



Foto: Harald Jahn/picturedesk.com

Amazon gegen Mariahilfer Straße

Die heimischen Handelsflächen wachsen trotz Online-Konkurrenz, aber auch der Leerstand steigt. Große Ketten beginnen, die Zahl ihrer Filialen zu reduzieren. Viele Städte müssen sich über eine völlig neue Nutzung leerstehender Geschäfte Gedanken machen.

VON ROBERT WIEDERSICH

Kennen Sie den elftgrößten Händler Österreichs, hinter Bipa und vor Raiffeisen Lagerhaus? Amazon. Mit 620 Millionen Euro Umsatz hat sich der amerikanische Internet-Riese binnen weniger Jahre in das Spitzenfeld der heimischen Handelsflaggschiffe gearbeitet und liegt hierzulande schon vor großen Namen wie Ikea oder Kika. Dass sich der Konzern aus Seattle mit dem elften Platz begnügt, darf man nicht annehmen. Zwar ist Österreich für Amazon-Chef Jeff Bezos – seit heuer der reichste Mann der Welt – nur ein Nebenschauplatz, aber ein Teil seines 112-Milliarden-Dollar-Vermögens stammt sicherlich auch aus Austria.

Nur drei reine Online-Händler schaffen es in die Top 100 der größten Händler Österreichs. Hinter Amazon ist das Unito (u. a. quelle.at, ottoversand.at) mit 213

Millionen Euro Umsatz. Der drittgrößte Online-Händler, Zalando, liegt mit 174 Millionen Euro Umsatz (Stand 2016) schon deutlich abgeschlagen auf Platz 32 der größten Handelsunternehmen, gereiht nach Umsatz in Österreich. Der gesamte Umsatz im Online-Handel lag in Österreich im Vorjahr bei 7,6 Milliarden Euro. 2010 waren es erst fünf Milliarden. Im Schnitt gibt jeder Österreicher 1.550 Euro pro Jahr für Online-Shopping aus.

Gewaltige Summen. Im Vergleich zum stationären Handel nehmen sich die Konsumausgaben aber immer noch bescheiden aus. Fast 90 Prozent oder 58,6 Milliarden Euro geben die Österreicher in niedergelassenen Geschäften aus. 11,5 Prozent fließen in den Online-Handel.

Allerdings wächst der Umsatz im Online-Handel wesentlich schneller als im stationären Handel (4,1 vs. 2,6 Prozent), freilich von einem deutlich niedrigeren Niveau ausgehend.

