# FUTURE RETAIL
# DNA DES ERFOLGES

Erfolgsgeheimnis zukunftsstarker Handelsstandorte

Eine Studie von Wealthcap und BBE Handelsberatung

**Investorenperspektive für zukunftsstarke Handelsstandorte**

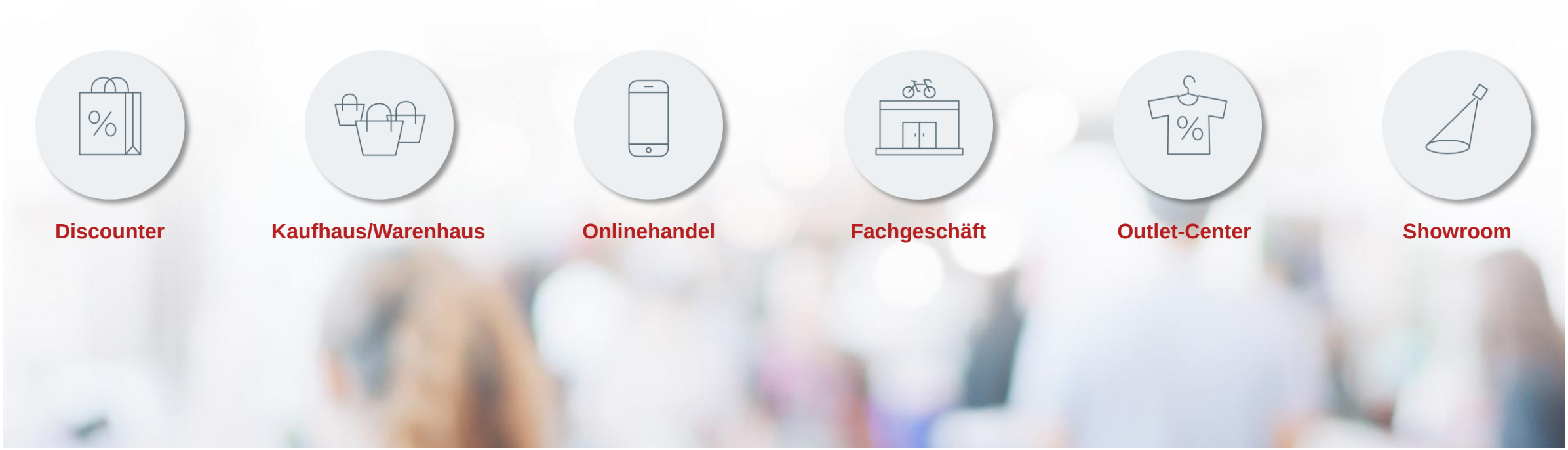
22.10.19 – Sebastian Zehrer, Research & Unternehmenskommunikation

