

## Von Großstadtmenschen und der Pampa Oder: Wie der Onlinehandel unser Zeitempfinden verändern könnte

Jennifer Gülerüyz, Savills Immobilien Beratungs-GmbH

„Das liegt ja mitten in der Pampa!“, wer kennt diesen Satz nicht? Googelt man einmal nach Pampa, handelt es sich dabei laut Wikipedia<sup>1</sup> um eine subtropische Grassteppe im südöstlichen Südamerika, am Río de la Plata. Gemeint ist damit natürlich eine einsame Gegend – abseits von allem. Aber liegt die Pampa tatsächlich so menschenleer im Nirgendwo?



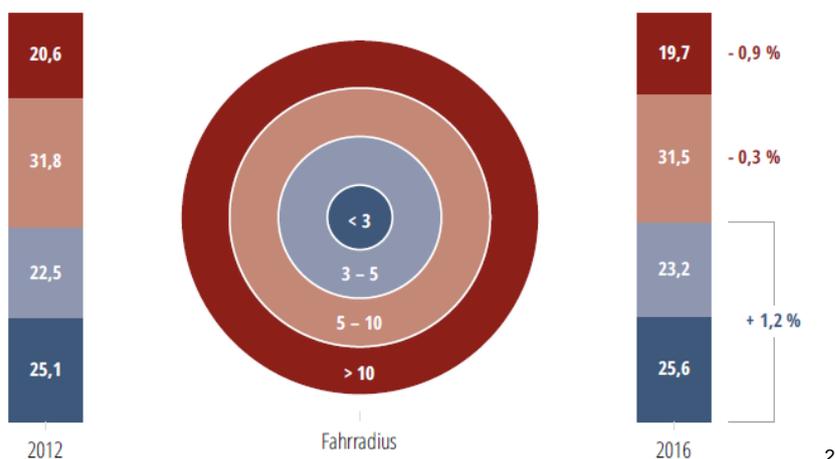
Für einen Bewohner aus der Eifel dürfte schon ein Städtchen wie Bitburg oder Gerolstein alles andere als Pampa sein. Für einen Trendsetter aus Kreuzberg könnte die Pampa dagegen bereits hinter dem S-Bahn-Ring beginnen, das restliche Stadtgebiet kennt er womöglich gar nicht. Kurzum: Für jeden Menschen beginnt die Pampa woanders.

Der Onlinehandel könnte nun dazu führen, dass die ganz persönliche Pampa von jedem von uns immer größer wird, sich also alles immer weiter weg anfühlt. Schließlich können wir online jederzeit und von überall aus shoppen, müssen dazu unsere Wohnung und nicht mal unser Sofa verlassen. Wir gewöhnen uns daran, dass die bestellte Ware kurze Zeit später zu uns kommt und wir keine Wege mehr zum Einkaufen zurücklegen müssen.

Es gibt Hinweise darauf, dass sich unsere Zeitwahrnehmung dadurch (und möglicherweise auch durch andere Einflussfaktoren) verändert und wir nur noch vergleichsweise kurze Einkaufswege akzeptieren. So wird bereits heute knapp die Hälfte des Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel in Geschäften generiert, die maximal fünf Minuten von unserem Wohnort entfernt sind. Tendenz steigend.

<sup>1</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Pampa>

Einkaufsstättenwahl in % nach Fahrtzeiten in min.



Quelle: GfK, TradeDimensions

Demzufolge könnte der Supermarkt, der gestern noch um die Ecke war, morgen in der Pampa liegen. Oder im Einzelhandelsjargon formuliert: Die Einzugsgebiete werden zunehmend kleiner. Für Objekte mit vergleichsweise dünn besiedelten Einzugsgebieten, also beispielsweise Shopping-Center oder Fachmarktzentren auf der grünen Wiese, könnte sich das als existenzbedrohend erweisen. In dicht besiedelten Gebieten hingegen könnten Potenzialflächen für zusätzliche Objekte entstehen. Diese dürften dann aber wahrscheinlich kleiner sein, da die Einzugsgebiete ja geschrumpft sind. Zudem würde sich die heute schon zu beobachtende Expansion wohnortnaher Einzelhandelskonzepte<sup>3</sup> fortsetzen oder möglicherweise noch beschleunigen. Entsprechend könnte auch die Flächennachfrage solcher Konzepte, beispielsweise in Nahversorgungszentren, steigen. Und siehe da: Dass der Großstadtmensch bald schon alles außerhalb seines Kiezes als Pampa empfinden könnte, erscheint plötzlich gar nicht mehr so unrealistisch.

## Jennifer Gülerüyz

Consultant Research  
Savills Immobilien Beratungs-GmbH  
Hardenbergstraße 27, 10623 Berlin  
Telefon: +49 30 726 165 135  
E-Mail: [jennifer.queleryuez@savills.de](mailto:jennifer.queleryuez@savills.de)

Frau Gülerüyz ist Research Consultant bei Savills Immobilien Beratungs-GmbH und darüber hinaus Absolventin unseres Handelsimmobilien-Intensivstudiums (IHAM 2017).



<sup>2</sup> <http://pdf.euro.savills.co.uk/germany-research/ger-ger-2018/habona-report-2018-final.pdf>

<sup>3</sup> <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/aldi-baut-jetzt-auch-wohnungen-15426255.html>