



Austrian Council of Shopping Centers

ACSC NEWSLETTER / 24. FEBRUAR 2020

Inhalt

Österreich.....	1
Shopping Center & Retail Parks.....	2
Immobilien & Entwickler	6
Marken.....	9
Märkte.....	14
Europa.....	18
Shopping Center & Retail Parks.....	18
Immobilien & Entwickler	20
Marken.....	25
Märkte.....	29
Welt.....	33
Marken.....	33

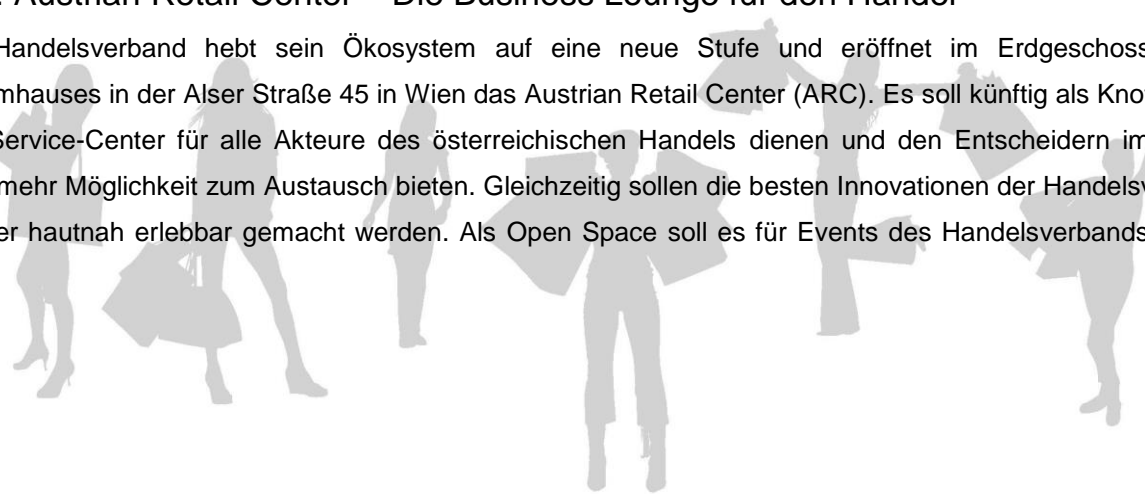
Österreich

In eigener Sache: Absage Studienreise Hongkong/Seoul

Aufgrund der Coronavirus-Epidemie haben die Veranstalter ACSC und Reisebüro Tierra Incognita entschieden, die für April/Mai geplante Studienreise nach Hongkong und Seoul vorerst abzusagen, da die Sicherheit der Teilnehmer nicht garantiert werden kann. Da die weitere regionale Ausbreitung der Epidemie schwer zu prognostizieren ist, scheidet auch ein Ersatzort in diesem Teil der Erde (etwa Singapur) aus. Es ist geplant, die Studienreise auf das Frühjahr 2021 zu verschieben, wenn sich bis dahin die Lage wieder beruhigt hat. Bereits getätigte Anzahlungen werden bis Ende Februar zurücküberwiesen. Zusätzlich zur Studienreise nach Asien arbeitet der ACSC derzeit an Studienreisen nach Belgrad, New York (zur Weihnachtszeit) oder Dubai, wo von 20. Oktober 2020 bis zum 3. April 2021 auch die Weltausstellung Expo stattfinden wird.

Neu: Austrian Retail Center – Die Business Lounge für den Handel

Der Handelsverband hebt sein Ökosystem auf eine neue Stufe und eröffnet im Erdgeschoss seines Stammhauses in der Alser Straße 45 in Wien das Austrian Retail Center (ARC). Es soll künftig als Knotenpunkt und Service-Center für alle Akteure des österreichischen Handels dienen und den Entscheidern im Handel noch mehr Möglichkeit zum Austausch bieten. Gleichzeitig sollen die besten Innovationen der Handelsverband-Partner hautnah erlebbar gemacht werden. Als Open Space soll es für Events des Handelsverbands ebenso





Austrian Council of Shopping Centers

genutzt werden wie von Dritten, die hier Veranstaltungen und Seminare veranstalten können oder eine Ideenschmiede bzw. eine Ausstellungsfläche für Retail-Innovationen benötigen. Der Handelsverband selbst hat über 40 Veranstaltungen jährlich im Programm. Als „innovativste Fläche Österreichs“ sieht sich das ARC künftig als wichtigster Begegnungsraum und Zentrum der österreichischen Handelsbranche. Vier ausgewählte Resident-Partner werden gemeinsam mit dem Handelsverband als Träger fungieren. Darüber hinaus bestehen weitere modulare Partnerschaftsmodelle (e-mail Handelsverband 21.2.20; weitere Informationen unter office@handelsverband.at).