wealthcap
real asset & investment manager

# HANDEL IST NICHT GLEICH HANDEL

## Jede Betriebsform folgt anderen Regeln

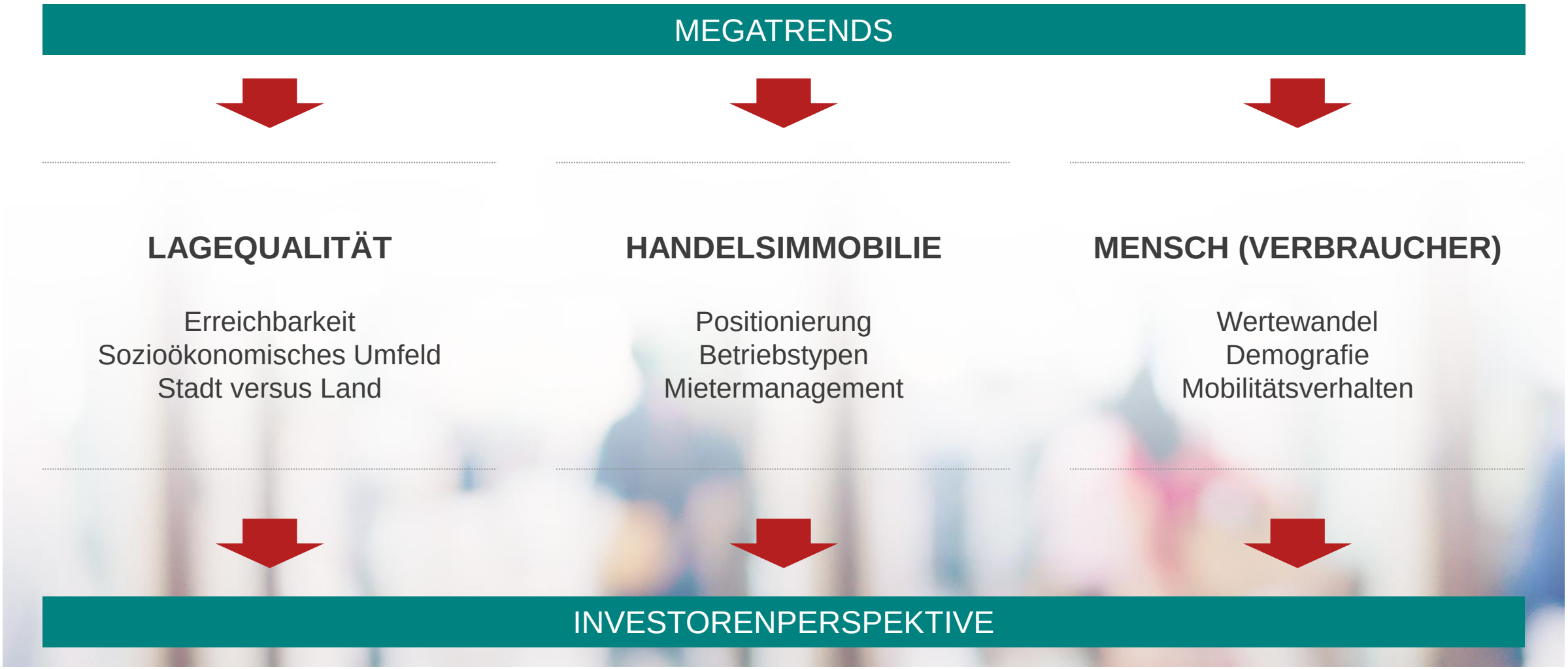
- Shopping-Center
- Fachmarktzentrum
- Convenience Store
- Nahversorgungszentrum
- Fachmarkt
- Supermarkt
- Discounter
- Kaufhaus/Warenhaus
- Onlinehandel
- Fachgeschäft
- Outlet-Center
- Showroom



Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# FUTURE RETAIL

## Welche Faktoren die Zukunftsfähigkeit für Investoren beeinflussen




Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# FUTURE RETAIL – ERFOLGSTREIBER PERSPEKTIVENWECHSEL

## Expertenwissen nutzen

Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# FUTURE RETAIL – VON DER FRAGESTELLUNG BIS ZUR STUDIE

## Wie sind wir vorgegangen

**1**

### QUANTITATIVE BASIS

Grundlagenarbeit anhand eines Scoring-modells angewandt auf 30 Makro- und 20 Mikrostandorte

**2**

### QUALITATIVE FORSCHUNG

Decodierung des Erfolgsgeheimnisses der Handelslagen durch Tiefeninterviews mit ausgewiesenen Experten

**3**

### INVESTORENPERSPEKTIVE

Ableitung der Ergebnisse und Wertindikatoren für Immobilieninvestoren

Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# DER HANDEL DER ZUKUNFT
## Ergebnisse der Studie im Überblick

1. WELCHER ONLINE-HANDEL?
2. LAGE, LAGE, ~~LAGE~~, ERREICHBARKEIT
3. MEHR WERT ALS ONLINE
4. NICHT ALLES IST DIGITALISIERBAR – MENSCHEN BRAUCHEN BEGEGNUNG
5. NACHHALTIGKEIT WIRD EIN ALLGEMEINES GUT
6. KONSUM: EINEN FRAGE DER PERSÖNLICHKEIT
7. KLARES KONZEPT SCHLÄGT EIERLEGENDE WOLLMILCHSAU
8. FLEXIBILISIERUNG

Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# DAS WEALTHCAP SCORING

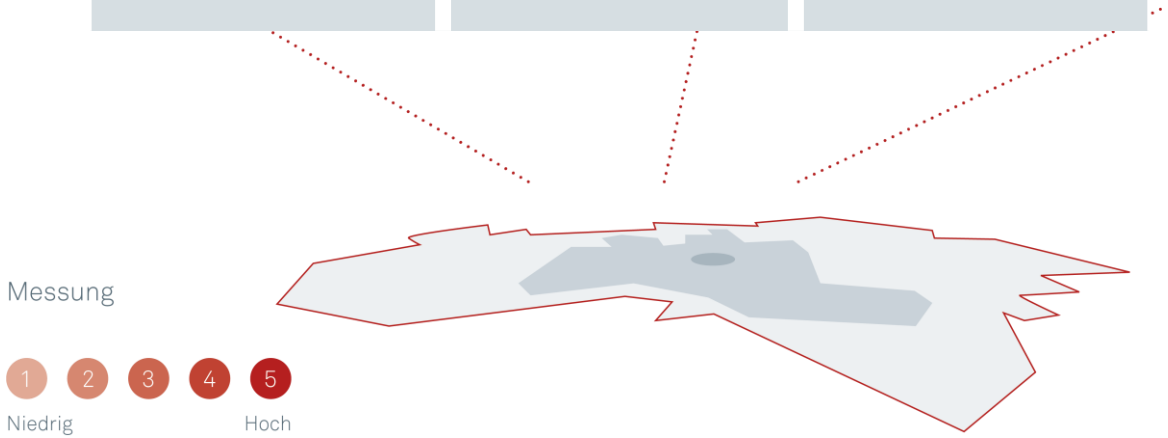
## Die Kriterien – was die Zukunftsstärke von Handelslagen ausmacht

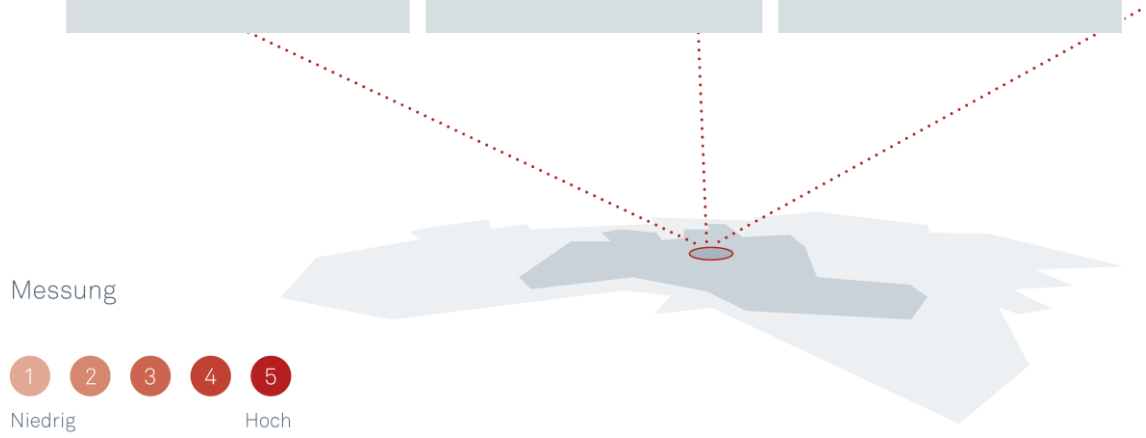
### MAKROKRITERIEN

| Wirtschaftliche Aspekte | Handelsspezifische Aspekte | Investorenperspektive |
|---|---|---|
| **1** Bevölkerungswachstum | **3** Einzelhandelszentralität | **7** Mietpreisentwicklung |
| **2** Beschäftigung | **4** Zentralörtliche Einstufung | **8** Nettoanfangsrendite |
| | **5** Einzelhandelsrelevante Kaufkraft | |
| | **6** Pendlersaldo | |

### MIKROKRITERIEN

| Attraktivität und Potenzial | Erreichbarkeit | Investorenperspektive |
|---|---|---|
| **1** Lage/Frequenz | **4** Infrastrukturelle Erschließung (ÖPNV, Zufahrten) | **7** Mietpreisentwicklung |
| **2** Kopplungspotenzial | **5** Nächstgelegene Parkmöglichkeit | **8** Nettoanfangsrendite |
| **3** Fernwirkung/Sichtbarkeit | **6** Städtebauliche Lagequalität | |



