

PRESSEMITTEILUNG

Passantenfrequenzen auf den europäischen Märkten: Welche Einkaufsstraßen ziehen die meisten Kunden an?

Die zweite paneuropäische Studie zur Passantenfrequenz, die BNP Paribas Real Estate in Zusammenarbeit mit LOCATUS veröffentlicht hat, analysiert die Passantenzahlen in den Haupteinkaufsstraßen von 34 europäischen Großstädten.

Der Bericht bietet eine Momentaufnahme der allgemeinen Marktsituation in den Luxusmeilen der 34 wichtigsten europäischen Metropolen. Die Passantenfrequenz zählt zu den Hauptindikatoren in Bezug auf die Umsatzstärke eines Einzelhandelsstandorts, sie ist jedoch allein betrachtet nicht aussagekräftig genug. Die wichtigste Kennzahl einer Einzelhandelslage ist die Konversionsrate (Verhältnis zwischen Passantenzahl und konkreten Käufen). So können in manchen Gegenden mit einer geringeren Passantenfrequenz (etwa in einigen Luxus-Einkaufsstraßen) trotz einer niedrigeren Kundenzahl höhere Umsätze erzielt werden.

„BNP Paribas Real Estate freut sich, nun die zweite paneuropäische Studie zur Passantenfrequenz vorlegen zu können. Die Ergebnisse der Analyse deuten darauf hin, dass sich ein gewisses Maß an Normalität in den europäischen Innenstädten wieder einstellt: Der stationäre Handel ist insbesondere in den Innenstädten nach wie vor attraktiv. Zudem werden dort aktuell eine Reihe neuer Einzelhandelsmodelle und -formate erfolgreich etabliert“, sagt Patrick Delcol, Head of Pan European Retail bei BNP Paribas Real Estate.

Passantenzahlen in den 20 wichtigsten Einkaufsstraßen: Hauptstädte

Die fünf wichtigsten europäischen Einkaufsstraßen befinden sich in den Hauptstädten von Großbritannien, Spanien, Italien und Frankreich. Wie schon in der ersten Studie zur Passantenfrequenz (2017) liegt in **London** die Oxford Street weiterhin an der europäischen Spitze, die Regent Street auf Rang drei, die den Abstand zum Spitzenreiter jedoch verkürzt hat. **Madrid** belegt mit der Gran Vía und einer Passantenzahl



PRESSEMITTEILUNG

von 60.800 am Zähltag den zweiten Platz im Vergleich der europäischen Hauptstädte. Die Calle de Preciados liegt im Ranking auf Position 6. **Mailand** erweist sich als widerstandsfähig und gehört mit der Corso Vittorio Emanuele II (Platz 4) weiterhin zur europäischen Spitze. **Paris** ist mit drei Straßen in den Top 20 vertreten. Dabei ist die Champs-Élysées (Platz 5) nach wie vor führend, aber auch die Rue de Rivoli nimmt eine Spitzenposition ein (10. Platz, 36.000 Passanten), der Boulevard Haussmann auf Rang 13.

Passantenzahlen in den 40 wichtigsten Einkaufsstraßen: Hauptstädte und regionale Städte

Betrachtet man die Top-40-Einkaufsstraßen der 34 untersuchten europäischen Metropolen, so schneiden deutsche Städte bei der Passantenfrequenz im Stadtzentrum ausgezeichnet ab, wobei Köln den ersten Platz im Ranking belegt. München und Frankfurt folgen (hinter London) auf den Positionen drei und vier. Als touristischer Hotspot ist Barcelona weiterhin in den Top 10 der wichtigsten Einkaufsstraßen in Europa vertreten, verliert aber im Vergleich zu 2017 an Boden gegenüber Madrid. Auch Rom verzeichnet eine allmähliche Erholung des Tourismus. In Belgien steht die Einkaufsstraße Meir in Antwerpen hinsichtlich der Passantenzahlen weiterhin an der Spitze des Rankings, gefolgt von der Rue Neuve in Brüssel. Auch Manchester (22) und Bilbao (24) nehmen gute Plätze im Ranking ein, was auf ihre hohe regionale Anziehungskraft zurückzuführen ist.

