



Standort+Markt: Aderlass bei Shopping-Centers

Coronabedingter Umsatzverlust von 1,25 Milliarden Euro für Shops in heimischen Einkaufszentren.

Eine Studie von Handelsverband und Standort+Markt brachte es auf den Punkt: Coronabedingter Umsatzverlust von 1,25 Milliarden Euro (-18,4%) für die Shops in heimischen Einkaufszentren sind ein Aderlass für die Center in Österreich. Die Besucherzahl ging im Jahr 2021 um 128 Millionen zurück, den höchsten Leerstand findet man im Burgenland.

Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 hat sich die Gesamtzahl der Shoppingcenter gerade einmal um zwei Standorte erhöht. Bei den Shopping Malls hat es keinen einzigen Neuzugang gegeben. Insgesamt erstrecken sich diese heimischen Einkaufsdestinationen bundesweit auf knapp 4,2 Mio. m² vermietbarer Fläche, rund 3,4 Mio. m² davon entfallen auf den Handel. Somit steht jedem Österreicher ein halber Quadratmeter an vermietbarer Fläche in Shoppingcentern zur Verfügung.

"Während die Zahl der Shopping Malls und deren Flächen in den letzten zwei Jahren stagnierten und somit die Covid-Beeinträchtigungen beim stationären Shopping durchschlugen, kompensierten die Retail Parks die durch Lockdowns entstandenen Umsatzverluste durch eine Neueröffnung und mehrere größere Erweiterungen und durch eine trotz alledem solide Performance", so Standort + Markt Geschäftsführer Hannes Lindner.

Umsätze der Gewerbetreibenden in Shoppingcentern gehen um -9 Prozent zurück

Neben der Besucherfrequenz war auch die Umsatzentwicklung in den letzten beiden Jahren rückläufig. Für 2021 liegt die Umsatzschätzung von Standort+Markt bei 12,35 Milliarden Euro. Flächenbereinigt, also nur bezogen auf jene Zentren, welche in den Vergleichsjahren das gesamte Jahr – wenn auch pandemiebedingt eingeschränkt – umsatzwirksam waren, bedeutet dies ein Minus von rund 9 % oder 1,25 Milliarden Euro gegenüber 2019 für die Händler, Gastronomen und sonstigen Gewerbetreibenden in den Einkaufszentren.

Erwähnt sei aber auch, dass sich die Shoppingcenter-Flächen seit der Jahrtausendwende mehr als verdoppelt haben, d.h. vor der Pandemie erlebten insbesondere Fachmarktzentren oder Retail Parks in ganz Österreich einen regelrechten Boom.

"Bei den Shopping Malls konnten wir in den Corona-Jahren nur wenige Erweiterungen verzeichnen. Bei den Retail Parks hat es aber durchaus umfangreichere Bewegung gegeben. Vor allem noch 2020 konnten trotz aller Widrigkeiten einige Erweiterungspläne in Fachmarktzentren umgesetzt werden. Dazu zählen etwa die PADO Shopping Galerien, das Taborland in Steyr oder die Arena Mattersburg", bestätigt Standort + Markt Gesellschafter und Studien-Co-Autor **Roman Schwarzenecker**.

Leerflächenanteil bleibt mit 4,2 % stabil

Über 8.700 Shops zählen Österreichs Shoppingcenter. Mit 691 Leerständen hat sich diese Anzahl zum letzten Beobachtungszeitraum de facto nicht verändert, auch die Leerstandsrate mit österreichweit 7,9 % und der Leerflächenanteil von 4,2 % sind im Vergleich zu vor-Corona-Zeiten stabil geblieben. Wirft man einen Blick auf die Entwicklung der Leerstände in den letzten Jahren, zeigt sich, dass es entgegen ersten Prophezeiungen gelungen ist, diese moderat zu halten.

