



Pressemitteilung

Colliers International: Anzahl der Einzelhändler mit „Showrooms“ nimmt aufgrund des sinkenden Onlineumsatzes zu

Cannes, 15. November 2017 – Eine immer größere Anzahl von bisher reinen Onlinehändlern eröffnen stationäre Läden, da sich die Onlineumsätze in den kommenden Jahren voraussichtlich rückläufig entwickeln.

Einer neuen Studie von Colliers International zufolge wird sich die derzeitige Wachstumsrate im Onlinehandel von 11 Prozent bis zum Jahr 2021 voraussichtlich auf 7 Prozent abschwächen. Daher eröffnen immer mehr Onlinehändler stationäre Läden, um so ihre Umsätze und die Markenbekanntheit zu steigern. Dieser neue Trend, das so genannte „Showrooming“, zielt nicht vorrangig der Umsatzsteigerung, sondern der Stärkung der Kundenbindung und der Animation zum Onlinekauf.

Für die aktuelle Studie hat Colliers International über 30 verschiedene Onlinemarken in der Region EMEA untersucht, die einen Showroom eröffneten.

Ein Beispiel dafür ist die französische Marke Sézane, die nach ihrem Erfolg auf eBay eine eigene Onlineplattform aufbaute. Nach der Eröffnung von stationären Läden in Paris und New York lotet die Unternehmensgründerin, Morgane Sézalory, nun mit einem Pop-Up-Store in der South Molton Street den Aufbau einer permanenten Ladenpräsenz auf dem Londoner Markt aus.

Die zunehmende Präsenz von reinen Onlinehändlern auf den Haupteinkaufsstraßen wird ergänzt durch eine immer größere Anzahl von Unternehmen wie Samsung, Dyson und Volkswagen, die bisher ihre Produkte im Fachhandel vertrieben haben und nun ihre Kunden direkt über ein eigenes Ladennetzwerk erreichen möchten.

Daniel Hartmann, Head of Retail Letting bei Colliers International in Deutschland: „Aufgrund der prognostizierten Umsatzstagnation im Onlinehandel in den kommenden vier Jahren sehen viele Onlinehändler Showrooms als ein effektives Mittel dieser Entwicklung zu begegnen. Durch Showrooms werden nicht nur der Onlineumsatz, die Markenbekanntheit und die Kundenbindung gesteigert, sondern sie bieten Kunden auch die Gelegenheit, die Produkte selbst ´anzufassen´ oder



anzuprobieren. Auch der Kostenfaktor spielt eine maßgebliche Rolle: Rund 40 Prozent der im Internet bestellten Modeartikel werden von Kunden zurückgeschickt, ohne dass ein Kauf getätigt wird. Für Onlinemarken entsteht dadurch ein enormer Logistik- und Kostenaufwand.“

„Die Studie zeigt das sich verändernde Gleichgewicht zwischen den Einzelhandelsvertriebskanälen – online und stationär. Der Trend von Onlinehändlern zur Anmietung von stationären Läden wird sich definitiv beschleunigen, da sie sich aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs und der niedrigeren Umsätze neue Wettbewerbsvorteile suchen müssen“, so **Hartmann** abschließend.

Weitere Informationen zu Colliers International Deutschland:

Die Immobilienberater von Colliers International Deutschland sind an den Standorten in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wiesbaden vertreten. Das Dienstleistungsangebot umfasst die Vermietung und den Verkauf von Büro-, Gewerbe-, Hotel-, Industrie-, Logistik- und Einzelhandelsimmobilien, Fachmärkten, Wohnhäusern und Grundstücken, Immobilienbewertung, Consulting sowie die Unterstützung von Unternehmen bei deren betrieblichem Immobilienmanagement (Corporate Solutions). Weltweit ist die Colliers International Group Inc. (Nasdaq: CIGI) (TSX: CIGI) mit rund 15.000 Experten in 68 Ländern tätig. Für aktuelle Informationen von Colliers International besuchen Sie www.colliers.de/newsroom oder folgen uns bei [Twitter](#) @ColliersGermany, [LinkedIn](#) und [Xing](#).

Ansprechpartner:

Daniel Hartmann
Head of Retail Letting
Colliers International Deutschland GmbH
T +49 211 86 20 62 29
daniel.hartmann@colliers.com
www.colliers.de

Martina Rozok
ROZOK GmbH
T +49 30 400 44 68-1
M +49 170 23 55 988



m@rozok.de
www.rozok.de