Die Passantenzahlen in den 25 wichtigsten Luxusmeilen

Im Luxussegment sind die Top 3 gegenüber dem Jahr 2017 unverändert. So belegen die Luxus-Einkaufsstraßen in London, Paris und Barcelona weiterhin die Spitzenpositionen. München folgt an vierter Position mit der Theatinerstraße, die in den vergangenen vier Jahren immer exklusiver geworden ist. Auch die unterschiedlichen Einkaufsmeilen in Kopenhagen gehören erneut zum Spitzenfeld und sind die wichtigsten in der Nordics-Region. Im Premiumsegment dominieren Düsseldorf, Rom und Wien.

Mischnutzung in Stadtzentren auf dem Vormarsch

Projekte mit Mischnutzung werden in ganz Europa zur Norm. Die Städte unterstützen diese Entwicklung, da sie sich um eine Aufwertung der Innenstädte und um eine Wiederbelebung vernachlässigter Stadtteile



PRESSEMITTEILUNG

bemühen. Entsprechende Immobilien sind sehr beliebt, da sie unterschiedliche Personengruppen (Kunden, Büroangestellte und Anwohner) anziehen und so für eine kontinuierlich hohe Passantenfrequenz sorgen. Investoren und Projektentwickler richten ihren Fokus verstärkt auf diese Objekte, da diese innerstädtische Grundstücke aufwerten, eine finanzielle Diversifikation herstellen und der öffentlichen Forderung nach einer nachhaltigeren Bauweise nachkommen. Die entsprechenden Umgestaltungsprojekte umfassen Büro- und Wohngebäude, Restaurants, Geschäfte, Hotels sowie Grün- und Erholungsflächen und schaffen so ein umfassendes Ökosystem für lokale und ausländische Kunden und Besucher, die Wert auf ein vielfältiges Stadterlebnis legen.

Städte fördern urbane Mobilität, um den Zugang zu Innenstädten zu erleichtern

Die Themen Klimapolitik, Nachhaltigkeit und Verbesserung der urbanen Lebensbedingungen rücken zunehmend in den Mittelpunkt der politischen Agenda, weshalb in ganz Europa eine Vielzahl an Projekten zur Umsetzung der Mobilitätswende vorangetrieben werden. Da immer mehr Arbeitnehmer im Homeoffice arbeiten, können sie selbst entscheiden, ob sie ins Büro im Stadtzentrum fahren. Deshalb versuchen die Städte den Pendelverkehr aus dem Umland möglichst komfortabel zu gestalten, um weiterhin attraktiv zu bleiben. Städte wie Mailand, Stockholm, Lissabon und Barcelona, die auf den PKW-Verkehr ausgerichtet sind, wenden sich zunehmend neuen Mobilitätskonzepten zu.

Großstädte weisen häufig eine hohe Lärm- und Luftverschmutzung auf. Modernisierungsmaßnahmen tragen daher zur Verbesserung der Umweltbilanz bei und schaffen darüber hinaus eine effiziente und multimodale Verkehrsinfrastruktur. Durch die neuen Mobilitätsstrategien werden zudem die Einzugsgebiete erweitert, da sie potenziellen Kunden den Zugang zum innerstädtischen Einzelhandel ermöglichen. Fahrradwege, die schon heute einen wesentlichen Baustein darstellen, werden zum Herzstück der städtischen Verkehrsnetze.

In Städten wie Brüssel und Wien werden im Rahmen der neuen Verkehrskonzepte weitere autofreie Zonen geschaffen und Straßen als Fußgängerzonen ausgewiesen, was zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses beiträgt.



