

MARKTSITUATION DER SHOPPINGCENTER IN ÖSTERREICH 2019/2020 - BEFORE THE BIG CHANGE!

Seit 14.4. ist der Retail Shutdown einer schrittweisen Öffnung gewichen: Lebensmittelgeschäfte, Drogerie-, Bau- und Gartenmärkte sowie Geschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche dürfen unter strengen Gesundheitsauflagen öffnen; Einkaufszentren, die größeren Shops und ergänzende einzelhandelsbegleitende Nutzungen werden mit 2. Mai folgen. Wie schon ausführlich in vorangegangenen Pressemitteilungen von uns berichtet, hat und wird der Shutdown deutliche Spuren in der Shop-Landschaft hinterlassen: Pro Shutdown-Tag verlor alleine der stationäre Einzelhandel in Österreich bis dato durchschnittlich rund 110 Mio. € Brutto-Umsatz, der Umsatzverlust von Gastronomen und Dienstleistern ist hier noch nicht berücksichtigt. Den Bestandsgebern von Shopflächen droht ein immenser Einnahmen-Entgang: pro Monat sind es in Österreich 200 Mio € Miet- und Betriebskosteneinnahmen, die mit Shopflächen generiert werden; die Shopping Malls und Retail Parks, um die es in unserem Beitrag geht, generieren davon alleine monatlich 76,5 Mio €.

TRENDS

Aufgrund des Umsatzausfalls und der Liquiditätsengpässe treten Schwächen in der Shopflächen-Landschaft deutlich schneller zu Tage als dies bei normalem Geschäftsgang der Fall gewesen wäre. Durch den verordneten Shutdown forcierte sich der Kontakt der Österreicher mit E-Commerce. Auch wenn die E-Commerce-Umsatzzahlen in der Shutdown-Phase nicht berauschend waren, erwarten wir Langfristwirkungen zu Lasten des stationären Handels. Der Shutdown macht Bruchlinien im Shopflächen-Geschehen deutlich und wird unserer ersten Einschätzung folgende Konsequenzen auf die Shoppingcenter-Landschaft in Österreich haben:

Corona-Shutdown-getriebene Trends:

- Die **Fluktuationsrate** (wie häufig wechselt ein Shop die Nutzung?) in den österreichischen Shoppingcentern liegt derzeit bezogen auf einen 2 Jahres-Beobachtungszyklus bei 13,6%. Die Fluktuationsrate wird in den kommenden 2 Jahren mit hoher Wahrscheinlichkeit zwischen 15 und 20% liegen.
- Mit der Fluktuation wird auch der Leerstand steigen: Die **Leerstandsrate** (Anzahl der leerstehenden Shops an der gesamten Shopzahl) lag vor „Corona“ schon bei 7,8 %, wir rechnen hier mit einem Anstieg auf deutlich mehr als 10%. Hier erweist sich der Shutdown einmal mehr als Brandbeschleuniger: Zusätzlich zur laufenden Erosion der Umsätze durch E-Commerce und dem ohnedies starken Flächenwettbewerb werden zahlreiche Standorte deutlich unter die Profitabilitätsschwelle fallen. Bereits heute vernehmen wir die eindeutige Stallorder aus Firmenzentralen, jede unprofitable Filiale umgehend zu schließen.
- Die Konsequenz klingt einfach, erweist sich aber für Centerbetreiber möglicherweise als veritables Problem: Der **Angebots-Mix steht auf dem Prüfstand** und muss adaptiert werden. Kundenbindung gelingt nicht mehr mit „more of the same“, der Mix muss bei großen Zentren „entertaining“ und bei kleinen (nahversorgenden) Centern „convenient“ sein. Aber insbesondere bei großen Zentren könnte es sich als unmöglich herausstellen, für die (vormals stolze Miete zahlenden) Modeanbieter einen ebenso zahlungswilligen Ersatz zu finden, der die neuen Anforderungen an das „Unterhalten“ erfüllt. Nahversorgungscenter haben hier eine deutlich bessere Ausgangssituation.
- Im Zuge der Mobilitätseinschränkungen durch diverse Verordnungen dürften die **Einzugsgebiete** insbesondere von beliebten, größeren Shopping-Zielen **regelrecht implodiert** sein. Ehemalige Kunden aus entfernt gelegenen Gebieten bleiben derzeit nachweislich fern, die Verordnungen wirken also. Fraglich ist, ob die alten Kundenbeziehungen wiederhergestellt werden können. Unsere Erkenntnisse gehen derzeit davon aus, dass der Weg sehr steinig sein wird.

