

Diskonter auf dem Vormarsch

Viele nationale und internationale Retailer stehen auf der Expansionsbremse, auch das bestehende Filialnetz wird immer öfter evaluiert. Davon ausgenommen sind Diskonter: Ihr Wachstum ist nach wie vor dynamisch.

Von Ursula Rischaneck



Foto: iStock.com/Axel Bueckert

Wie eine Händlerbefragung des Handelsverbandes zeigt, überlegen immerhin 14 Prozent der Händler, noch heuer ihre Geschäftstätigkeit zu beenden.

Die Leerstandsrate ist in den wichtigsten Einkaufsstraßen des Landes von 7,4 auf 6,8 Prozent gesunken.

Weniger Verkaufsflächen

Nach Angaben des Beratungsunternehmens Standort+Markt haben sich in jüngerer Vergangenheit österreichweit die Verkaufsflächen grosso modo verringert – im Mode- und Schuhhandel etwa ist die Verkaufsfläche im letzten Jahrzehnt um rund 16 Prozent zurückgegangen. „Während anfänglich der Rückgang in Streulagen stattfand und daher kaum spürbar war, dehnt er sich nunmehr auch auf innerstädtische Lagen aus“, sagt dazu S+M-Gesellschafter Roman Schwarzenegger. So verzeichneten die 20 größten innerstädtischen Einzelhandelsensembles von 2020 auf 2023 einen Rückgang von über zwei Prozent, allein im Vorjahr sind in den wichtigsten Einkaufsstraßen des Landes rund 1.600 Quadratmeter Verkaufsfläche verloren gegangen. In der Leerstandsrate schlägt sich diese Entwicklung auf den ersten Blick noch nicht nieder: Diese ist nämlich in den wichtigsten Einkaufsstraßen des Landes von 7,4 auf 6,8 Prozent gesunken. „Das liegt aber vor allem daran, dass viele Geschäftslokale nach einem Leerstand umgebaut und einer anderen Nutzung als dem Handel zugeführt werden“, sagt Schwarzenegger.

Luxus und Diskont expandieren

Doch es gibt Ausnahmen: Während gleichsam die Mittelschicht des Handels ums Überleben kämpft, sieht es an den beiden Enden der Skala anders aus. Hochpreisige und Luxusmarken, aber auch Diskonter sind nach wie vor auf dem Expansionsrip. Von jenem der Erstgenannten profitieren allerdings ausschließlich Top-Lagen, also namhafte Innenstädte und Shopping Malls. „In Hochfrequenzlagen wie dem Goldenen U in Wien übersteigt nach wie vor die Nachfrage das Angebot“, erzählt Tanja Tanczer, Head of Retail bei Colliers Austria. Dies sehr zur Freude der Vermieter: Sie können nicht nur auf den bisherigen Mieten bestehen, sondern bei Neuvermietungen auch die Inflation dazurechnen. Anders sieht es hingegen abseits der absoluten Top-Lagen aus: Eigentümer müssen hier potenziellen Mietern mit verschiedensten Incentives entgegenkommen. „Das können beispielsweise ein längerer mietfreier Zeitraum oder eine Staffelmiete sein“, so Tanczer. Dennoch fällt auch da eines auf: „Die Mikrolage wird immer wichtiger“, sagt die Retailexpertin. So würde beispielsweise der Bau des Kaufhauses Lamarr auf der Wiener Mariahilfer Straße die Nachfrage nach



Der niederländische Diskonter Action hat kürzlich seinen 100. Standort in Österreich eröffnet. Foto: Action/APA-Fotoservice/Rudolph

Geschäftsflächen hinauf bis zur Neubaugasse beflügeln. Daher stünden die Aussichten auf eine Neuvermietung für jene Shops, die in diesem Abschnitt leer stehen, gut, die Mieten seien stabil. Ab der Neubaugasse werde es allerdings schwieriger, freie Geschäfte wieder mit Mietern zu füllen.

Alte und junge Hasen am Markt

Ungebrochen ist auch der Expansionsdrang der Diskonter, wie die aktuelle Diskontmarktstudie von Standort + Markt zeigt, für die insgesamt 31 Filialisten mit fast 2.900 Shops, einer Verkaufsfläche von über zwei Millionen Quadratmetern sowie einem geschätzten Umsatz von knapp zehn Milliarden Euro aus den Bereichen Aktionspostenmarkt, Bekleidungs-, Lebensmittel-, Einrichtungs- sowie Sport-, Elektro- und Bürowarendiskont analysiert wurden. Dabei eröffnen nicht nur bekannte Player wie Hofer, Lidl, Penny und Co. laufend neue Standorte. Vielmehr haben in der jüngeren Vergangenheit auch neue Marktteilnehmer mit ersten Standorten in Österreich aufhorchen lassen – und alle drücken dabei ordentlich aufs Tempo: Nach seinem Markteintritt im Jahr 2021 betreibt die polnische Handelskette Pepco hierzulande mittlerweile 67 Filialen. Der niederländische Non-Food-Diskonter Action, seit 2015 hierzulande auf dem Markt, eröffnete kürzlich gar seine 100. Filiale. Die rasante Expansion führt Action-Österreich-Geschäftsführer Boyko Tchakarov auf die Unternehmensstrategie zurück: „Für uns steht das Einkaufserlebnis unserer Kunden im Vordergrund. Wir bieten ein überraschendes, abwechslungsreiches Sortiment und überzeugen mit möglichst niedrigen Preisen. Zwei Drittel des Angebots ändern sich ständig. Jede Woche landen über 150 neue Artikel in den Regalen – darunter bekannte Premiummarken sowie beliebte Eigenmarken. Unsere Kunden kommen immer wieder, weil sie neben ihren Lieblingsprodukten stets auch neue Artikel entdecken.“ Auch das Osnabrücker Familienunternehmen Thomas Philipps gibt Gas: Der „Discounter für Heim & Garten“, der 16 Sortimentsgruppen – von Pflanzen über Werkzeug bis zur Deko – führt, eröffnete im März 2022 seinen ersten Markt in Köflach, drei weitere folgten. Für Juni ist die Eröffnung von zwei weiteren Standorten geplant, im Juli folgt eine Filiale in Gerasdorf. „Unser Ziel sind mittelfristig 30 Filialen“, sagt Österreich-Chef Martin Gaber. Das Unternehmen errichtet dabei seine Filialen nicht selbst, sondern besetzt frei gewordene Lücken in Fachmarktzentren oder übernimmt ebensolche Einzelimmobilien. Auch andere Diskonter setzen auf Bestandsimmobilien, wobei sich diese – je nach Konzept – durchaus auch in Innenstädten und Einkaufszentren befinden können. Und sie sind gern gesehen: „Diskonter sind Frequenzbringer“, sagt Gaber.