



Google kauft um 32 Milliarden Dollar zu Übernahme. Der US-Internetkonzern Google übernimmt in einem zweiten Anlauf die israelische Datensicherheitsfirma Wiz. Ein Kaufvertrag wurde am Dienstag unterzeichnet. Die Übernahme kostet Google 32 Mrd. US-Dollar (29,3 Mrd. Euro).

APA / JOSH EDELSON



Geiz ist wieder geil: Aktionsmärkte expandieren

Diskontboom. Mehr als 360 neue Filialen in 15 Jahren

VON ANITA STAUDACHER

Von wegen Filialsterben. Während im heimischen Einzelhandel die Verkaufsflächen schrumpfen, zeigt sich bei den Diskontern ein ganz gegenteiliger Trend: Insbesondere Aktionspostenmärkte schießen wie die Schwammerl aus dem Boden und füllen die durch Geschäftsschließungen entstandenen Leerstände in Einkaufs- oder Fachmarktzentren.

Wie die Handelsberater von Standort & Markt erhoben, schnellte die Zahl der Aktionspostenmärkte seit 2009 von 13 auf 377 in die Höhe. Der Gesamtumsatz beträgt 720 Mio. Euro. Dominiert wird die hart umkämpfte Billigschiene von der niederländischen Kette Action, die erst vor sieben Jahren in Österreich durchstartete und inzwischen 120 Filialen betreibt. Zu Aktionspreisen werden 6.000 Produkte in 14 Kategorien angeboten. Ein Drittel des Sortiments ist fix.

Hinter der deutschen Kette Tedi folgt an dritter Stelle bereits Woolworth. Der nach zehnjähriger Abwesenheit erst im Vorjahr nach Österreich zurückgekehrte deutsche Diskonter sperrte gleich 27 Filialen auf. Sechs weitere Shops sollen heuer folgen, etwa in Vösendorf. Weitere boomende Billigshops sind aus & raus, Thomas Philipps oder Sewa.

Laut Standort & Markt ziehen die neuen Diskonter bevorzugt in frei werdende Flächen in Shoppingcentern oder Fachmarktzentren ein, weil dort die Mieten leistbarer geworden sind. „Die Aktionsmärkte sind dort willkommen Frequenzbringer“, ergänzt Handelsberater Roman Schwarzenacker von



WEINGARTNER FOTO / PICTUREDESK.COM

Die deutsche Kette Woolworth liefert sich ein Diskontmatch mit Action, Tedi und Sewa

„Die Aktionsmärkte sind willkommen Frequenzbringer in den Einkaufs- und Fachmarktzentren“
Roman Schwarzenacker Standort & Markt

Standort & Markt. Insgesamt hätten sinkende Kaufkraft und stärkere Preissensibilität Geiz wieder geil und die Diskonter salonfähig gemacht. Auch ein steigender Migrantenanteil begünstigt die Expansion der Billiganbieter.

Der Höhepunkt der Expansionswelle dürfte aber überschritten sein. Mit den chinesischen Billiganbietern

Shein oder Temu hätten die Aktionsmärkte eine starke Online-Konkurrenz bekommen, was sich in den nächsten Jahren auf die Filialdichte auswirken könnte, glaubt Schwarzenacker.

10 Mrd. Euro Umsatz

Insgesamt stieg die Zahl der Filialisten im Diskontbereich seit 2009 um 15 Prozent auf 2.830 Shops mit einer Verkaufsfläche von über 2,2 Millionen m² sowie einem geschätzten Umsatz von 10,5 Mrd. Euro. Gemessen an den Konsumausgaben beträgt der Diskontanteil am gesamten Retailmarkt inzwischen 16 Prozent. Das größte Stück vom Kuchen entfällt mit 77

Prozent auf dem Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich, der – auch wegen der neuen Aktionsmärkte – leicht rückläufig ist. Die größten Player hier sind Hofer, Lidl, Penny, T&G und Norma.

Sieben Prozent entfallen auf dem Bekleidungssektor, dessen Anteil u.a. durch das Aus von Pepco oder Reno etwas zurückging. Dominierend sind hier Kik, Primark, NKD und TK Maxx. Die Aktionsmärkte kommen ebenso wie die Einrichtungsmärkte auf sieben Prozent. Schwarzenacker sieht viel Potenzial für Newcomer. So soll noch heuer der Online-Modehändler Zalando ein Outlet in der Mariahilfer Straße eröffnen.