



Die Frage der Lage

Österreich ist das Land der Einkaufszentren. Jeder Bürgermeister wünscht sich seine eigene Mall, und die Fachmarktzentren sprießen wie die Schwammerln aus der grünen Wiese. Seit dem Jahr 2000 hat sich die Fläche in den EKZ verdoppelt – aber ist das auch das perfekte Umfeld für den LEH?

Autorin: Claudia Stückler

Laut KMU Forschung Austria stehen hierzulande im Einzelhandel 13,7 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung. Etwa die Hälfte dieser Flächen befindet sich in A-Lagen. Alljährlich untersucht der Berater Standort+Markt die Entwicklung der Flächen. Ein Ergebnis der heurigen Auswertung: „Der Branchenmix verschiebt sich, die Leerstände nehmen zu – der Handel kommt unter Druck“, so Standort+Markt-Geschäftsführer Mag. Hannes Lindner. Besonders die Flächen für den Frequenzbringer Modehandel haben sich reduziert. Einen großen Einfluss auf die innerstädtische Entwicklung haben auch die sogenannten „jungen“ Agglomerationsformen wie Shopping Malls, Department Stores und Town Center in den traditionellen City-Geschäftslagen. Insgesamt entfallen etwa 320.000 m² Verkaufsfläche auf diese integrierten Center, ein Anteil von rund 19,5 Prozent. Die Studienautoren beobachten auch eine steigende Fluktuation: „An vielen Orten gibt es eine erhebliche Unsicherheit bei den Standortentscheidungen. City oder EKZ?“, so Lindner. Neue Flächen kämen dazu, andere fielen weg. Für kleinere

Läden bietet das aber durchaus Chancen: „Einzelkämpfer ergreifen die Chance auf City-Lagen.“ Insgesamt habe man aber den Eindruck, dass die Händler auf die Seitenlinie ausweichen. Die Dichte an heimischen EKZ ist im europäischen Vergleich extrem hoch. Das hat auch die Auswirkung, dass sich die meisten der Center oder Fachmarktzentren in puncto Ambiente, Gastronomiekonzept und Branchenmix sehr ähneln. Die Rollen zwischen Center und City scheinen dabei – noch – klar aufgeteilt zu sein. Hier Boutiquenflair, Luxuslabels, charakteristische Ensembles und Parkplatznot, dort Filialisten, Fastfood und freies Parken. Kurz: Exklusiv und unpraktisch gegen günstig, bequem und unpersönlich.

Center als Chance

Die Grenzen verschwimmen aber zunehmend, wie auch die aktuelle Standort+Markt-Studie zeigt. Gemeinden versuchen, ihren aussterbenden Stadtkernen neues Leben einzuhauchen, Center suchen nach Wegen, ihr Profil zu schärfen. Entsprechend sind die Betreiber auf der Suche nach ihrem

Fotos: Robert Fritz, Faruk Pinjic, Peter Oswald, St. Stephens

USP und bemühen sich, ihr Angebot nach Maß auf die Zielgruppe zuzuschneiden. Früher war die Sache noch relativ einfach: Betreiber eröffneten ein Center und die Kunden kamen. Mit einer Filiale in einem Einkaufszentrum machten Händler praktisch automatisch Umsatz. Heute scheint der Markt übersättigt zu sein: So gab es im vergangenen Jahr keine Neueröffnung – nur Erweiterungen – und das Flächenwachstum stagniert bereits seit einiger Zeit. Auch Redimensionierungen finden immer wieder statt: Center werden verkleinert, umgewidmet oder überhaupt geschlossen. Dennoch scheinen diese Einkaufsagglomerationen nach wie vor die beliebteste Einkaufslocation der Österreicher zu sein, besonders wenn es um eher lustbetontes Shoppen nach Kleidung, Schuhen oder Schmuck geht. Sind die Center aber auch für den Kurzfristbedarf der ideale Standort? Die heimischen Center-Manager sind sich einig: Ohne den LEH läuft gar nichts. Eine exklusive Auswertung für CASH von Standort+Markt (siehe Tabelle) unterstreicht diesen Befund: Das Segment nimmt bereits 17,3 Prozent – also fast ein Fünftel – der Centerflächen ein.

