

# Diskontmarkt: wer expandiert in Österreich?



Pixabay

Die Ergebnisse der Publikationen Standort+Markt Diskontmarkt & Expansionshandbuch zeigen, dass Diskonter in den letzten Jahren salonfähig geworden sind.

Die Aktionsposten-Diskonter haben in den vergangenen 15 Jahren in Österreich rasant expandiert. Gab es im Jahr 2009 hierzulande erst 13 Aktionsmärkte, sind es aktuell bereits 376. Die Tendenz ist "weiter steigend", so die Studienautoren Brigitte Moser und Roman Schwarzenecker. Die wichtigsten Markteintritte von Aktionsposten-Diskontern waren 2013 Tedi, 2017 Action und 2024 Woolworth.

Action betreibt in Österreich rund 120 Filialen und bietet 6.000 Produkte zu niedrigen Preisen in 14 Kategorien an. Ein Drittel des Sortiments ist fix. Für Hofer, Lidl und Eduscho/Tchibo ist der Verlust von Marktanteilen im Bereich Non-Food laut Marktbeobachtern schmerzhaft.

Filialisten fühlen sich am „wohlsten“ in Shopping Malls, Retailparks und Fachagglomerationen. Die Cities haben leicht an Attraktivität für Diskonter verloren. Auffallend ist auch, dass dort, wo ein höherer Migrationsanteil da ist auch ein höherer Diskontanteil zu verzeichnen ist. Diskontmärkte sind willkommene Frequenzbringer, wodurch die geringe Miete seitens der Bestandsgeber akzeptiert wird.

Bei Woolworth könne man "von einer weiteren groß angelegten Expansion - beziehungsweise in diesem Fall bereits Explosion" sprechen, so die Experten. Nach mehr als einem Jahrzehnt kehrte der deutsche Diskonter auf den österreichischen Markt zurück. Man zählte bis inklusive heuer im März 27 Woolworth-Niederlassungen in Österreich. Sechs weitere Neueröffnungen, etwa in Kitzbühel und Vösendorf, sind allein für April auf der Unternehmenswebsite angekündigt. Weitere in Österreich aktive Aktionspostenmärkte sind Thomas Philipps, aus & raus, Trend's Center, Sewa und GiFi.

"Standort + Markt" hat in seiner Diskontmarktstudie insgesamt 32 Filialisten mit fast 2.830 Standorten, einer Verkaufsfläche von über 2,2 Mio. Quadratmetern sowie einem geschätzten Umsatz von 10,5 Mrd. Euro erfasst. 77 Prozent der Umsätze stammen aus dem Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich, 7 Prozent aus dem Bekleidungssektor, 6 Prozent von Einrichtungsdiskontern, 7 Prozent von Aktionspostenmärkten und 3 Prozent von Sport-, Elektro- und Bürowarendiskontern.

Bei Lebensmittel-Diskontern ging seit 2009 die Zahl der Filialen um rund 3 Prozent zurück. Zwischen 2015 und 2017 gab es durch die Zielpunkt-Insolvenz (minus rund 250 Filialen) einen starken Einbruch. Durch die Expansion von Hofer und Lidl sei die Anzahl der Filialen wieder "auf ein höheres Niveau gebracht worden", so Schwarzenecker. Der Diskontanteil im filialisierten Lebensmittelhandel, bezogen auf die Anzahl der Filialen, liegt derzeit bei rund 19 Prozent.

Die Einrichtungsdiskonter konnten seit 2009 ihre Filialzahl um über 40 Prozent auf 231 erhöhen. Als Möbel-Diskonter sind hierzulande Möbelix, Mömax, JYSK und Matratzen Concord aktiv. Der Sportdiskontbereich

wuchs bis 2015 aufgrund der Übernahme von Sport Eybl & Sports Experts durch den britischen Sport-Diskonter Sport Direct und reduzierte sich danach aufgrund von Schließungen zahlreicher Sports-Direct-Filialen. Der französische Sport-Diskonter Decathlon startete im Jahr 2018 in Österreich und eröffnete bisher fünf Filialen.

Die Experten orten "im stagnierenden stationären Einzelhandel bei Teilen des Diskontmarkts eine relativ hohe Dynamik". Durch die Pandemie, die Inflation und sinkende reale Kaufkraft sei "die Attraktivität der Diskontanbieter für die Kunden deutlich erhöht" worden. Freiwerdende Fachmarkt-Flächen werden laut "Standort + Markt" gerne von Diskontmärkten genutzt (APA/red)