

Einzelhandel weiterhin im Krisenmodus

Die Covid-19-Pandemie hat nach wie vor große Auswirkungen auf den stationären Handel in Österreich – und es gesellten sich weitere Herausforderungen hinzu. VON CLAUDIA AIGNER

Bereits Ende letzten Jahres stellt der Handelsverband fest, dass sich die Einzelhandelsumsätze in Österreich 2022 nominell zwar erhöhten, aufgrund der galoppierenden Inflation real jedoch um ein Prozent zurückgehen werden. Besonders die Krisengewinner der Covid-19-Pandemie kämpfen mit Umsatzrückgängen. Am deutlichsten fielen die Zahlen bei Elektrogeräten, Einrichtungsgegenständen sowie im Lebensmittelhandel. Von steigenden Umsätzen wird gemäß dem Handelsverband beispielsweise im Bereich Mode oder Sport ausgegangen. Von einer Trendwende zu sprechen sei jedoch verfrüht.

„Der Handel in Österreich sieht sich immer noch einer Vielzahl an Krisen gegenüber. Während Corona anscheinend hinter uns liegt, stellen Teuerung, hohe Energiepreise und herausfordernde Lieferketten den stationären Handel anhaltend auf eine harte Probe“, stellt Stefan Krejci von Re/Max Commercial Austria fest und ergänzt, „dass auch die neuen Kollektivvertragsabschlüsse für viele Betriebe eine weitere Herausforderung darstellen werden“.

Expansive Diskonter

Weiterhin auf Expansionskurs sind derzeit diverse Diskonter gepolt. Konzepte wie Action, Kik, Tedi oder Pepco nutzen sich bietende Möglichkeiten. Ebenso sind neue Marktteilnehmer zu finden – etwa das deutsche Unternehmen Thomas Philipps. Darüber hinaus werden Umsatzanteile, zum Beispiel im Sporthandel, durch den Rückzug von XXL Sports & Outdoor frei. Ob es hier zu Flächenübernahmen der verbleibenden Akteure kommen wird oder die Marktanteile anders aufgefangen werden, ist noch nicht feststellbar.

Auch ist eine gewisse Expansionslust im Bereich Lebensmittelhandel und Drogerie/Parfümerie zu beobachten. Obwohl neue Flächenaufschließungen und Umwidmungen für Stand-alone-Objekte österreichweit aufgrund sich immer weiter verschärfender Rahmenbedingungen auf der gesetzlichen Ebene (Flächenwidmung) besonders herausfordernd werden.

Teuerung, Energie, Arbeitskosten etc.

Die Expansionsbestrebungen außen vor, steht der österreichische Einzelhandel wie schon erwähnt vor einer Vielzahl an Herausforderungen. Die hohe Inflation kann nicht eins zu eins an



↑ Diskontkonzepte wie Tedi (Foto), Action, Kik oder Pepco befinden sich auf Expansionskurs.

die Konsumenten weitergegeben werden, was sich negativ auf die Deckungsbeiträge der Unternehmen auswirkt. Die Inflation bleibt auf absehbare Zeit hoch. Während Zinsen oder sinkende Rohstoffpreise eine dämpfende Wirkung haben, werden höhere Produktionskosten in die Berechnung miteinspielen. „Das ist insofern ein Problem, als dass sich dies für mögliche Investitionen in die Unternehmen, beispielsweise in den Ladenbau, in den Onlineauftritt etc., als eine weitere Hürde herausstellen könnte“, schätzt Krejci.

Die hohen Energiekosten treffen Händler je nach Branche ebenfalls an unterschiedlichen Fronten, so beim eigenen Transport. Aber auch Einkaufszentren spüren den Preisdruck durch steigende Betriebskosten, weshalb erste Standorte bereits eine Reduktion der Öffnungszeiten durchsetzen. Darüber hinaus bleibt das Aufrechterhalten von Lieferketten eine Herausforderung wie die durch die hohe Inflation bedingten höheren Ab-

schlüsse der Kollektivverträge, die auch dann noch zu stemmen sind, wenn die Inflation auf ein niedrigeres Niveau sinken wird.

Kreative Umnutzungen gefragt

Jedenfalls geht Standort+Markt der City-Retail-Studie 2022 davon aus, dass in den zwanzig größten Städten Österreichs Verkaufsflächen von rund 54.000 Quadratmeter aufgegeben wurden. Bei der Nachverwertung ehemaliger Handelsimmobilien kommt es zukünftig noch mehr als bisher auf entsprechende Kreativität bei den Umnutzungen an – die, wenn sie gut umgesetzt werden, zu attraktiven Renditen führen können.

„Die Gastronomie, Sport- und Wellnessangebote sowie öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen spielen eine wichtige Rolle bei möglichen Umnutzungen. Obwohl es sich dabei um Branchen handelt, die es teilweise besonders hart getroffen hat, ist der Blick in die Zukunft zuversichtlich“, meint Raimund Baumgarten, Re/Max Commercial, Experte für Hotel und Gastronomie. Als Beispiel nennt er den im November 2022 angekündigten Aufbau einer Sport-Erlebniswelt im G3-Shopping-Resort Gerasdorf.



„Kam der Retailmarkt bereits vor Corona unter anderem durch den Onlinehandel unter Druck, können zukünftig auch Alternativen zur Umnutzung rar werden.“

Stefan Krejci, Re/Max Commercial Austria

„Dennoch ist es aufgrund der aktuellen geopolitischen Situation schwierig, eine valide Prognose abzugeben“, schränkt Baumgarten ein. Weiterhin hoch im Kurs stehen die Fachmarkt-agglomerationen, die ein besonders hohes Angebot an Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittelhandel, Drogerien, Apotheken, Tierbedarf etc.) aufweisen. Dies hängt mit den Erfahrungen der letzten Jahre zusammen und berücksichtigt, dass der gebotene Branchenmix wohl erst bei noch schwereren politischen und wirtschaftlichen Krisen ernsthaft in Bedrängnis kommen könnte. ■

OIZ
ÖSTERREICHISCHE IMMOBILIEN ZEITUNG



Newsletter-Anmeldung

Um sich für den OIZ-Newsletter anzumelden, nutzen Sie bitte einfach den Anmeldelink auf unserer Homepage www.oiz.at



Der OIZ-Newsletter erscheint 10 Mal jährlich und berichtet knapp und kompakt über aktuelle Entwicklungen, die neuesten Deals und über rechtliche Änderungen innerhalb der Branche.

www.oiz.at