

■ **Sensation.** 200 der 500 Hofer-Märkte sind in Fachmarktzentren

# Hofer ist „König“ in Fachmarktzentren

- ▶ 40 Prozent der Hofer-Märkte in FMZ
- ▶ Diskonter mit 42 Prozent Umsatzanteil in FMZ führend

## Die TOP 30 EKZ nach vermietbarer Fläche

Zentrum	Bundesland	Eröffnungsjahr	Vermietbare Fläche in m <sup>2</sup> gesamt
1 SCS Shopping City Süd, Vösendorf	N	1976-09	199.900
2 Donau Zentrum / Donau Plex	W	1975-10	123.900
3 PlusCity, bei Linz	O	1989-10	92.000
4 Shoppingcity Seiersberg	St	2002-11	85.000
5 G3 Shopping Resort Gerasdorf	N	2012-10	70.000
6 Haid Center	O	1991	66.000
7 dez, Innsbruck	T	1970	65.400
8 Cyta Shoppingwelt, Völs bei Innsbruck	T	1993-09	64.000
9 Gewerbepark Stadlau (RP)	W	1996-09	57.500
10 Millennium City	W	1999-04	51.800
11 Europark, Salzburg	S	1996-07	50.700
12 Arena Fohnsdorf (RP)	St	2001	50.600
13 huma eleven	W	1987	50.000
14 Center West, Graz	St	1989-08	47.500
15 Auhof Center	W	1995-02	45.000
16 Fischapark, Wr. Neustadt	N	1996-09	42.800
17 Shopping Nord inkl. FMZ, Graz	St	2008-03	41.000
18 Citypark, Graz	St	1971	40.000
19 Kastner & Öhler, Graz	St	1913	40.000
20 ATRIO, Villach	K	2005-11	38.700
21 Lugner City	W	1990-09	38.300
22 SEP Gmunden	O	1975	37.000
23 Murpark, Graz Liebenau	St	2007	36.300
24 Designer Outlet Parndorf (FOC)	B	1998-08	36.000
25 Kaufhaus Tyrol, Innsbruck	T	2010-03	32.800
26 Shopping Center Nord	W	1989-10	32.000
27 VARENA, Vöcklabruck	O	2010-08	32.000
28 GEZ West (RP), Gleisdorf	St	2000-09	32.000
29 Shopping Horn (RP)	N	1995-10	31.900
30 Gerngross	W	1997-02	31.000

Bemerkungen: RP Retail Park / Fachmarktzentrum  
FOC Factory Outlet Center

Quelle: Standort+Markt

**H**ofer ist absoluter Spitzenreiter in den Fachmarktzentren: 199 der insgesamt 490 Hofer Filialen sind in Fachmarkttagglomerationen angesiedelt. Der LEH-Diskonter hat somit fast 40 Prozent seiner Standorte an der Peripherie situiert. „Die FMA haben sich zu neuen Nahversorgern entwickelt“, erklärt Dr. Roman Schwarzenacker von Standort und Markt.

**Diskonterketten.** Unter den treibenden Flächen der 264 Fachmarktzentren sind, nach Hofer, der Textildiskonter kik mit 154 Standorten, dm mit 149 Geschäften, Billa mit 125 und Bipa mit 113 Shops. „Die wichtigsten Betriebs-typen sind Diskonter.“ Vollgas geben auch die Diskonterketten Tedi mit 18 neuen Shopperöffnungen in den letzten zwei Jahren, sowie Action mit 22 neuen Geschäften in Österreich seit 2017.

Kräftig an Standorten verloren haben der Autozubehör-Anbieter Forstinger – derzeit in 58 FMZ anzutreffen – und Charles Vögele.

**FMZ.** Die Fläche sowie der Umsatz der FMZ hat sich in den letzten 20 Jahren verdoppelt. „In punkto Verkaufsfläche standen vor 18 Jahren knapp 2,8 Millionen Quadratmeter dem Einzelhandel und einzelhandelsnahem Angebot in den Gebieten zur Verfügung. So hat sich die Fläche aktuell auf

knapp 5,8 Millionen Quadratmeter ausgedehnt.“ Der Umsatz der FMZ beträgt 15 Milliarden Euro und beläuft sich auf einen Marktanteil von 25,5 Prozent.

**80 Prozent Filialen.** Der Filialisierungsgrad in Fachmarktzentren liegt bei 80 Prozent. „Das untermauert die Tatsache, dass in einheitlich gemanagten Zentren zumeist ähnliche Einzelhandelsanbieter vorzufinden sind.“ Dabei ist die Leerstandsrate deutlich niedriger als in Shopping Zentren. „Der Leerstand in den FMA liegt bei geringen 3,2 Prozent, das macht 188.000 Quadratmeter Fläche.“

**Ländervergleich.** Burgenland liegt mit einem Marktanteil der Fachmarkttagglomerationen bei 40 Prozent und ist damit Wachstumssieger. „Bei diesem kleinen Bundesland fallen Neueröffnun-



## Top 10 in FMZ

	Standorte
1. Hofer	199
2. Kik	154
3. Dm	149
4. Billa	125
5. Bipa	113
6. Pagro Diskont	111
7. Fressnapf	111
8. Lidl	109
9. Tako	100
10. Deichmann	100

Quelle: Standort+Markt

gen wie das Intro Shopping Center Siegendorf und Erweiterungen wie im Sonderstandort Parndorf ins Gewicht.“ Die Schlusslichter sind Vorarlberg mit knapp über 15 Prozent sowie Wien mit einem Marktanteil der FMZ von zwölf Prozent.

**Parkplätze.** Das Wachstum der FMZ, die sich aus gutem Grund nahe Hofer, Lidl und Co. ansie-

deln, ist unter anderem durch die Bequemlichkeit der Kunden zu erklären: „Durch den Parkplatz kann der Kunde ganz locker seinen Wocheneinkauf dort erledigen.“ Darum beträgt der Warenkorb im LEH-Geschäft in einem FMZ um ein Drittel mehr als in einem Supermarkt in der Stadt, ohne Parkmöglichkeit.

Anna Lena Wagner

## DER ULTIMATIVE POWER SNACK

NEW FLAVOURS NEW DESIGNS

- ✓ Wachstumstreiber im Bereich Proteinriegel
- ✓ Neue Kaufimpulse: neue Geschmacksrichtungen an Markttrends angepasst
- ✓ Neue Positionierung als Lifestyle-Snack
- ✓ Unterstützungspaket: begleitende Online-/Print-/Samplingaktivitäten



- ✓ Erstklassige Qualität
- ✓ Leckerbissen mit bis zu 30% Proteingehalt
- ✓ Weniger Zucker (1,3 g pro Riegel\*)
- ✓ Unter 200 kcal
- ✓ Große Vielfalt an Geschmacksrichtungen
- ✓ Passt zu jedem Lebensstil: während der Trainingszeit, aber auch als Snack zwischendurch



EST. 1977

\*Protein Delight 35 g White Chocolate Tropical Flavour