



Shopping on the go

Flughäfen und große Bahnhöfe haben sich längst als wichtige Standorte für Einzelhandel und Gastronomie etabliert. Hohe Frequenzen an diesen Orten können dabei auch auf ein stetig gestiegenes Pendler- und Passagieraufkommen in den vergangenen Jahren zurückgeführt werden.

Die Besonderheit von großen Bahnhöfen und Flughäfen als Einkaufsort ist, dass die Immobilien in erster Linie für die Verkehrsfunktion konzipiert wurden und die Shopping-Funktion sich meist später entwickelte. Die Einkaufsmotivation der Konsumenten unterscheidet sich somit von der in traditionellen Handelslagen.

Große Bahnhöfe und Flughäfen sind aufgrund der hohen Besucherfrequenz und der erweiterten Öffnungszeiten ideale Standorte für den Einzelhandel und die Gastronomie. Allein die 23 im EHI-Whitepaper „Travel Retail 2017“ betrachteten Bahnhöfe werden täglich von insgesamt rd. 4 Mio. Passanten besucht. Neben dem gastronomischen Angebot sind hier zahlreiche Fachgeschäfte, Supermärkte, Drogerien und Modeboutiquen zu finden.

Die im Whitepaper untersuchten 11 deutschen Flughäfen werden insgesamt monatlich von rd. 17 Mio. Reisenden frequentiert. Der Einzelhandel bietet dort neben den typischen Duty-free-Shops vor allem Mode und Accessoires an.

Die höchste tägliche Besucherfrequenz (450.000) verzeichnet der Hamburger Hauptbahnhof, gefolgt von den Hauptbahnhöfen Frankfurt am Main (370.000) und München (350.000). Bei den Flughäfen liegt der Frankfurter Flughafen mit durchschnittlich mehr als 5 Mio. Passagieren im Monat

deutlich an der Spitze, gefolgt von München mit ca. 3,5 Mio. Passagieren und Düsseldorf mit knapp 2 Mio. Passagieren.

Von den in der Studie insgesamt betrachteten 1.122 Mietverhältnissen in den Bahnhöfen gehören 48 Prozent der Gastronomie an, an zweiter Stelle folgen die Einzelhändler mit 43 Prozent. Deutlich seltener sind Dienstleister vertreten (9 Prozent der Mieter).

Bahnhöfe: große Einzelhandelsflächen

Betrachtet man jedoch die Mietflächen, dominiert in den meisten Fällen der Einzelhandel. Im Durchschnitt belegen die Einzelhändler 53 Prozent der Fläche, allerdings mit breiter Streuung: Am höchsten sind die Anteile in Leipzig (75 Prozent), am Berliner Ostbahnhof (73 Prozent) und in Dresden (71 Prozent), am geringsten in München (34 Prozent) und Karlsruhe (21 Prozent).

Auch unter den Top 25-Mietern (bezogen auf die Anzahl der Filialen) positionieren sich viele Einzelhändler. Vorne dabei ist hier die Drogeriemarktkette Rossmann (15 Filialen) sowie typische Händler von Reisebedarf wie Press & Books (14 Filialen), k presse + buch (13 Filialen) und Spar Express (11 Filialen). Aber auch klassische Mieter aus Haupteinkaufsstraßen und



Foto: Flughafen Frankfurt

Shopping-Centern wie Nanu Nana (10 Filialen), Accessorize (9 Filialen), Görtz und McPaper (je 8 Filialen) sind unter den großen Mietern in Bahnhöfen und Flughäfen vertreten.

Die Mieterstruktur der untersuchten Flughäfen ist deutlich heterogener als die der Bahnhöfe. So variieren die Mieteinheiten von 276 am Flughafen Frankfurt am Main sowie 211 Mieteinheiten am Flughafen München über 106 am Flughafen Düsseldorf bis hin zu 20 Einheiten in Bremen und 19 in Nürnberg.

Bei allen gleich ist die Dominanz der Mieter aus dem Einzelhandel, die im Sicherheitsbereich mit einem Anteil von 61 Prozent noch stärker ausgeprägt ist als im öffentlichen Bereich (48 Prozent). Während sich die Gastronomieanteile vor (35 Prozent) und hinter (31 Prozent) der Sicherheitskontrolle ähneln, gibt es im öffentlichen Bereich (17 Prozent) mehr Mieter aus der Dienstleistungsbranche als im Sicherheitsbereich (8 Prozent).

Im öffentlichen Bereich dominieren die Anbieter von Bekleidung (27 Prozent) und Accessoires (19 Prozent). Hinter der Sicherheitskontrolle stellen Duty-free-Shops einen großen Anteil der Einzelhandelsmieter dar – jeder vierte gehört dieser Kategorie an. Auch Accessoires (24 Prozent) sowie Presse, Bücher und Schreibwaren (17 Prozent) spielen hier eine wichtige Rolle, während Anbieter von Bekleidung mit anteilig 16 Prozent im Sicherheitsbereich seltener vertreten sind als im öffentlichen Bereich.