Eines steht aus unserer Sicht fest: der Shutdown bringt gravierende Veränderungen sowohl in der Shop-Landschaft, als auch auf Endverbraucherseite, womit die österreichischen Shoppingcenter (neben den Liquiditätssorgen und den drohenden Einnahmen-Verlusten) gleich zwei „Baustellen“ vorfinden: wer mietet zukünftig meine Flächen und wie gewinne ich meine ehemaligen Kunden wieder zurück? Und noch eines steht fest: ein erneuter Shutdown wäre für viele Marktteilnehmer letal. Wir hoffen auf eine Stabilisierung der Lage.

Nachfolgend finden Sie wesentliche Marktdaten zur Shoppingcenter-Landschaft in Österreich sowie ein Kommentar zur Entwicklung der vergangenen „normalen“ Jahre – sozusagen „**before the change**“.

SHOPPING MALLS UND RETAIL PARKS – LETZTSTAND VOR CORONA !

So traurig es ist, aber wir befürchten, die nun vorliegenden, frisch fertig gestellte S+M Dokumentation Shoppingcenter Österreich 2019/20 ist als „historisch“ zu bezeichnen. Wir erwarten bei den Themen Branchen-Mix, Fluktuation, Leerstand, Shop-Zahl bis hin zur Eigentümerstruktur in den nächsten Jahren einschneidende Veränderungen. Was die Dokumentation (und leider auch den damit verbundenen hohen Zeiteinsatz) österreichweit so einmalig macht ist, dass sämtliche Center nach einer klaren Definition beleuchtet werden (und nicht etwa ein beliebiger Ausschnitt der größten Center). Nur so sind präzise Aussagen zum Gesamtmarkt und objektive Vergleiche möglich. Wir erstellen die S+M Dokumentation Shopping Center Österreich seit 1988, also seit über 30 Jahren kontinuierlich, nachfolgend wurden die Ergebnisse mit Erhebungsstand 31.12.2019 zusammengefasst.

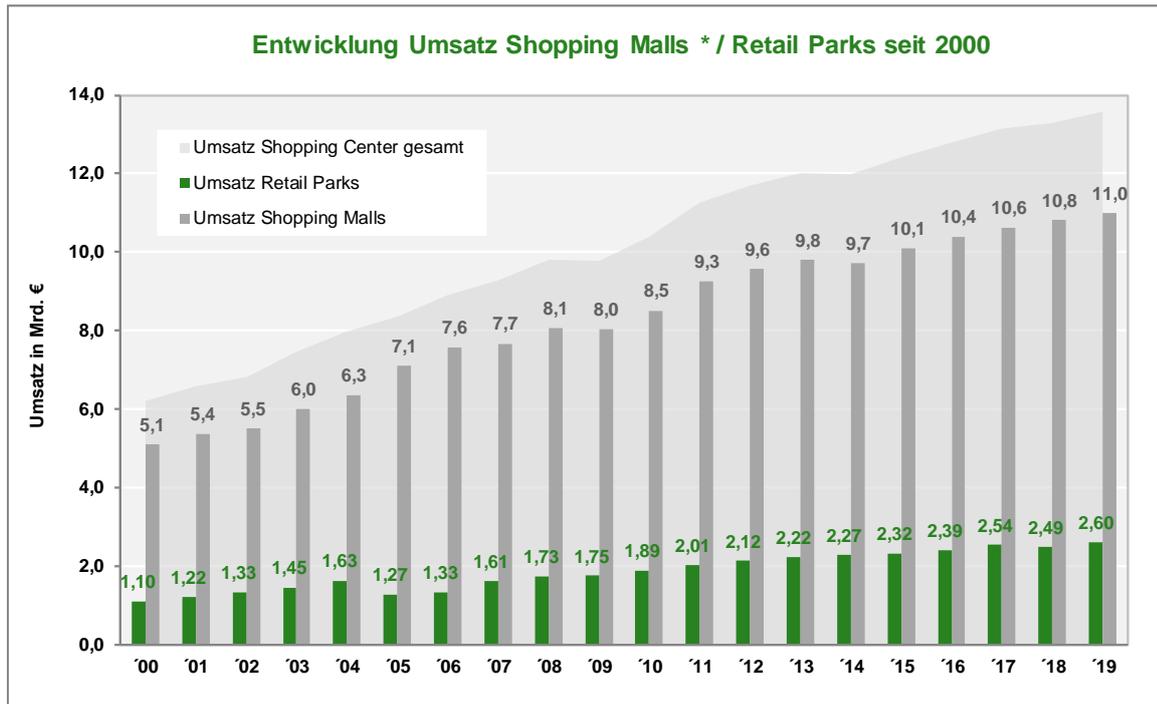
Anfang 2020 gab es in Österreich die folgenden Shopping Center ab einer vermietbaren Fläche¹ von 4.000 m² (Standortkategorie 1/City-Lage, 2/sonstige (teil-)integrierte Zentren, 3/Stadtrandlage ohne umfangreiche Wohnnutzung im fußläufigen Umfeld):

