

Citys: Modehandel massiv unter Druck

Für Hannes Lindner sprechen die Zahlen eine klare Sprache: »Da kann man nicht mehr drum herum eiern: Der E-Commerce wildert in Österreichs Innenstädten.« Seit fünf Jahren beobachtet sein Beratungsinstitut Standort + Markt die Entwicklung des Einzelhandels in den wichtigsten Einkaufsstädten Österreichs. Soeben wurde in Wien am »Tag des Handels« die neueste Auflage der »City Retail«-Studie präsentiert. Und die augenfälligste Entwicklung ist dabei für den Handelsexperten der Rückzug des Modehandels. Für die Studie werden alljährlich die 22 wichtigsten City-Zonen Österreichs (17 Städte von Eisenstadt bis Dornbirn, dazu noch fünf Einkaufsstrassen in Wien) katalogisiert. Alle Shops werden vermessen und den jeweiligen Branchen zugeordnet. Und das dritte Mal in Folge war die Zahl der Modegeschäfte klar rückläufig. Wurden Ende 2014 in den untersuchten Innenstädten noch 2.397 Shops der Kategorie Bekleidung und Mode gezählt, waren es Ende 2017 nur noch 2.191 Geschäfte. Das entspricht einem Rückgang um 8,6 %. Innerhalb von nur drei Jahren hat somit nahezu jedes zehnte Modegeschäft geschlossen. »Wir stecken mittendrin in gewaltigen Turbulenzen«, verdeutlicht Hannes Lindner. Noch stärker war der flächenmäßige Rückgang: Entfielen 2014 noch 35,7 % der Verkaufsflächen in den Citys auf Mode, waren es 2017 nur noch 31,9 %. Der Rückgang betrug somit 10,6 %. Für Lindner ist das vorerst nur »der Gipfel des Eisbergs«: »Die einstige Bastion der österreichischen Citys, der Modehandel, wird durch E-Commerce scheid-

Innerhalb von nur drei Jahren ist die Zahl der Modegeschäfte in den wichtigsten Einkaufsstrassen des Landes um **10 % geschrumpft**. Stark gestiegen ist hingegen der Leerstand.

chenweise demontiert. Und ich befürchte, das ist erst der Anfang. Wenn wir die Umsätze sehen könnten, wäre der Rückgang vermutlich noch größer als bei den Flächen.« Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbands und als solcher Veranstalter des »Tags des Handels«, bestätigt: »Mode zählt mit einem E-Commerce-Anteil von knapp 20 % gemeinsam mit Büchern und Elektrogeräten zu den drei wichtigsten Ausgabengruppen im Onlineshopping und verzeichnet dort nach wie vor Wachstumsraten von knapp 10 %. Natürlich spüren wir das auf der Fläche.«

WACHSTUMSKAISER LEERSTAND. Und was passiert mit den frei werdenden Flächen? Die Studie gibt auch darauf eine nicht gerade ermutigende Antwort: Am stärksten zulegen in den Citys konnte nämlich ausgerechnet der Leerstand. Die Rate der leer stehenden Flächen stieg in den Innenstädten im Vier-Jahres-Vergleich von 4,3 % auf 5,4 %. Noch drastischer wird der Strukturwandel bei den kleineren Bezirksstädten ersichtlich: Diese weisen laut Lindner bei den Leerständen heute bereits einen Durchschnittswert von 13,5 % aus. Schlusslicht unter den untersuchten Städten ist dabei Bruck an der Leitha mit mehr als 20 %, »was echt gewaltig ist«, so Lindner. Doch es gebe auch Städte mit positiven Entwicklungen, etwa Wels oder Weiz. Immerhin: Nicht nur der Leerstand steigt. Auch das sogenannte »einzelhandelsnahe Angebot«, also etwa Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe wie Fitness-Center, vergrößerte sich stetig, und zwar von 20,1 % (2014) auf nunmehr 21,5 %.

Wenn die Modebranche als bisher wichtigster Nachfrager nach Verkaufsflächen schwächelt, hat das natürlich auch Auswirkungen auf das Mietpreisgefüge. »Der Druck auf die Mieten steigt«, bestätigt Lindner. Der Zyklus, bis selbst an Top-Standorten Nachmieter für geschlossene Lokale gefunden werden, sei bereits sehr lang. So standen zuletzt sogar auf Österreichs meistfrequentierte Einkaufsstraße, der Mariahilfer Straße, einige Lokale jahrelang leer bevor ein neuer Nutzer gefunden werden konnte. Vor einigen Jahren wurden für gewisse Locations nicht nur Wartelisten geführt. Nachmieter waren darüber hinaus sogar noch bereit, horrende Ablösen auf den Tisch zu legen. Diese Zeiten sind vorbei.

»Insbesondere in kleineren Städten setzt sich immer mehr ein Trend durch, den wir ursprünglich aus der Shopping-Center-Landschaft kennen: die Umsatzmiete. Das erleichtert Händlern in Zeiten der schrumpfenden Umsätze zwar die Entscheidung, ein weiteres stationäres Geschäft zu eröffnen. Doch die Immobilienwerte sinken«, so Lindner, der von All-in-Mieten in Höhe von 7 % bis 8 % des Umsatzes spricht.

MF



Rainer Will vom Handelsverbands (links) und Hannes Lindner von Standort + Markt (rechts) bei der Präsentation der Studie.