Shopping Center & Retail Parks

Kleines Plus für Lugner City

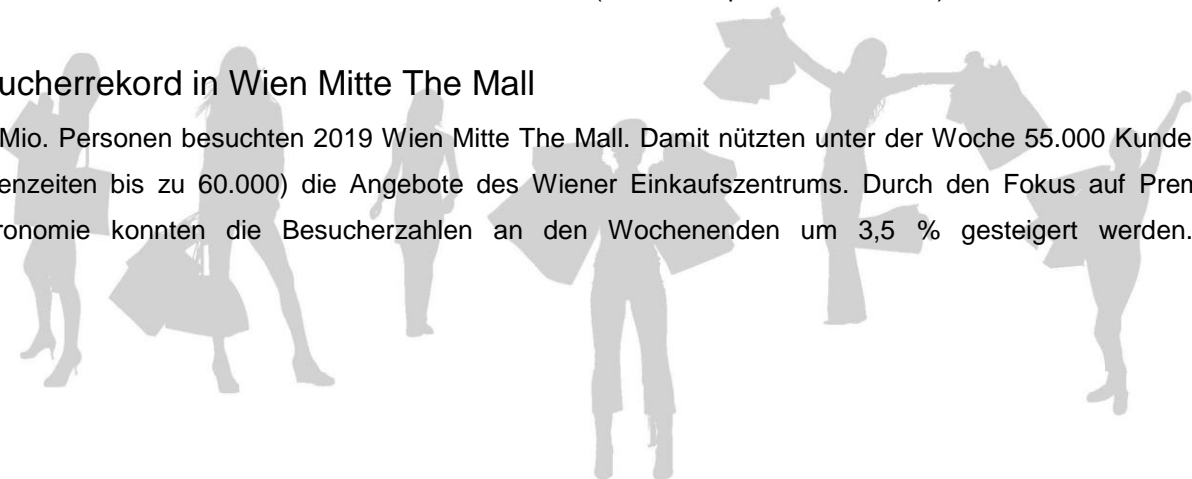
Die Lugner City konnte in den letzten zwei Jahren ein leichtes Plus verbuchen – „und das nur mit irrsinnigem Aufwand“, so Richard Lugner, der auf Geschäfte setzt, „die es im Internet nicht gibt“ – etwa „Schönheit 2 go“, ein CBD-Geschäft, einen Tortenhersteller, einen ausländischen TV-Karten-Anbieter oder eine ausländische Bank. Der Erfolg: „Wir haben keinen Leerstand“, so Lugner. Stärkster Verkaufstag des Jahres 2019 war auch in der Lugner City der Black Friday, der den 23. Dezember überholt hat. „Nicht gut“ gehe es derzeit dem Kino (Regal 1/2020).

Messepark mit 1 % mehr Umsatz

Die Shoppartner des Messeparks in Dornbirn konnten 2019 mit 195,6 Mio. € eine Umsatzsteigerung von 1,1 % gegenüber dem Vorjahr erzielen. Allerdings lag der Jahresumsatz abermals unter jenem von 2017 (197,5 Mio. €). Im Weihnachtsgeschäft konnten die Umsätze auf dem bereits hohen Niveau gehalten werden, berichtet Messepark-Geschäftsführer Burkhard Dünser. „Neue Shopkonzepte wie Phone Experts, der Bio-Pionier Sonnentor oder der Gewürze-Spezialist 7Spices haben eröffnet. Viele bestehende Shoppartner tragen mit Renovierungen und Konzepterneuerungen laufend dazu bei, dass die Attraktivität des Messeparks weiter erhöht wird, darunter T-mobile, A1 oder das Restaurant Nudlthek. In Sachen Umwelt wurde mit der Errichtung der größten Photovoltaik-Anlage Vorarlbergs eine weitere Investition in puncto Nachhaltigkeit und Ökostrom gesetzt“, resümiert Dünser das Jahr 2019. Heuer stehen die Umbauten von Hypo Bank, The Body Shop oder dem Postpartner an sowie die Konzeptneuheit „Max und Stella“, ein neues heimisches Konzept, das die zwei Esprit-Stores zu Multibrand-Fashion-Stores umwandelt (MA Messepark, orf.at 4.2.20).

