

Real Estate to go

Symbiose von offline und online
auf der Einkaufsmeile



SwissLife
Asset Managers

Ausgabe 5 - Februar 2019

Online-Händler gehen offline

Als Online-Shop bekannte Händler finden sich vermehrt mit Läden in 1a-Lagen und Shopping Centern. Mitte 2018 waren von den hundert größten Online-Händlern in Deutschland 68 auch stationär vertreten. Davon hatten jedoch 57 ihren Ursprung im traditionellen Versand- oder stationären Handel, 11 waren ehemalige Online-Pure-Player.

Anteil der Top 100 Online-Händler mit stationären Läden



Quelle: EHI Retail Institute

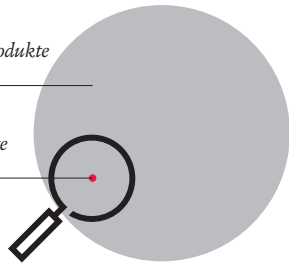
Online-Warenwelt physisch im Pop-up-Store erleben

Auch der Online-Riese Amazon wird stationär: Im Herbst 2018 wurde in Berlin temporär ein „Home of Christmas“ geführt, in dem Kunden einige Hundert Produkte anschauen und anfassen konnten. Einkäufe waren nur online möglich – mit einem Angebot von ca. 230 Mio. gelisteten Produkten bei amazon.de.

Produktanzahl von Amazon im Pop-up-Store und online

230 Mio. Produkte online

500 Produkte im Store

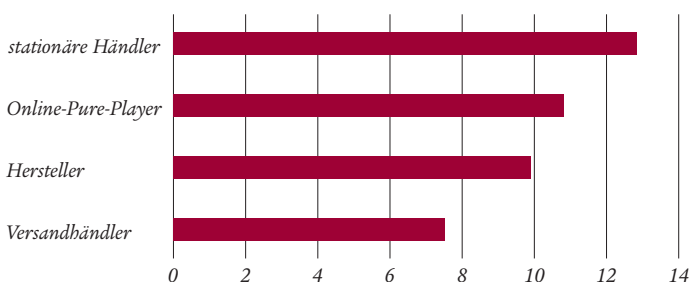


Quelle: www.wuv.de, Marketplace Analytics (Stand 2016)

Stationäre Händler gewinnen online an Dynamik

Online-Händler mit Herkunft im stationären Handel haben 2017 erstmals ein stärkeres Wachstum erreicht als Online-Pure-Player. In allen Marktsegmenten wachsen große Online-Händler überproportional stark und festigen ihre Marktposition.

Wachstum der Online-Umsätze 2017 nach Anbietertyp in %

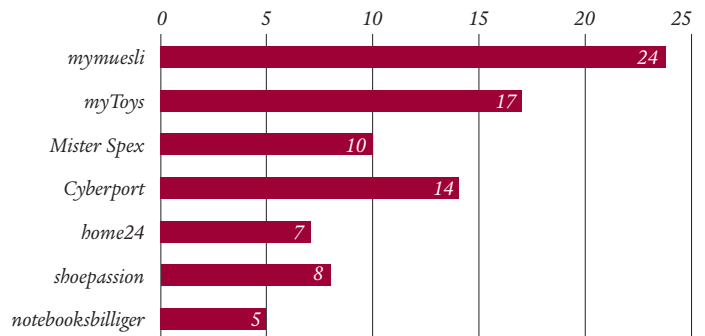


Quelle: HDE Online Monitor 2018

Online-Pure-Player als Nische des stationären Handels

Online-Pure-Player suchen offline Präsenz, befinden sich jedoch in der Findungsphase: Zalando plant die Eröffnung weiterer Outlets, dagegen hat mymuesli.de zahlreiche Filialen geschlossen. Wenige Unternehmen unterhalten mehr als 10 Läden – ein überschaubarer Anteil bei über 400.000 Betriebsstätten des Handels landesweit.

Anzahl stationärer Läden ausgewählter ehemaliger Online-Pure-Player Anfang 2019



Quelle: Websites der Unternehmen (Stand 8.1.2019)

Autokauf auf der Einkaufsmeile

Traditionelle Autohäuser präsentier(t)en teilweise auf tausenden Quadratmetern Dutzende Fahrzeuge. Showrooms in 1a-Lage oder in Shopping Centern fokussieren auf 150 m² Fläche vielleicht 2 Fahrzeuge für das haptische Erlebnis, bieten jedoch dank Großbildschirmen und VR-Brillen virtuellen Zugang zum gesamten Produktprogramm. Vorreiter sind die Luxus- und Premiumanbieter.



50 Autos in traditionellen Autohäusern



2 Autos in modernen Showrooms

Quelle: WirtschaftsWoche, Swiss Life Economic Research

Sie haben Interesse an unserem Dienstleistungsspektrum und den Research-Publikationen aus unserem Haus? Dann kontaktieren Sie uns gerne unter: info@swisslife-am.com

Für mehr Informationen besuchen Sie auch unsere Webseite: www.swisslife-am.com/research

Haftungsausschluss

Dieses Dokument wurde mit größter Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Wir geben jedoch keine Gewähr hinsichtlich dessen Inhalt und Vollständigkeit und lehnen jede Haftung für Verluste ab, die sich aus der Verwendung dieser Informationen ergeben. Die vorliegende Publikation begründet weder eine Aufforderung noch eine Empfehlung zum Erwerb oder Verkauf von Fondsanteilen oder anderen Anlageinstrumenten sondern dient lediglich zu Informationszwecken. Der Kauf von Anteilen an von uns verwalteten Investmentfonds erfolgt ausschließlich auf Grundlage der jeweils aktuellen Vertragsunterlagen und der gesetzlich vorgeschriebenen Verkaufsunterlagen. Dieses Dokument enthält «zukunftsgerichtete Aussagen», welche unsere Einschätzung und unsere Erwartungen zu einem bestimmten Zeitpunkt ausdrücken, dabei können verschiedene Risiken, Unsicherheiten und andere Einflussfaktoren dazu führen, dass die tatsächlichen Entwicklungen und Resultate sich von unseren Erwartungen deutlich unterscheiden. Wir übernehmen keinerlei Verpflichtung, diese Annahmen später zu aktualisieren oder zu revidieren. Quelle für alle Daten und Grafiken (sofern nichts anderes angegeben) ist die Swiss Life Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH, Jahnstrasse 64, 63150 Heusenstamm.