

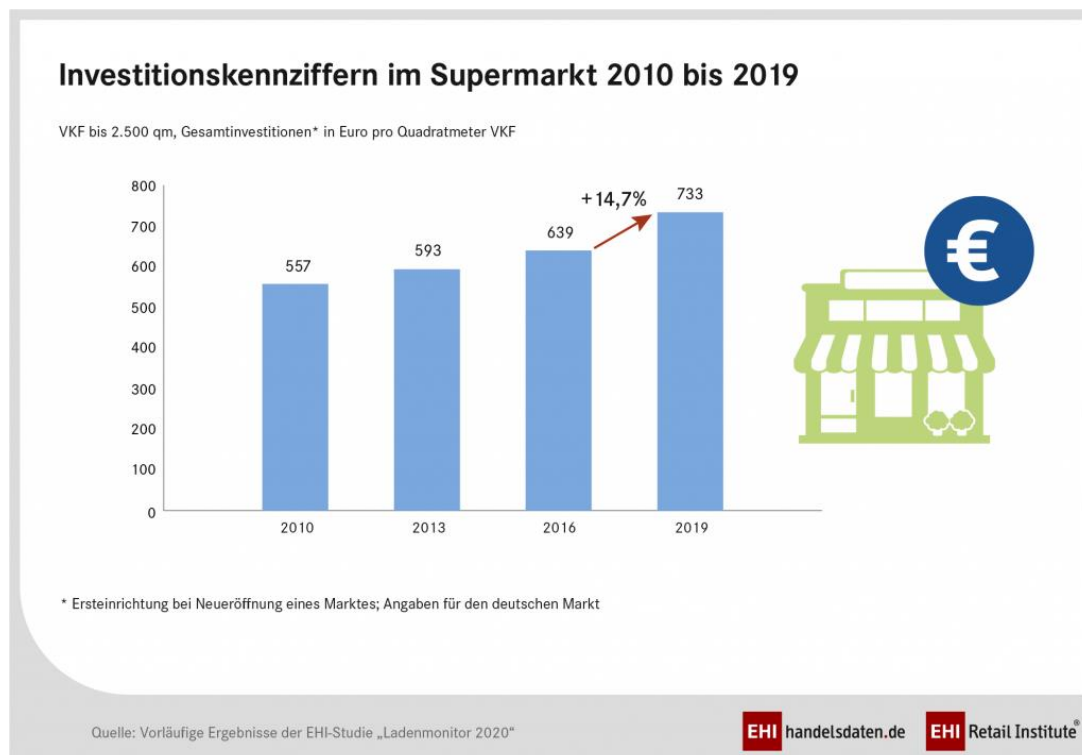
## Handel investiert Millionen in Ladenbau

### EHI präsentiert Vorab-Ergebnisse des EHI Ladenmonitor 2020

Köln, 17.09.2019 Die Investitionsbereitschaft des Handels in das Erscheinungsbild und die technische Ausstattung seiner Geschäfte ist weiterhin auf einem hohen Niveau – das gilt insbesondere für den Lebensmittelhandel. Über alle Handelsbranchen hinweg ist die Optimierung des Bestands der größte Kostenfaktor bei den Investitionen. So einige vorläufige Ergebnisse der EHI-Studie „Ladenmonitor 2020“, die Claudia Horbert, Ladenbau-Expertin, heute den knapp 200 Teilnehmern der [EHI Retail Design Konferenz](#) in Köln vorstellt. Die gesamte Studie wird zur [EuroShop 2020](#) veröffentlicht.

### Kostenfaktor Kühlung

Die Kosten für die Einrichtung eines neuen Lebensmittelmarkts sind im Vergleich zu 2016 um 14,7 Prozent auf 733 Euro pro Quadratmeter Verkaufsfläche (VKF) gestiegen. „Ein unverändert hoher Anspruch an die Ladenoptik, gerade in den Frischebereichen, mehr gastronomische Angebote und kühlpflichtige Convenience-Sortimente bestimmen das Investitionsverhalten des Lebensmittelhandels. Damit wird auch weiterhin in moderne, energieeffiziente Kältetechnik investiert.“, erklärt Claudia Horbert. So gehört die Kühltechnik aktuell für 90 Prozent der befragten Lebensmittelhändler zu den Investitionsschwerpunkten. 2016 lag der Anteil noch bei 73 Prozent.



