

STANDORT + MARKT

Fachmarktzentren weiter im Aufwind

Von **Manuel Friedl** (<mailto:m.friedl@manstein.at>)

Dienstag, 12. Juli 2022



Pado

Im Burgenland ist die Fachmarkt-Dichte am weitaus größten (im Bild: das Pado in Parndorf).

(/news/media/5/FMZ-Pado-Parndorf-46410.jpeg)

Jeder vierte Euro wird mittlerweile in Fachmarktgebieten ausgegeben. In der Pandemie wurden sie zur wichtigsten Nahversorgungseinrichtung des Landes. Nur die Mode befindet sich auf dem Rückzug.

Egal ob willkürlich entstandene Fachmarktgebiete oder einheitlich geplante Retail Parks (Fachmarktzentren): Die Fläche der Fachmarkt-Agglomerationen in Österreich ist in den letzten drei Jahren weiter gewachsen – und zwar gleich um 300.000 m². Eine »diametral gegenteilige Entwicklung zum Gesamtmarkt des stationären Einzelhandels« nennt das Handelsverbands-Geschäftsführer Rainer Will – schließlich hat der Handel insgesamt in den letzten Jahren klar an Verkaufsfläche verloren. Will beruft sich dabei auf die jüngste Analyse des Badener Beratungsinstituts Standort + Markt. Deren Geschäftsführer Hannes Lindner: »Seit der Jahrtausendwende hat sich sowohl die Fläche als auch die Anzahl der Fachmarkt-Agglomerationen mehr als verdoppelt. Heute halten wir bei 280 dieser Handelszentren mit 6,4 Mio. m² Verkaufsfläche, die insgesamt 8.200 Geschäfte umfassen. Dadurch ist auch der Marktanteil von 17 % auf 27,5 % nach oben geklettert.«

„Während in den Städten die Flächen bereits rückläufig sind und in Shopping Malls diese bestenfalls stagnieren, ist bei den Fachmarkttagglomerationen noch ein

deutlicher Flächenzuwachs zu erkennen.“

Hannes Lindner, Standort + Markt

Somit wird bereits mehr als jeder vierte Euro in Fachmarkt-Agglomerationen ausgegeben. Insgesamt stehen die Fachmarktzentren und -gebiete aktuell für einen Umsatz von 15,7 Mrd. €. Und während Stadtzentren genauso wie Shopping Malls in den letzten beiden Jahren unter den Corona-Beschränkungen ächzten, sind die Fachmarktzentren und -gebiete als einziger Standorttyp gut durch die Coronakrise gekommen. »Hauptgrund dafür ist der Nahversorgungs-orientierte Branchenmix, der von den Lockdowns deutlich weniger stark betroffen war«, erklärt Roman Schwarzenecker, Co-Autor der Studie und Prokurist bei Standort + Markt. Dazu seien die Fachmarktgebiete meist gut anfahrbar und Kunden müssten kein Menschengetümmel fürchten.

Lebensmitteldiskont wächst, Bekleidung im Rückzug

Umsatzstärkster Betriebstyp in den Fachmarkttagglomerationen ist – wenig überraschend – der Lebensmitteldiskont mit 3,1 Mrd. € Umsatz, gefolgt von Verbrauchermärkten mit 2,2 Mrd. € sowie Einrichtungshäusern (2,0 Mrd. €), Baumärkten (1,8 Mrd. €) und Supermärkten (1,0 Mrd. €). Nimmt man die Anzahl der Shops als Maßstab, sieht das Ranking deutlich anders aus: Hier liegen nämlich Bekleidungsdiskonter mit 425 Geschäften exakt gleichauf mit den Lebensmitteldiskontern. Doch wohl auch aufgrund der Lockdowns ist die Modebranche im Umsatzranking nicht mehr in den Top 10 vertreten.