Seit 1988 erfasst Standort+Markt die Shoppingcenter in Österreich und verfügt damit in diesem Segment über die umfangreichste Datenbank des Landes. Die Zahlen werden im 2-Jahres-Abstand ausgearbeitet und liegen nun wieder in aktualisierter Form vor: 244 Shoppingcenter (119 Shopping Malls, 114 Retail Parks, 4 Town Center, 3 Factory Outlet Center, 3 Department Stores und 1 Sonderform). 8.700 Shops. 4 Mio. m² vermietbare Fläche. 2 Jahre Corona-Pandemie.

Corona setzte den Shops in heimischen Einkaufszentren zu

11.05.2022

Standort+Markt und der Handelsverband haben einen umfassenden Shoppingcenter-Report präsentiert.



V.l.n.r.: Rainer Will, Roman Schwarzenegger und Hannes Lindner © LEADERSNET/D. Mikkelsen

Seit 1988 erfasst Standort+Markt die Shoppingcenter in Österreich und verfügt damit in diesem Segment laut eigenen Angaben über die umfangreichste Datenbank des Landes. Die Zahlen werden im Zwei-Jahres-Abstand ausgearbeitet und liegen nun wieder in aktualisierter Form vor: 244 Shoppingcenter (119 Shopping Malls, 114 Retail Parks, vier Town Center, drei Factory Outlet Center, drei Department Stores und 1 Sonderform); 8.700 Shops; vier Millionen Quadratmeter vermietbare Fläche. Wie die Ergebnisse nach zwei Jahren Corona-Pandemie für 2021 im Detail aussehen, wurde am Mittwoch gemeinsam mit dem Handelsverband (HV) präsentiert.

Deutlich weniger Besucher:innen

Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 hat sich die Gesamtzahl der Shoppingcenter um zwei Standorte erhöht. Bei den Shopping Malls hat es keinen Neuzugang gegeben. Insgesamt erstrecken sich die heimischen Einkaufsdestinationen bundesweit auf knapp 4,2 Millionen Quadratmetern vermietbarer Fläche, rund 3,4 Millionen Quadratmeter davon entfallen auf den Handel. Somit steht allen Österreicher:innen rund ein halber Quadratmeter an vermietbarer Fläche in Shoppingcentern zur Verfügung, rechnet Standort+Markt vor.

"In Österreichs Shoppingcentern ist die Zahl der Besucher seit 2019 aufgrund der Corona-Maßnahmen und Lockdowns um 128 Millionen zurückgegangen. Dieser massive Rückgang von 18,4 Prozent führte zu einem Umsatzverlust von 1,25 Milliarden Euro für die Shops in den heimischen Einkaufszentren. Langfristige Mietverträge und gewisse Corona-Entschädigungen bremsen die tatsächlichen Auswirkungen der Pandemie, während neue Herausforderungen vor der Tür stehen", fasst Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will die zentralen Ergebnisse zusammen.

"Während die Zahl der Shopping Malls und deren Flächen in den letzten zwei Jahren stagnierten und somit die Covid-Beeinträchtigungen beim stationären Shopping durchschlugen, kompensierten die Retail Parks die durch Lockdowns entstandenen Umsatzverluste durch eine Neueröffnung und mehrere größere Erweiterungen und durch eine trotz alledem solide Performance", ergänzt Standort + Markt Geschäftsführer Hannes Lindner.

Umsätze um neun Prozent zurück

Neben der Besucherfrequenz war auch die Umsatzentwicklung in den letzten beiden Jahren rückläufig. Für 2021 liegt die Umsatzschätzung von Standort+Markt bei 12,35 Milliarden Euro. Flächenbereinigt, also nur bezogen auf jene Zentren, welche in den Vergleichsjahren das gesamte Jahr – wenn auch pandemiebedingt eingeschränkt – umsatzwirksam waren, bedeutet dies ein Minus von rund neun Prozent oder 1,25 Milliarden Euro gegenüber 2019 für die Händler, Gastronomen und sonstigen Gewerbetreibenden in den Einkaufszentren.

