

# Pressemitteilung



## Nahversorger im Wettlauf um die Innenstädte

- **Lidl eröffnet Geschäfte neuen Typs in München**
- **Filialgestaltung wird immer erfinderischer**

*München, 26. Februar 2019.* Der Discounter Lidl eröffnet zwei Filialen neuer Bauart in den zentralen Lagen Münchens und verschärft damit den Wettlauf deutscher Nahversorger in die Innenstädte. Die erste neue Lidl-Filiale wird am 25. Februar in der Zweibrückenstraße in einer ehemaligen McDonald's-Filiale eröffnen, ein weiteres Geschäft wird Ende April in der Leopoldstraße 21 folgen. Ähnliche Projekte gab es vereinzelt schon zuvor. Ende des Jahres 2017 hatte in der Münchner Karlstraße, einer Wohn- und Geschäftsstraße unweit des Hauptbahnhofs, ein Penny in einer winzigen Baulücke mit einer Verkaufsfläche von gerade einmal 290 Quadratmetern eröffnet. Normalerweise werden für Discounter Verkaufsflächen von mindestens 800 Quadratmetern aufgerufen.

Statt der typischen, freistehenden Märkte mit großen Kundenparkplätzen und einer funktionalen Ästhetik werden die Märkte des neuen Typs in die Bestandsbebauung – vor allem in Wohn- und Geschäftshäuser – der urbanen Zentren integriert. „Die Kunden sind immer weniger bereit, größere Strecken für ihren Lebensmitteleinkauf zurückzulegen. Die Expansionsstrategie deutscher Nahversorger ist es daher, immer ein Stück näher beim Kunden zu sein als die Konkurrenz. Entscheidend ist die schnelle und bequeme Verfügbarkeit der Produkte“, erklärt Markus Wotruba, Leiter Standortforschung bei der BBE Handelsberatung in München, den Trend. „Dazu muss man sich den Transformationsdruck vergegenwärtigen, der seit Jahren auf der Branche lastet. Schon seit etwa zehn Jahren beobachten Lebensmittelhändler eine Rückverlagerung ihrer Umsätze von den Fachmarktlagen in die hochverdichteten Zentren der großen und mittleren Städte. Dafür verantwortlich ist unter anderem die anhaltende Wanderung in urbane Räume. Aber auch weichere Faktoren wie der Bedeutungsverlust eines eigenen Autos bei jüngeren Menschen spielen eine Rolle. Großeinkäufe mit dem PKW in den Randlagen finden immer seltener statt.“ Und auch die Sortimente passen sich den Vorlieben der urbanen Kundschaft an. Gefragt sind Frische- und Convenience-Produkte für den schnellen Außer-Haus-Verzehr sowie regionale, lactosefreie oder glutenfreie Artikel.

## Über die BBE Handelsberatung ([www.bbe.de](http://www.bbe.de))

Die BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 65 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen.

Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce

### BBE Handelsberatung GmbH

Brienner Straße 45  
80333 München  
Deutschland

Tel + 49 89 55118-144  
Fax +49 89 55118-153  
E-Mail [info@bbe.de](mailto:info@bbe.de)  
Web [www.bbe.de](http://www.bbe.de)

**Geschäftsführer**  
Joachim Stumpf

**München**  
**Hamburg**  
**Köln**  
**Leipzig**  
**Erfurt**

Consulting reicht das Beratungsportfolio der 165 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.

Unternehmen erhalten durch den Verbund umfassende Beratungslösungen, von der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle bis hin zur Optimierung bestehender Betriebsformen mit Sortiments-, Preis-, Service-, Personal-, Kommunikations- und Standort-/Immobilienbausteinen.

#### **Pressekontakt**

Holger Friedrichs  
PB3C GmbH  
Rankestraße 17  
10789 Berlin  
Tel.: 030-72 62 76 157  
Fax: 030-72 62 76 1793  
E-Mail: [friedrichs@pb3c.com](mailto:friedrichs@pb3c.com)