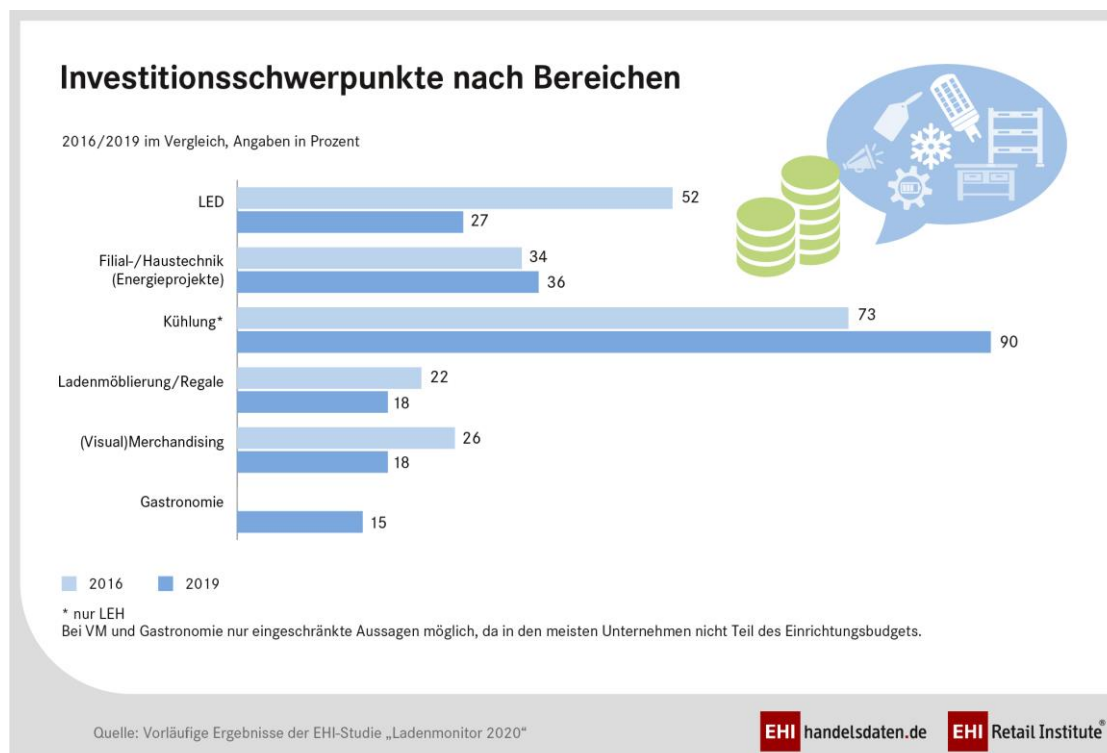
Im Fokus der Neueröffnungen in der Lebensmittelbranche stehen neben dem klassischen Supermarkt mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche zwischen 1.600 und 2.000 qm zunehmend Klein- und Spezialformate als Nahversorger in den Städten.

Im Fashion-Handel sind die Kosten für ein neues Geschäft im Vergleich zu 2016 um 12,6 Prozent gestiegen und liegen aktuell bei 500 Euro/qm VKF. Obwohl das Handelssegment unter einem hohen Kostendruck steht, vielfach begleitet von einer deutlichen Portfoliobereinigung, bleibt das Bestreben der Unternehmen nach einer qualitativen Aufwertung der Verkaufsfläche unverändert bestehen.

### Auf dem neuesten Stand

Im Mittelpunkt ihrer Investitionen steht für Handelsunternehmen aller Branchen weiterhin die Bestandsoptimierung der Filialen. Diese folgt allerdings nicht mehr zwangsläufig regelmäßigen Renovierungszyklen im Sinne von Komplettumbauten. So hat sich der Trend der letzten Jahre zu einer Verlängerung der Fristen für Umbauten deutlich verstärkt. Vollumfassende Renovierungen im Food- und Nonfood-Handel werden jetzt erst nach über 9 bis 9,1 Jahren durchgeführt. An ihre Stelle treten Teilumbauten und kleinere Refresh-Lösungen mit hochflexiblen Einrichtungsmodulen und einer raschen Veränderung von Aktionsflächen, um die Läden technisch und optisch auf dem neuesten Stand zu halten.

Die Ausstattung der Geschäfte mit LED-Technik ist im deutschen Handel mittlerweile weit fortgeschritten. So liegt der branchenweite Umrüstungsstand bei 61 Prozent im Food- und bei 41 Prozent im Nonfood-Handel. Folglich sind die Ausgaben für LED-Beleuchtung im Vergleich zu 2016 um knapp die Hälfte zurückgegangen. Die Umrüstung der Läden mit LED ist aber noch nicht flächendeckend abgeschlossen. So sieht noch rund ein Drittel der Befragten in der LED weiterhin einen Schwerpunkt seiner Investitionen.



## Infografiken als Download

### **Datenbasis**

Die vorläufigen Ergebnisse der Studie EHI Laden-Monitor 2020 (Stand September 2019) beziehen sich auf Angaben von 33 Handelsunternehmen aus D-A-CH. Die Studie basiert ausschließlich auf persönlichen Interviews, die bis zum Abschluss der Studie zur nächsten EuroShop im Februar 2020 noch ergänzt werden. Insgesamt werden mindestens 50 persönliche Interviews geführt.

### **Kontakt**

Claudia Horbert, Leiterin Forschungsbereich Ladenplanung + Einrichtung, Tel.: +49 (0)2 21/5 79 93-58, [horbert@ehi.org](mailto:horbert@ehi.org)

Ute Holtmann, Leiterin Public Relations, Tel.: +49 (0)2 21/5 79 93-42, [holtmann@ehi.org](mailto:holtmann@ehi.org)

### **Herausgeber**

EHI Retail Institute e. V., Spichernstraße 55, 50672 Köln, [www.ehi.org](http://www.ehi.org), 0221-57993-0

### **Über das EHI**

Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 60 Mitarbeitern. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 800 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Onlinehandel, ermittelt Trends und erarbeitet Lösungen. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet. Präsident ist Kurt Jox, Geschäftsführer ist Michael Gerling. Die GS1 Germany ist eine Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes und koordiniert die Vergabe der Global Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel, die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden sowie die C-star für den asiatischen Handel in Shanghai.