Nicola Szekeley ist Country Manager Austria bei Unibail-Rodamco-Westfield und zeichnet mit SCS und Donauzentrum für zwei der größten heimischen Center verantwortlich: „Der Lebensmittelhandel genießt einen hohen Stellenwert in unseren beiden Einkaufszentren. Es handelt sich hierbei um Ankermieter, die eine wichtige Versorgungsfunktion für Güter des täglichen Übernehmen und darüber hinaus wichtige Frequenzbringer sind.“ An beiden Standorten sind bereits mehrere Lebensmittelhändler ansässig, das Angebot erstreckt sich dabei von klassischen Supermärkten (800 bis 1.500 m²) bis hin zu „Hypermarkets“ wie Interspar und Merkur: „Dar-

über hinaus wird der Trend zu Bio-Supermärkten auch in den Einkaufszentren aufgegriffen und in Zukunft wohl noch stärker umgesetzt werden“, ist Szekeley überzeugt. Ein aktueller Trend in den Centern ist die Entwicklung der Gastronomie, denn viele Betreiber haben erkannt, dass sie so einen Anziehungspunkt für Kunden bieten. Entsprechend wachsen die Gastro-Bereiche derzeit überproportional. Mittlerweile wirkt sich das auch schon auf den LEH aus: „Es bestehen bereits unterschiedliche Konzepte, die die Möglichkeit bieten, Essen zu konsumieren und anschließend Produkte wie Wein oder Nudeln kaufen zu können. Ein Beispiel hierfür wäre der Spar Gourmet im Donau Zentrum. Hier besteht die Möglichkeit, in einem eigenen Gastrobereich kleine Snacks und Speisen zu sich zu nehmen“, weiß Szekeley. Bei der Auswahl der Mieter ist man demokratisch: „In unseren beiden Centern gibt es keine Kriterien, nach denen Lebensmittelhändler selektiert und ausgewählt werden.“

Magnet und Motor

The Mall in Wien Mitte sieht sich weniger als Shopping Destination denn als Nahversorger. Für die Betreiber war es dennoch ein ausdrücklicher Wunsch, einen breiten Branchemix zu bieten: „Zu uns ins Center kommen neben den Kunden aus der Nachbarschaft viele Touristen, aber auch Pendler aus Niederösterreich, die hier in die S-Bahn steigen. Sehr viele nutzen The Mall dann auch, um beispielsweise noch rasch ein Geburtstagsgeschenk zu besorgen“, so Center Manager Florian Richter. „Die Lebensmittelhändler sind aber häufig Magnet und Motor eines Centers.“ So wird das gesamte Erdgeschoß in The Mall von Spar dominiert: Auf der einen Seite ein Interspar, auf der anderen ein Spar Pronto, der als Anbieter von Reiseproviand

Flächenanteil des LEH in Centern

Betriebstyp	Shoppingcenter Österreich ges. 2017/18			Shopping Mall			Fachmarktzentren		
	m ² GLA*	Anzahl	Ø Größe m ² GLA	m ² GLA	Anzahl	Ø Größe m ² GLA	m ² GLA	Anzahl	Ø Größe m ² GLA
Lebensmittelspezialisten	67.879	509	133	54.882	442	124	12.997	67	194
Drogeriemärkte	94.712	197	481	52.300	114	459	42.412	83	511
Biosupermärkte	1.373	4	343	210	1	210	1.163	3	388
Reformwaren	9.119	50	182	9.119	50	182			
Lebensmitteldiskonter	45.637	42	1.087	14.301	13	1.100	31.336	29	1.081
SB-Warenhäuser	229.017	41	5.586	208.052	37	5.623	20.965	4	5.241
Supermärkte	56.802	60	947	32.514	34	956	24.288	26	934
Verbrauchermärkte	196.320	75	2.618	146.945	54	2.721	49.375	21	2.351
GLA Kurzfristbedarfssektor gesamt	700.857	978	717	518.322	745	696	182.535	233	783
GLA Rest (Shopping, Gastro etc.) ges.	3.350.343	7.755	432	2.462.578	6.232	395	887.765	1.523	583
GLA gesamt	4.051.200	8.733	464	2.980.900	6.977	427	1.070.300	1.756	610
Anteil Kurzfristbedarfsflächen	17,3%	11,2%		17,4%	10,7%		17,1%	13,3%	

* Vermietbare Fläche (Gross lease area); Quelle: Standort+Markt



Nicola Szekely, Unibail-Rodamco Österreich



Marcus Wild, CEO SES European Shopping Centers



Florian Richter, Center Manager The Mall

auch erweiterte Öffnungszeiten bieten kann. Für Richter auch ein gutes Beispiel für die Vermischung von Gastro und Lebensmittelhandel: „Die Kunden schätzen es, wenn es rasch, gut und convenient ist, egal, ob Nudeln, Sushi oder Süßes. Entsprechend kristallisieren sich auch im Lebensmittelhandel immer mehr Spezial-Sortimente heraus.“

