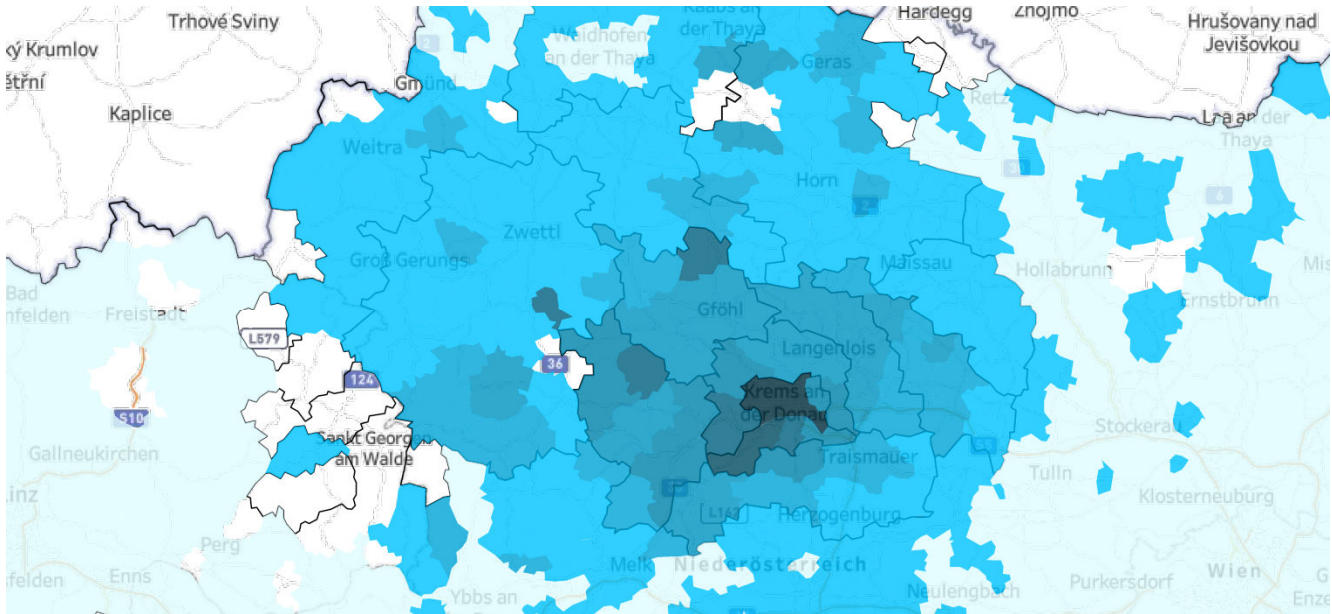


S+M Special Research: Besucheraufkommen vor und nach dem Retail-Shutdown

Wer kommt noch und wer bleibt lieber zu Hause? Performancemessung der Zukunft!



Weniger Besucher – eh klar! Aber wie viele und wer bleibt fern?

Die Faktenlagen in Österreich zu Umsatzeinbrüchen im Handel und Mietausfällen in der Immobilienwirtschaft im Zuge des Shutdown hat sich nicht zuletzt durch unser Research zwischenzeitlich massiv verbessert. Was aber bis dato weitestgehend unbeleuchtet blieb ist die Veränderung des Besucheraufkommens in Cities und Einkaufszentren.

