

Die Handelsstadt mit der höchsten Leerstandsrate Österreichs: Villach. Unten: Auch die Wiener Favoritenstraße ist arg in Bedrängnis.



Zentren im UMBRUCH

Die einen beschwören eine **Renaissance der Innenstädte**, die anderen sehen, ganz im Gegenteil, ein **großes Flächensterben**. Die Wahrheit liegt in der Mitte.

Zum Beispiel Villach: Jones, Intimissimi, Edelboutique Wöss, Sporthändler Salewa, Jack Wolfskin, Libro, eine Bawag-Filiale. Nein, das ist nicht etwa der Mietermix am Hauptplatz der zweitgrößten Stadt Kärntens. Sondern nur eine Auswahl jener Geschäfte, die in der Villacher Innenstadt in letzter Zeit zugesperrt haben. Mit Ende 2016 hat sogar Billa seine Filiale am Hauptplatz geschlossen. Damit gibt es im Zentrum der 60.000-Einwohner-Stadt keinen Supermarkt mehr. Mitte März hat dann auch noch C&A seine Zelte abgebrochen. C&A war an diesem Standort vor sieben Jahren statt H&M eingezogen – der in Villach seither nur noch im Einkaufszentrum Atrio vertreten ist. Nun gibt's auch C&A nur noch im Atrio. Und im Fachmarktzentrum Neukauf. »Die Innenstadt hat an Attraktivität verloren, und die Umsätze gehen laufend zurück, in den Einkaufszentren steigen sie jedoch. Da die Hausherren in den Innenstädten (das gilt nicht nur für Villach) auf diesen Trend noch nicht reagieren, sind die Mieten im Vergleich zum Umsatz zu hoch«, wurde Jones-Geschäftsführer Gabor Rose jüngst in der regionalen Ausgabe der Kleinen Zeitung zitiert. Die Filiale am Villacher Hauptplatz sperrte Rose mit Ende Februar zu, jene im Atrio läuft weiter. Bei Billa klingen die Gründe für den Auszug vom Hauptplatz ganz ähnlich: Der Nahversorger forderte vom Hausbesitzer Investitionen in die lange vernachlässigte Immobilie, doch die seien nicht passiert, heißt es aus der Konzernzentrale.

LEERSTAND IN CITIES STEIGT. Mit 14,3% liegt die Leerstandsrate in keiner anderen wichtigen City-Einkaufslage Österreichs höher als in Villach. Den Spitzenplatz teilt man sich ex aequo mit der Favoritenstraße in Wien. Das Beratungsinstitut Standort + Markt hat das vierte Jahr in Folge die 22 wichtigsten innerstädtischen Handelszonen des Landes mit insgesamt 1,6 Mio.

m² Verkaufsfläche unter die Lupe genommen. Aus dem enormen Datenschatz, den das Institut über den Handel zwischen Dornbirn und Eisenstadt mittlerweile angesammelt hat, lässt sich vielerlei herauslesen. Doch nicht alle Trends sind so eindeutig, wie oft kolportiert wird.

Ja, der Leerstand in den Cities steigt. Die starke Konkurrenz durch den Onlinehandel sowie durch Shopping- und Fachmarktzentren auf der Grünen Wiese macht den Einkaufsstraßen zu schaffen. In Villach hat sich die Leerstandsrate innerhalb nur eines Jahres sogar verdoppelt. Noch dramatischer ist der Abstieg der Wiener Favoritenstraße, die vor zwei Jahren sogar noch zu den drei Geschäftszonen mit der geringsten Leerstandsrate österreichweit zählte. Dort hat die Schließung der Modehäuser Tlapa und Kleider Bauer deutlich spürbare Lücken hinterlassen. Doch längst nicht überall ist die Situation so dramatisch. In Summe sind die Leerstände in den 22 untersuchten Innenstadt-Zonen im Jahresabstand um 0,3 Prozentpunkte auf einen Wert von 4,8% angestiegen. Innerhalb von drei Jahren wuchs der Leerstand laut Roman Schwarzenecker von Standort + Markt sogar um ein Zehntel. Besser sieht es in den A-Lagen aus: Dort stehen nur 2,9% der Fläche leer. Und: Mit Wels gibt es sogar eine wichtige Handelsstadt, in der sich