Besucherrekord in Wien Mitte The Mall

16,2 Mio. Personen besuchten 2019 Wien Mitte The Mall. Damit nützten unter der Woche 55.000 Kunden (zu Spitzenzeiten bis zu 60.000) die Angebote des Wiener Einkaufszentrums. Durch den Fokus auf Premium-Gastronomie konnten die Besucherzahlen an den Wochenenden um 3,5 % gesteigert werden. Die





Austrian Council of Shopping Centers

Neuzugänge sind u.a. die Gastwirtschaft Josh, das Restaurant Happy Rabbit und der Sandwichprofi Wichers. Mit der Eröffnung des Modelabels Calzedonia im November und mehr Verkaufsfläche für den Mobilfunker Drei wurde der Branchenmix geschärft. Gemeinsam mit dem neuen Spielbereich für Kleinkinder im ersten Stock führte dies in Summe zu einem Besucherplus von 2 %. Der Jahresumsatz liegt bei 175 Mio. €. Die Shoppingflächen sind zu 100 %, die Büroflächen zu 99 % vermietet (MA Wien Mitte The Mall 6.2.20).

Umsatzplus für Grazer Shopping Nord

Das Shopping Nord in Graz meldet für das Jahr 2019 eine Umsatzsteigerung von knapp 3 % im Vergleich zu 2018. Die Kundenfrequenz konnte um ca. 1 % gesteigert werden. „Ein durchdachter Branchenmix sowie eine optimierte Balance zwischen Qualität und Preis sind ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem es uns gelingt unsere Strahlkraft als erste Anlaufstelle von Graz in die Region wie auch in den innerstädtischen Bereich auszudehnen. Dabei treten wir als Nahversorger mit Wohlfühlcharakter für die ganze Familie auf. Dies alles und familienfreundliche Events machten diese Steigerung auch 2019 möglich“, kommentiert Centerleiterin Heike Heinisser. 2020 wird besonders bei den Events das Hauptaugenmerk noch gezielter auf Familien und Kinder gelegt (MA Shopping Nord 7.2.20).

Union Investment verkauft zwei Fachmarktzentren

Union Investment hat auf Vermittlung des Einzelhandelspezialisten Comfort zwei Fachmarktzentren in Fürstenfeld und Feldkirchen mit zusammen 9.800 m² Mietfläche aus dem Bestand des immofonds 1 an zwei unterschiedliche Privatinvestoren veräußert. Der Verkaufserlös lag in beiden Fällen deutlich über dem zuletzt ermittelten Sachverständigenwert. „Wir haben die beiden lukrativen Verkaufsmöglichkeiten zur strategischen Portfolioverjüngung des immofonds 1 genutzt. Gleichzeitig haben wir nach wie vor Fachmarkt- und Nahversorgungszentren mit Lebensmittelanker, hoher Aufenthaltsqualität und online-resilientem Mieterbesatz in unserem Ankaufsfokus und werden unser Portfolio in diesem Bereich gezielt ausbauen. Der österreichische Immobilienmarkt bietet dazu sehr gute Bedingungen“, sagt Henrike Waldburg, Leiterin Investment Management Retail bei Union Investment. Das Fachmarktzentrum in der Grazerstraße 12 in Fürstenfeld mit den Ankermietern MoreFit und Dänisches Bettenlager umfasst 5.200 m² Mietfläche. Die 2002 errichtete Immobilie befand sich seit 2005 im Bestand des immofonds 1. Das Fachmarktzentrum in der Villacher Straße 24 in Feldkirchen bietet 4.600 m² Mietfläche. 2005 eröffnet, hat es der immofonds 1 im Jahr 2006 erworben. Das Objekt ist nahezu vollvermietet. Zu den Mietern zählen Fussl, C&A und dm (deal-magazin.com 7.2.20).

