

S+M Research: Reboot im Retail - der lange Weg zurück zur Normalität

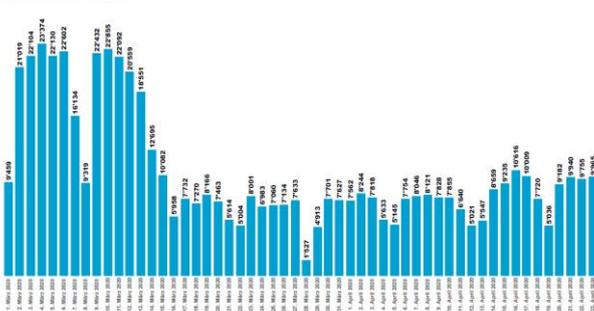
Veränderung der Besucherströme im Zuge der sukzessiven Wiedereröffnung von Shops am Beispiel Krems

Die Handelsstandorte versuchen, im Zuge des stufenweisen Reboot verlorenes Terrain wieder gut zu machen

BESUCHERSTROM MONITORING | KREMS INNENSTADT

Monat
Melvare Werte

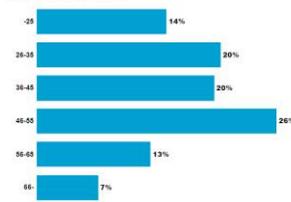
BESUCHER GESAMT PRO TAG



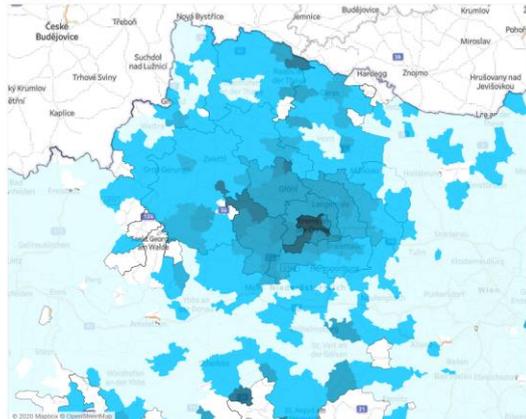
VERTEILUNG NACH GESCHLECHT



VERTEILUNG NACH ALTER



EINZUGSGEBIET



Einzugsbereiche (Puffer)

Krems + süd. Umland	55,28%
Krems Umland	5,29%
Bec. Krems Ost	3,65%
Bec. Tulln West	1,65%
Wachau + nördl. Umland	6,77%
Bec. Krems Nord	3,11%
Bec. St. Pölten Nord	3,06%
Bec. Zwetl	1,72%
Bec. Zwetl NO	0,38%
Bec. Horn	0,99%
Bec. Hollabrunn SW	0,23%
Bec. Waadoborn/Thaya	0,47%
Streuksunden	19,00%

Im Rahmen unseres vorangegangenen S+M Research Beitrages (Teil 4) haben wir über die Veränderung des Besucheraufkommens im Zuge des verordneten Shutdown berichtet. Für unseren neuesten Beitrag (Teil 6) stehen uns nun bereits aktuelle Daten unseres Kooperationspartners „3“ für die erste Reboot-Phase zur Verfügung. Das Ergebnis ist noch etwas ernüchternd und deutet darauf hin, dass der Weg zurück in die Normalität steinig werden dürfte.

Gemeinsam mit einem österreichischen Telekomunternehmen haben wir ein Tool entwickelt, mit dem nicht nur das absolute Besucheraufkommen von Shoppingbereichen erfasst, sondern auch die Kundenherkunft und damit die Veränderung des Marktanteils im Zeitablauf effizient gemessen werden kann. Die obige Grafik zeigt den Aufbau des Daten-Dashboards, und mit freiem Auge erkennt man bereits, was mit dem Besucheraufkommen im Zuge des Shutdown passiert ist: die Zahl der täglichen Innenstadtbesucher von Krems ging im Zuge des Shutdown um 65% zurück. Das bedeutet, dass die Kremser Innenstadt vor dem Shutdown 3 mal so stark frequentiert war.

Haben die ersten Lockerungsmaßnahmen, hier insbesondere die Öffnungs-Möglichkeit von Einzelhandelsbetrieben unter 400 m² frequenztechnisch zwischenzeitlich Wirkung gezeigt? Die Zahl der Innenstadtbesucher von Krems hat zwar in den ersten beiden Wochen des Retail-Reboot immerhin um gut ein Viertel seit dem Shutdown zulegen können, dennoch wird aber an einem durchschnittlichen Wochentag bis dato weniger als die Hälfte (44%) der üblichen, vor Corona gemessenen, durchschnittlichen Besucherfrequenz erreicht. Die Befürchtung liegt nun nahe, dass diese Frequenz in der kritischen Reboot-Phase für viele Betriebe nicht ausreicht, was in letzter Konsequenz die Frage aufwirft, ob unter diesen Bedingungen ein Betrieb (selbst kurzfristig) überhaupt wirtschaftlich geführt werden kann.

Erholung des Marktanteils in Sicht: Der Besucher-Marktanteil von Krems (Besucheranzahl je Teilgebiet gemessen an der Wohnbevölkerung je Teilgebiet) hat natürlich im Zuge des Shutdown ebenso turbulente Zeiten erlebt. Lag der Marktanteil vor dem Corona-Shutdown in der Stadt Krems und dem nahen Umfeld im Tagesdurchschnitt bei rund 30%, ist dieser auf 13,3% eingebrochen. Die Lockerungsmaßnahmen nach Ostern haben den Marktanteil etwas steigen lassen (16,6%), von einer Normalisierung der Lage ist man allerdings noch weit entfernt.