Gemeinsam mit einem österreichischen Telekomunternehmen haben wir ein Tool entwickelt, mit dem diese Veränderungen transparent, objektiv und exakt dargestellt werden können. Der eigentliche Zweck dieses Tools ist mit einem Satz schnell beschrieben: **Monitoring der Besucherströme und Erfolgsprüfung von Aktivitäten & Maßnahmen nahezu jeder Art.**

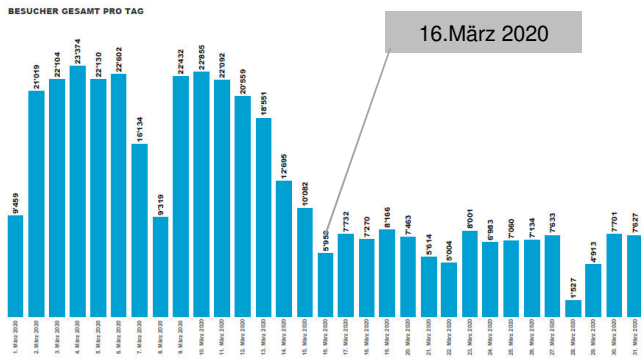
Klingt einfach, ist es aber nicht; unzählige nach DSGVO anonymisierte Daten sind erforderlich, um messen zu können, woher Besucherströme kommen, wo sie wieder versiegen und durch welche Aktivitäten sie mehr oder weniger stark „angeheizt“ werden können. Neben zahlreichen bereits umgesetzten Anwendungen im Fremdenverkehr und Verkehrsbereich sind die Daten natürlich auch für Handel, Gastronomie und Dienstleistung spannend, insbesondere natürlich dort, wo sie gehäuft und kombiniert zu Tage treten, nämlich in Cities, Shopping Malls und Retail Parks.

Als Berater im Schnittbereich zwischen der Immobilienwirtschaft und dem Handel ist uns bewusst, was für viele Akteure in diesen Spezial-Sektoren von besonderem Interesse ist:

- Woher kommen die Kunden?
- Oder noch besser: aus welchen Gebieten kommen sie leider nicht?
- Wie hoch ist mein Marktanteil im Einzugsgebiet, in Subgebieten oder gar in einzelnen Postleitzahlen?
- Wie stark und wo verändert sich mein Marktanteil, wenn ich bestimmte Aktivitäten setze?
- Mittlerweile eher selten, aber natürlich auch im Standard-Programm: Wie hoch war das absolute Besucheraufkommen?

Nun ist es erstmals möglich, mit diesem gemeinsam entwickelten Tool die Wirksamkeit von Aktivitäten effizient und tagesaktuell zu überprüfen. Grund genug, den verordneten Shutdown im Retail gleich als Use-Case zu verpacken: mit welchen Besucherrückgängen ist z.B. die Kremser Innenstadt konfrontiert? Hat sich das Einzugsgebiet durch den Shutdown maßgeblich verändert, also verkleinert? Oder ist es in der Ausdehnung zwar ähnlich groß geblieben, aber der Kundenanteil aus entfernten Gebieten hat sich deutlich verringert?

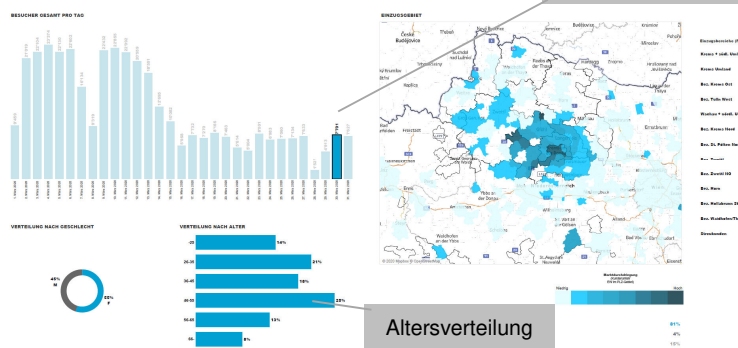
BESUCHERSTROM MONITORING | KREMS INNENSTADT



Wir sehen in der nebenstehenden Grafik die täglichen Besucherzahlen der Innenstadt von Krems; der Wert am Montag, dem 16. März 2020, erreichte lediglich 27% des Wertes eines gewöhnlichen Montags, wie etwa dem „Pre-Corona-Wert“ vom 9. März 2020. Auffallend an der Besucher-Monatsganglinie ist bereits die offenkundig eingetrübte, verunsicherte Stimmung an den Tagen vor dem Shutdown: Montag, Dienstag und Mittwoch waren noch auf üblichem Besucherniveau, aber bereits der Donnerstag, verstärkt der Freitag und ganz stark der Samstag vor dem Retail-Shutdown waren von massiven Besucherrückgängen gekennzeichnet. Am Sonntag gehört offenkundig Krems primär den Kremsern, das Besucheraufkommen des innerstädtischen Bereichs war auch vor Corona nicht besonders hoch.

