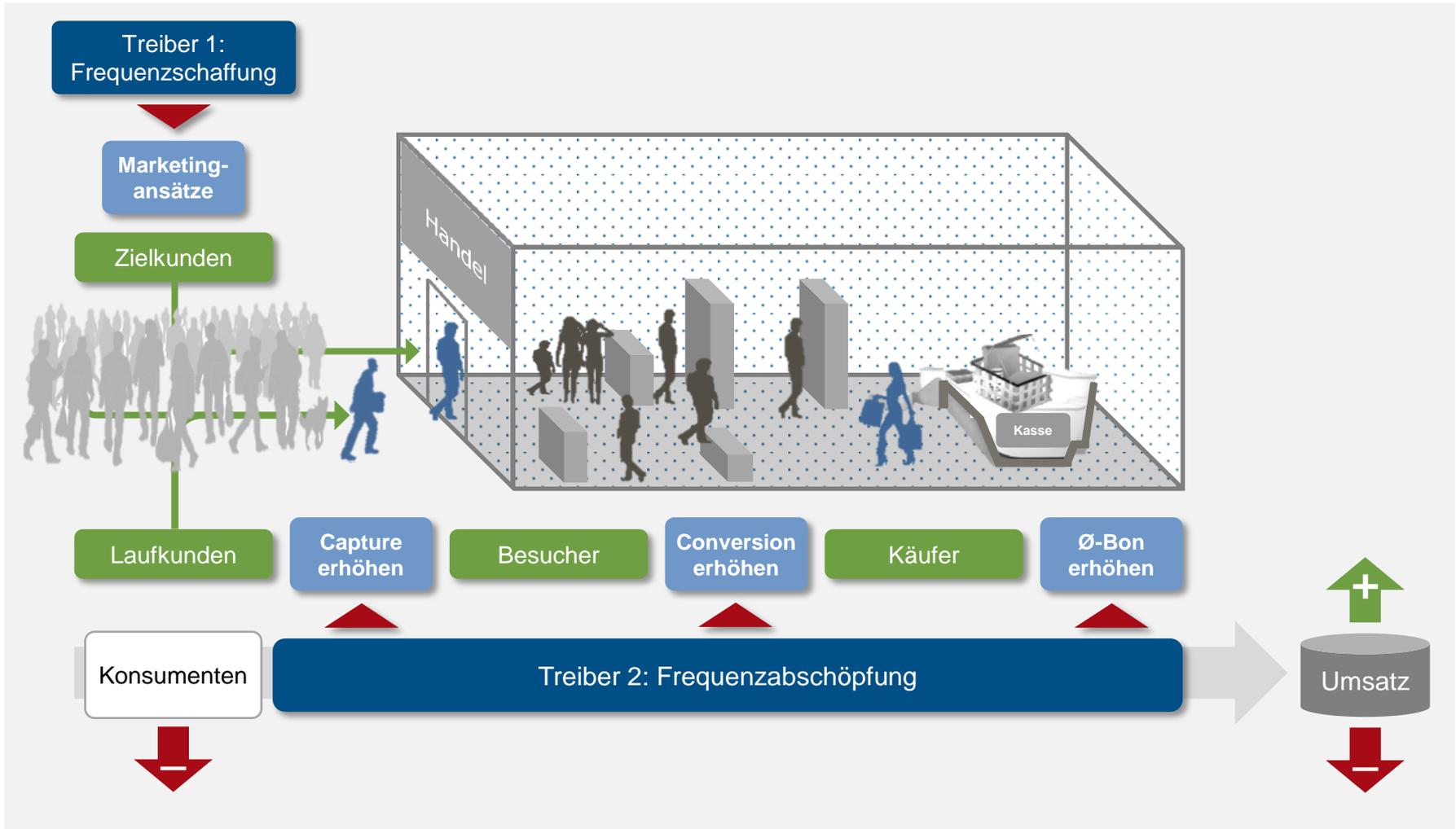
Mieterqualität	
Erfolgsfaktor	Gesamtbeurteilung
Fachliche Kompetenz	100 = sehr hoch, bei allen MA 50 = durchschnittlich 0 = zum Teil erhebliche Defizite
Freundlichkeit/Motivation/Engagement	100 = sehr hoch, bei allen MA 50 = durchschnittlich 0 = zum Teil erhebliche Defizite
Personalstruktur	100 = voll und ganz geeignet 50 = zum Teil geeignet 0 = unpassend
Auftritt und Erscheinungsbild der Mitarbeiter	100 = optimal 50 = einigermaßen gegeben 0 = nicht gegeben
Ladeneinrichtung/Ladengestaltung	100 = ausgezeichnet 50 = in Ordnung 0 = schlecht
Warenpresentation/Endekovisual Merchandising	100 = professionell 50 = mäßig 0 = große Mängel



Systematische Bestandsaufnahme aller Erfolgsfaktoren mittels umfangreicher Checklisten



Performancetreiber bei rückläufiger Frequenz



RoPo-Effekt nutzen: Online Information hoch relevant

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

Stationäre Geschäftsstellen



2017: 45,1%*

2017: 13,8%

Online-Shop



Quelle: ECC Köln: Das Cross-Channel-Verhalten der Konsumenten, 2017.

