Ikea Deutschland
Richtet seine Expansionsstrategie neu aus

Konzentration auf individuelle Konzepte in Metropolregionen und Innenstädten

Mittwoch, 04.04.2018

Ikea wird bei seiner weiteren Expansion in Deutschland künftig den Fokus auf Metropolregionen und Innenstädte legen. „Die Einzelhandelslandschaft und die Kundenbedürfnisse sind im Umbruch. Um auch weiterhin die Erwartungen unserer Kunden bestmöglich zu erfüllen, wollen wir in Zukunft auf flexiblere Konzepte setzen. Deshalb ändern wir unsere bisherige Expansionsstrategie und werden uns auf Standorte nahe der Stadtzentren konzentrieren“, erläutert der Expansionschef von Ikea Deutschland, Johannes Ferber, die Hintergründe der Neuausrichtung.

Die Neuausrichtung werde jedoch nicht nur einen Einfluss auf die Standortauswahl, sondern auch auf das Format künftiger Einrichtungshäuser haben. „Wir wollen näher zu unseren Kunden kommen und werden in Deutschland weiter wachsen. Allerdings sieht unser neuer Ansatz anders aus als bisher. Wir denken vor allem an individuelle Konzepte, die sich perfekt in den innerstädtischen Raum einfügen, und an Standorte, die auch ohne Auto gut erreichbar sind. Dabei wollen wir auch die Erfahrungen einfließen lassen, die wir mit unserem City-Store in Hamburg-Altona gesammelt haben. Gut vorstellen können wir uns ebenfalls Modelle, bei denen wir gemeinsam mit Partnern weitere Nutzungsmöglichkeiten schaffen, etwa in den Bereichen Wohnen, Arbeiten, Freizeit oder Kultur“, so Ferber weiter.

Multichannel gewinnt weiter an Bedeutung

Ein wichtiger Absatzkanal ist für Ikea Deutschland zudem immer mehr das Internet, wo die Umsätze in den vergangenen Jahren deutlich zweistellig gewachsen sind. „Wir gehen davon aus, dass sich diese Entwicklung weiter fortsetzen wird und investieren deshalb maßgeblich in die dafür benötigte Infrastruktur, zum Beispiel durch den deutschlandweiten Ausbau von Ikea eigenen Kundendistributionszentren“, sagt Ferber. Das erste Verteilzentrum entsteht derzeit im niedersächsischen Elsdorf, gleichzeitig sei Ikea bereits auf Standortsuche in weiteren Metropolregionen. Die Kundendistributionszentren seien ein wichtiger Baustein, um die Lieferzeiten für Online-Bestellungen deutlich zu verkürzen.

Die bereits bestehenden Ikea Standorte sowie der derzeit laufende Bau des 54. deutschen Einrichtungshauses in Karlsruhe, das sich in einer innenstadtnahen Lage befindet, seien von der Neuausrichtung nicht betroffen. „Auch wenn wir uns für die Zukunft neu aufstellen wollen, bleiben unsere Einrichtungshäuser ein entscheidender Bestandteil unserer Multichannel-Strategie. Denn unsere Kunden möchten sich dort inspirieren und beraten lassen, Produkte ausprobieren und anfassen – und anschließend die Ware vielleicht online bestellen. Genauso wissen wir, dass viele Besucher sich vorab online informieren und dann ins Einrichtungshaus kommen, um ihren Einkauf gleich mitzunehmen. Wichtig ist für uns deshalb die enge Verknüpfung des stationären und des Online-Handels“, so Ferber.

Projekte stehen auf dem Prüfstand

Auswirkungen habe die aktuelle Entwicklung der Expansionsstrategie allerdings auf einige bereits geplante Einrichtungshäuser: So werde Ikea das geplante Haus in Bottrop nicht weiter verfolgen. Diese Entscheidung liege vor allem in der dezentralen Lage des Grundstücks abseits des Stadtzentrums begründet. Im Ruhrgebiet plane Ikea neben dem Neubau des bestehenden Hauses in Essen eine weitere Neuansiedlung in den Städten Bochum oder Herne, ein zusätzlicher Standort in Castrop-Rauxel sei hingegen nicht mehr in Planung.

Die geplante Ansiedlung in Memmingen werde zurzeit intern überprüft. Ikea werde das dort ursprünglich geplante Standard-Einrichtungshaus nicht weiter verfolgen – noch nicht entschieden sei, wie ein mögliches neues Konzept aussehen könnte. Ebenfalls überprüft werde derzeit das Format und die Größe für das neue Haus in Nürnberg sowie den Neubau des Einrichtungshauses in München-Eching. Für die weitere Planung in München werde insbesondere das Zusammenspiel mit einem ergänzenden Einrichtungshaus in der Innenstadt eine Rolle spielen. Ikea sei derzeit auf der Suche nach einem dritten Standort in München, der zentral liegt und für mindestens die Hälfte der Besucher mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar ist.

Richtet seine Expansionsstrategie neu aus