Neuer Centermanager in der Shopping City Süd

Österreichs größtes Einkaufszentrum hat einen neuen Centermanager. Tomáš Urbanovský hat zuletzt den Aupark in Bratislava geleitet. Der Aupark gehört wie die Shopping City Süd (SCS) zum Betreiber Unibail-



Rodamco-Westfield (URW). Laut URW ist Tomáš Urbanovský mit dem österreichischen Markt bestens vertraut: Er hat bereits 2017 als stellvertretender Centermanager im Donau Zentrum gearbeitet, das ebenfalls von URW betrieben wird. Der bisherige Centermanager der SCS, Matthias Franta, hat das Unternehmen nach über neun Jahren auf eigenen Wunsch und im besten Einvernehmen verlassen, teilt URW auf Nachfrage mit (MA URW, textilzeitung.at 14.2.20; die Aussendung im Volltext samt Bild von Hr. Urbanovský: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200214_OTS0050/neuer-center-manager-in-der-shopping-city-sued-bild).

Columbus Center im Relaunch

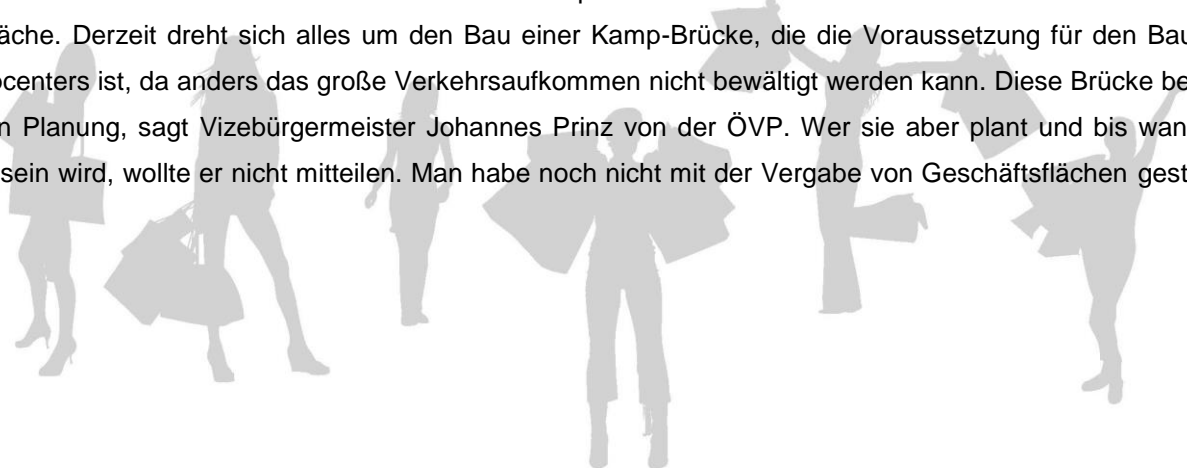
Im Rahmen des laufenden Relaunchs konzentriert sich Centermanager EHL Immobilien auf die Stärkung des Nahversorgungscharakters des Wiener Einkaufszentrums Columbus Center. Mit Merkur kann man auf einen starken Ankermieter verweisen. Mittels eines eigenen Food Courts soll der Gastronomieanteil erhöht werden. Nahversorgung ist der einzige stationäre Handelsbereich, der in den letzten Jahren keine Einbußen verzeichnen musste. Die Sanierung der Tiefgarage ist fast abgeschlossen, nach der Entrümpelung des Schilderwalds wird ein neues Leitsystem installiert. Ergänzend sollen ein modernes Beleuchtungskonzept, neue Bestuhlungen und begrünte Zonen die Aufenthaltsqualität verbessern. An moderne Erfordernisse angepasst werden sollen auch die rund 7.000 m² Bürofläche. EHL-Retail-Experte Mario Schwaiger geht von einem gegenseitigen Befruchtungsprozess von Offices und Shoppingflächen aus (Presse 14.2.20).

Uno Shopping: Kart-Bahn läuft „traumhaft“

Marco Ebner eröffnete vergangenes Jahr eine E-Kart-Bahn und ein angeschlossenes Restaurant auf 5.000 m² Fläche des ansonsten leerstehenden Uno Shopping in Leonding bei Linz. Die Kartbahn erstreckt sich über drei Ebenen und führt bis hinunter in die Tiefgarage. Ebner ist vom Standort begeistert: Die Anbindung sei ideal, die Auslastung „traumhaft“. Weitere Mieter gibt es aktuell keine. Die Eigentümer des Uno Shopping halten sich zu den weiteren Plänen bedeckt, man befinde sich in „konkreten Planungen“, wird mitgeteilt. Demnächst könnte sich aber etwas tun, meinen Brancheninsider (Standard 15.2.20).