Rainer Will (Geschäftsführer Handelsverband) mit Hannes Lindner und Roman Schwarzenecker (beide Standort + Markt)

</news/media/5/PK-Handelsverband--SM-46407.jpeg>

Auch hier wurde durch die Pandemie nur ein bereits bestehender Trend beschleunigt, erklärt Hannes Lindner: So hat sich der Anteil der Lebensmitteldiskonter und Supermärkte bereits seit zwanzig Jahren kontinuierlich erhöht, während der Bekleidungsbereich schon seit 2014 stagniert bzw. leicht verloren habe. Ausnahmen bestätigen die Regel: Kik (aktuell: 164 Standorte) hält sich seit mehr als zehn Jahren hinter Hofer (214) und noch vor DM (154) als zweitwichtigster Fachmarkt-Player. Die Plätze vier bis sechs gehen mit Billa, Bipa und Lidl ebenfalls an den

Kurzfristbedarfs-Sektor. Vor zehn Jahren waren diese Ränge mit Takko (4.), Charles Vögele (5.) und Deichmann (6.) noch fest in »modischer« Hand. Heute liegen Takko und Deichmann ex aequo auf Rang 10, während Charles Vögele schon längst nicht mehr am Markt ist. Auch Konzepte wie Bonita, Zillertaler Trachtenwelt und s.Oliver haben ihr Fachmarkt-Netz zuletzt bereinigt. Großer Gewinner der letzten drei Jahre ist hingegen der Sektor Aktionspostenmarkt: Sowohl Action als auch TEDi konnten maßgeblich zulegen, erstgenannter konnte sich sogar mehr als verdoppeln (2018: 26 Filialen, 2021: 58).

Das Burgenland kauft im FMZ

Interessant ist auch der Bundesländer-Vergleich: Bekanntlich verfügt Österreich über neun verschiedene Raumplanungsgesetze – und diese schlagen sich auch deutlich nicht nur in der Statistik von Standort + Markt nieder, sondern auch in einer extrem unterschiedlichen Handelsstruktur. So führt besonders im Burgenland ein weiterhin ungebremstes Handelsflächenwachstum dazu, dass Fachmärkte dort bereits auf einen Marktanteil von mehr als 50 % (!), konkret 50,3 %, kommen. Weit abgeschlagen folgt Kärnten mit 37,3 %, während in Vorarlberg, wo seit langem restriktiv mit Flächenwidmungen umgegangen wird, nur 16,6 % der lokalen Kaufkraft in Fachmarkt-Agglomerationen ausgegeben wird. Schlusslicht im Bundesländer-Ranking ist Wien mit nur 13,3 % Fachmarkt-Marktanteil – in der Großstadt passiert schließlich ein Großteil der Nahversorgung nicht im Fachmarktzentrum, sondern beim Supermarkt »ums Eck«.

Beliebt bei Händlern...

»Die Fachmarktagglomerationen sind die stillen Gewinner der Krise«, resümiert Lindner. Es handle sich um den einzigen Bereich im Einzelhandel, der zuletzt ein Wachstum verzeichnet habe. Wie beliebt Fachmärkte bei den Einzelhändlern sind, zeigt die vergleichsweise geringe Leerstandsquote von 3,8 %, die unter jener von Shopping Malls (4,1 %) sowie deutlich unter jener der 25 größten Einkaufsstädte Österreichs (6,1 %) liegt. Niedrige Standortkosten, einfache Bewirtschaftung und der große Parkplatz vor der Tür: Das sind für viele Expansionsverantwortliche nahezu unschlagbare Argumente.

... Feindbild für Umweltschützer

Genau diese Faktoren sind es aber auch, die in Zeiten der Klimakrise zunehmend für Gegenwind sorgen. Zwar verspürt Roman Schwarzenecker weiterhin eine Nachfrage nach Fachmarkt-Flächen. »Aber die Umweltprobleme werden immer heißer diskutiert. Ebenerdige Parkflächen, die den Boden versiegeln, sind immer schwerer genehmigungsfähig, da geht es sehr stark in Richtung Tiefgaragen oder Parkdecks. Wir werden das künftig nur noch mit multifunktionalen Objekten in den Griff bekommen«, meint der Experte. Die Immofinanz etwa will ihre »Stop Shop«-Fachmärkte künftig mit Wohnungen überbauen (<https://www.textilzeitung.at/business/news/immofinanzstop-shop-wohnen-ueber-dem-fachmarktzentrum-14149>). »Eine Genehmigung bekommt man künftig leichter, wenn Grund und Boden besser genützt werden. Aber das wiederum ist aus Investorensicht nicht ganz einfach«, so Schwarzenecker. »Ich gehe also von einem künftig gebremsten Wachstum aus. Das hat aber nichts damit zu tun, dass die Händler nicht mehr wollten.«