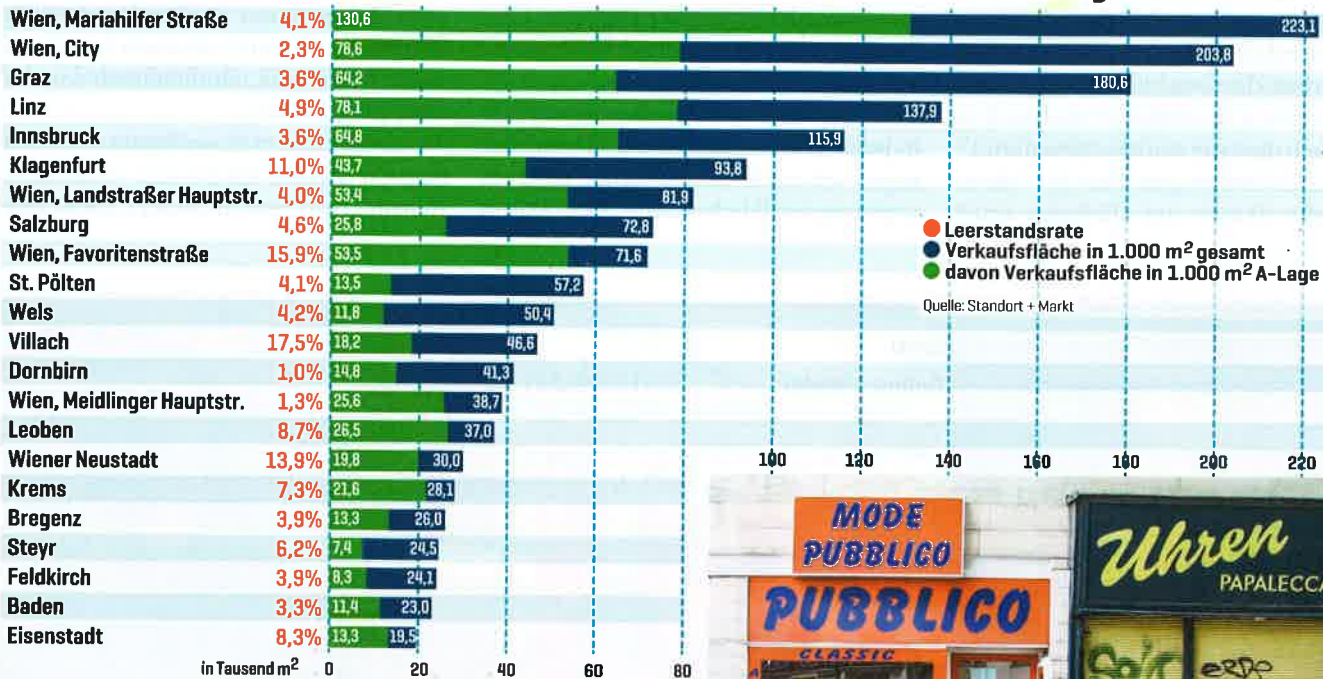
Wer unter Druck kommt

Obwohl der Online-Handel noch vergleichsweise klein ist, bringt er die heimischen Handelsunternehmen bereits unter Druck. „Die österreichischen Händler profitieren vom wachsenden Online-Markt leider nur begrenzt, da mehr als jeder Zweite im Ausland bestellt und so den Kaufkraftabfluss verstärkt“, betont Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes.

Und dieser Druck wird sich in den nächsten Jahren auch in den Geschäftsstraßen und Einkaufszentren widerspiegeln. In den großen Toplagen wie der Wiener Mariahilfer Straße wird man die Folgen weniger schnell spüren als in mittleren Einkaufsstraßen ohne klares Profil oder in Kleinstädten.

Trotz der zunehmenden Konkurrenz aus dem Internet wächst die Verkaufsfläche in Österreich noch immer. Nach den Zahlen von Berater Standort + Markt

Handelsflächen: Wie die größten Einkaufsstrassen und Innenstädte aufgestellt sind



A-Lagen (grün) werden auch in Zukunft mehr gefragt sein, während die Mietersuche für B- und C-Lagen (blau) immer schwieriger wird. Die roten Zahlen zeigen den Leerstand. Am kritischsten ist die Situation in Villach, der Wiener Favoritenstraße und Wiener Neustadt

steigerten sich die Shopflächen in den letzten Jahren regelmäßig. In den wichtigsten Einkaufsstrassen und Innenstädten im Jahr 2017 um 0,9 Prozent auf über 1,6 Millionen Quadratmeter. Auch die Zahl und Fläche der Einkaufs- und Fachmarktzentren wächst noch leicht. Standort + Markt erwartet heuer einen Zuwachs um 33.000 Quadratmeter in fünf neuen Zentren und 20.000 Quadratmeter Erweiterungen bestehender Center. Zum Vergleich: Österreichs größtes Einkaufszentrum, die Shopping City Süd in Vösendorf bei Wien, verfügt über fast 200.000 Quadratmeter Verkaufsfläche.

Doch die neuen Flächen verdrängen tendenziell ältere in weniger guten Lagen. Auch der Leerstand steigt seit Jahren kontinuierlich. Derzeit beträgt er in den wichtigsten Geschäftsstraßen des Landes 5,4 Prozent, 2014 lag er noch bei 4,3 Prozent. Das ist noch nicht dramatisch, aber die Tendenz ist klar ablesbar und ein Warnsignal. Viele Filialketten geben Standorte auf oder verkleinern sich. „Wir spüren derzeit eine erhebliche Unsicherheit bei den großen Filialisten im Handel, ob sie Standorte in der Innenstadt noch halten

Szenen des Leerstands. Für viele Geschäfte abseits der A-Lagen wird es in Zukunft keine Nachnutzung als Handelsfläche geben. Hier sind neue Konzepte gefragt. Von der Gastronomie bis zum Hotelzimmer



Foto: Pepo Schuster



Foto: Manfred Dobyn



Foto: R. Wiedersich

sollen“, sagt Hannes Lindner, Geschäftsführer von Standort + Markt. Sein Unternehmen erhebt jedes Jahr in akribischer Kleinarbeit die Geschäftsflächen in den heimischen Innenstädten und welche Branchen dort wie stark vertreten sind.

