

Filial-Analyse: Diese Textilhändler dominieren Deutschlands Großstädte

- **Die Online-Marketing-Plattform Localyzer untersucht Standorte führender Textileinzelhändler**
- **München weist die höchste Filialdichte pro Quadratkilometer auf, Bremen die höchste pro Einwohner:in**
- **Der Textil-Discounter KiK ist in den deutschen Großstädten am häufigsten vertreten**

Berlin, 21. Februar 2024 – Wer in diesen Tagen durch deutsche Fußgängerzonen läuft, dürfte den Leerstand vieler Ladenflächen bemerkt haben. Das Filialsterben in Deutschland spitzt sich zu und auch Modehändler sind davon nicht ausgenommen. Wie viele Filialen von 20 umsatzstarken Textileinzelhändlern tatsächlich noch existieren, hat die Online-Plattform Localyzer (www.localyzer.io), die auf lokales Online-Marketing spezialisiert ist, in einer aktuellen Untersuchung analysiert. Dafür wurden die Anzahl und Standorte verschiedener Modeketten in den 20 größten Städten Deutschlands ermittelt.

Textilunternehmen KiK kann mit 245 Niederlassungen glänzen

Dass Deutschland für das westfälische Textilunternehmen KiK ein wichtiger Markt ist, zeigt sich unter anderem an der Filialanzahl. Mit stolzen 245 Standorten sichert sich KiK in der Untersuchung den ersten Platz. Kein anderes Unternehmen ist in Deutschlands Großstädten so präsent. Am stärksten verbreitet ist KiK dabei in den Städten Hamburg und Berlin: Hier dürfen sich Kund:innen über jeweils 20 Geschäfte freuen. Auf Platz zwei folgt Ersting's Family, die Anzahl der Filialen liegt hier derzeit bei 226. Mit 22 Niederlassungen zählt Hamburg hier als absoluter Hotspot. Aber auch der Schuhhändler Deichmann ist häufig in Großstädten vorzufinden: 151 Filialen werden betrieben, womit das Unternehmen Platz drei belegt.

Auch dürfen sich Bewohner:innen über eine Vielzahl von Tchibo, H&M- und Takko-Filialen freuen. In den Großstädten Deutschlands gibt es insgesamt 129 Tchibo Geschäfte – Platz vier. H&M betreibt derzeit 92 Filialen, während Takko über 78 Geschäfte verfügt.

Stradivarius, Zara Home und Breuninger landen auf den letzten Rängen

Die spanische Modekette Stradivarius eröffnete im November letzten Jahres die erste Filiale in Stuttgart, kurz darauf folgte Dresden. Bisher sind dies allerdings die beiden einzigen Filialen in Deutschland, womit Stradivarius auf dem letzten Platz landet. Auch für Einkäufer:innen, die vor Ort auf der Suche nach einem Zara-Home sind, dürfte es schwierig werden. Derzeit gibt es in den 20 größten Städten lediglich vier Filialen, gefolgt vom Warenhaus Breuninger mit insgesamt fünf Läden.

Die Filialdichte der Top 20 Einzelhändler ist in München am höchsten

Die führenden 20 Textileinzelhändler Deutschlands haben in München zusammengenommen 103 Niederlassungen. Bei einer Stadtfläche von etwa 310,6 km² entspricht das etwa 0,33 Filialen pro Quadratkilometer – Platz eins im Städtevergleich. Essen belegt mit 0,28 Filialen pro Quadratkilometer (59 Filialen insgesamt) den zweiten Platz, gefolgt von Düsseldorf. Die Anzahl in der Landeshauptstadt

Nordrhein-Westfalens beläuft sich auf 56 (0,26 Filialen pro Quadratkilometer). Aber auch in Nürnberg, Bochum und Frankfurt sind die Händler:innen vergleichsweise oft vertreten: Die Zahl liegt hier bei 0,25 Filialen. In der gesamten Untersuchung hat Berlin mit 199 die höchste Anzahl an Geschäften. Allerdings beträgt die Dichte 0,22, womit die Hauptstadt auf Platz sechs rangiert.

Bremen hat die größte Präsenz pro 1.000 Bewohner:innen

Wenn es hingegen um die Filialdichte pro 1.000 Einwohner:innen geht, landet Bremen mit 0,12 Niederlassungen auf dem ersten Platz. Dresden kann sich den zweiten Platz sichern: Pro 1.000 Einwohner:innen stehen hier 0,11 der untersuchten Geschäfte zur Verfügung. Auf Platz drei landen mit einer Dichte von 0,1 pro 1.000 Einwohner:innen gleich vier Städte – Dortmund, Bielefeld, Essen und Bochum. Damit sind Geschäfte in den Städten mit weniger Einwohner:innen deutlich präsenter.

Matthias Lange, Gründer und Geschäftsführer bei Localyzer, kommentiert die Untersuchung:

„Grundsätzlich verfolgen unterschiedliche Textilhändler:innen unterschiedliche Strategien bei der Standortauswahl für ihre Filialen. Sind einige mehr auf große Innenstädte fokussiert, wollen andere gezielt in kleineren Städten, Orten oder Stadtrandgebieten vertreten sein. Dies erklärt auch die unterschiedliche Konzentration in unserer Untersuchung. Wir von Localyzer möchten mithilfe unserer Online-Plattform für digitales Standortmarketing lokale Geschäfte dabei unterstützen, mehr Sichtbarkeit und Präsenz zu schaffen und potenzielle Kunden und Kundinnen zielgenau zu erreichen. Lokale Unternehmen müssen heutzutage kreativ werden, um sich gegen die Online-Konkurrenz durchsetzen zu können.“

Weitere Informationen unter:

<https://www.localyzer.io/filial-analyse-deutschlands-grossstaedte/>

Über die Untersuchung

Für die Untersuchung wurden die Häuser von 20 führenden Textileinzelhändler aus dem Jahr 2022 in den 20 größten Städten Deutschlands analysiert. Die Daten entstammen den jeweiligen Websites der Unternehmen, Stichtag war der 31.01.2024. Die Marken der Inditex-Gruppe wurde in der Untersuchung einzeln dargestellt, dazu gehören unter anderem Stradivarius und Zara Home.

Über Localyzer

[Localyzer](#) ist eine Online-Plattform für lokales Online-Marketing auf Google, Facebook, Instagram, YouTube und weiteren Webseiten. Das Produkt ermöglicht Marken, lokale Online-Kampagnen maßgeschneidert und für eine unbegrenzte Zahl von Standorten umzusetzen – und das Multichannel. Die Online-Plattform automatisiert die gesamte Erstellung tausender Kampagnen und sorgt damit für die erforderliche lokale Relevanz. Aktuelle Informationen zu Localyzer sind auf [LinkedIn](#), [Facebook](#), [YouTube](#), [Xing](#) und [Twitter](#) zu finden.

Pressekontakte:

Desiree Engel | desiree.engel@tonka-pr.com | +49 172 620 6392

Dennis Eliasch | dennis.eliasch@tonka-pr.com | +49 157 868 72201