Erwähnt sei aber auch, dass sich die Shoppingcenter-Flächen seit der Jahrtausendwende mehr als verdoppelt haben, d.h. vor der Pandemie erlebten insbesondere Fachmarktzentren oder Retail Parks in ganz Österreich einen regelrechten Boom.

"Bei den Shopping Malls konnten wir in den Corona-Jahren nur wenige Erweiterungen verzeichnen. Bei den Retail Parks hat es aber durchaus umfangreichere Bewegung gegeben. Vor allem noch 2020 konnten trotz aller Widrigkeiten einige Erweiterungspläne in Fachmarktzentren umgesetzt werden. Dazu zählen etwa die PADO Shopping Galerien, das Taborland in Steyr oder die Arena Mattersburg", bestätigt Standort + Markt Gesellschafter und Studien-Co-Autor Roman Schwarzenecker.

Burgenland mit höchster Leerstandsrate

Die Shoppingcenter-Struktur ist laut den aktualisierten Zahlen stark räumlich dispers. Nicht zuletzt aufgrund der unterschiedlichen Raumordnungsgesetze der Bundesländer ergeben sich räumliche Differenzen. Das Bundesland mit der höchsten Shoppingcenter-Dichte ist das Burgenland. Es ist auch das Burgenland, wo derzeit am meisten Flächen leer stehen (7,7 Prozent). Am restriktivsten bei der Ansiedlung dieses Betriebstyps war (und ist) man in Vorarlberg und Salzburg. In Vorarlberg zeigt die Verknappung auch Wirkung, was man an der geringen Leerstandsrate (1,9 Prozent) gut ablesen kann.

HV Konsumbarometer

Wie sieht die Lage aktuell auf Konsumentenseite aus? Angesichts der zahlreichen Krisen und Herausforderungen derzeit (noch) einigermaßen stabil, so das Ergebnis des jüngsten Handelsverband-Konsumbarometers. Vor dem Hintergrund des Ukraine-Krieges und der jüngsten Teuerungswelle – die Inflation liegt bereits bei 7,2 Prozent – hat sich die Verbraucherstimmung im April zwar zusehends eingetrübt. Die Konjunkturerwartung der Bevölkerung ist im ersten Quartal 2022 dennoch konstant über dem Referenzwert von März 2019 geblieben. Dies dürfte insbesondere an der hohen Beschäftigungszahl bzw. den geringen Arbeitslosenzahlen liegen. Dass der Handel mittlerweile eine Rekordzahl von 48.000 offenen Stellen verzweifelt zu besetzen versucht, bleibe hierbei unberücksichtigt.

Deutlich pessimistischer sei hingegen die Einkommenserwartung der befragten Personen. Diese erreichte im April einen Jahrestiefstwert von 95,1 und liegt damit um fast fünf Punkte unter dem Referenzwert. Die Einstufung des Preisniveaus und damit die Inflationserwartungen der heimischen Konsument:innen hätten sich in den vergangenen vier Monaten nur in eine Richtung bewegt: nach unten (= steigende Teuerungserwartung). Im April habe diese Kennzahl einen historischen Tiefststand von 83,95 erreicht, wobei dieser Wert vermutlich bereits im Mai erneut unterboten werden dürfte. Die heimischen Verbraucher:innen erwarten demnach weiterhin ein hohes Inflationsniveau.

Eine exorbitante Steigerung habe zuletzt die Anschaffungsneigung der Österreicher:innen gebracht. Im Drei-Jahres-Vergleich würden April 2022 (150,82) und März 2022 (140,11) die mit Abstand höchsten Werte verzeichnen – im Vergleich zum Referenzmonat März ergebe das ein beträchtliches Plus, was sich wiederum in einem höheren Gesamtbarometer niederschläge. Das Bild sei jedoch trügerisch, da der stark steigende Preisauftrieb automatisch in höheren Konsumausgaben münde. Der Handel profitiere daher finanziell nicht von dieser Entwicklung, sie sei fast ausschließlich inflationsgetrieben.