Nichts Neues beim Kampcenter

Der „Standard“ widmet dem von der Consio-Gruppe geplanten Kampcenter in Zwettl eine große Reportage. Neue Fakten gibt es jedoch kaum. Die Consio von Reinhold Frasl plant seit 2008 auf einem rund 10.000 m² großen Grundstück zwischen Stadtmauer und Kamp ein innenstadtnahes Einkaufszentrum mit 8.500 m² Mietfläche. Derzeit dreht sich alles um den Bau einer Kamp-Brücke, die die Voraussetzung für den Bau des Kampcenters ist, da anders das große Verkehrsaufkommen nicht bewältigt werden kann. Diese Brücke befinde sich in Planung, sagt Vizebürgermeister Johannes Prinz von der ÖVP. Wer sie aber plant und bis wann sie fertig sein wird, wollte er nicht mitteilen. Man habe noch nicht mit der Vergabe von Geschäftsflächen gestartet,





Austrian Council of Shopping Centers

verfüge jedoch über etliche Interessenten, heißt es vom Entwickler (Standard 15.2.20; die Reportage im Volltext: <https://www.derstandard.at/story/2000114577193/zores-um-geplantes-einkaufszentrum-in-zwettl>).

Weitere Details zum Vio Plaza auf den Kometgründen

Wie berichtet (*ACSC-Newsletter 2/2020; Anm.*) ist im Jänner nach jahrelanger Diskussion der Baustart zum Großprojekt auf den Wiener Kometgründen erfolgt. Nun wurden weitere Details bekannt. Realisiert wird das Projekt mit dem Namen Vio Plaza von der Real-Treuhand, einer Tochtergesellschaft der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich. Wenngleich über den Kaufpreis Stillschweigen vereinbart wurde, liegen sehr wohl offizielle Zahlen für das geplante weitere Investment vor: Rund 300 Mio. € steckt die Real Treuhand in das von Architekt Peter Podsedensek entworfene Projekt mit 58.000 m² Nutzfläche. Die Fertigstellung ist für 2023 geplant. Errichtet werden zwei Bauteile, wobei Bauteil A Büro- und Geschäftsflächen umfasst und im Bauteil B Mietwohnungen errichtet werden. Konkret werden 194 Mietwohnungen, ein Shoppingcenter mit einer Fläche von 12.000 m², ein Fitnessstudio auf 3.000 m², Büroflächen auf rund 22.600 m² sowie ein zehnstöckiges Hotel auf 10.000 m² entstehen. Verhandlungen mit einem Hotelbetreiber sollen sich laut Eigentümer bereits in der Endphase befinden (leadersnet.at 17.2.20; der Artikel im Volltext samt Bildern vom Projekt: <https://www.leadersnet.at/news/41975,so-wird-wiens-naechstes-grosses-einkaufszentrum-aussehen.html>).

City Point Steyr angelt sich MPPreis

Der City Point in Steyr wird bei laufendem Betrieb umgebaut. Mehrere Geschäfte, darunter H&M und Spar, haben weiterhin geöffnet. Nun wurde bekannt, dass MPPreis neu in das Einkaufszentrum am Rande der Innenstadt einziehen soll. Der Lebensmittelhändler hatte im November 2019 seinen ersten Markt in Oberösterreich im Welser Traunpark eröffnet und eine weitere Expansion angekündigt (nachrichten.at 19.2.20).

Uno Shopping: Eigentümer halten an FMZ-Plänen fest

Seit Ende 2016 steht das Uno Shopping bis auf einige wenige Mieter leer. Versuche, dem 110.000 m² großen Areal Leben einzuhauchen, gestalten sich schwierig. Anfang 2019 verlauteten die Mühlviertler Eigentümer Josef Hofer, Hubert Wagner und Joachim Pawelka ihre Pläne eines Fachmarktzentrums, das einen Umbau des Gebäudes vorsah und noch im Laufe des Vorjahres hätte aufsperrern sollen. Die Realisierung lässt auf sich warten. „Die Entwicklung eines Areals in dieser Größe nimmt viel Zeit in Anspruch und muss gut durchdacht werden“, heißt es dazu von den Eigentümern. Zudem ist das Investorentrio, welches das Areal um einen mittleren zweistelligen Millionenbetrag gekauft hat, auf ein Duo geschrumpft. Pawelka zog sich im November aus der Betreibergesellschaft FMZ-Uno zurück. Zu potenziellen Mietern, kolportiert werden Hornbach, Interspar und Merkur, wollen sich weder die Eigentümer noch andere Projektpartner äußern (nachrichten.at 22.2.20; Volltext mit Visualisierung des FMZ-Projekts: <https://www.nachrichten.at/wirtschaft/wirtschaftsraumooe/30-jahre-uno-shopping-und-jetzt;art467,3230160>).