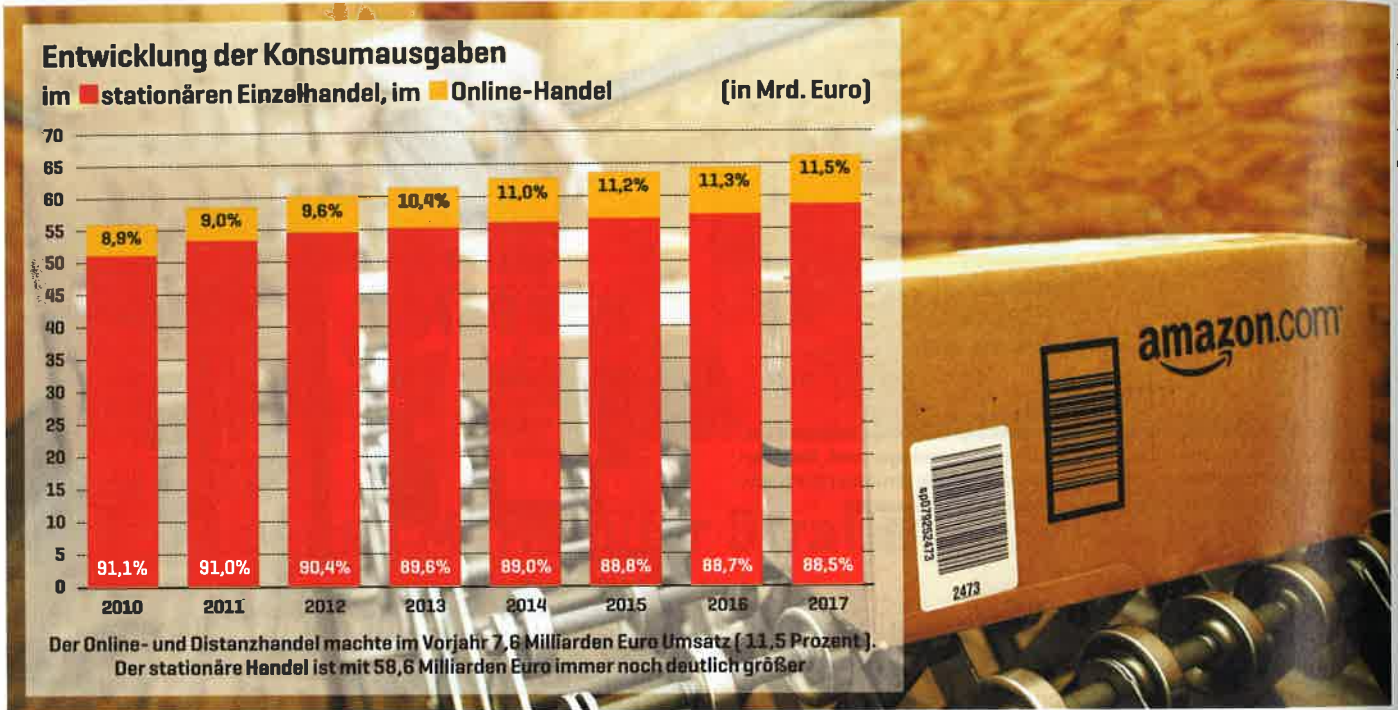
Die Zahlen zeigen, dass die Modegeschäfte derzeit am stärksten unter

Wiener Favoritenstraße – wo der traditionsreiche Modehändler Tlapa und Kleider Bauer zusperrten – und Villach – wo unter anderem C&A schloss.

Dass die großen Ketten nicht mehr in jeder größeren Stadt (mehrfach) vertreten sein müssen, merkt man auch am sogenannten Filialisierungsgrad. Das ist

sorgniserregendes Ausmaß. Die Top- oder A-Lagen der großen Innenstädte kommen im Schnitt auf einen Leerstand von fünf Prozent, ähnlich hoch wie die Shopping-Center.

Es gibt nach wie vor Städte, in denen praktisch keine Fläche leer steht. Zum Beispiel Dornbirn mit einer Leerstands-



Druck der Online-Händler sind: „Hier orten wir eindeutig, dass eCommerce bereits im stationären Handel zu wildern beginnt.“ Modegeschäfte sind sowohl in den Innenstädten als auch in den Einkaufszentren die wichtigste Branche (siehe auch Tortengrafik auf Seite 155). In den Innenstädten werden 31,9 Prozent der Fläche von Modehändlern gemietet. 2011 waren es noch fast 36 Prozent.

Große Ketten reduzieren Standorte

Was in Prozent nach nicht viel klingt, ist in Wahrheit der Beginn einer Umwälzung der Handelslandschaft. Für viele Städte hat der Rückzug großer Modeketten schon heute dramatische Folgen. So hat etwa H&M in der Fußgängerzone von Wiener Neustadt zugesperrt, genau wie die Jugendmodekette Pimkie und Tommy Hilfiger. Mit fast 14 Prozent Leerstand gehört die Stadt zu den Schlusslichtern in Österreich. Schlechter liegen nur die

Zalando ist mit 174 Millionen Euro Umsatz in Österreich (2016) der drittgrößte Online-Händler hinter Amazon und Uniqlo und unter den Top-drei Schuhhändlern



der Anteil an Geschäften, die zu einer Kette gehören. Dieser Anteil geht erstmals seit Jahren zurück. 36,9 Prozent der Geschäfte in Einkaufsstraßen gehören zu Filialisten. Rechnet man die Mietfläche, sind es drei Viertel.