| Zentren nach Typ / Größe GLA / Standortkategorie | Anzahl | GLA in m ² gesamt | VK-Fläche in m ² geschätzt | Shop-anzahl gesamt | Stellplätze |
|--|------------|------------------------------|---------------------------------------|--------------------|----------------|
| Shopping Malls (SM, klassische Einkaufszentren) | 120 | 2.847.600 | 2.376.890 | 6.326 | 111.832 |
| Retail Parks (RP, Fachmarktzentren) | 112 | 1.125.100 | 958.060 | 1.856 | 40.711 |
| Airport Shopping Center | 1 | 18.500 | 16.430 | 114 | 21.200 |
| Factory Outlet Center (FOC) | 3 | 87.000 | 77.300 | 398 | 6.700 |
| Town Center (TC) | 3 | 28.800 | 24.630 | 82 | 470 |
| Department Store (DS) | 3 | 62.000 | 49.470 | 48 | 1.350 |
| GESAMTSUMMEN 242 Shopping Center | 242 | 4.169.000 | 3.502.780 | 8.824 | 182.263 |
| Shopping Center > 10.000 m ² GLA | 130 | 3.445.000 | 2.888.380 | 7.127 | 152.514 |
| Shopping Center < 10.000 m ² GLA | 112 | 724.000 | 614.400 | 1.697 | 29.749 |
| GESAMTSUMMEN 242 Shopping Center | 242 | 4.169.000 | 3.502.780 | 8.824 | 182.263 |
| Standortkategorie 1 | 48 | 773.200 | 625.950 | 1.946 | 22.026 |
| Standortkategorie 2 | 104 | 1.474.200 | 1.239.870 | 3.206 | 60.097 |
| Standortkategorie 3 | 89 | 1.903.100 | 1.620.530 | 3.558 | 78.940 |
| Airport Shopping Center | 1 | 18.500 | 16.430 | 114 | 21.200 |
| GESAMTSUMMEN 242 Shopping Center | 242 | 4.169.000 | 3.502.780 | 8.824 | 182.263 |

Die insgesamt **242 Zentren** (mit rund **8.800 Shops**) weisen eine **vermietbare Fläche** von knapp **4,2 Mio. m²** auf, davon entfallen knapp 3,4 Mio. m² auf den Einzelhandel und der Rest auf einzelhandelsbegleitende Nutzungen (Gastronomie, Dienstleister und sonstige Freizeiteinrichtungen). Im Durchschnitt entfällt auf knapp 26 m² vermietbare Fläche ein Pkw-Stellplatz. Über **695 Mio. Besucher** haben die Center besucht, wovon 70 % der Kundschaft den Shopping Malls und 30 % den Retail Parks zuzurechnen sind.