Empfehlungen an die Politik

"Der heimische Handel befindet sich in einer Schere zwischen systemischen Kostensteigerungen in allen Prozessen und einer Kundschaft, die immer weniger finanzielle Mittel zur Verfügung hat. Die Ukraine-Krise und Corona als wiederkehrendes Phänomen deuten nicht auf eine rasche Entspannung der Lage hin. Beleg hierfür ist auch die pessimistische Einkommenserwartung der Bevölkerung. Daher ist die Bundesregierung dringend gefordert, ein strukturelles Anti-Teuerungs- und Entlastungspaket zu schnüren", fordert Will.

Konkret wendet sich der Handelsverband mit folgenden Handlungsprioritäten an die Politik:

- Abschaffung der kalten Progression.
- Reduktion aller Steuern & Abgaben im Energiebereich.
- Deutliche Senkung der Lohnnebenkosten
- Arbeitsmarktreform, um Arbeitskräftemangel zügig entgegenzuwirken
- Sofortige Aufhebung der Maskenpflicht zur Entlastung aller Beschäftigten im Handel
- Struktureller Ausbau von Kinderbetreuungseinrichtungen. (ts)

LEADERSNET war bei der Pressekonferenz dabei. Eindrücke finden Sie in der [Galerie](#).

www.handelsverband.at

»Es sind noch alle da«



Atrio, Villach

Aufgrund der Corona-Lockdowns verbuchten die Shopping Center in Österreich im Jahr 2021 um 9 Prozent weniger Umsatz als 2019. Der Leerstand ist allerdings im Wesentlichen gleich geblieben. Der Trend geht klar in Richtung Erweiterungen und Relaunches statt Neueröffnungen..

Der stationäre Handel und damit die Shopping Malls und Retail Parks hatten in den vergangenen zwei Jahren ordentlich zu kämpfen. Einmal mit den Maßnahmen und Lockdowns rund um das Corona-Virus, andererseits mit dem stetig steigenden E-Commerce-Boom. Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbands, führte gemeinsam mit Hannes Lindner, Geschäftsführer Standort+Markt, und Roman Schwarzenecker, Gesellschafter und Prokurist Standort+Markt, in einem Pressegespräch durch die aktuelle Shopping-Mall-Welt und zeichnete in seinen einleitenden Worten ein eher verhaltenes Bild: "In Österreichs Shoppingcentern ist die Zahl der Besucher seit 2019 aufgrund der Corona Maßnahmen und Lockdowns um 128 Millionen zurückgegangen. Dieser massive Rückgang von 18,4 Prozent führte zu einem Umsatzverlust von 1,25 Milliarden Euro für die Shops in den heimischen Einkaufszentren." Das bedeutet ein Minus von neun Prozent im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019.

Shopping Center 2021/22 in Zahlen

■ Shopping Malls* ■ Retail Parks ■ Gesamt



Quelle: Handelsverband Österreich, Standort+Markt • *inkl. 3 FOC, 4 Town Center, 3 Department Stores und Airport Shopping

2020 gab es "keine einzige Neueröffnung. Das war zuletzt im Jahr 1990 der Fall", sagt Schwarzenecker. Bei den Shopping

Malls hat es keinen einzigen Neuzugang gegeben, so das Fazit der aktuellen Studie. Insgesamt erstrecken sich diese heimischen Einkaufsdestinationen bundesweit auf knapp 4,2 Millionen Quadratmeter vermietbarer Fläche, rund 3,4 Millionen Quadratmeter davon entfallen auf den Handel. Somit steht jeder Österreicherin und jedem Österreicher ein halber Quadratmeter an vermietbarer Fläche in Shoppingcentern zur Verfügung. Der Trend bei den Shopping Malls gehe eher in Richtung Neueröffnungen und Erweiterungen, anstatt Neueröffnungen. Bis Anfang 2023 sollen, so das Beratungsunternehmen Standort+Markt noch Neueröffnungen stattfinden, wie beispielsweise der EO Park in Oberwart, M-Center in Mattinghofen oder auch das Vio Plaza in Wien.

