



# WELCHE EUROPÄISCHEN EINKAUFSTRASSEN SIND KUNDENMAGNETE?

In einer branchenweit ersten europäischen Studie hat BNP Paribas Real Estate 2017 die Passantenfrequenzen der wichtigsten Haupteinkaufsstraßen in 23 europäischen Städten analysiert. Dabei lieferten sich Großbritannien, Deutschland, Spanien und Frankreich ein heißes Rennen um die Top-5-Platzierungen der 30 belebtesten Konsumlagen in Europa; Platz eins sicherte sich London, mit München und Frankfurt sind gleich zwei der wichtigsten deutschen Großstädte unter den Top 5. Madrid und Paris komplettieren das Führungquintett. Darüber hinaus schafften es gleich fünf spanische Einkaufsstraßen in Madrid und Barcelona in die Top 10.

## TOP 10 Europa Passantenfrequenz in Konsumlagen (Passanten/Stunde)

■ GEMISCHT ■ KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN

Ranking	Stadt	Straße	Kategorie	Anzahl
1	London	Oxford Street	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	13.560
2	München	Kaufingerstraße	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	12.832
3	Madrid	Calle de Preciados	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	10.292
4	Frankfurt	Zeil	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	10.280
5	Paris	Av. des Champs Elysées	GEMISCHT	10.277
6	Barcelona	Av. del Portal de Angel	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	10.216
7	Barcelona	Passeig de Gracia	GEMISCHT	10.132
8	Madrid	Gran Via	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	9.956
9	London	Regent Street	GEMISCHT	9.252
10	Madrid	Calle Fuencarral	KONSUM- BIS PREMIUMLAGEN	9.196

Quelle: BNP Paribas Real Estate Research

Bei den 20 wichtigsten Luxus-Einkaufsstraßen erzielten Frankreich, Spanien, Großbritannien und Dänemark die fünf besten Ergebnisse. Bei diesen Einkaufsstraßen handelt es sich um hochwertige Shoppingmeilen mit einem hohen Anteil an Luxusangeboten, die insbesondere bei Touristen beliebt sind. Die Studie zeigt den Zusammenhang zwischen der Passantenfrequenz und der Anzahl der Top-Citylagen der untersuchten Städte: Die höchsten Kundenzahlen verzeichnen Städte mit einem einzigen Einzelhandelskern, der aus zwei bis drei Haupteinkaufsstraßen besteht, da sich das Kundenpotenzial hier nur auf wenige Flaniermeilen fokussiert (beispielsweise in München, Dublin, Prag, Zürich sowie den skandinavischen Städten). Dagegen gibt es in Metropolen wie London, Berlin und Paris aufgrund ihrer großen Einzugsgebiete nicht nur einen einzelnen Einzelhandelskern, sondern viele verschiedene Shopping-Quartiere. Auf ihren zwei renommiertesten und beliebtesten Einkaufsstraßen verzeichnen sie daher Rekordzahlen, wogegen in den restlichen Einzelhandelslagen eine moderatere Passantenfrequenz verbucht wird.

Eine Schlüsselrolle für die Passantenfrequenz spielen Verkehrsknotenpunkte des öffentlichen Nahverkehrs und Maßnahmen zur Stadterneuerung: So profitieren Haupteinkaufsstraßen in der Nähe von Verkehrsknotenpunkten (etwa in Oslo und Helsinki) von den Passantenströmen. Die Revitalisierung der Innenstädte führt nicht nur zu einem schöneren Einkaufserlebnis, sondern zieht auch neue Brands und Investoren an, wodurch die Vielfalt des Einzelhandelsangebots verbessert wird. Dies zeigte sich 2017 in Warschau, Wien und Lissabon. Die Ansiedlung neuer Retail-Konzepte wirkt sich positiv auf die Zahl der potenziellen Kunden aus; in manchen Städten (wie in Amsterdam) konnte dadurch sogar ein Wandel in der Einzelhandelslandschaft beobachtet werden.

Neben den wichtigsten Metropolregionen wartete auch eine Reihe kleinerer Städte mit beeindruckenden Zahlen auf: So finden sich Wien, Dublin, Zürich und Stockholm unter den 20 wichtigsten europäischen Konsumlagen. Der Tourismus hat eine große Bedeutung für die wirtschaftliche und kulturelle Attraktivität dieser Städte. Dies unterstreicht beispielsweise die Tatsache, dass die Passantenfrequenzdaten im Juni 2017 erhoben wurden, wenn die meisten Touristen unterwegs sind und es in den skandinavischen Städten sehr lange hell ist.

**Andreas Völker**  
Geschäftsführer BNP Paribas Real Estate Deutschland  
[andreas.voelker@bnpparibas.com](mailto:andreas.voelker@bnpparibas.com)  
[www.realestate.bnpparibas.de](http://www.realestate.bnpparibas.de)



### METHODIK DER „PAN-EUROPEAN FOOTFALL ANALYSIS“

Diese in der Branche bisher einzigartige Studie wurde von den nationalen Research-Teams von BNP Paribas Real Estate in 23 europäischen Städten (Amsterdam, Athen, Barcelona, Berlin, Brüssel, Budapest, Kopenhagen, Dublin, Frankfurt, Helsinki, Lissabon, London, Madrid, Mailand, München, Oslo, Paris, Prag, Rom, Stockholm, Wien, Warschau und Zürich) durchgeführt. Die Daten wurden am Samstag, den 10. Juni 2017, zwischen 14 und 16 Uhr beziehungsweise zu den jeweiligen Stoßzeiten erhoben. Dabei wurden die kulturellen Einkaufsgewohnheiten in den jeweiligen Städten berücksichtigt. Die Einkaufsstraßen jeder Stadt wurden dabei in die Lagequalitäten „Konsum“, „Premium“ und „Luxus“ eingeteilt. Je nach Größe und Einwohnerzahl wurden zwischen drei und zehn Straßen ausgewählt.