

ANALYSE 08/17

GASTRONOMISIERUNG VON SHOPPING-CENTERN:
KÖNIGSWEG ODER IRRWEG?

savills

Gegessen wird
zu Hause?
Von wegen!

20%

Anstieg der Außer-Haus-
Konsumausgaben in den
vergangenen 5 Jahren



Shopping-Center reagieren mit
steigendem Gastronomieangebot

8%

Gastronomieanteil in Shopping-Centern:
Verdopplung innerhalb
der letzten 10 Jahre



Substituierung von Einzelhandels-
durch Gastronomieflächen
hat Grenzen

3,4 Mrd. €

zusätzlicher jährlicher Gastronomieumsatz in
Centern wären bei einem Gastronomieanteil
von 15 % nötig - Aber: So schnell wachsen die
Konsumausgaben beim Außer-Haus-Verzehr nicht!

FAZIT

Anpassung
erfolgsversprechender
als Ausweitung

- Stärkung des gastronomischen Angebots bietet die Chance, Besucherfrequenz und Umsätze stabil zu halten und im Idealfall zu erhöhen
- ABER: Stärkung ≠ Flächenausweitung
Wir empfehlen eine zielgruppengerechte Anpassung des Gastronomieangebots, welche eher auf eine Stabilisierung/ Erhöhung der Flächenproduktivität als auf das „Auffüllen“ umsatzschwacher Flächen abzielt
- Alternative Nutzungen wie Coworking Spaces oder Bibliotheken können zudem die Anziehungskraft des Centers erhöhen



Ausweitung der Gastronomiefläche auch
bei anderen Einzelhandelsformaten
zu beobachten

5%

Marktanteil von Shopping-Centern an den
gesamten Ausgaben für den Außer-Haus-
Verzehr: Steigerung unwahrscheinlich