

## PRESSEINFORMATION

Amsterdam, 16. November 2016

### **Redevco-Verbraucherstudie: Genießen statt kaufen – wachsender Trend zu Online-Shopping verstärkt Polarisierung bei europäischen Handelsimmobilien**

Das Internet entwickelt sich zu einer treibenden Kraft bei der zunehmenden Polarisierung des Einzelhandelsmarktes zwischen Convenience- und Erlebnis-Shopping und trägt entscheidend zu einer Konsumhaltung bei, die immer größere Auswirkungen auf den Handel wie auf Investoren hat. Dies besagt eine groß angelegte Umfrage des Einzelhandelsimmobilien-Spezialisten Redevco unter annähernd 14.000 Konsumenten in sechs europäischen Ländern\*. Durch die fortschreitende Konvergenz zwischen der virtuellen Realität des Online- und des stationären Handels bleibt mehr Zeit bspw. für Freizeitaktivitäten oder Essen in erstklassigen Einkaufslagen. Bei ihrem Einkaufsbummel legen Kunden mehr und mehr Wert auf das genüssliche Erleben, das Top-Einzelhandelsstandorte bieten, während das eigentliche Kaufen zunehmend online erledigt wird.

„Wie wir im Rahmen unserer Befragung erfahren haben, bereiten sich die Konsumenten im Internet aktiv auf ihre Einkaufstouren vor – und was sie an den beiden großen Retail-Trends unserer Zeit besonders schätzen, nämlich Erlebnis- und Bedarfs-Shopping, wird online weiter verstärkt“, erläutert Marrit Laning, Head of Research & Strategy bei Redevco. „Zwar scheinen die zugrunde liegenden psychologischen Muster der beiden Möglichkeiten einzukaufen sehr unterschiedlich zu sein, aber je besser Einzelhändler und Immobilieninvestoren diese verstehen und adressieren, desto erfolgreicher werden sie sein.“

Ein immer nahtloseres Online-Einkaufserlebnis stellt eine echte Alternative zu Convenience-Shopping dar. Gleichzeitig führt der Zugang zu umfassenden Informationen dazu, dass Kunden gut vorbereitet in den stationären Einzelhandel kommen und sich daher weniger Druck ausgesetzt fühlen, ihre Einkäufe dann und dort zu tätigen. Dies hat zur Folge, dass sich der Schwerpunkt eines herkömmlichen Einkaufsbummels von der tatsächlichen Kaufhandlung in Richtung sozialer Interaktion, wie z. B. Essen oder Freizeit ganz allgemein, verschoben hat. Städte mit einem lebenswerten Umfeld sowie einem breiten Kultur- und Unterhaltungsangebot setzen sich daher klar durch gegen jene, die in diesen Bereichen schlechter aufgestellt sind.

Die Redevco-Studie lässt darüber hinaus klare Altersgruppen-spezifische Muster erkennen: Während die meisten Altersstufen gleichermaßen zu Erlebnis- und Convenience-Shopping tendieren, ist das Genuss-gesteuerte Einkaufen eher für junge Konsumenten von Relevanz. Je älter die heutigen „Experience-Jäger“ werden, desto beherrschender werden hochwertige, abwechslungsreiche Einkaufsumfelder sein – wodurch erstklassige Einzelhandels-Kernmärkte einen noch höheren Stellenwert erhalten.

„Es ist eine Tatsache, dass Konsumenten immer anspruchsvoller werden in Bezug auf Einkaufsstätten und deren Umfeld“, so Laning weiter. „Daher müssen wir sicherstellen, dass unsere Investitionsentscheidungen diesen Ansprüchen auf ganzheitliche Weise gerecht werden und dabei auch lokale Trends und die relative Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort berücksichtigen.“

\* Für die Redevco-Studie „Changing Consumer Behaviour – The Impact of Online-Shopping on Shopping Trips“ wurden im April und Mai 2016 insges. rund 14.000 Konsumenten befragt, die sich annähernd gleichmäßig auf Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, die Niederlande und Spanien verteilten und sich auch in Bezug auf Geschlechterverteilung sowie Altersgruppen weitgehend entsprachen.



RETAIL REAL ESTATE INVESTMENT MANAGEMENT

## **PRESSEINFORMATION**

### **ÜBER REDEVCO:**

Redevco ist eine unabhängige, europaweit tätige und auf Einzelhandel spezialisierte Immobilien-Investment-Management-Gesellschaft. Das verwaltete Vermögen besteht aus ca. 400 Objekten an den wichtigsten europäischen Retail-Standorten. Ein Team aus erfahrenen Fachleuten erwirbt, entwickelt, vermietet und managt die Objekte und stellt sicher, dass die Portfolien den Kundenanforderungen optimal gerecht werden. Redevco verfolgt eine von Qualität und Nachhaltigkeit geprägte langfristige Investitionsstrategie.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.redevco.com](http://www.redevco.com).

Twitter: @redevco

### **Pressekontakt:**

Priscilla Tomasoa  
Head of PR & Corporate Communications  
Redevco B.V.  
Wibautstraat 224  
1097 DN Amsterdam, Niederlande  
Tel.: +31 20 599 6262  
Fax: +31 20 599 6263  
E-Mail: [priscilla.tomasoa@redevco.com](mailto:priscilla.tomasoa@redevco.com)  
Website: [www.redevco.com](http://www.redevco.com)