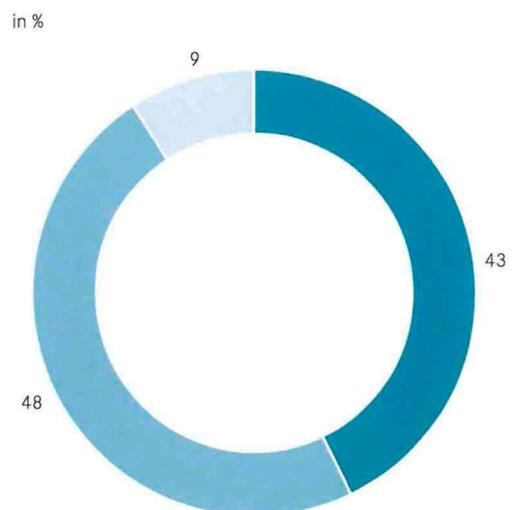
Flughäfen: Alles für die Schönheit

Die Motivation der Händler, Gastronomen und Dienstleister, gerade an einem Flughafenstandort anzumieten, hat primär zwei Gründe: Prestige und Rentabilität. „Trotz höherer Personalkosten aufgrund der erweiterten Öffnungszeiten kann der Standort Flughafen hochprofitabel sein“, so Pia Klauck vom Flughafen Düsseldorf. Die Kundenströme sind extrem hoch. So

verkehren am Frankfurter Flughafen, nach Passagieraufkommen der größte Flughafen Deutschlands, täglich durchschnittlich über 160.000 Menschen am Tag, Spitzentage erreichen über 200.000.

Mieter am Standort Flughafen treffen auf eine breite, heterogene und meist auch zahlungskräftige Zielgruppe, die sich überwiegend aus Urlaubern und Geschäftsleuten aller Altersgruppen zusammensetzt. Sowohl aus Perspektive der Urlauber als auch

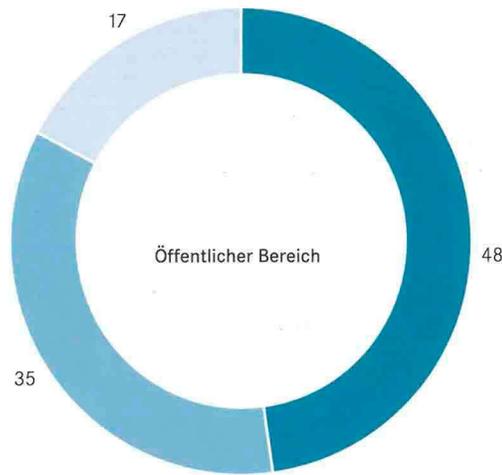
Branchenmix in Bahnhöfen



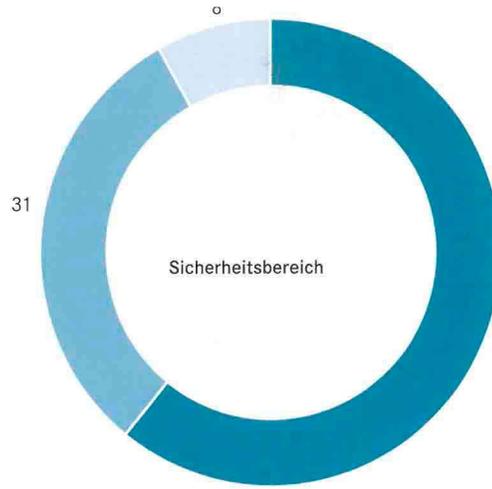
■ Einzelhandel
■ Gastronomie
■ Dienstleistung
n = 1.122

Quelle: EHI, nach Angaben der Werbegemeinschaft der Berliner Bahnhöfe GuR 2016

Branchenmix in Flughäfen



Einzelhandel
Gastronomie
Dienstleistung
n = 469



Einzelhandel
Gastronomie
Dienstleistung
n = 468

Quelle: EHI, erstellt aus Informationen der Homepages der Flughäfen 2016

der Business-Reisenden ist die Atmosphäre emotional aufgeladen, entspannt und das Gemüt eher in Kauflaune als anderswo.

Betreiber haben in erster Linie die Kundenwünsche zu treffen. „Das oberste Ziel unserer Retail-Aktivitäten ist die Zufriedenheit unserer Kunden“, sagt Ilse Ruffer, Leiterin des Geschäftsbereichs Customer Management am Flughafen Düsseldorf. Marken und Gastrobereiche müssen ihre Zielgruppe kennen und deren Wünsche erfüllen. Dies bestätigt auch Ute Pohl, Leiterin Airport Retail am Flughafen Frankfurt: Um den Gästen ein besonderes Shopping Erlebnis am Airport zu bieten, werden Konzepte und Impulsgebung genau an die Zielgruppe im jeweiligen Terminalbereich angepasst. Außerdem gilt es für Shop-Betreiber, sich optimal auf die hohen Frequenzschwankungen im Tagesverlauf einzustellen. So erhält der Kunde den besten Service, gleichzeitig nutzt der Händler das Potenzial für eine außergewöhnlich hohe Flächenproduktivität optimal.

Die Kunden im Blick, profitieren alle Akteure vom Hochfrequenz-Standort Flughafen, sowohl Mieter als auch Betreiber, die im Regelfall durch Umsatzmieten beteiligt sind.

Das EHI Retail Institute hat hierzu Anfang des Jahres 2017 das Whitepaper „Travel Retail 2017“ herausgebracht. Sie finden es zum Download unter folgendem Link: www.ehi.org/de/studien/whitepaper-travel-retail-2017

(KP)

„MyDutyFree“ am Terminal 1 im Flughafen München



Foto: Flughafen München/York Dertinger