Besucherfrequenz und Umsatzentwicklung

Neben der Besucherfrequenz war auch die Umsatzentwicklung in den letzten beiden Jahren rückläufig. Für 2021 liegt die Umsatzschätzung von Standort+Markt bei 12,35 Milliarden Euro. Flächenbereinigt, also nur bezogen auf jene Zentren, welche in den Vergleichsjahren das gesamte Jahr – wenn auch pandemiebedingt eingeschränkt – umsatzwirksam waren, bedeutet dies ein Minus von rund 9 Prozent oder 1,25 Milliarden Euro gegenüber 2019 für die Händler, Gastronomen und sonstigen Gewerbetreibenden in den Einkaufszentren. Dabei hätten sich, so die vorliegenden Ergebnisse, die Shoppingcenter-Flächen seit der Jahrtausendwende mehr als verdoppelt. Vor der Pandemie erlebten insbesondere Fachmarktzentren oder Retail Parks in Österreich einen regelrechten Boom.

Umsatz-Entwicklung der Shopping Malls/Retail Parks seit 2008

SC mit KF über 50 Prozent: + 13% seit 2019; SC mit hohem BK- und geringem KF-Anteil: -17%

■ Umsatz Shopping Center* Gesamt ■ Umsatz Retail Parks



Quelle: Handelsverband Österreich, Standort+Marketing "Shopping Center Österreich 2021/22" • * inkl. 3 FOC, 4

Im Bundesländervergleich zeigt sich: Das Bundesland mit der deutlich höchsten Shoppingcenter-Dichte ist das Burgenland. Es ist auch das Burgenland, wo derzeit am meisten Flächen leer stehen (7,7 %). Am restriktivsten bei der Ansiedlung dieses Betriebstyps war (und ist) man in Vorarlberg und Salzburg. In Vorarlberg zeigt die Verknappung auch Wirkung, was man an der geringen Leerstandrate (1,9 %) gut ablesen kann.

Als Fazit des Pressetermins und der vorliegenden Daten lässt sich festhalten, dass die meisten Shopping Center "sehr an den manchmal willkürlich wirkenden Teilschließungen gelitten haben", so der Handelsverband. Doch: keines der Zentren musste aufgrund der Corona-Auswirkungen komplett zusperren. Gravierende Auswirkungen seien also noch nicht erkennbar, das dürfte insbesondere an langfristigen Mietverträgen und teilweise auch an gewissen staatlichen Entschädigungen liegen. Soweit der Ist-Stand der vergangenen zwei Jahre.

Die Flächendynamik habe sich schon vor Corona stark eingebremst, was sich in der Pandemie verständlicherweise nicht verändert hat. Weitere Gründe sehen die Pressekonferenz-Teilnehmenden in der Expansionsunlust vieler Shop-Betreiber, auch verursacht durch zahlreiche behördliche Hürden. Innovationstreiber werden wohl neue Konzepte insbesondere im Bereich Freizeit und Gastronomie sein, auch wenn der Trend bis dato noch nicht flächenmäßig feststellbar ist. Weiters wird es zu einem Herauskristallisieren von "Versorgungszentren" und "Shopping- und Entertainmentzentren" kommen.

Auch vorort Handelsverband und das Beratungsunternehmen Standort+Markt eine Zwickmühle für so manchen Eigentümer mittlerer und größerer Shopping Malls. Nämlich: Die Frequenzen stagnieren beziehungsweise entwickeln sich rückläufig, gleichzeitig schwinden die Einnahmen. Aufgrund der erforderlichen laufenden Weiterentwicklung von Shopping Malls eine "heikle Angelegenheit", so die Branchenvertreter, denn es ist eine höhere Attraktivität erforderlich, um Kunden zu halten – dazu müsse allerdings investiert werden.

