

Stationärer Modehandel wird durch Onlinehandel scheinbarweise demontiert

30.09.2018 - Studie gibt erstmals Einblicke in strukturelle Auswirkungen von E-Commerce auf Shopflächen in Städten.



Hannes Lindner und Rainer Will
© LEADERSNET/Felten

Der digitale Wandel hat Online-Händler wie Amazon oder Alibaba unter die erfolgreichsten Unternehmen der Welt katapultiert. In Österreich dominiert jedoch noch der stationäre Handel. Eine brandneue Studie von "Standort + Markt" liefert nun erstmals detaillierte Einblicke in die strukturellen Auswirkungen des E-Commerce auf den stationären Handel. Dafür wurden die Geschäftsflächen in den 15 bedeutendsten österreichischen Städten unter die Lupe genommen. Der Blick in die Bundesländer umfasst die neun Landeshauptstädte und sechs weitere einwohnerstarke Städte.

Branche kommuniziert Umsatzminus nicht

"Das Shopflächen-Wachstum reduziert sich zwar von Jahr zu Jahr und lag zuletzt nur mehr bei ein Prozent, aber immerhin: es liegt nach wie vor ein Shopflächen-Wachstum vor", zieht Hannes Lindner, Geschäftsführer von "Standort + Markt" ein vorsichtig positives Fazit. Ein Zeichen dafür, dass E-Commerce dem stationären Handel in Österreich doch nicht so stark zusetzt und die stationäre Fläche damit nach wie vor auf eine rege Nachfrage stößt, sei dies jedoch nicht

Ein wesentlicher Besuchsgrund, nämlich die Mode in den Innenstädten, verliere laufend an Bedeutung. "Wie hoch das Umsatzminus im Zuge des Feldzuges von E-Commerce nun tatsächlich ist, wird in der Branche nicht kommuniziert. Was aber sehr wohl zu Tage tritt, ist, dass der Modehandel ganz offenkundig die stationäre Fläche neu bewertet und sich sukzessive von dieser trennt", ist Lindner überzeugt.

Lag der Flächenanteil der 15 wichtigsten Innenstadtbereiche Österreichs 2013 noch bei 35,5 Prozent, ist er zwischenzeitlich auf 33,2 Prozent gesunken. Die einstige Bastion der österreichischen Cities, der Modehandel, werde durch E-Commerce scheinbarweise demontiert. Dies habe massive Auswirkungen auf den generellen Flächennutzungsmix der österreichischen Cities.

E-Commerce bewirkt Veränderung des Flächennutzungs-Mix

"Mode zählt mit einem E-Commerce-Anteil von knapp 20 Prozent zu den drei wichtigsten Ausgabengruppen im Online-Shopping und verzeichnet dort nach wie vor Wachstumsraten von knapp zehn Prozent. Natürlich spüren wir das auch auf der Fläche", bestätigt Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes. Neben Bekleidung zählen insbesondere Bücher und Elektrogeräte zu den größten Segmenten im Distanzhandel.

Die Verschiebung von Handelsumsätzen ins Web werde zumindest mittelfristig weiter zunehmen. "E-Commerce ist die treibende Kraft hinter dem aktuellen Umsatzwachstum im Handel. Online wächst zurzeit zehnmal schneller als der stationäre Handel. Eine Stagnation ist nicht absehbar, im Gegenteil: Künftig wird zumindest im non-food-Handel jeder dritte Euro Online erwirtschaftet werden", ist Will überzeugt. (red)