die Leerstandsrate von über 10 % auf nur noch 3,6 % deutlich reduziert hat – auch durch die Bemühungen eines neuen Wirtschaftsservices der Stadt. Verbessert haben sich (auf deutlich erfreulicherem Niveau) auch Feldkirch, Dornbirn und die Mariahilfer Straße. In letzterer standen zum Stichtag Anfang 2017 nur 1,5 % der Flächen nicht in Betrieb. Dennoch: Die Leerstandsrate klettert seit Beginn der Erhebungsreihe vor vier Jahren langsam aber stetig nach oben und liegt bereits deutlich über jener in Einkaufszentren (3,5 %).

FLÄCHEN WACHSEN WEITER. Von dem oft an die Wand gemalten breiten Flächensterben kann trotz dieser Zahlen zumindest in den untersuchten Innenstädten nach wie vor keine Rede sein – im Gegenteil. Die Einzelhandelsflächen sind in diesen Lagen im letzten Jahr abermals um 0,5 % gewachsen. Innerhalb der vier Jahre, in denen die Erhebung nun durchgeführt wird, ist die Flächenkapazität in den wichtigsten Handelsstädten sogar um 2 % gestiegen. In Summe bedeutet das ein Plus von rund 32.000 m². Angesichts der Online-Konkurrenz durchaus erstaunlich. Wenngleich die Autoren nicht verhehlen, dass die Entwicklung in kleineren Städten vermutlich anders aussehen würde. Und: Bei Einkaufszentren und insbesondere bei Fachmärkten fiel das Flächenwachstum noch deutlich stärker aus. In der Gesamtheit betrachtet verlieren also die Citys gegenüber der Peripherie nach wie vor und stetig an Bedeutung: In den 15 größten Handelsstädten befindet sich derzeit nur noch 20 % der Verkaufsfläche in den klassischen innerstädtischen Einkaufslagen. Bereits 51 % entfallen hingegen auf Fachmarktzentren und -agglomerationen, weitere 29 % auf Shoppingmalls. Auch für die Studienautoren ist es eine »aus stadtstruktureller Sicht betrübliche Entwicklung«, dass sich der Handel immer mehr an der Peripherie konzentriert. Derartige Märkte »benötigen ein Vielfaches an baulichen Infrastrukturmaßnahmen und sind sowohl aus Konsumenten- als auch großteils aus Händlersicht suboptimal«, heißt es in der Studie »City Retail Österreich«.

MODE ZIEHT ES IN EINKAUFSZENTREN. Auch der Modehandel zieht sich immer mehr aus dem angestammten Terrain der Innenstädte zurück und übersiedelt in die neuen Standorte. Zwar war Mode schon immer eine wichtige Angebotsäule für Einkaufszentren, trotzdem war der Anteil der Bekleidungsflächen in Shoppingcentern bisher immer etwas geringer als in Innenstädten. Denn zusätzlich zu den Filialisten, die an beiden Standorten vertreten sind, gibt es gerade in innerstädtischen A-Lagen oft viele eigentümergeführte Modehäuser und -boutiquen, die in Einkaufszentren fehlen. Umgekehrt warten Einkaufszentren so gut wie immer mit sehr großflächigen Verbrauchermärkten und Elektrofachmärkten auf, die dort vor allem aus Frequenzgründen angesiedelt werden und den Flächenanteil der Modeanbieter nach unten drücken. Alleine in den drei Jahren der Erhebung (2013/14 bis 2016/17) hat sich der Branchenmix der Standorte jedoch merklich verändert: In den Shoppingmalls stieg der Flächenanteil der Mieter aus dem Bereich Bekleidung und Schuhe von 29,1 auf 31,8 %, also nahezu um 10 %. In den Retail Parks war der Anstieg nicht so hoch, aber doch spürbar (von 20,9 auf 21,5 %). In den Citys sind die Modehändler hingegen spürbar auf dem Rückzug (von 35,5 auf 33,9 %). »Eine kleine Revolution« nennt das Roman Schwarzenegger. An Bedeutung für die Citys gewinnen hingegen die Gastronomie sowie Freizeitangebote wie Fitnesscenter oder Wettanbieter. Vor allem aber stieg durch den Auszug des Modehandels – siehe oben – der Leerstand. Keine gute Nachricht für City-Manager. Ebenso wenig wie die Tatsache, dass auch der Dienstleistungsbereich, den