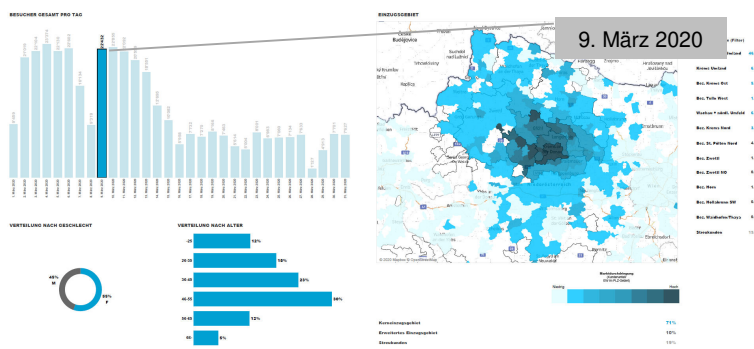
Wir schreiben Montag, den 30. März 2020, 2 Wochen Retail-Shutdown sind absolviert. Was hat sich gegenüber einem Montag vor dem Shutdown hinsichtlich der Kundenherkunft und der Marktanteile geändert? Bereits auf den erst Blick erkennt man, dass sich im Zuge des Shutdown die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets (in der nebenstehenden Grafik symbolisiert mit dem blauen „Fleckerlteppich“, der den Besucher-Marktanteil der Kremser Innenstadt reflektiert) deutlich eingengt hat. Konnten vor dem Shutdown, was man an in der untenstehenden Grafik gut erkennen kann, im nennenswerten Umfang Besucher aus dem nördlichen Waldviertel angesprochen werden, bleiben diese Besucher nun aus. Ähnlich verhält es sich um das zwischen St. Pölten und Krems traditionell hart umkämpfte südliche Hinterland, auch hier „tröpfeln“ seit dem Shutdown nur mehr vereinzelt Kunden in den Kremser Stadtkern.

