

Gewinner, Neustarter und Verlierer im Handel

Hervis gehört zu den expansiven Händlern hierzulande – Standort + Markt liefert ein aktuelles Branchenradar.

Von Christian Novacek

Die Store-Konzepte im Einzelhandel hat einmal mehr Standort + Markt unter die Lupe genommen. Im aktuellen „Expansionshandbuch Österreich“ gibt es den Report über ein reges Kommen und Gehen im heimischen Retail plus Gastro-Szene. 680 filialisierte Unternehmen mit 25.500 Niederlassungen wurden gescreent. Sie stammen aus den Bereichen Einzelhandel, Systemgastronomie, konsumnaher Dienstleistungsbereich und Cash&Carry.

Hervorstechend: Unter den Neueinsteigern finden sich gleich dreizehn Unternehmen aus der Modebranche, darunter & other stories der H&M-Gruppe oder Olymp & Hades der Görgens-Gruppe. Drei der dreizehn fallen der Untergruppe „Wäsche“ zu.

Action mit Tedi

Zu den Formaten im Vorwärtsgang gehört in Österreich nach wie vor der munter expandierende Tedi der deutschen Tengelmann-Gruppe, aber auch Action, der Konkurrent aus den Niederlanden und 2017 noch nicht jedermann geläufig, konnte sich im Vorjahr mehr als zugkräftig etablieren.

MyShoes, Deichmanns kleine Tochter, legte ebenfalls einen mehr als respektablen Start hin, und die Parfumerie-Kette Rituals ist bestens in einigen Einkaufszentrum eingestiegen. Heimische Unternehmen, die hierzulande durchstarten oder das Durchstarten prolongieren, finden sich weniger im Handel, aber durchaus in der Gastronomie. Unter den bekanntesten Vertretern: LeBurger, Heiling Icecream sowie Schillinger's Swing Kitchen. Dazwischen gab es bei den Neuen aus 2017 nur wenig Bewegung. Internationale Konzepte wie z.B. Zara Home (Wohnaccessoires-Schiene der Inditex-Gruppe), der aus den Niederlanden stammende Bekleidungs- und Textilanbieter Zeeman, Party Fiesta, XYZ oder MAC Cosmetics haben wenig bis gar keine Expansionstendenzen gezeigt.

Prominente Abgänge

Wie schnelllebig der Handel mittlerweile geworden ist, zeigen die Abgänge. Die jüngste Insolvenz von mister*lady, der Totalausfall von Charles Vögele, dereinst ein schnell expandierender Mitbewerber aus der Mode-Liga, oder Upim, einer der vielen Charles Vögele-Nachfolger und konzipiert für Fachmarktzentren, sind alle bereits Geschichte – wie auch der Einrichtungsdiskonter Lipo oder die grill company Weber World. Auch Zielpunkt, Niedermeyer, Schlecker und Konsorten sind Beispiele einer lebendigen Retail-Szene, die auch ihre Opfer fordert.

Prinzipiell lautet der Expansionsturbo in Österreich auf *filialisierte* Betriebe. Laut KMU Forschung Austria spricht man allein im stationären Einzelhandel von einem Filialisierungsgrad von 40% (Stand 2017). Bricht man die Betrachtung auf Shopping Malls

herunter, so erhält man einen Wert von 83,5%. Bei Retail-Parks liegt der Filialisierungsgrad sogar bei 91% (Quelle: diverse Publikationen Standort + Markt).

Der große Branchenradar

22% der von Standort + Markt beobachteten Unternehmen bieten Mode an, 116 Unternehmen und somit 80% aller Bekleider sind international tätig. Über 70% verfügen über einen Webshop, knapp 40% konnten sich zusätzlich für das Franchise-System erwärmen.

Im Kurzfristbedarf sind nur acht Prozent der Unternehmen dem Lebensmittel-Sektor zuzuteilen – diese verfügen jedoch mit 5.300 Geschäften über einen Anteil von 20% der Filialen aller erfassten Vertriebsschienen. Es gab zwar auf der einen Seite keine nennenswerten Verluste zu vermelden, auf der anderen Seite aber auch keine interessanten Neuzugänge. Bloß Americandy, ein Anbieter diverser Süßwaren, die es bei uns noch nicht überall zu kaufen gibt, hat sich in drei Shopping Malls niedergelassen. Knapp die Hälfte der Lebensmittel ist über Österreichs Grenzen hinweg tätig, ca. ein Viertel arbeitet auch auf Franchise-Basis.

Die Sparte „Drogerie/Parfümerie/Reformhaus“ bringt es mit 21 Store-Konzepten auf 1.360 Filialen; als einziger Kurzfristanbieter agiert dieser Sektor stark E-Commerce-orientiert.

Rappeln in der Möbelkiste

42 Unternehmen finden sich in der Rubrik Möbel/Heimtextilien, mit knapp 770 Geschäften. Die Store-Konzepte sind überwiegend international. Mit Franchise-Partnern arbeitet nur knapp ein Viertel. Im reinen Möbelhandel spielt der Online-Verkauf noch keine allzu große Rolle. In diesen möchte der Matratzenhändler Matratzen Concord verstärkt investieren, baut im Gegenzug jedoch einige Filialen ab – hierzulande seit 2017 bereits fünf.

Die Turbulenzen um den ehemaligen kika/Leiner-Eigentümer haben die Möbel-Kette insgesamt neun Einrichtungshäuser gekostet. Mit zehn neuen Niederlassungen konnte der Wohnaccessoire-Anbieter Depot ordentlich zulegen. Der ehemalige, ins Trudeln geratene Konkurrent Butlers hält sich immer noch wacker mit vier Stores.

Sportliche Rangeleien

Im Sportsektor gab es zwei maßgebliche Neuzugänge: XXL Sport&Outdoor aus Norwegen, der sich auf Markenware konzentriert und mit Aktionen lockt, sowie Decathlon aus Frankreich, der stark auf Eigenlabels setzt. Expansionskönige sind aber vor allem die heimischen Anbieter Hervis Sports (+11 Filialen) und Intersport (+6 Filialen). Das Rangeln um die Plätze in dieser Branche bleibt übrigens interessant – insbesondere, weil sich mit JD Sports ein dritter neuer Marktteilnehmer im Sommer dazugesellen wird.