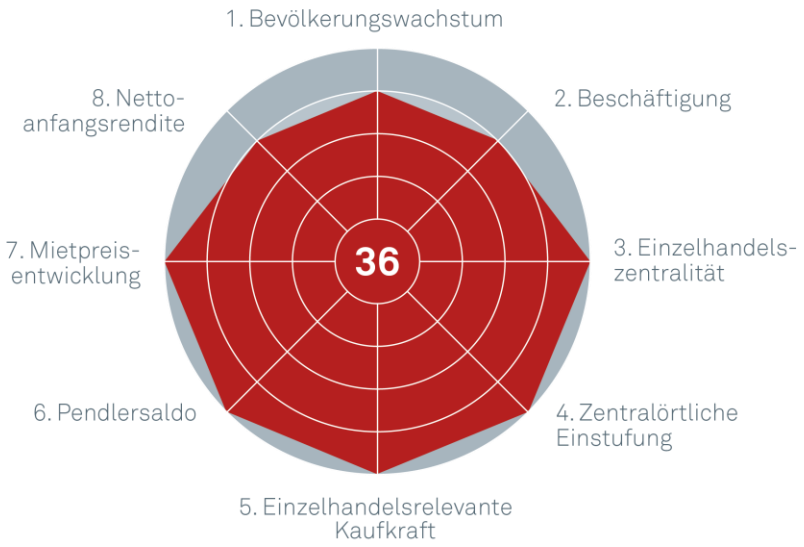




Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

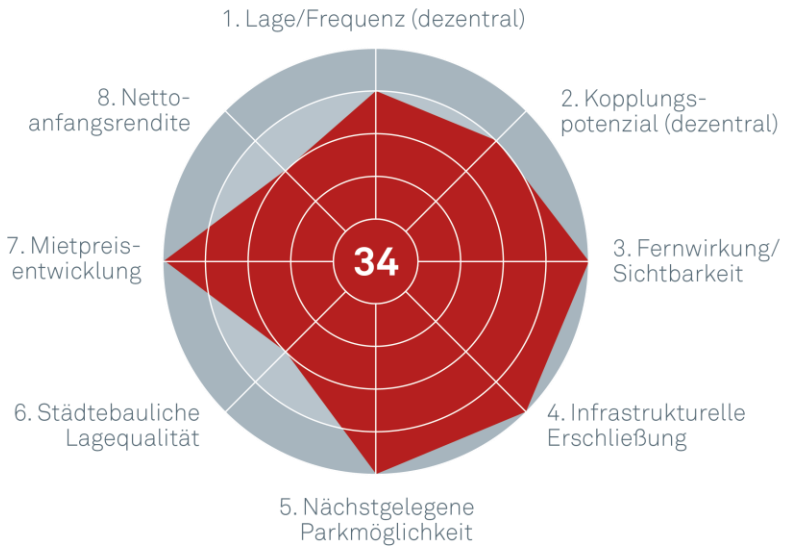
# #1 DAS SHOPPING-CENTER VON HEUTE WIRD ZUM LIFESTYLE HUB VON MORGEN

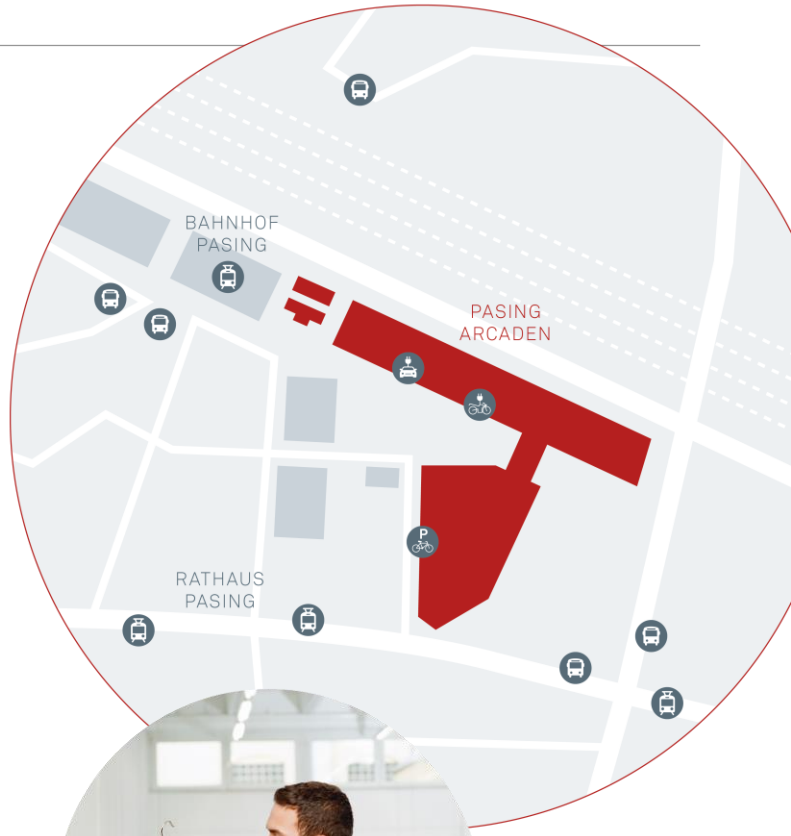
## Und der muss nicht immer in der Innenstadt sein