BESUCHERSTROM MONITORING | KREMS INNENSTADT



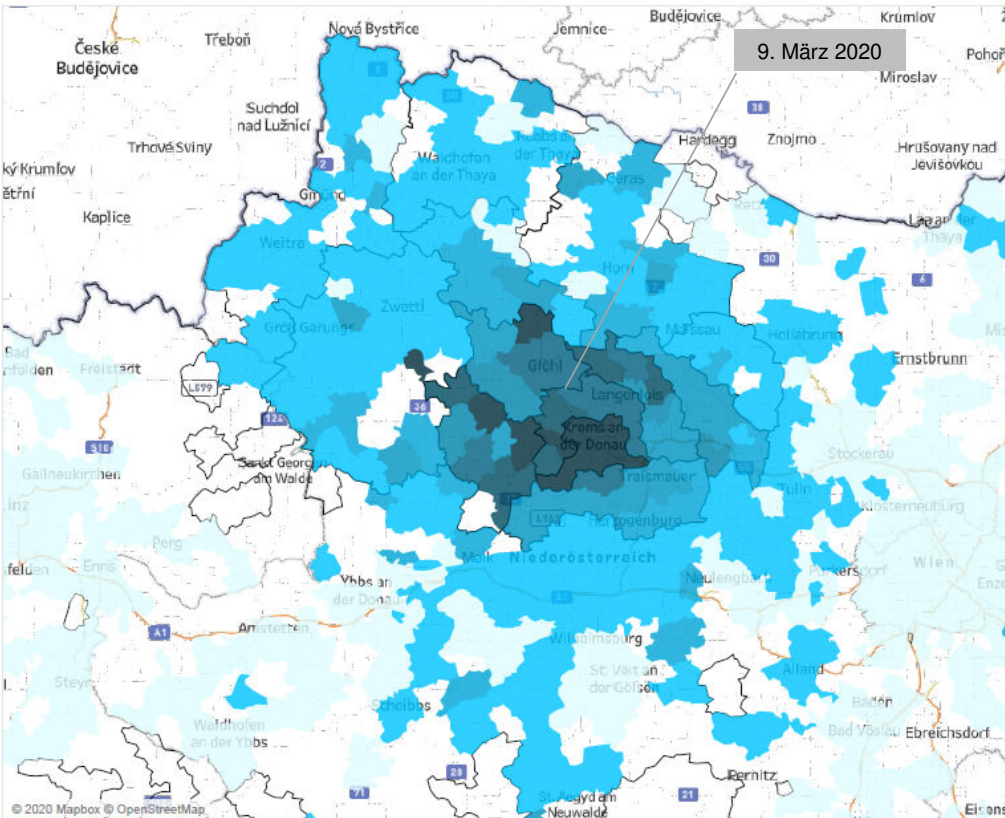
Übrigens: die Verteilung zwischen männlichen und weiblichen Besuchern blieb in den beiden Untersuchungsräumen nahezu unverändert. Auffällig ist aber, dass sich die Altersverteilung der Besucher vor und nach dem Shutdown verändert hat: Vor dem Shutdown war insbesondere die Konsumfreudigere Altersschicht (zwischen 26 und 55 Jahren) stärker vertreten, im Shutdown stieg der Anteil der unter 25-Jährigen um 17% und die Altersgruppe der über 66-Jährigen sogar um 60%. Das Ergebnis bestätigt unsere Vermutungen: die vormals Kaufwilligen aus dem Umfeld bleiben im Zuge des Retail Shutdown zu Hause, deren Anteil ist nun gesunken – der absolute Rückgang der Besucherfrequenz resultiert damit verständlicherweise primär aus dem Fernbleiben der Kauffreudigen.

BESUCHERSTROM MONITORING | KREMS INNENSTADT



Ein weiteres, noch viel bedeutenderes Kapitel schlägt das Besucherstrom-Monitoring in Bezug auf die **tagesgenaue Ermittlung der Marktanteile** im Einzugsgebiet bzw. in frei definierbaren Subbereichen auf: noch nie war es so leicht, die Effektivität von diversen Maßnahmen hieb- und stichfest nachzuweisen. Das altbekannte Thema „wir könnten uns 50% der Werbekosten sparen, wir wissen nur nicht, welche der beiden 50%“ löst damit schön langsam auf, eine neue Ära der Effizienzmessung bricht an, Aktivitäten können wesentlich zielgerichteter gesetzt werden. Wie sieht das nun im Fall der Kremser Innenstadt aus?

EINZUGSGEBIET



	9. März 2020	30. März 2020
Einzugsbereiche (Filter)		
Krems + südl. Umland	46.80%	60.77%
Krems Umland	6.92%	3.19%
Bez. Krems Ost	5.16%	2.55%
Bez. Tulln West	1.82%	0.34%
Wachau + nördl. Umfeld	6.71%	9.85%
Bez. Krems Nord	3.59%	4.04%
Bez. St. Pölten Nord	4.47%	2.03%
Bez. Zwettl	1.93%	1.03%
Bez. Zwettl NO	0.57%	0.23%
Bez. Horn	1.60%	0.55%
Bez. Hollabrunn SW	0.31%	0.21%
Bez. Waidhofen/Thaya	0.91%	0.13%
Streukunden	19.19%	15.08%