sich Innenstädte gerne an ihre Fahnen heften, im Rückzug begriffen ist. Da Banken, Reisebüros sowie die Post ihre Filialnetze ausdünnen, fielen in den letzten drei Jahren in Summe 10 % aller Dienstleistungsflächen weg. Dass die Abwanderung der Modehändler in Richtung Einkaufszentren weiter anhalten wird, glaubt Schwarzenegger nicht. »Wir vermuten, dass der Peak im Modebereich generell schon überschritten wurde und vermehrt auf das Internet gesetzt wird.«

MONOTONIE TROTZ HOHER FLUKTUATION. Doch zurück zu den Citys: Eine weitere Kennzahl, die darauf hinweist, dass es um die Innenstadt-Lagen derzeit nicht zum besten steht, ist die Fluktuationsrate. Denn auch diese ist über die letzten Jahre stetig gestiegen, auf nunmehr 13,3 %. Übersetzt heißt das: Durchschnittlich bekommt ein Geschäftslokal nach 7,5 Jahren einen neuen Betreiber. »Je öfter die Mieter wechseln, desto eher ist anzunehmen, dass entweder etwas mit der Lagequalität oder aber mit dem Mietpreis nicht stimmt«, verdeutlicht Schwarzenegger. Wenn ein Geschäft auszieht, wird es immer öfter durch einen Filialisten ersetzt. Die Folge sind Monotonie und Einfallslosigkeit im Mietermix: Der Filialisierungsgrad erreicht in den A-Lagen der Citys inzwischen einen Wert von 58 %. Ein Wachstum um 4 Prozentpunkte in nur einem Jahr. »Gewaltig!«, urteilt Schwarzenegger.

GESUNDE MITTE GEHT VERLOREN. Gibt es so etwas wie die »beste« Einkaufsstraße Österreichs? Zumindest laut den Kriterien der »City Retail«-Studie ist das eindeutig die Mariahilfer Straße. Aber auch die Landstraßer Hauptstaße in Wien sowie Graz, Linz, St. Pölten und Innsbruck werden als »gesunde« City-Lagen mit hoher Shop-Dichte und wenigen Leerständen hervorgehoben. Ebenfalls sehr geringe Leerstandsdaten bei allerdings deutlich geringerer Shop-Dichte weisen die Innenstädte von Dornbirn, Feldkirch, Salzburg, Bregenz und Baden auf – was laut Standort + Markt auf ein Potenzial für weitere Handelsflächen schließen lassen könnte. In der Krise stecken neben Villach auch noch Eisenstadt, Krems und Klagenfurt. »Generell ist zu beobachten, dass sich die Einzelhandelsensembles tendenziell von der Mitte wegbewegen«, meint Schwarzenegger. Es sei somit ein »Auseinanderdriften« der Städte in gute und schlechte Standorte feststellbar: »Die »gesunde Mitte« geht mehr und mehr verloren, während die Konzentration an den Rändern zunimmt.«

Auf die tendenziell weniger werdenden »guten« Standorte stürzen sich Kunden wie Mieter gleichermaßen. Die Nachfrage konzentriert sich auf die besten Lagen: »Immobilienbesitzer werden sich in den kommenden Jahren fester anschnallen müssen. Profilierte, zahlungswillige Shop-Betreiber sind fast nur mehr an A-Lagen interessiert. Vor diesem Hintergrund erwarten wir für A-Lagen zumindest gleich bleibende, in Städten mit dynamischem Background sogar steigende Mieten. City-B- und C-Lagen werden vom Handel zukünftig eher gemieden, hier erwarten wir einen Wandel der Angebotsstruktur Richtung Dienstleistung, Gastronomie, Büros und Arztpraxen«, schließt Schwarzenegger.

ME

»Der Anteil von Mode am Branchenmix der Innenstädte sinkt sukzessive. Eine kleine Revolution kündigt sich an.«

Roman Schwarzenegger, Standort + Markt