Derzeit erreicht der Leerstand erst in wenigen Städten wie Villach ein be-

rate von einem Prozent. Oder die Meidlinger Hauptstraße in Wien mit 1,3 Prozent. Bedrohlicher ist die Lage hingegen in kleineren Bezirks- und Regionalstädten. Dort beträgt der Leerstand im Schnitt schon 13,5 Prozent.

Der höhere Druck auf die stationären Händler hat auch Auswirkung

gen auf die Immobilienbesitzer. „Die Mieten steigen schon jetzt nur noch in absoluten Toplagen. Die Mieten werden unter Druck kommen. Das wird den Immobilieninvestoren nicht schmecken. Der Trend geht auch in der Innenstadt von der Fix- zur Umsatzmiete“, betont Lindner.

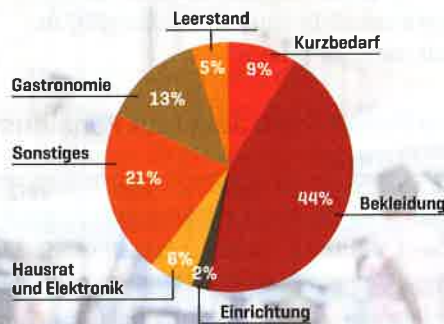
weiterhin groß ist. Internationale Ketten suchen gerade diese für ihren Österreich-Start. „Da die A-Lagen nach wie vor mit soliden bis guten Kennzahlen aufwarten, machen wir uns um diese kurz- bis mittelfristig keine größeren Sorgen. Anders ist es allerdings mit den B- und C-Lagen, die immerhin 49 Prozent der gesamten

lichen Ein-Euro-Shops einmal abgesehen. Die Hoffnung, dass andere Branchen den Leerstand füllen, hat sich bisher nicht erfüllt. „Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe als Ersatznutzungen für frühere Einzelhandelsflächen konnten den Trend zu neuen Leerständen nicht brechen. Die Gastronomieflächen in wichtigen Ein-



Shopmix: Bekleidung bleibt wichtigste Branche

Innenstädte A-Lagen



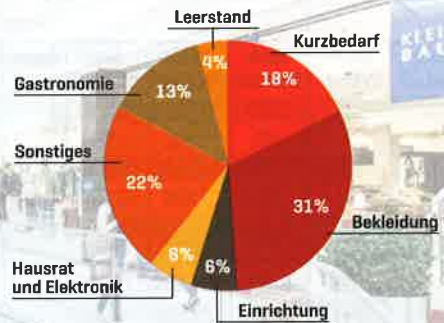
Fotos: SCS/Hens Leltner, creativmasc - Thinkstock, Rainer Mirau



Hannes Lindner, Standort + Markt: „Machen uns um die A-Lagen keine größeren Sorgen, aber um die B- und C-Lagen.“



Shopping-Center



Der Modehandel ist für die Innenstädte noch wichtiger als für die Einkaufszentren. Durch die Konkurrenz des Online-Handels gehen die Flächen aber bereits zurück, große Ketten schließen Filialen. Das sorgt in manchen Innenstädten bereits für hohe Leerstände

Quelle: Standort + Markt

kaufstraßen und Innenstädten sind in den letzten 13 Jahren um 1,6 Prozent gewachsen. Der positive Trend ist erkennbar, aber eine Revolution schaut anders aus“, analysiert Lindner trocken.

In vielen schrumpfenden Einkaufsstraßen müssen sich Vermieter und Städte daher nach neuen Modellen umschaun, von der Arztpraxis über das Gemeinschaftsbüro bis zum Handwerker. So hat etwa die Stadt Wien eine eigene Leerstandsagentur gegründet (kreativeraumwien.at), die leere Geschäftslokale an die Kreativszene und Start-ups vermitteln soll. Viele Jungunternehmer schätzen die günstigen Mieten und die Werbewirkung, durch die ehemaligen Schaufenster.

Gastronomie kann Handel nicht ersetzen

Selbst in den guten Lagen, den A-Lagen, wozu etwa große Teile der Wiener Mariahilfer Straße zählen, könnten die Mieten in Zukunft unter Druck geraten.

Dagegen spricht, dass das Interesse der Händler nach solchen Flächen aber

Innenstadt-Shopflächen ausmachen“, warnt Lindner und sieht für viele leerstehende Geschäfte keine Zukunft. „Hier ist es fraglich, ob eine qualitative Flächenbefüllung langfristig möglich ist.“ Sprich: es ist sehr wahrscheinlich, dass sich in Zukunft trotz günstiger Mietpreise überhaupt kein Mieter mehr findet. Von unvermeid-