	9. März 2020	30. März 2020
Kerneinzugsgebiet	71%	81%
Erweitertes Einzugsgebiet	10%	4%
Streukunden	19%	15%

Der Screenshot des Dashboards für den 9. März zeigt, dass der Kundenanteil am 9. März 2020, also vor dem verordneten Shutdown, im Einzugsbereich „Krems + südliches Umland“ bei 46,8% lag, dieser Anteil hat sich im Zuge der Bewegungseinschränkungen per 30. März 2020 auf 60,8% erhöht. Stark reduziert haben sich im Zuge des Shutdown naturgemäß die Kundenanteile aus den entfernter gelegenen Gebieten, hier haben sich die Werte mehr als halbiert. Analog dazu hat sich natürlich auch der Anteil der Streukunden reduziert. Bemerkenswert ist damit neben dem markanten Besucherrückgang die Verlagerung der Besucheranteile innerhalb des Einzugsgebiets: das Kerneinzugsgebiet legt von 71% auf 81% Kundenanteil zu, das erweiterte Einzugsgebiet hingegen verliert (10% Kundenanteil auf 4% Kundenanteil) genauso wie der Streukundenanteil.

Kommentar & Ausblick

Die Verordnungen wirken, ganz zum Leidwesen der wunderschönen Innenstadt von Krems, die Maßnahmen zur Mobilitätseinschränkung wurden von der Bevölkerung angenommen und umgesetzt. Dieses Fallbeispiel zeigt, wie massiv und rasch sich Kundenströme – und damit einhergehend auch wichtige Einnahmequellen – für eine Stadt ändern können. Wir sind über das Ausmaß ehrlich gestanden überrascht, sie bestätigen natürlich das traurige Bild der verwaisten Innenstädte.

Mit 14. April wird sich aber bereits einiges wieder ändern: auch wenn die JKU (Johannes Kepler University Linz) im 4. Artikel ihrer Serie "Einkaufsverhalten in Zeiten des Coronavirus" davon ausgeht, dass nur ein kleiner Teil (6%) der Bevölkerung die Geschäfte regelrecht stürmen wird, wird wohl eine erste Normalisierungswelle eintreten.

Wie werden sich die Kundenströme dann verändern? Wir werden Sie mit einem weiteren S+M Research-Newsletter auf dem Laufenden halten.

S+M Research Teil 1: Täglicher Umsatzverlust der österreichischen Shopping Center

S+M Research Teil 2: Täglicher Umsatzverlust aller Shopping Places in Österreich

S+M Research Teil 3: Drohender Mieten-Entgang in österreichischen Handelslagen

S+M Research Teil 4: Kundenströme vor und nach dem Shutdown – ein Use Case (Krems)

Kontakt:

Mag Hannes Lindner (+43 676 62 89 400)
STANDORT + MARKT Beratungsgesellschaft m.b.H
Erzherzog-Wilhelm-Ring2, 2500 Baden

www.standort-markt.at



Wir erstellen alle unsere Gutachten, Analysen und Dokumentationen mit äußerster Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen. Wir sind von der Verlässlichkeit unserer Datenquellen überzeugt, können aber keine Garantie für deren Vollständigkeit oder Richtigkeit abgeben. Sämtliche Angaben, Beschreibungen und Ausführungen sind daher ohne irgendwelche Gewähr und Haftung. Weder die Standort + Markt BeratungsgmbH noch deren Geschäftsführer, Gesellschafter, Angestellte und sonstige Vertreter des Unternehmens haften für jeglichen direkten oder indirekt erfolgten Schaden oder Verlust jeglicher Art, der aus der Nutzung dieses Dokuments und/oder von dessen Inhalt entsteht. Weiters behalten wir uns bei einer Änderung der Grundlagen unserer Beurteilung/Stellungnahme/Analyse, welcher Art auch immer, aus denen sich neue Fakten oder Erkenntnisse ergeben, die Überprüfung und allfällige Änderung unserer Stellungnahme/Beurteilung/Analyse ausdrücklich vor.