

Mitten im Shopping-**Umbruch**

Laut Standort + Markt steht durch Corona auch die heimische Shoppingcenter-Branche vor einem **großen Umbruch**. Während Nahversorgungszentren deutlich weniger stark betroffen sind, werden vor allem **große Einkaufszentren Probleme** bekommen.

Im Rahmen der soeben fertiggestellten »Dokumentation Shopping Center Österreich« wagt das Badener Beratungsunternehmen Standort + Markt einen kritischen Blick in die Glaskugel auf die Zukunft der Einkaufszentren und folgert: Die nächsten Jahre werden für die Branche sehr herausfordernd.

Aufgrund der Coronakrise »treten Schwächen in der Shopflächen-Landschaft deutlich schneller zutage, als dies bei normalem Geschäftsgang der Fall gewesen wäre«, meint Geschäftsführer Hannes Lindner. Denn der Shutdown hat dem E-Commerce nochmals einen entscheidenden Rückenwind verliehen. Auch viele bisher treue Stationärkunden haben erste Erfahrungen mit dem Thema Onlineshopping gesammelt – mit langfristigen Auswirkungen zu Lasten des stationären Handels. Lindner rechnet deshalb für die Shoppingcenter-Branche mit einem Anstieg sowohl der Fluktuations- als auch der Leerstandsrate. Letztere lag schon »vor Corona« bei 7,8 % (gemessen an der Anzahl der Shops). »Wir rechnen hier mit einem Anstieg auf deutlich mehr als 10 %«, so Lindner heute.

SHUTDOWN ALS »BRANDBESCHLEUNIGER«. Für den Experten wirkte der Shutdown dabei als »Brandbeschleuniger«: Zusätzlich zur laufenden Erosion der Umsätze durch den E-Commerce und den ohnedies starken Flächenwettbewerb werden nun zahlreiche Standorte auch aufgrund der schwachen Kundennachfrage deutlich unter die Profitabilitätsschwelle fallen. »Bereits heute vernehmen wir die eindeutige Stallorder aus Firmenzentralen, jede unprofitable Filiale umgehend zu schließen«, so Lindner. Betroffen ist vor allem die Modebranche.

Als Konsequenz werde sich der Angebots-Mix in den Einkaufszentren stark verändern. Bei großen Zentren gehe die Reise wohl verstärkt in Richtung Entertainment, bei kleinen in Richtung Convenience – also schnelle, unkomplizierte Nahversorgung. »Aber insbesondere bei großen Zentren könnte es sich als unmöglich herausstellen, für die (vormals stolze Miete zahlenden) Modeanbieter einen ebenso zahlungswilligen Ersatz zu finden«, warnt Lindner. »Nahversorgungszentren haben hier eine deutlich bessere Ausgangssituation.« Eine weitere Folge von Corona: Im Zuge der Mobilitätsbeschränkungen dürften die Einzugsgebiete insbesondere von größeren Shoppingzielen regelrecht implodiert sein. Ehemalige Kunden aus entfernt gelegenen Gebieten bleiben derzeit nachweislich fern. Die alten Kundenbeziehungen wiederher-

zustellen werde nicht leicht sein. »Und noch eines steht fest: Ein erneuter Shutdown wäre für viele Marktteilnehmer letal«, schließt Lindner.

CENTERUMSÄTZE SIND 2019 UM 2 % GEWACHSEN.

Für 2019 weist die Shoppingcenter-Dokumentation von Standort + Markt für die 242 heimischen Center einen Umsatz von 13,6 Mrd. € aus. Flächenbereinigt wäre das ein Umsatzwachstum von etwas über 2 %. Der Marktanteil gemessen an den gesamten Konsumausgaben der Österreicher liegt damit bei 24 %. Im Jahresvergleich hat sich dieser Anteil etwas reduziert, was zum größten Teil auf das Wachstum des Onlinehandels zurückzuführen ist. Die Zahl der Center wuchs um zwei, die Fläche um rund 50.000 m², wobei rund die Hälfte davon auf Erweiterungen bestehender Center entfiel.

MF

Leva
LADENBAU

LEVA Ladenbau GmbH / Kiefernweg 1 / 6781 Gantschier
T: +43 (0)5556 78223 / www.leva.at