64 < n < 1.221

*Lesebeispiel: 45,1 Prozent der Käufe in stationären Geschäftsstellen geht eine Informationssuche in Online-Shops mit dem PC/Laptop voraus. Bei Fashion sind es 34,2%. Bei 81,3% der Onlinekäufe informieren sich Konsumenten ausschließlich online.

Digitale Technologien prüfen & nutzen

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

Klassisch

Anzeige

Prospekt

Katalog

Schaufenster

TV & Kino

Radio

Großflächenplakate

Events

Mundpropaganda

Gelbe Seiten/Örtliche

Sponsoring & Koops



Digital

Online-Banner

Online-Prospekt

Online-Verfügbarkeit

Homepage

Youtube

Geofencing

Digitale Screens

Blogs & Chatträume

Social-Media

Google

Online-Kooperationen



<http://42medien.de/wp-content/uploads/2016/10/first-public-radio-broadcast.jpg>

Stadt, Handel und Immobilie als Erlebnisraum

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

15.
Oktober

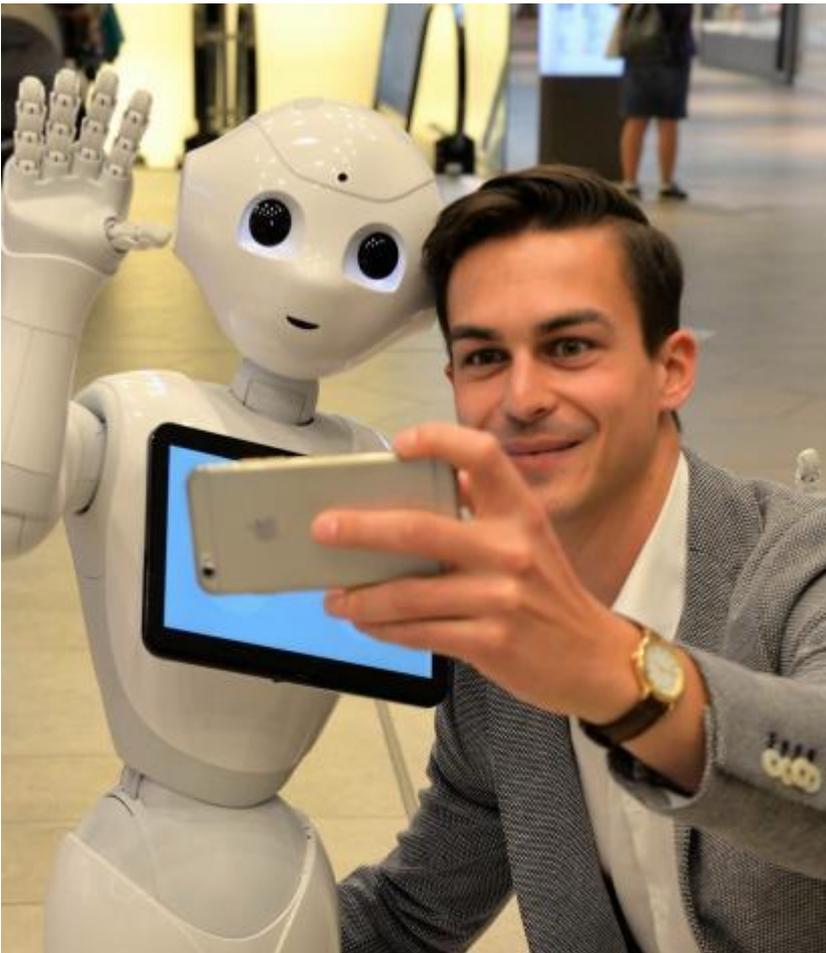
MARKTSONNTAG
Planegger Rirta 2017
VON 12-19 UHR, GESCHÄFTE GEÖFFNET 12-17 UHR



Neue Wege im Marketing: Bsp. Pepper im Gerber – Projekt mit elaboratum

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



Ein Selfie mit Pepper

Technik Er unterhält, informiert und reagiert auf Gefühle: ein Besuch bei einem besonderen Roboter. *Von Lisa Wazulin*

„Schade, du hast verloren“, verkündet Pepper mit bleichener aber freundlicher Stimme. Und obwohl es sich etwas befremdlich anfühlt gegen künstliche Intelligenz beim Schnick, Schnack, Schnuck zu verlieren, fällt es schwer, dem humanoiden Roboter namens Pepper überhaupt irgendetwas übel zu nehmen – geschweige denn eine Bitte abzuschlagen. Der hatte nämlich mit leuchtenden runden Kulleraugen sein Gegenüber mitten im Stuttgarter Stadtkaufhaus Gerber zum Kinderspiel „Schere, Stein, Papier“ herausgefordert.

