

FMZ: 48% der Umsätze aus Kurzfristbedarf

Die Fachmarktzentren entwickeln sich in Österreich gut. Vor allem wenn man den Vergleich zu anderen Einkaufsformen dieser Art zieht. Der Raum für Reformen ist ein großer.

Sie haben viele Vorteile für den Kunden: Fachmarktzentren sind eingeschößig, sie haben meist einen großen Parkplatz, beim Window-Shopping ist man trotzdem geschützt – auch vor Viren, denn man bewegt sich im Freien und sie haben simple Flächenzuschnitte. Der Händler mag sie, weil sie relativ günstige Standortkosten haben. Die Fachmarktzentren sind die Gewinner der Krise und haben einen höheren Marktanteil als die Shoppingcenter (27,5% zu 21,7%). Sie sind die einzige Einzelhandelsdestination, die im Plus ist, denn die Cities sind rückläufig und Shopping Malls stagnieren.

Die Betriebsform der FMZ ist von Expansionisten geliebt, vor allem der Lebensmittelhandel gerät bei FMZ zusehends ins Schwärmen – hier vor allem die Diskonter. Bei ihnen und im Aktionspostenbereich sind starke Begehrlichkeiten da. Es gibt in Österreich rund 280 Fachmarktagglomerationen und 8200 Fachmärkte, davon sind rund 500 Leerstände.

Der Wermutstropfen für die Investoren und Betreiber: eine weitere Expansion in Österreich wird schwierig werden, weil die Raumordnung über kurz oder lang einen Strich durch die Rechnung ziehen wird.

Studie von Standort + Markt

Gemeinsam mit dem Handelsverband untersuchte der Standort-Experte Standort + Markt zum wiederholten Male die Entwicklung der FMZ.

"6,4 Mio. m² Verkaufsfläche, davon rund 5,6 Mio. m² Einzelhandelsverkaufsfläche, werden in Österreich mittlerweile von Fachmärkten belegt. Das sind 300.000 m² mehr als vor drei Jahren", so Studienautor Roman Schwarzenacker von Standort+Markt. Nur eine Minorität der Shopflächen befinden sich in mehr oder weniger solide geplanten Fachmarktzentren, doch der Großteil ist eher unkoordiniert, jedoch dem Flächenwidmungsplan entsprechend gewachsen.

Spannend: Trotz multipler Krisen sind die Leerstände in den heimischen Fachmarkt-Agglomerationen seit 2018 lediglich um +0,03% angestiegen. Die Leerstandsquote liegt aktuell bei 3,8% und somit deutlich unter jener von Shopping Malls (4,1%) und Einkaufsstrassen (6,1%).

Umsatz-Ranking: Modehandel als Krisenverlierer

Das Umsatz-Ranking spiegelt jenes Bild wider, welches während der Pandemie entstanden ist: Die Lebensmittelgeschäfte jeglicher Preisstruktur konnten ihre Top-Platzierungen über die Jahre festigen und mussten auch während des Covid-Ausbruchs zumindest keine Umsatzeinbußen hinnehmen. Auch Möbel-, Bau- und Drogeriemärkte zeigen sich weiterhin stabil. Die Mode jedoch, egal ob Bekleidung oder Schuhe, findet sich nicht mehr unter den Top-10-Umsatzbringern, dafür sind Fast Food-Ketten auf der Überholspur.

Österreich-Ranking der meisten Shops in Fachmarktagglomerationen:

1. Hofer (214)
2. KiK (164)
3. dm drogerie markt(154)
4. Billa (138)
5. Bipa (122)
6. Lidl Österreich (117)

Das **Burgenland** sticht bei dieser Betrachtung mit einer Steigerung von knapp zehn



Prozentpunkten heraus. Im Bundesländervergleich führt das Burgenland überdies mit der höchsten Prozentrage im Kurzfrist-Bereich (Lebensmittelhandel, Drogeriemärkte) sowie mit der höchsten Leerstandsrate. In **Wien** weisen die Fachmarktgebiete hingegen den mit Abstand höchsten Prozentsatz im Bereich Wohnungseinrichtung auf, gleichzeitig hat die Bundeshauptstadt den niedrigsten Bekleidungsanteil. Dies lässt vermuten, dass die Wiener ihre Mode besonders gerne in Einkaufsstrassen und Shopping Malls kaufen. In **Salzburg** wiederum wurden vor zwanzig Jahren gerade einmal 8% der Kaufkraft in Fachmarkt-Agglomerationen ausgegeben, mittlerweile liegt der Wert bei 29% – eine massive Steigerung um fast 300%.

Der Handelsverband pocht auf eine vorausschauende Raumplanung

Die Frequenz ist "das Öl des Einzelhandels", weil sie die Umsatzgenerierung erleichtert. Gerade für mittelständische Handelsunternehmen ist diese Entwicklung eine Herausforderung, wenn damit ihre Relevanz gegenüber den Konsumenten schwindet. Daher bräuchte es seitens der Politik vorausschauende Planung sowie eine bundesweite Harmonisierung von Flächenwidmungen und eine Vereinheitlichung bzw. Reform der Raumordnung, die nicht zwangsläufig eine zunehmende Flächenversiegelung bedeuten muss. Letztere Maßnahme hätte das Potenzial für eine zusätzliche Bruttowertschöpfung von 493 Mio. Euro.

"In einigen Bundesländern ist es für den Handel sehr schwer geworden, bestehende Filialen zu erneuern. Auch brachliegende Gewerbeflächen wie leerstehende alte Autohäuser dürfen oftmals nicht als Filialen für die Nahversorgung genutzt werden, da das enge Korsett der Raumordnung dies verhindert. Zur Stärkung unserer Regionen und der klein- und mittelständischen Unternehmen braucht es eine möglichst effiziente, vereinheitlichte Raumordnung und zügige Verfahren", appelliert Rainer Will an die heimische Politik.