Immobilien & Entwickler

Wien Höchstädtplatz: Mixed-use statt Baumax

Der ehemalige Baumax-Markt in Wien 20, Höchstädtplatz, wurde vor kurzem abgerissen. Auf einer Gesamtnutzfläche von 37.500 m² entstehen v. a. Wohnungen, aber auch ein Supermarkt, Gastronomie und Fitness. Die Gegend wird zunehmend innerstädtisch, sodass Fabriken und Autohäuser weiter stadtauswärts abwandern (Regal 1/2020).

Verkaufsflächen schrumpfen siebtes Jahr in Folge

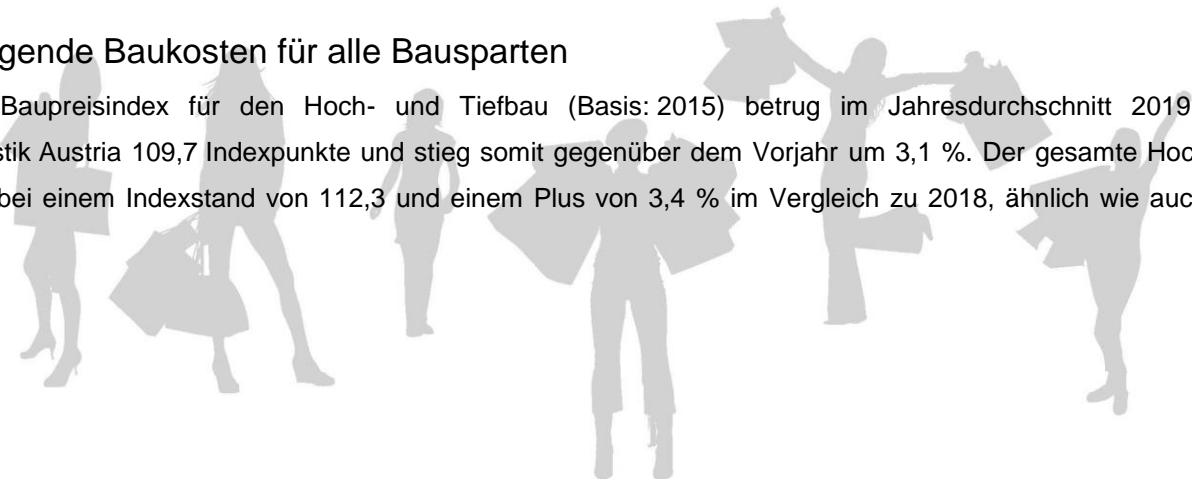
Seit 2014 schrumpft Österreichs Einzelhandelsverkaufsfläche. Die Einbußen sind sich durchaus beachtlich: Pro Jahr werden rund 150.000 m² vom Markt genommen. Betrug der Rückgang im Jahr 2018 147.000 m², ermittelte RegioData für 2019 Rückgänge von etwa 123.000 m². Mit Jahresbeginn 2020 hat der stationäre Handel – gemessen am Höchststand 2013 – bereits etwa 8 % der damaligen Gesamtfläche eingebüßt. Lag die Verkaufsflächendichte 2013 bei knapp 1,8 m² pro Einwohner, sank diese bis 2018 auf 1,65 m² pro Einwohner. Für 2020 ist sogar von einem Wert von deutlich unter 1,6 m² pro Einwohner auszugehen. Denn RegioData prognostiziert für heuer sogar eine Verschärfung der Entwicklung mit einem Flächenrückgang um 1,4 %. Dabei ist die Verkaufsflächendichte in Österreich im Vergleich zu anderen europäischen Ländern nach wie vor sehr hoch (RegioData-Newsletter 6.2.20; weitere Informationen und Grafik: <https://www.regiodata.eu/de/news/1177-oesterreichs-verkaufsflaechen-2009-2019>).