Noch bis zum kommenden Samstag, 14. Oktober, können Besucher dort den ersten Roboter der Welt treffen, der Gefühle nicht nur erkennen, sondern auch darauf reagieren kann. Konzipiert als „Roboter-Gefährte“, kann sich Pepper mit Menschen unterhalten und Mimik und Gestik seines Gegenübers verstehen. Sein Äußeres erinnert dabei an einen Spielzeugroboter, der mit übergroßen Augen und hoher, kindlicher Stimme besonders niedlich, süß und liebenswert wirken soll.

„Wir wollen erst einmal testen, wie die Leute auf Pepper reagieren“, erklärt Patrick Meyer vom Beratungsunternehmen Elaboratum. Mit der Unterstützung des IT-Dienstleisters Inovex, dem Besitzer von Pepper, will Meyer mit seinem Promotionsprojekt herausfinden, ob und wie sich solche Roboter im Einzelhandel einsetzen lassen. Eine Woche lang soll Pepper dafür im Stadtkaufhaus mit Kunden ins Gespräch kommen und dabei die Kundenzufriedenheit messen.

Entwickelt hat den kindlichen Begleiter das japanisch-französische Unternehmen Softbank Robotics vor zwei Jahren, in Deutschland ist das Modell seit 2016, allerdings nur für Unternehmen, erhältlich. Der 1,20 Meter große und 28 Kilo schwere Roboter kann Routineaufgaben übernehmen

und als Informationsquelle dienen. In ferner Zukunft könnte er auch im Gesundheitswesen und im Umfeld mit Kindern eingesetzt werden. Extra konzipiert zur Interaktion mit Menschen, befinden sich in Peppers Kopf vier Mikrofone, zwei HD-Kameras und ein 3-D-Abstandsensoren. Während die beiden Kameras, eine versteckt im Mund, die andere auf der Stirn, Gesichter erkennen, zeichnen Mikrofone – als große Ohren getarnt – Stimme und Tonlage auf. Für Fingerspitzengefühl sorgen Berührungssensoren an beiden fünf-fingrigen Händen, die Pepper erstaunlich geschmeidig bewegen kann – und sei es nur, um sein menschlichen Gegenüber vernichtend in einem Kinderspiel zu schlagen.

Wie aber verhält sich dieses Wunder der Technik im Umgang mit dem Menschen? Zurück im Stuttgarter Kaufhaus trauen die vorbeilebenden Besucher der in-

telligenten Maschine noch nicht recht über den Weg. Wer sich vor ihn stellt, den begrüßt der kleine Roboter mit Augen, die grün aufleuchten, wenn er ein Gesicht erkennt und identifiziert. Nach einer kurzen Vorstellung, „Hallo, mein Name ist Pepper, wie heißt du?“, wechselt der Roboter in das Programm, das gerade aktiviert ist. Neben

Pepper kann quasi über Nacht zig Sprachen sprechen.

Informationen über das Kaufhaus bietet dieser Pepper an, ein Selfie mit ihm zu schießen.

Ein wirkliches Gespräch kommt so aber nicht zustande. Die laute Umgebung stört

das digitale Hören und Verstehen gewaltig. Allerdings ist jeder Pepper anders: Ähnlich wie bei einem Smartphone, kann der Roboter neue Fähigkeiten erlernen, die in Form von Apps auf die Hardware geladen werden. So kann Pepper quasi über Nacht zig Sprachen sprechen oder auf ganze Waren- oder Navigationssysteme zugreifen. „Pepper soll den Menschen nicht ersetzen“, so Meyer. Vielmehr sei er ein sensibler Shopping-Assistent, der blitzschnell prüft, ob eine Jeans noch in der richtigen Größe verfügbar ist.



Bitte schön freundlich: Roboter Pepper und Autorin Lisa Wazulin

Foto: Lichtgut, Komrad

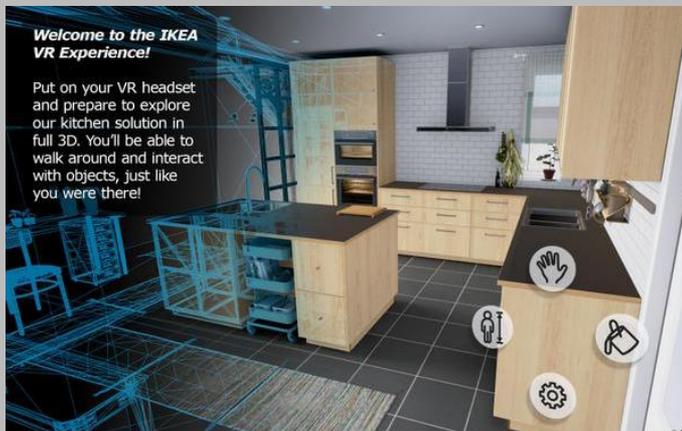
Aufladen des POS: Beratung mit digitaler Unterstützung

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien

IKEA

- App für virtuellen Rundgang in Küchenabteilung
- 3D-Brille



EMV

- MyPOS
- Konfigurator von Schrank- und Polstermöbelmodulen



Relevanz hängt vom Kundennutzen ab

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



Quo Vadis Einzelhandelsimmobilie?

BBE
Handelsberatung

IPH
Handelsimmobilien



Wertsteigerung im Bestand

Ansprechpartner



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