Wesentlich dramatischer stellt sich aufgrund der Mobilitätseinschränkungen die Marktanteilsentwicklung in der „mittleren Zone“ (näheres Hinterland von Krems; rund 60.000 Einwohner) und der „Fernzone“ (weiteres Hinterland von Krems; rund 138.000) dar. Lag vor dem Corona-Shutdown der Marktanteil der Innenstadt von Krems in der mittleren Zone noch bei durchschnittlich 8,5%, ist dieser auf 2,4 im Shutdown besonders stark eingebrochen und hat sich zwischenzeitlich erst auf einen Wert von 3,0% erholt. In der Fernzone ist es noch dramatischer: hier lag der Marktanteil (aufgrund der Weitläufigkeit des Gebiets) bei bescheidenen 1,6%, brach auf 0,2% ein und erholte sich 2 Wochen nach Ostern lediglich auf einen Wert von 0,5%.

Krems Innenstadt

Zone	Gebiet	Einwohner 1.1.2020	tagesdurchschnittliche Besucherzahl			
			vor Corona	Shut Down	Reboot	
Besucher Krems Innenstadt gesamt (Tagesdurchschnitt)			21 772	7 598	9 670	
			tagesdurchschnittlicher Marktanteil			
Nahbereich	Krems Stadt + südl. Umland	34 901	29,4%	13,3%	16,6%	
Mittlere Zone	Krems Umland Rest	14 038	10,3%	2,1%	3,4%	
Mittlere Zone	Bez. Krems Ost	13 131	8,9%	1,5%	2,1%	
Mittlere Zone	Bez. Tulln West	11 870	3,3%	0,3%	0,6%	
Mittlere Zone	Wachau + nördl. Umfeld	10 494	11,7%	6,1%	6,2%	
Mittlere Zone	Bez. Krems Nord	9 520	8,2%	2,4%	3,2%	
Mittlere Zone		59 053	8,5%	2,4%	3,0%	
Fernzone	Bez. St. Pölten Nord	28 365	3,7%	0,5%	0,8%	
Fernzone	Bez. Zwettl	31 097	1,5%	0,2%	0,7%	
Fernzone	Bez. Zwettl Nordost	8 522	1,0%	0,2%	0,4%	
Fernzone	Bez. Horn	31 403	1,2%	0,1%	0,2%	
Fernzone	Bez. Hollabrunn Südwest	12 300	0,6%	0,1%	0,1%	
Fernzone	Bez. Waidhofen/Thaya	26 032	0,5%	0,1%	0,2%	
Fernzone		137 719	1,6%	0,2%	0,5%	
Einzugsgebiet gesamt			231 673	16,3%	6,4%	8,0%

"vor Corona": Kalenderwochen (KW) 10, 11

"Shut Down": KW 12, 13, 14, 15

"Reboot": KW 16, 17

Die Maßnahmen der Regierung haben zweifelsohne gegriffen, das sieht man nicht zuletzt auch an den dramatisch veränderten Besucherströmen. Nahversorgung ist derzeit „King“, Shopping im alten Stil findet derzeit nicht statt - zu ungewiss ist dazu auch die individuelle Einkommenssituation. Das zwar zaghafte, aber dennoch positive Ansteigen des Besucheraufkommens macht grundsätzlich Mut, allerdings kommen Kunden vorerst nur primär aus dem Nahbereich. Bewohner weiter entfernt gelegener Gebiete überlegen noch gewissenhaft, ob eine längere Anreise zum Shoppen legitim und vertretbar ist – sehr zum Leidwesen von Einkaufszielen, die sich im Laufe der Jahre aufgrund ihrer vormaligen Attraktivität ein sehr weitläufiges Einzugsgebiet erarbeiten konnten und nun einen dramatischen Besucherschwund erleben.

Sollte sich in den kommenden Wochen die Situation nicht deutlich verbessern, gehen wir insbesondere in Agglomerationen mit großen Einzugsgebieten von umfangreicheren Geschäftsschließungen (insbesondere im modischen Bereich) aus. Größere Einkaufszentren (mit höherem Modeanteil) in Randlage werden aller Voraussicht nach stärker betroffen sein als primär nahversorgende Center und Innenstädte mit hoher Funktionsdurchmischung und entsprechend multikausaler, „robuster“ Frequenz.

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)

S+M Research Teil 5: Frühlingserwachen im Einzelhandel (in Kooperation mit der JKU)

Kontakt:

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

www.standort-markt.at



Bei Fragen zu Standort- und Bewegungsanalysen wenden Sie sich bitte an

Stefan Müllner (+43 660 660 81 330)
Hutchison Drei Austria GmbH
Brünner Straße 52, 1210 Wien



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.

Datenschutz steht bei unserem Partner Drei Österreich an höchster Stelle. TÜV-zertifiziertes Verfahren.

Drei lebt die Verpflichtung zur Einhaltung von DSGVO und TKG/ ePrivacy und stellt sicher, dass übermittelte anonymisierte Daten weder re-personalisiert noch für Profilingzwecke angereichert werden können. Drei legt großen Wert auf den verantwortungsvollen Umgang mit Daten. Als erster österreichischer Telekommunikationsanbieter verfügt Drei Österreich seit 2017 über eine TÜV Zertifizierung für „Trusted Privacy“. Die Einhaltung der Zertifizierungsstandards wird periodisch überprüft und ermöglicht Analysen anonymisierter Bewegungsdaten, z.B. für Verkehrsplanung im Transportwesen oder Standortanalysen für Einzelhandelsunternehmen.