13.5.2022

1,25 Milliarden Euro Umsatzrückgang

Trotz safter Einbußen halten sich die Leerstände in Österreichs Malls und Fachmarktzentren in Grenzen.



WIEN. Seit nunmehr 34 Jahren und im Zwei-Jahres-Rhythmus publiziert Standort + Markt seine Shopping Center-Dokumentation. War die letzte Ausgabe eine „exakte Abbildung der Shopping Center-Szene vor der Coronakrise“, wie es in deren Einleitung hieß, zieht die nun vorliegende Ausgabe 2021/22 einen Vergleich – und offenbart recht deutlich, welche gravierenden Auswirkungen die Pandemie auf Österreichs Shopping Malls und Fachmarktzentren hatte.

Die wichtigsten Zahlen: Für 2021 liegt die Umsatzschätzung von Standort + Markt bei 12,35 Mrd. €, flächenbereinigt, also nur bezogen auf jene Zentren, welche in den Vergleichsjahren das gesamte Jahr – wenn auch pandemiebedingt eingeschränkt – umsatzwirksam waren, bedeutet dies ein Minus von rund neun Prozent oder 1,25 Mrd. € gegenüber 2019 für die Händler, Gastronomen und sonstigen Gewerbetreibenden in den Einkaufszentren. Der Frequenzrückgang wird anhand der erhobenen Daten auf 18,4% geschätzt, der Leerflächenrückgang bleibt mit 4,2% indes überraschend stabil.

Fluktuation stabil

Zugrunde gegangen ist an der Pandemie kein Einkaufszentrum, „gravierende Auswirkungen“ sind Studienautor Roman Schwarzenegger, Gesellschafter und Prokurist bei Standort + Markt, zufolge ausgeblieben – zum einen dank der staatlichen Hilfen für die Händler, zum anderen aufgrund der langfristigen Mietverträge. Entsprechend ist auch die Fluktuationsrate stabil geblieben und liegt für Shopping Malls bei 14,1% und für Fachmarktzentren bei 9,1%.

In puncto Frequenzen näherte man sich den Betreibern zufolge zwar „den Werten von 2019“ an, man liege dereinst aber „noch leicht darunter“, so Schwarzenegger.

Für Hannes Lindner, Geschäftsführender Gesellschafter bei Standort + Markt, befinden sich die Malls „in einer Zwangslage“: Dazu „verdammte, sich weiterzuentwickeln“, wagten sie den Vorwärtsgang, indem sie „ihre Freizeit- und Gastroflächen auf Hochglanz polieren“. Gerade bei ersteren – „in Sachen Rentabilität mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht wirklich der Bringer“ – bleibe aber die Frage offen, ob die Investitionen „gerechtfertigt“ seien: „Wenn durch die Freizeitflächen die Frequenz erhöht wird, heißt das noch lange nicht, dass etwa das Modegeschäft davon profitiert.“

FMZ: „Des Investors Liebling“

Umgekehrt seien die Fachmarktzentren oder Retail Parks „des Investors Liebling“, weil die dort vertretenen Betriebstypen „preisaggressiver sind und vom E-Commerce nicht so stark ersetzt werden können“ – und umgekehrt auch vonseiten der Mieter sehr gefragt seien.

Der am häufigsten in den Einkaufszentren – sowohl Malls als auch Fachmarktzentren – vertretene Händler ist übrigens der Drogeriefachhandels-Marktführer dm; das Ranking der größten Malls führt wie eh und je die Shopping City Süd in Vösendorf vor dem Wiener Donau Zentrum an; auf den Plätzen folgen die PlusCity in Pasching, ShoppingCity Seiersberg und das Gerasdorfer Shopping-Resort G3. Die größten Retail Parks sind der Gewerbepark Stadlau (Wien), die Arena Fohnsdorf und das GEZ West in Gleisdorf. (haf)

Retail Shoppingcenter bekamen Coronakrise deutlich zu spüren

In Summe reduzierte sich die Besucherzahl in den Shoppingcentern 2021 um 128 Millionen, die Umsätze brachen um 1,25 Milliarden Euro auf 12,35 Milliarden Euro ein.