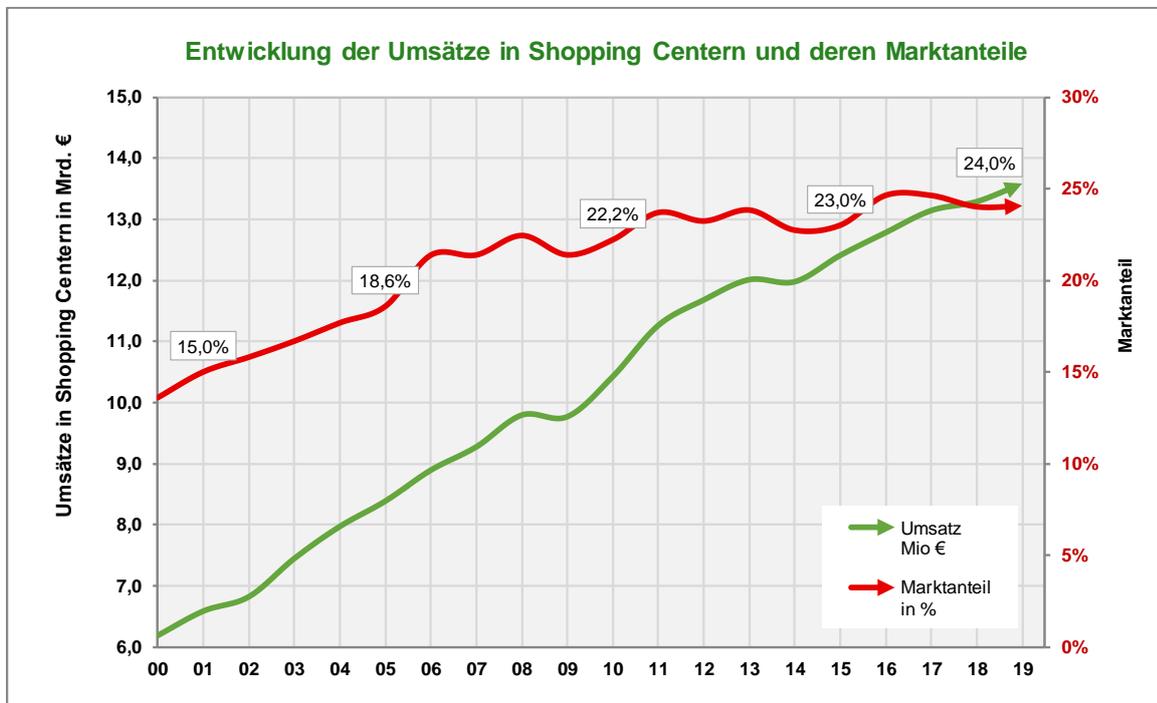
Der **Umsatz 2019** lag bei insgesamt **13,6 Mrd. €**. Flächenbereinigt, also nur bezogen auf Zentren, welche in den Vergleichsjahren das gesamte Jahr umsatzwirksam waren, bedeutet dies einen Umsatzzuwachs von etwas über zwei Prozent. Die Umsatzentwicklung der Shopping Malls und Retail Parks seit 2000 (teilweise S+M Einschätzungen) ist wie folgt:

¹Die vermietbare Fläche (im internationalen Englischen GLA - gross leasable area) umfasst die gesamten Betriebsflächen, das sind neben dem Verkaufsraum auch Nebenflächen wie Lager, Sozialräume und sonstige Nebenflächen.