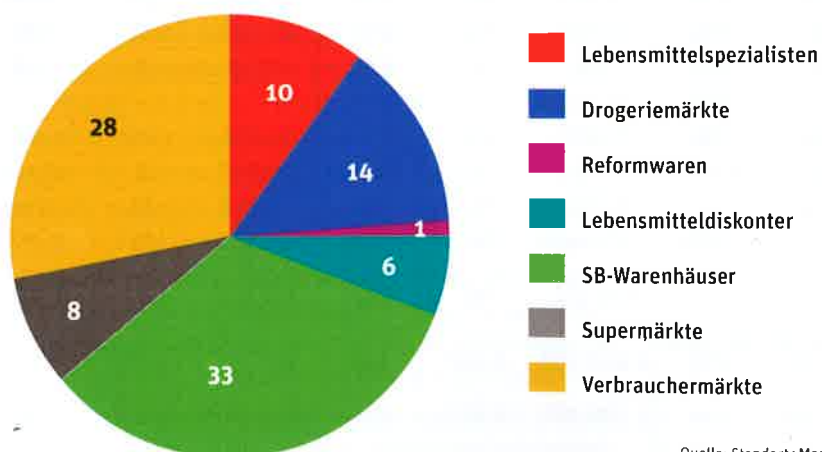
Die zur Spar Österreich Gruppe gehörigen SES Spar European Shopping Centers betreiben rund 30 Shopping-Standorte in CEE und sind im Bereich Shopping-Center Marktführer in Österreich und Slowenien. Die verpachtbare Fläche beträgt aktuell insgesamt 801.000 Quadratmeter. 2017 erwirtschafteten die Pächter an den SES-Standorten einen Bruttoverkaufsumsatz von 2,88 Milliarden Euro. Für CEO Mag. Marcus Wild ist die Geschichte der heimischen Einkaufszentren ohne Beteiligung des LEH undenkbar: „SES ist de facto aus dem Lebensmittelhandel heraus entstanden. Spar ist neben Sonae das einzige Unternehmen in Europa, das so eine organische Entwicklung vorweisen kann.“ Bei den großen Standorten gab es immer schon Shops im Vorkassenbereich. Im Laufe der Zeit wuchs dieser Anteil kontinuierlich. Aus vielen dieser Standorte sind

dann eigenständige, große Center entstanden, wie etwa in Wien Simmering das Huma Eleven. Wo vor zwanzig Jahren noch ein großer Supermarkt mit einigen untergemieteten Shops stand, ist heute ein neues, hochmodernes Einkaufszentrum, das alle Stückerln spielt: Stylistische Architektur mit einem breiten Branchenmix inklusive attraktivem Gastrobereich, Kinderbetreuung und Toiletten auf 4-Stern-Niveau.

Auch der soeben neu eröffnete Murpark in Graz kann auf bescheidene Wurzeln und eine steile Karriere zum State-of-the-art-Einkaufstempel verweisen. An allen SES-Standorten ist Interspar der unbestrittene Ankerbetrieb und Haupt-Frequenzbringer: „Das bietet für unsere Mieter natürlich sehr hohe Sicherheit“, betont Marcus Wild. Auf Teufel komm raus wolle man aber keine Center aus dem Boden stampfen: „Wenn sich der Standort gut eignet, dann entwickeln wir ihn zum Center weiter. Der Murpark ist hier ein Paradebeispiel.“ Vor 10 Jahren sei man noch belächelt worden: „Da haben viele gemeint, EKZ brauchen keinen LEH. Allerdings ist diese Branche der stärkste Frequenzbringer“, ist Wild überzeugt. In den USA gebe es viele Center ohne Food Retailer: „Der Bereich wird

aber gerade wiederentdeckt.“ Die Gründe liegen auf der Hand: „Die Konsumenten haben klare Abläufe: Sie wollen Shoppen mit dem Lebensmitteleinkauf verbinden, am besten mit dem Auto und am Wochenende.“ Über den LEH könne man auch diese Stammkunden an den Standort binden. Als Händler hätte man zudem eine etwas andere Herangehensweise als reine Immobilienentwickler: „Wenn man ein Haus für sich selbst entwickelt, dann geht man es anders an“, erklärt Marcus Wild. „Wir sind nicht nur Besitzer oder größter Teilhaber, sondern auch Manager und Mieter. Daher haben wir eine andere, langfristige Planung, das ist Teil unserer Stärke.“ Die Strategie geht auf: „Unsere Interspar-Märkte in den SES-Centern weisen die höchsten Umsätze auf.“ ●

Betriebstypenverteilung des Kurzfristbedarfssektors nach vermietbarer Fläche in österreichischen Shoppingcentern 2017/18



Quelle: Standort+Markt