von [Amelie Miller](#)



© Jonas Ginter

Die mehr als 240 heimischen Einkaufs- und Fachmarktzentren haben die Coronakrise deutlich zu spüren bekommen und bei Umsatz sowie der Zahl der Besucher hohe Einbußen erlitten. Aber keines der Zentren habe komplett schließen müssen und auch der Leerflächenanteil von 4,2 Prozent sei im Vergleich zur Zeit vor Corona stabil geblieben, so Roman Schwarzeneker vom Berater Standort + Markt.

Shoppingcenter mit Lebensmittelschwerpunkt erzielten seit 2019 ein durchschnittliches Umsatzplus von 13 Prozent, während jene mit hohem Bekleidungsangebot im Schnitt Rückgänge von 17 Prozent verzeichneten. Standort + Markt analysiert die Zahlen für die Branche im 2-Jahres-Abstand.

Die Coronapandemie mit ihren Lockdowns versetzte den Shoppingcenter-Markt de facto in einen Stillstand: die Zahl der Shopping Malls und deren Flächen stagnierten in den letzten zwei Jahren. Etwas mehr Bewegung gab es bei den Fachmarktzentren mit einer Neueröffnung und mehreren Erweiterungen. Bis 2023 seien aber mehrere neue Einkaufs- und Fachmarktzentren in Planung, in Summe würden rund 50.000 Quadratmeter dazukommen, so Schwarzeneker. Zuletzt kamen die 244 Shoppingcenter auf eine Gesamtfläche von über 4 Millionen Quadratmeter.

Umweltschützer und Petitionen machen gegen den Flächenverbrauch in Österreich mobil. Die zu groß geratene Shopping City Seiersberg, Österreichs viertgrößtes Einkaufszentrum, beschäftigt Gerichte seit Jahren. Erst im April haben die Grünen im steirischen Landtag gegen zwei hochrangige SPÖ-Landespolitiker im Zusammenhang mit der Shopping City Seiersberg Anzeige erstattet, um "die strafrechtliche Relevanz der umstrittenen Genehmigungen rund um die Shopping City Seiersberg klären" zu lassen.

Die höchste Dichte an Einkaufs- und Fachmarktzentren haben das Burgenland, Niederösterreich und die Steiermark. Im Kommen seien hybride Zentren, wo sich Handelsflächen mit Wohnungen und Büros vermischen, so die Experten. Gastro- und

Freizeitangebote sollen die Frequenz in den Shoppingcentern erhöhen, angedacht seien auch neue Mieter wie Gesundheitseinrichtungen oder Arztzentren, die ebenfalls zu einer Frequenzsteigerung führen sollen.

Mehr Menschen bedeuten jedoch nicht automatisch mehr Umsatz.

"Der Wettbewerb ist hart wie nie. Wir wissen nicht, wie lange wir diesem Druck noch standhalten können." Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will

Im gesamten Handel (inklusive Groß- und Kfz-Handel) seien 48.000 Stellen unbesetzt. Ein Viertel der Geschäfte habe nach den Lockdowns nicht öffnen können - aus Personalmangel. Die aktuell hohe Inflation treffe Betriebe und Konsumenten. Mit Blick auf die Lohnrunden im Herbst sieht Will wenig Spielraum, die Betriebe könnten die Teuerung nicht über die Löhne abfedern. Der Interessenvertreter fordert die Abschaffung der Kalten Progression, sodass mehr Netto vom Brutto übrig bleibe. Dazu eine Senkung der Lohnnebenkosten. Mobil machte Will auch für die Abschaffung der Maskenpflicht, zur Not will der Verband bis zum Verfassungsgerichtshof gehen. (apa)



Wirtschaft

Shoppingcenter wollen aufholen

Nach einem pandemiebedingten Stillstand kommt das Geschäft der österreichischen Shoppingcenter langsam wieder in Schwung. Trotz Personalmangels will man nun aufholen – geplant ist der Bau mehrerer neuer Zentren. Allerdings nicht zur Freude von Umweltschützern.