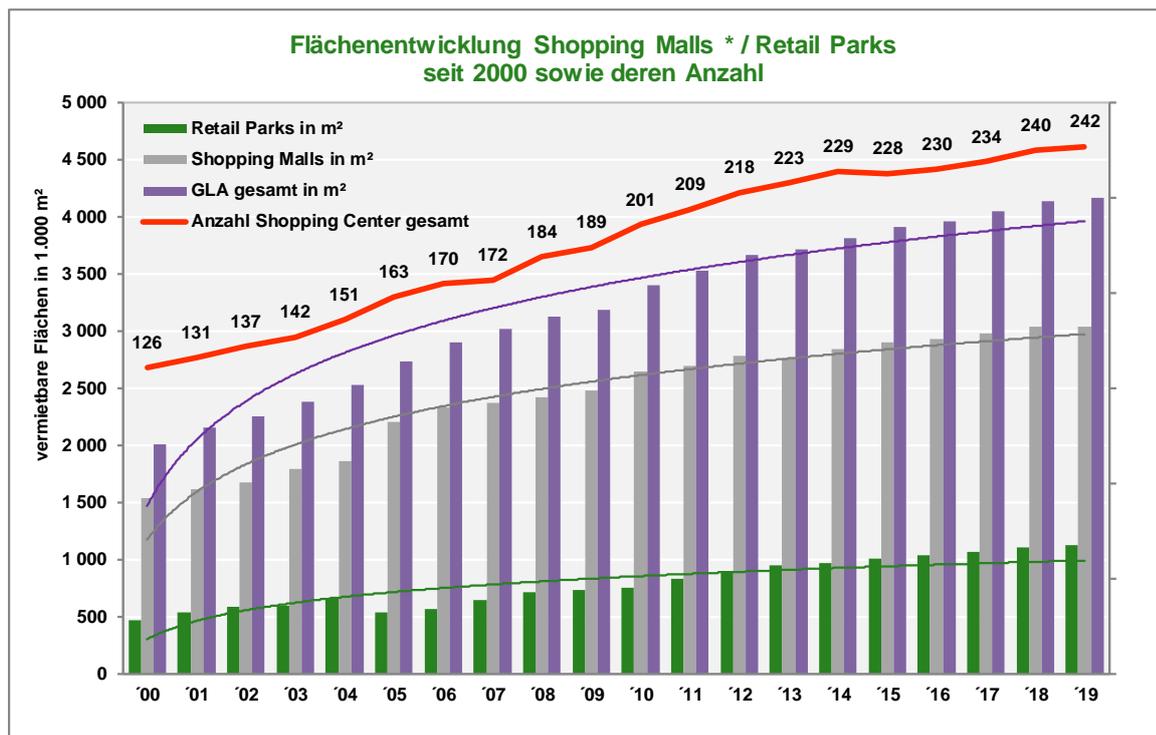


*inkl. Department Stores, FOCs, Airport Center und Town Center

Der **Marktanteil**, bezogen auf das Kaufkraftpotenzial bzw. die gesamten Konsumausgaben der Österreicher, liegt für Shopping Center **2019 bei 24 %**. Seit der letzten Dokumentation hat sich dieser Marktanteil leicht reduziert, was zum größten Teil auf das Wachstum im Online-Handel zurück zu führen ist. Die Entwicklung des Marktanteils seit 2000 ist mit einem Plus von mehr als 10 %-Punkten positiv, hat sich aber seit 2010 deutlich abgeflacht.



Seit der Jahrtausendwende hat sich die Fläche in Shopping Centern mehr als verdoppelt. Während es in den ersten zehn Jahren jährliche Flächensteigerungsraten von durchschnittlich 5 % gab, hat sich dieser Prozentsatz ab 2011 bis heute um die Hälfte verringert. Die Kurve flacht sich also ab, dieser Trend wird sich fortsetzen.



*inkl. Department Stores, FOCs, Airport Center und Town Center

Im vorigen Jahr wurden über 25.000 m² an vermietbarer Fläche in bestehenden Shopping Centern erweitert, Eröffnungen gab es in etwa im selben Ausmaß. Die **Leerstandsrate** in den Centern liegt bei 7,8 % was einem moderaten **Leerflächenanteil** von 4,2 % entspricht. Die **Fluktuationsrate** (umgehende Neuvermietung, Vermietung zu Leerstand und umgekehrt) liegt innerhalb der letzten zwei Jahre ebenfalls bei relativ geringen 13,6 %. Beide Werte werden unserer Einschätzung nach zukünftig steigen, ebenso wird sich der Branchen-Mix den neuen Gegebenheiten anpassen müssen.

Unsere Einkaufszentrendokumentation weist für jedes Zentrum ein detailliertes Datenblatt auf, die 30 größten Einkaufszentren (nach GLA) sind die Folgenden:

| Zentrum | Bundesland | Eröffnungsjahr | GLA in m ² gesamt, ca. | VK-Fläche in m ² (geschätzt) | Shopanzahl gesamt | Stellplätze | Typ | Standortkategorie |
|----------------------------------|------------|----------------|-----------------------------------|---|-------------------|-------------|-----|-------------------|
| SCS Shopping City Süd, Vösendorf | N | 1976-09 | 235.000 | 201.800 | 337 | 10.000 | SM | 3 |
| Donau Zentrum | W | 1975-10 | 126.200 | 86.450 | 268 | 3.000 | SM | 1 |
| PlusCity, bei Linz | O | 1989-10 | 92.000 | 78.450 | 195 | 4.200 | SM | 3 |
| Shoppingcity Seiersberg | St | 2002-11 | 85.000 | 65.700 | 155 | 3.800 | SM | 3 |
| G3 Shopping Resort Gerasdorf | N | 2012-10 | 70.000 | 57.040 | 142 | 4.000 | SM | 3 |
| Cyta Shoppingwelt, Völs | T | 1993-09 | 68.000 | 59.020 | 104 | 2.200 | SM | 3 |
| Haid Center | O | 1991 | 66.000 | 59.130 | 87 | 2.600 | SM | 3 |
| dez, Innsbruck | T | 1970 | 65.000 | 52.540 | 137 | 3.000 | SM | 3 |
| Center West, Graz | St | 1989-08 | 60.000 | 47.980 | 74 | 1.900 | SM | 3 |
| Gewerbepark Stadlau (RP) | W | 1996-09 | 57.500 | 49.520 | 47 | 1.773 | RP | 3 |
| Auhof Center | W | 1995-02 | 53.500 | 45.150 | 151 | 1.300 | SM | 3 |
| Millennium City | W | 1999-04 | 52.300 | 46.040 | 102 | 2.300 | SM | 2 |
| Arena Fohnsdorf (RP) | St | 2000 | 51.500 | 44.750 | 85 | 1.610 | RP | 3 |
| Europark, Salzburg | S | 1996-07 | 50.700 | 36.110 | 121 | 4.200 | SM | 2 |
| huma eleven | W | 1987 | 50.000 | 41.350 | 78 | 2.000 | SM | 3 |
| Murpark, Graz Liebenau | St | 2007 | 43.000 | 35.720 | 96 | 2.040 | SM | 2 |
| Fischapark, Wr. Neustadt | N | 1996-09 | 42.800 | 35.490 | 117 | 2.000 | SM | 2 |
| Shopping Nord inkl. FMZ, Graz | St | 2008-03 | 41.000 | 35.140 | 73 | 1.300 | SM | 3 |
| Citypark, Graz | St | 1971 | 40.000 | 35.100 | 96 | 1.700 | SM | 2 |
| Kastner & Öhler, Graz | St | 1913 | 40.000 | 29.880 | 18 | 750 | DS | 1 |
| ATRIO, Villach | K | 2005-11 | 38.700 | 29.530 | 88 | 2.000 | SM | 2 |
| Lugner City | W | 1990-09 | 38.000 | 34.550 | 109 | 1.560 | SM | 2 |
| Designer Outlet Parndorf (FOC) | B | 1998-08 | 36.000 | 30.630 | 167 | 3.000 | FOC | 3 |
| SEP Gmunden | O | 1975 | 35.500 | 30.860 | 90 | 1.500 | SM | 3 |
| Kaufhaus Tyrol, Innsbruck | T | 2010-03 | 32.800 | 22.270 | 53 | 259 | SM | 1 |
| Shopping Center Nord | W | 1989-10 | 32.000 | 27.530 | 87 | 1.200 | SM | 2 |
| VARENA, Vöcklabruck | O | 2010-08 | 32.000 | 28.160 | 62 | 1.900 | SM | 2 |
| GEZ West (RP), Gleisdorf | St | 2000-09 | 32.000 | 26.060 | 35 | 900 | RP | 2 |
| Shopping Horn (RP) | N | 1995-10 | 31.300 | 26.500 | 49 | 870 | RP | 3 |
| Gerngross | W | 1997-02 | 31.000 | 22.710 | 37 | 350 | SM | 1 |

Nach Bundesländern ergibt sich Folgendes (Bruttoumsatz und Besucherzahlen teilweise Schätzungen von S+M):

| Zentren nach Bundesland | Anzahl | GLA in m ² gesamt, ca. | VK-Fläche in m ² geschätzt | Umsatz, 2019 ca. Mio. € | Besucher 2019 ca. Mio. | Shopanzahl | Stellplätze |
|-------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|----------------|
| Wien | 42 | 875.900 | 723.890 | 3.042,9 | 236,0 | 1.971 | 27.635 |
| Niederösterreich | 49 | 896.000 | 759.100 | 2.693,7 | 135,8 | 1.750 | 55.239 |
| Burgenland | 16 | 201.700 | 173.030 | 869,9 | 25,6 | 551 | 10.216 |
| Oberösterreich | 32 | 563.700 | 485.550 | 1.888,7 | 75,1 | 1.108 | 23.249 |
| Steiermark | 36 | 707.100 | 591.260 | 1.854,9 | 83,9 | 1.265 | 26.983 |
| Kärnten | 23 | 251.500 | 209.630 | 771,9 | 35,1 | 566 | 9.702 |
| Salzburg | 13 | 191.900 | 159.610 | 741,0 | 30,2 | 538 | 10.715 |
| Tirol | 22 | 379.500 | 314.880 | 1.218,8 | 53,2 | 817 | 13.837 |
| Vorarlberg | 9 | 101.700 | 85.830 | 509,5 | 20,4 | 258 | 4.687 |
| Österreich | 242 | 4.169.000 | 3.502.780 | 13.591,3 | 695,3 | 8.824 | 182.263 |

Kontakt:

Mag Hannes Lindner (+43 676 6289400)
STANDORT + MARKT Beratungsgesellschaft m.b.H
Erzherzog-Wilhelm-Ring2, 2500 Baden

www.standort-markt.at



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)

S+M Research Teil 6: Besucherströme im Reboot

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.