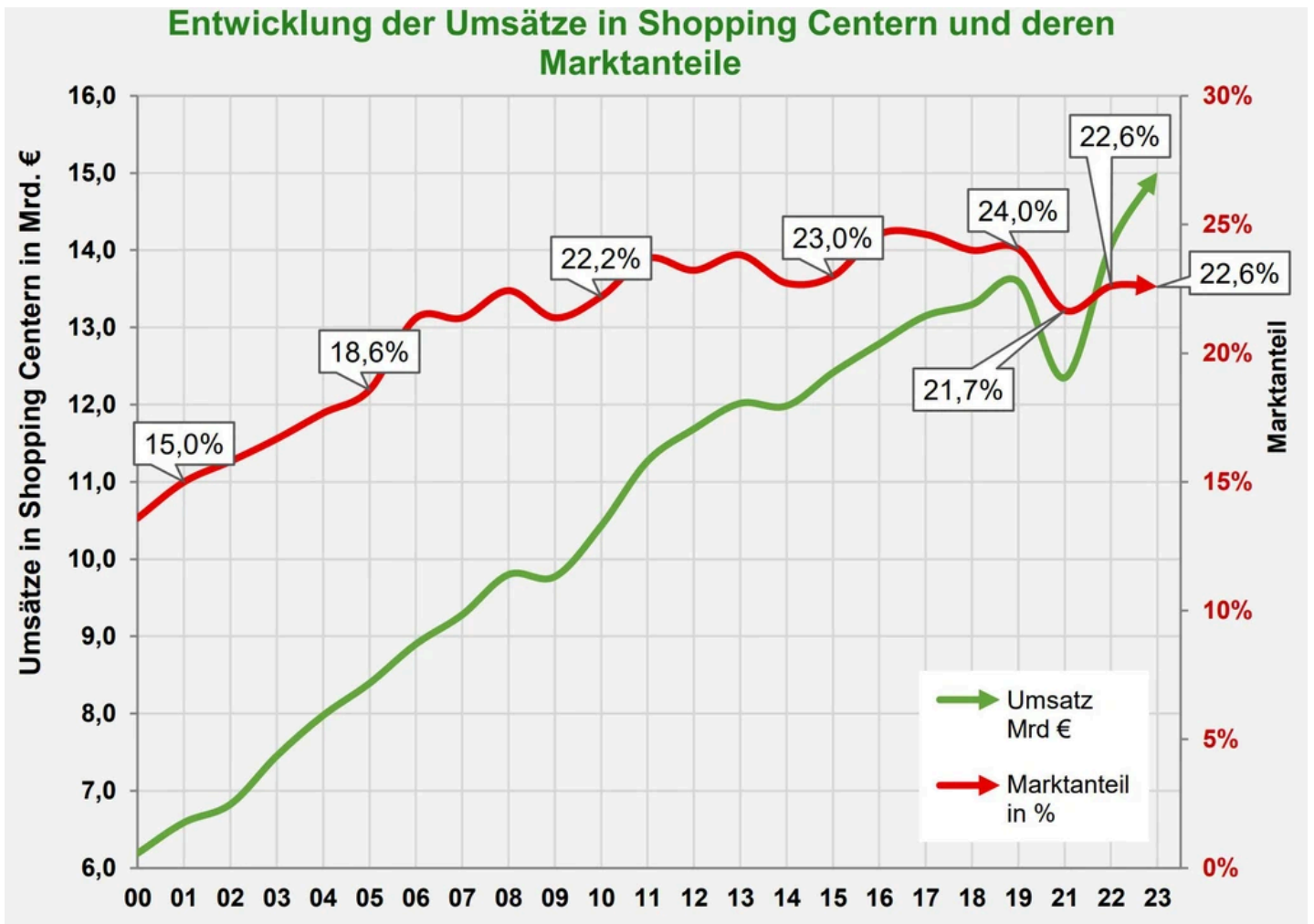


Einkaufszentren stagnieren

Aber geringer Leerstand und Expansion bei Diskont

von Leon Protz



Sinkender Marktanteil bei SCs © Standort + Markt

Obwohl der Umsatz von Shopping-Malls in den vergangenen zwei Dekaden - mit Ausnahme der Pandemie-Jahre - stetig gestiegen ist, stagniert der Marktanteil seit den Lockdowns. So kommt Standort + Markt in ihrer neuen Analyse "Shopping Center 2023/24 in Österreich" zu dem Ergebnis, dass die Boom-Jahre der Asset-Klasse vorbei sind, wobei die Flächendynamik zuletzt fast zum Stillstand gekommen ist. Eigenkonkurrenz, Expansionsunlust, E-Commerce und behördliche Hürden erweisen sich als die stärksten Kontrahenten eines florierenden Marktes für Shopping-Center. Man hat sich laut Bericht zwar von der Pandemie erholt, aber noch lange nicht zur Gänze. Ein Lichtblick seien die niedrigen Leerstandsquoten. Diese sind trotz Krisen konstant und niedrig. Retail Parks zwacken als letzte „Lückenfüller“ im Retail-Universum Marktanteile von Shopping-Centern ab. Mode befindet sich zurzeit leider auch im Rückwärtsgang. Diskont hingegen expandiert und erhält Einzug – nicht nur in Retail Parks, sondern auch den Malls. Gastronomie wächst im Gesamtsektor der SC (nachweislich) kaum. Trotzdem seien Gastronomie und Freizeitangebote die Innovationstreiber im Bereich der SC. Ein neuer Trend, der sich abzeichnet, seien SC-Hybrid (z.B. (kleine) Quartiere/Kombinationen mit Wohnen und Büros). Die Co-Existenz mit E-Commerce gelte als größte Herausforderung für die Zukunft.