Die mehr als 240 heimischen Einkaufs- und Fachmarktzentren haben die Coronavirus-Krise deutlich zu spüren bekommen und bei Umsatz sowie der Zahl der Besucherinnen und Besucher hohe Einbußen erlitten.

Aber keines der Zentren habe komplett schließen müssen, und auch der Leerflächenanteil von 4,2 Prozent sei im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie stabil geblieben, sagte Roman Schwarzenacker vom Berater Standort + Markt am Mittwoch bei einem Pressegespräch.

Über eine Milliarde Euro Umsatzverlust

In Summe reduzierte sich die Besucherzahl in den Shoppingcentern 2021 um 128 Millionen, die Umsätze brachen um 1,25 Mrd. Euro auf 12,35 Mrd. Euro ein. Shoppingcenter mit Lebensmittelschwerpunkt erzielten seit 2019 ein durchschnittliches Umsatzplus von 13 Prozent, während jene mit hohem Bekleidungsangebot im Schnitt Rückgänge von 17 Prozent verzeichneten. Standort + Markt analysiert die Zahlen für die Branche im Zweijahresabstand.



Die Pandemie mit ihren Lockdowns versetzte den Shoppingcenter-Markt de facto in einen Stillstand: Die Zahl der Shopping-Malls und deren Flächen stagnierten in den letzten zwei Jahren. Etwas mehr Bewegung gab es bei den Fachmarktzentren mit einer Neueröffnung und mehreren Erweiterungen.

244 Shoppingcenter in Österreich

Bis 2023 seien aber mehrere neue Einkaufs- und Fachmarktzentren in Planung, in Summe würden rund 50.000 Quadratmeter dazukommen, so Schwarzenacker. Zuletzt kamen die 244 Shoppingcenter auf eine Gesamtfläche von über vier Millionen Quadratmeter.

Umweltschützer machen gegen den Flächenverbrauch in Österreich mobil. Die zu groß geratene Shopping City Seiersberg, Österreichs viertgrößtes Einkaufszentrum, beschäftigt Gerichte seit Jahren.

Erst im April haben die Grünen im steirischen Landtag gegen zwei hochrangige SPÖ-Landespolitiker Anzeige erstattet, um „die strafrechtliche Relevanz der umstrittenen Genehmigungen rund um die Shopping City Seiersberg klären“ zu lassen.



ORF.at/Georg Hummer Umweltschützer kritisieren den Flächenverbrauch

Höchste Dichte im Burgenland

Die höchste Dichte an Einkaufs- und Fachmarktzentren haben das Burgenland, Niederösterreich und die Steiermark. Im Kommen seien hybride Zentren, wo sich Handelsflächen mit Wohnungen und Büros vermischen, so die Experten.

Gastro- und Freizeitangebote sollen die Frequenz in den Shoppingcentern erhöhen, angedacht seien auch neue Mieter wie Gesundheitseinrichtungen oder Arztzentren, die ebenfalls zu einer Frequenzsteigerung führen sollen.

Wettbewerb „hart wie nie“

Mehr Menschen bedeuten jedoch nicht automatisch mehr Umsatz. „Der Wettbewerb ist hart wie nie. Wir wissen nicht, wie lange wir diesem Druck noch standhalten können“, sagte Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will. Im gesamten Handel (inklusive Groß- und Kfz-Handel) seien 48.000 Stellen unbesetzt.

Ein Viertel der Geschäfte habe nach den Lockdowns nicht öffnen können – aus Personalmangel. Die aktuell hohe Inflation treffe Betriebe und Konsumenten. Mit Blick auf die Lohnrunden im Herbst sieht Will wenig Spielraum, die Betriebe könnten die Teuerung nicht über die Löhne abfedern.

red, oesterreich.ORF.at/[Agenturen](#)