PRESSEMITTEILUNG

Um den internationalen Tourismus wieder stärker zu fördern, haben Städte wie London, Budapest, Mailand und Paris daher beispielsweise die Zahl der Events und Veranstaltungen erhöht, um so einzigartige Erlebnisse zu bieten. Dabei setzen sie unter anderem auf internationale Sportveranstaltungen (z. B. die Olympischen Spiele), um den Ausbau der Infrastruktur voranzutreiben und die Lebensqualität zu verbessern, sowie auf regelmäßige Events wie Musikfestivals oder saisonale Veranstaltungen oder Thementage. Diese physischen Events profitieren von den Grenzen digitaler Angebote und erzeugen Passantenströme durch die Revitalisierung von Stadtbezirken.

Methodik

Die Studie wurde von BNP Paribas Real Estate (Research, eigene Büros und Allianzpartnern in 19 europäischen Ländern) sowie in Zusammenarbeit mit LOCATUS (Bereitstellung von Daten zu Passantenzahlen und Einkaufsstraßen) erstellt. Die Zählung von LOCATUS umfasste 130 Haupteinkaufsstraßen in 34 europäischen Großstädten und wurde jeweils an einem Samstag an einem von drei möglichen Terminen (4., 11. oder 18. September 2021) durchgeführt. Jede Stadt wurde in die Kategorien „mittlere bis obere Preisklasse“ und „Luxus“ unterteilt. Es wurden je nach Größe und Einwohnerzahl zwischen zwei und zehn Einkaufsstraßen ausgewählt. **Zu berücksichtigen ist dabei, dass in der kürzlich von BNPPRE veröffentlichten Zählung in Deutschland die Stundenfrequenzen erhoben wurden, es sich in dieser Studie jedoch um Tagesfrequenzen handelt.**

Die 34 untersuchten Städte: Amsterdam • Antwerpen • Athen • Barcelona • Berlin • Bilbao • Brüssel • Budapest • Köln • Kopenhagen • Dublin • Düsseldorf • Frankfurt • Genf • Hamburg • Helsinki • Lissabon • London • Madrid • Manchester • Mailand • München • Oslo • Paris • Prag • Rom • Rotterdam • Stockholm • Stuttgart • Utrecht • Valencia • Wien • Warschau • Zürich

Den kompletten Report inklusive Grafiken finden Sie unter diesem Link: [Footfall Study 2021](#)



Paris, 22. Dezember 2021

PRESSEMITTEILUNG

Alle Pressemitteilungen finden Sie auch auf unserer Homepage www.realestate.bnpparibas.de

Über BNP Paribas Real Estate

BNP Paribas Real Estate ist ein führender internationaler Immobiliendienstleister, der seinen Kunden umfassende Leistungen in allen Phasen des Immobilienzyklus bietet: Transaction, Consulting, Valuation, Property Management, Investment Management und Property Development. Mit 5.000 Mitarbeitenden unterstützt das Unternehmen Eigentümer, Mieter, Investoren und die öffentliche Hand in ihren Projekten dank lokaler Expertise in 30 Ländern (eigene Standorte und Allianzpartner) in Europa, Nahost und Asien. BNP Paribas Real Estate ist Teil der BNP Paribas Gruppe, ein weltweit führender Finanzdienstleister.

Weitere Informationen: www.realestate.bnpparibas.com
Real Estate for a changing world

Über BNP Paribas in Deutschland

BNP Paribas ist die führende Bank der Europäischen Union und ein wichtiger Akteur im internationalen Bankgeschäft. In Deutschland ist die BNP Paribas Gruppe seit 1947 aktiv und hat sich mit 12 Geschäftseinheiten erfolgreich am Markt positioniert. Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden werden von rund 6.000 Mitarbeitenden bundesweit in allen relevanten Wirtschaftsregionen betreut.

Weitere Informationen: www.bnpparibas.de

Pressekontakt:

Chantal Schaum – Tel: +49 (0)69-298 99-948, Mobil: +49 (0)174-903 85 77, chantal.schaum@bnpparibas.com
Viktoria Gomolka – Tel: +49 (0)69-298 99-946, Mobil: +49 (0)173-968 60 86, viktoria.gomolka@bnpparibas.com
Melanie Engel – Tel: +49 (0)40-348 48-443, Mobil: +49 (0)151-117 615 50, melanie.engel@bnpparibas.com



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**

Immobilienberatung
für eine Welt im Wandel