Ausbaustopp für Fachmarktzentren im Wiener Umland

Ein Aus für weitere dezentrale Einkaufs- und Fachmarktzentren im Wiener Umland sieht ein neues Konzept im Wiener Stadtentwicklungsplan STEP 2025 vor. Noch im Frühjahr soll das Fachkonzept im Gemeinderat beschlossen werden. Damit kann es noch heuer in Kraft treten. Neue Flächen solche soll es künftig nur noch geben, wenn sie einen Nahversorgungscharakter für Stadtentwicklungsprojekte wie die Seestadt Aspern haben. Und das auch nur, wenn sie gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden sind. Es soll eine Stadtstruktur mit mehreren Einkaufsangeboten über das gesamte Stadtgebiet verteilt geschaffen werden. Das soll auch die B- und C-Lagen aufwerten, die durch Onlinehandel und Flächenüberschuss schwer angeschlagen sind (immoseven.at 7.2.20).

Steigende Baukosten für alle Bausparten

Der Baupreisindex für den Hoch- und Tiefbau (Basis: 2015) betrug im Jahresdurchschnitt 2019 laut Statistik Austria 109,7 Indexpunkte und stieg somit gegenüber dem Vorjahr um 3,1 %. Der gesamte Hochbau hielt bei einem Indexstand von 112,3 und einem Plus von 3,4 % im Vergleich zu 2018, ähnlich wie auch die



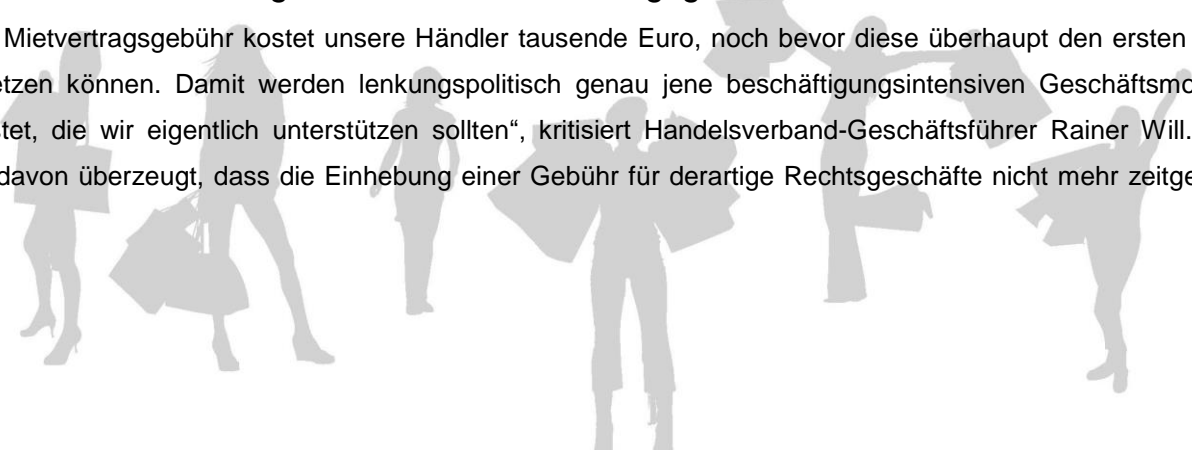
beiden Hochbausparten Wohnhaus- und Siedlungsbau (112,0 Punkte, + 3,3 %) und sonstiger Hochbau (112,6 Punkte, + 3,4 %). Im Hochbau trugen neben den Beton- und Stahlbetonarbeiten vor allem die Bauleistungen der Professionisten, etwa Gas- und Wasserinstallationen, Außenwand-Wärmedämmverbundsysteme oder Schwarzdeckerarbeiten, zu den Preisanstiegen bei (MA Statistik Austria 10.2.20).

