



Neue Shoppingmalls und Fachmarktzentren werden in Österreich kaum mehr gebaut.

BILD: SN/SYDA PRODUCTIONS - STOCK.ADOBE.C

Die „Großfläche“ stagniert

Es werden kaum mehr Shoppingmalls und Fachmarktzentren gebaut.
Bestehende Objekte erweitern ihre Flächen ohne viel neue Bodenversiegelung.

BERNHARD SCHREGLMANN

Die gute Nachricht zuerst: Die Bodenversiegelung durch Shoppingcenter oder Fachmarktzentren in Österreich ist inzwischen sehr gering. Darauf weist Hannes Lindner, Geschäftsführer von Standort & Markt, hin: „Neuflächen gibt es nur mehr sehr eingeschränkt, eher kommt es zu Erweiterungen.“

Doch wovon ist konkret eigentlich die Rede? Ein Shoppingcenter (SC) wird einheitlich geplant und geführt über mindestens 4000 Quadratmeter GLA (Gross Leasable Area, also die gesamte vermietbare Fläche). Ein Einkaufszentrum oder eine Shoppingmall (SM) hat mindestens 20 Betriebe beziehungsweise zehn Betriebe bei zwei Magnetbetrieben. Und ein Fachmarktzentrum oder Retail Park (RP) braucht mindestens fünf großflächige Fachmärkte.

Die größten Shoppingmalls in Österreich sind die Shopping City Süd in Vösendorf vor dem Donauzentrum in Wien und der Plus City in Linz. Der Salzburger Europark rangiert hier an fünfter Stelle. Das größte Fachmarktzentrum ist der Gewerbepark Stadlau in Wien gefolgt von der Arena Fohnsdorf in der Steiermark und den Shopping-Galerien in Parndorf im Burgenland.

Insgesamt gibt es in Österreich 130 Shoppingmalls und 117 Retail Parks, das sind drei RP mehr als 2021. Die Zahl der Shops in beiden Kategorien hat sich um 43 auf 8675 verringert. Gleichzeitig hat sich der Gesamtumsatz 2023 um 2,8 Mrd. Euro auf 15,2 Mrd. Euro erhöht. Trotzdem ist der Marktanteil von SM und RP seit 2019 von 24 Prozent auf 22,6 Prozent zurückgegangen. Die Zahl der

Besucher erreichte im Vorjahr 567 Millionen. Zurück zum Thema Fläche: Diese hat sich zwischen 2021 und 2023 um 76.600 Quadratmeter erhöht. „Davon entfallen 36.700 Quadratmeter auf Erweiterungen“, betont Lindner. Gleichzeitig gab es einen Flächenabgang von 31.300 Quadratmetern, der vor allem durch geplante Relaunches begründet ist.

Insgesamt gibt es damit in Österreich Shoppingmalls und Retail Parks zusammengekommen 4,3 Millionen Quadratmeter Ge-

samtfläche, die reine Verkaufsfläche liegt bei 3,6 Millionen Quadratmetern. „Dynamik sieht anders aus“, sagt der Experte, betrachtet man die Entwicklung der Verkaufsflächen in den vergangenen Jahren: „Die Boomjahre sind vorbei, die Flächendynamik ist fast zum Stillstand gekommen.“ Das werde auch weiterhin so bleiben, vermutet Lindner: „Gründe sind die Expansionsunlust mancher großer Ketten, die steigende Konkurrenz durch E-Commerce und hohe behördliche Hürden.“

BODENVERBRAUCH SINKT

Im vergangenen Jahr sank der Flächenverbrauch für die Errichtung von Gebäuden, Infrastruktureinrichtungen und Freizeitflächen substantiell. Das zeigt die Auswertung aktueller Daten des Bundesamts für Eich- und Vermessungstechnik (BEV) durch Kreuzer Fischer & Partner. Demnach wurden im Jahr 2023 bundesweit rund 2912 Hektar für zivilisatorische Zwecke neu beansprucht und damit um 1444 Hektar weniger als ein Jahr davor. Prozentuell entspricht das einem Rückgang um etwa ein Drittel. „Verantwortlich dafür war im Wesentlichen die stark unter Druck gekommene Neubauproduktion“, sagt Studienautor Andreas Kreuzer: „Wird weniger neu gebaut, wird auch weniger Boden beansprucht.“ Prozentuell den stärksten Rückgang gab es im Vorjahr in Vorarlberg. Im Jahresvergleich sank der Bodenverbrauch dort um gut 80 Prozent.

Mittelfristig betrachtet entwickelt sich laut dem Experten die Flächenneuanspruchnahme in allen Bundesländern rückläufig, mit Ausnahme von Wien.



Der Diskonter wird salonfähig, vor allem im Bekleidungsbereich.



Hannes Lindner,
Geschäftsführer Standort & Markt

BILD: SN/STANDORT & MARKT

Wie attraktiv die Immobilien sind, zeigt der jährliche Umsatz pro Quadratmeter Gesamtfläche. Er lag im Vorjahr bei 3900 Euro. Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch die Leerstandsquote, die bei 4,6 Prozent liegt, das ist um 0,4 Prozentpunkte höher als 2021. Lindner: „Der Leerstand ist trotz der Krisen konstant und niedrig.“

Die Fluktuationsrate hat sich um 1,2 Prozentpunkte auf 14,2 Prozent erhöht. Große Player, die aus dem Markt gegangen sind, waren XXL Sports und Conrad. Zu den häufigsten Mietern in Shoppingmalls zählen DM, Deichmann und Tom Tailor, in den Retail Parks sind es DM, Kik und Takko.

Aber auch innerhalb der Shoppingmalls gibt es Veränderungen. „Der Anteil der Diskonter steigt, vor allem in der Bekleidung“, sagt Lindner: „Viele können sich die Mieter nicht mehr aussuchen, der Diskonter wird quasi salonfähig.“ Generell ist der Modesektor eher im „Rückwärtsgang“ unterwegs, liegt aber in den Shoppingmalls nach wie vor bei rund 30 Prozent. Die Gastronomie liegt aktuell bei 6,2 Prozent nach 6,1 Prozent im Jahr 2013, also vor zehn Jahren. „Die Gastro wächst kaum. Trotzdem sind Gastronomie und Freizeitangebote Innovations-treiber“, betont der Experte: „Im Kommen sind hybride Formen, die zum Beispiel auch Wohnen und Büros umfassen.“

Generell hätten sich Shoppingmalls und Retail Parks von der Pandemie erholt, aber nicht zur Gänze. Künftig würden Shoppingcenter vor allem dort laufen, wo viele Menschen sind, also in dichter besiedelten Gebieten. Fachmarktzentren würden dagegen eher in ländliche Gebiete vordringen. Lindner: „Die Herausforderung für die Zukunft wird aber die Koexistenz von stationärem Handel und E-Commerce sein.“