

Shopflächen in Österreich steigen

... dafür wächst aber auch der Leerstand

von Charles Steiner

Über den Onlinehandel wird dieser Tage viel lamentiert. Dieser zieht schließlich Umsätze vom Einzelhandelsmarkt ab - und deswegen wird es immer weniger Einzelhandelsflächen geben, hört man vielerorts. Doch ist das so? Der aktuellen Standort + Markt-Dokumentation „City Retail Österreich“, die heute Vormittag vor Journalisten präsentiert wurde, unterschreibt diese „Unkenrufe“ so nicht. Im Gegenteil: Laut dieser Analyse hätte es seit 2014 in den 22 wichtigsten österreichischen Innenstadtbereichen ein jährliches Wachstum an Shopflächen um mehr als 0,5 Prozent gegeben, zuletzt sogar 0,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dem folgt aber von S+M-Geschäftsführer Hannes Lindner ein großes Aber: „Gleichzeitig ist auch die Leerstandsrate um 1,1 Prozentpunkte auf 5,4 Prozent gestiegen. Das kann man nicht wirklich als qualitatives Wachstum bezeichnen.“ Betrachtet man die einzelnen Branchen, gibt es nämlich trotz Flächenwachstums einige große Verlierer: Modeflächen (was aufgrund von Zalando, Amazon und Co. auch nicht verwundert): Lag der Flächenanteil im Bekleidungssektor vor vier Jahren bei 35,7 Prozent, so ist er jetzt bei 31,9 Prozent angelangt. Und die Modeflächen werden noch weiter zurückgehen, schätzt Lindner. Auch, weil offenbar im Vorjahr der Peak beim Filialisierungsgrad erreicht worden ist. Dass die Fluktuationsrate zurückgegangen ist, interpretiert Lindner als „Standort-Entscheidungsschwäche bei den Mietern, da sie derzeit sehr verunsichert sind“.

Dort werden vor allem B-Lagen unter Druck geraten, wie Geschäftsführer Roman Schwarzenecker anhand des Beispiels Wien skizziert - obwohl der Anteil der Verkaufsflächen seit 2012 um 12 Prozent gestiegen ist. Drastischer noch: Nach der Analyse ist die mittelgroße Geschäftsstraße ein Auslaufmodell - übrig bleiben kleine Nahversorgereinheiten und große Handelsagglomerationen. Wenig verwunderlich bei Geschäftsstraßen ist, dass der Gastronomieanteil mehr wird, aber noch nicht in dem Maße, dass man von einer Disruption sprechen könnte. Aber: Der Trend stehe erst am Anfang, da generell der Einzelhandelsanteil bei den Shopflächen abnimmt und andere Nutzungsarten darin zu finden sind - deutlich mehr als noch vor 13 Jahren.