

NACHRICHTEN

Wintersaison heuer schwächer als 2019/20

Der heimische Wintertourismus hat das Niveau von vor der Pandemie noch nicht wieder erreicht. Dafür fehlen in der Saison 2022/23 bisher 5,1 Millionen Nächtigungsbuchungen, zeigen vorläufige Daten der Statistik Austria. Ab November verzeichneten die Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen bis Ende Februar 48,1 Millionen Übernachtungen – um 45,9 Prozent mehr als im Vorjahr, aber um 9,6 Prozent weniger als 2019/20. Im Vergleich zur Saison 2019/20 haben sich die Nächtigungen aus allen Hauptmärkten außer Belgien rückläufig entwickelt.

Weniger Aufträge für US-Industrie

Die US-Industrie hat im Februar überraschend einen Auftragsrückgang hinnehmen müssen, das dämpft die konjunkturelle Zuversicht. Die Bestellungen für langlebige Gebrauchsgüter wie Flugzeuge und Maschinen sanken um 1,0 Prozent zum Vormonat, wie das Handelsministerium am Freitag mitteilte. Ohne den Verkehrssektor ergab sich eine Stagnation. Experten hatten mit einem Plus gerechnet.

China: Lithium verbilligt sich massiv

Der Preiskrieg in der chinesischen Autobranche lässt die Notierungen für Lithium, den wichtigsten Batterierohstoff, einbrechen. Das Metall verbilligte sich in den vergangenen vier Wochen um ein Drittel und kostet inzwischen weniger als halb so viel wie bei seinem Rekordhoch im November. Auch in Europa und den USA kommen die günstigeren Preise an. Lithiumkarbonat verbilligte sich dem Rohstoff-Analyseschaus Fastmarkets zufolge bis Mitte März um ein Viertel auf 61,50 Dollar (56,53 Euro) je Kilo. Hintergrund des Preisverfalls ist das Auslaufen von Elektroauto-Kaufprämien in China – das bremst die Nachfrage.



Bunt, knallig und günstig – so in etwa könnte man das Geschäftskonzept des dänischen Diskonters Flying Tiger bezeichnen, der in Österreich weiter auf dem Vormarsch ist.

[Sarah Lauer/Sjgwjw.com]

Diskonter drängen auf den Markt

Handel. Viele Modegeschäfte haben die Coronakrise nicht überlebt. An deren Stelle ziehen nun ausländische Billigketten ein. Immer mehr Shoppingmalls mutieren zu Diskonterhochburgen.

VON DAVID FREUDENTHALER

Wien. Die Stimmung war schon einmal besser unter den heimischen Händlern. Vor allem der Modeindustrie machen die Nachwehen der Coronapandemie zu schaffen. Besonders kleinere Händler, die nicht ein ganzes Filialnetz hinter sich haben, würden wegen des steigenden Kostendrucks in Turbulenzen geraten, warnen Branchenvertreter. Dass nun auch viele international etablierte Handelsketten in die Pleite rutschen, überrascht aber auch Experten.

Anfang März meldete mit Peek & Cloppenburg (P&C) Deutschlands größter Modehändler Insolvenz an. Erhöhte Kosten, steigende Zinsen und eine eingeübte Konsumstimmung bescheren P&C einen dreistelligen Millionenverlust. Auf die 13 Kaufhäuser in Österreich soll die P&C-Pleite vorerst aber keine Auswirkungen haben. Selbiges gilt für die Filialen der niederländischen Modemarke Scotch & Soda, die Anfang dieser Woche Insolvenz anmeldete.

Auch wenn sich die jüngsten Pleiten noch nicht unmittelbar auf die heimischen Handelsflächen

auswirken, hat deren Ausverkauf längst begonnen. Der Onlinehandel brachte die Branche gehörig unter Druck. Allein im Mode- und Schuhhandel sind die Verkaufsfächen im vergangenen Jahrzehnt österreichweit um ein Sechstel zurückgegangen. Wesentlich dazu beigetragen hat neben dem Rückzug internationaler Marken auch die Pleite der Grazer Modekette Vögelte, die 2019 alle 57 Filialen schließen musste.

„Hauptsache billig“ zieht

Überall dort, wo strauhelnde Handelsketten in den vergangenen Jahren den Rückzug antreten mussten, stellen sich nun ausländische Diskonter an, um auf dem österreichischen Markt zu reüssieren. In wirtschaftlich unsicheren Zeiten treffen die Konzepte von Ketten wie Tedi, Peppo, Action oder Thomas Philipps den Zeitgeist.

Das Warensortiment reicht in diesen Geschäften von Kleidung über Elektro- bis hin zu Gartenbedarf. Hauptsache billig, lautet das Credo. Und es verlangt, „Immer mehr Shoppingmalls mutieren zu Diskonterhochburgen“, sagt Hannes Lindner vom Beratungsunter-

nehmen Standort + Markt. Gerade in Malls mit hohen Leerstandsquoten drücken die Marktneulinge die Mieten nach unten – und hauchen so manch verwaistem Einkaufszentrum wieder neues Leben ein. Drei Kriterien zählt Lindner auf, die für den Erfolg von Diskontern besonders entscheidend seien: Ein hoher Ausländeranteil, überdurchschnittlich hohe Arbeitslosigkeit und eine damit einhergehende geringe Kaufkraft.

„Auf dem Gewerbe-Immobilienmarkt findet ein Verdrängungswie Preiswettbewerb statt“, sagt auch Markus Kitz-Augenhammer, Vorstand der Immobilienrendite AG. Das breite Sortiment der neuen Marktteilnehmer erfordert nämlich entsprechend große Filialflächen. Obwohl die Schlacht um Rabatte auch in städtischen Einkaufszentren wie -straßen bereits sichtbare Spuren hinterlässt, konzentrieren sich die neuen Diskonter vor allem auf periphere Gegenden.

Von Deutschland kommend setzt der Lebensmittel-Diskonter Norma von Salzburg und Oberösterreich aus zur Eroberung Rest-Österreichs an. Mit Thomas Philipps – einer Art Gartencenter in-

klusive Haushaltswaren, Deko, Beautyprodukten und Spielzeug – hat ein weiterer neuer Player das heimische Handlungsparett betreten.

Leerstandsquote geht zurück

In der Elektronikbranche fordert der Neuzug Cherry die arrivierten Markenartikler heraus, und im Interior-Bereich macht der dänische Marktneuling Flying Tiger mit bunten Gadgets bewährten Einrichtungshäusern Konkurrenz. Vor allem Letztere lassen sich bevorzugt in teuren Lagen mit hoher Frequenz nieder, beispielsweise nahe der Wiener Mariahilfer Straße oder in der Wiener Innenstadt.

„Die jüngsten Neuanmeldungen zeigen: Diskont wird salonfähig“, sagt Standort-Experte Lindner. Mit ihnen meist billigst in Asien produzierten Waren stellen die neuen Player den Markt zunehmend auf den Kopf. Die arrivierten Ketten sollten die neue Konkurrenz jedenfalls ernst nehmen, rät Lindner. Ein Effekt der Billigmarken-Neuanmeldungen ist schon messbar: Die Leerstandsquote ist im Vorjahr deutlich zurückgegangen – im städtischen Bereich von 7,4 auf 6,8 Prozent.