MAKROSCORING MÜNCHEN




MIKROSCORING SHOPPING-CENTER PASING ARCADEN



Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# #1 DAS SHOPPING-CENTER VON HEUTE WIRD ZUM LIFESTYLE HUB VON MORGEN

## Und der muss nicht immer in der Innenstadt sein

*Das Beispiel Pasing zeigt hervorragend, wie Handelsimmobilien ganze Stadtteile und die Wohnlagen ihrer Bewohner aufwerten können.*

Lars Jähnichen, Geschäftsführer, IPH Handelsimmobilien GmbH

*In Pasing wurde mit der Einbettung der Arcaden in die bestehenden Nutzungen ein neues Handelssystem entwickelt. Hier können sich Menschen in einem räumlichen Mehrklang aus Erlebnis, Aufenthaltsqualität und Branchenmix bewegen.*

Christian Bitter, Prokurist, stattbau münchen GmbH

**FAZIT #1**

**FUTURE RETAIL –** DIE INVESTORENPERSPEKTIVE

Auch in Randlagen urbaner Räume können attraktive Handelsstandorte entstehen – vorausgesetzt, die Erreichbarkeit stimmt und das Handelskonzept bietet einen Mehrwert, der über den reinen Konsum hinausgeht.

Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# KONSUMVERHALTEN IM WANDEL

## Drei Szenarien: Wie kaufen wir in Zukunft ein?

### Der vollautomatisierte Einkauf

### Einkaufen wird nachhaltig und grün

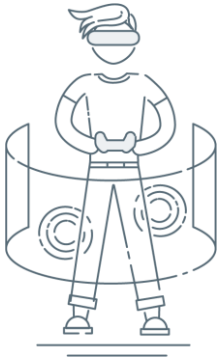
### Sharing is caring

Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# GEDANKENEXPERIMENT VERBRAUCHERTYPOLOGIEN

## Wer kauft in Zukunft ein?

**OLD-FASHIONED SHOPPER**

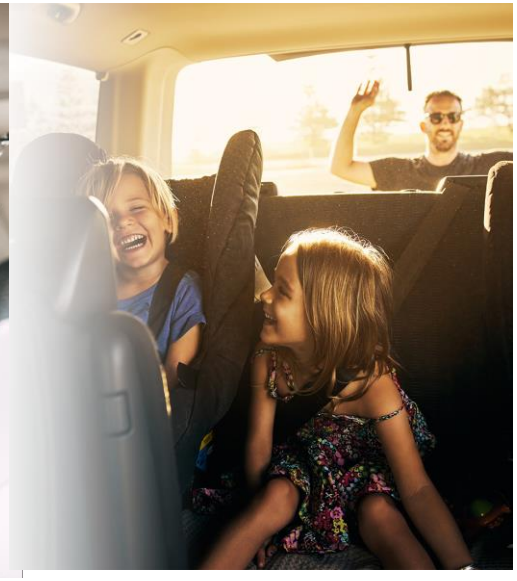


**NEXT GENERATION SHOPPER**

**SUSTAINABLE SHOPPER**

**SILVER SHOPPER**

**SOPHISTICATED SHOPPER**



Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# WAS BEDEUTET DAS FÜR INVESTOREN?

## Wertindikatoren für zukunftsstarke Handelskonzepte

**Nahversorgungs-zentrum**

Green Appeal

Mixed Use

Ohne Umwege

**Stadtteilzentrum**

New Local

Kopplungs-potenzial

Mensch im Zentrum

**Baumarkt**

Erschließung

Learning by doing

Pick-up-Option

**Fachmarktzentrum**

Gebündelte Kaufkraft

Hybridisierung

Scharnier-funktion

**Shopping-Center**

Branding

Gemein-nützigkeit

Lifestyle

**FLEXIBILITÄT**

Quelle: Wealthcap, eigene Darstellung

# FUTURE RETAIL – DNA des Erfolges

Studienbestellung und vieles mehr unter [expertise.wealthcap.com](expertise.wealthcap.com)

wealthcap EXPERTISE