Handelsflächen: Re/max sieht Stabilisierung auf hohem Niveau

Mehrere Jahre war die Gesamtverkaufsfläche in Österreich rückläufig. Dieser Trend wurde schon 2017 gestoppt, als die Verkaufsfläche lt. KfV Forschung Austria mit rund 13,7 Mio. m² gleichgeblieben ist. 2018 wurde wieder ein Anstieg auf 13,8 m² verzeichnet. Trotzdem hat sich die Gesamtverkaufsfläche in Österreich in den Jahren seit 2013 um rund 650.000 m² reduziert. „Wir gehen davon aus, dass sich diese Zahl 2019 nicht maßgeblich nach unten verändern wird, da gerade die Branchen Sportartikel, Lebensmittelhandel und Drogerie nach wie vor auf Expansionskurs getrimmt sind“, meint Stefan Krejci, Geschäftsführer der Re/max Commercial Group. Mit ca. 1,6 m² Verkaufsfläche pro Einwohner wird Österreich nur von Belgien und den Niederlanden übertroffen. „Die relative Stabilisierung bei den Verkaufsflächen darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich aktuell eine Strukturbereinigung im Einzelhandel breit macht. Dies trifft in erster Linie B- und C-Lagen, aber auch viele kleinere und mittlere Städte“, erklärt Krejci. Bei der Nachverwertung ehemaliger Handelsimmobilien kommt es auf Kreativität in Bezug auf Umnutzungen an. Gastronomie, Erlebnis-, Entertainment- und Service-Angebote wie Ärzte und Fitness machen Handelsstandorte als Destinationen attraktiver. Auch 2020 gab es rund zwei Dutzend neue Markteintritte in Österreich wie z. B. JD Sports oder Kaptan & Son in Wien oder Colmar in Kitzbühel. Doch diese Unternehmen konzentrieren sich ausschließlich auf die absoluten Top-Lagen und haben ihre Expansion mit wenigen Standorten auch schon wieder beendet. „Dazu kommen nach wie vor expansive Konzepte aus dem klassischen Diskont-Bereich“, ergänzt Krejci. Beispiele expandierender Unternehmen sind Tedi, Action, Müller, NKD, XXL Sports, Intersport, Spar und Rewe. Die Spitzenmieten in Wien liegen, wie auch in den letzten Jahren, bei rund 400 €/m². Die größten Sprünge wurden mit + 13 % in sehr guten Lagen in Innsbruck verzeichnet, während in Klagenfurt, aufbauend auf die starke Steigerung im Jahr 2018 von rund + 15 %, die Spitzenmieten noch einmal um rund 12 % nach oben geklettert sind (MA Re/max 18.2.20; Volltext mit weiteren Details, darunter einem Mietpreisspiegel für alle Landeshauptstädte: http://pressecenter.reichlundpartner.com/News_Detail.aspx?id=101776&menueid=2349&l=deutsch).

Handelsverband drängt auf Aus bei Mietvertragsgebühr

„Die Mietvertragsgebühr kostet unsere Händler tausende Euro, noch bevor diese überhaupt den ersten Euro umsetzen können. Damit werden lenkungspolitisch genau jene beschäftigungsintensiven Geschäftsmodelle belastet, die wir eigentlich unterstützen sollten“, kritisiert Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will. „Wir sind davon überzeugt, dass die Einhebung einer Gebühr für derartige Rechtsgeschäfte nicht mehr zeitgemäß





Austrian Council of Shopping Centers

und vor allem im Hinblick auf die fehlende staatliche Gegenleistung nicht gerechtfertigt ist.“ Für den Wirtschaftsstandort Österreich ist sie ein deutlicher Nachteil, da in fast allen europäischen Staaten vergleichbare Gebühren für Verträge bereits abgeschafft wurden. Der Handelsverband fordert daher die gänzliche Abschaffung des gesamten Gebührengesetzes, dessen Einnahmen durch die hohen Verwaltungsaufwände vollständig aufgeessen werden. Der Handelsverband freut sich dabei über Unterstützung aus den Bundesländern. So hat sich die niederösterreichische Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner ebenfalls für ein Aus der Mietvertragsgebühr ausgesprochen (MA Handelsverband 19.2.20).

SES-Center steigern Umsatz

Die Pächter der Einkaufszentren der SES Spar European Shopping Centers konnten ihre Brutto-Verkaufsumsätze im Jahr 2019 im Durchschnitt um 2,5 % auf insgesamt 2,83 Mrd. € steigern. Dabei blieb sowohl die Zahl der durch SES gemanagten Center (29) als auch die verpachtbare Fläche (790.000 m²) unverändert. Im Laufe des Jahres wurden die Malls Citypark Ljubljana und Europark Maribor erneuert sowie das Shopping Center King Cross in Zagreb umgebaut. Der Bau des neuen Shopping Centers Aleja in Ljubljana befindet sich im Finale, eröffnet wird im März 2020 (textilzeitung.at 21.2.20).

30 Jahre Handelskolloquium

Am 24. März feiert der traditionsreichste Handelskongress Österreichs Jubiläum. Am Programm des 30. Handelskolloquiums in der Orangerie des Schlosses Schönbrunn stehen spannende Vorträge, die Preview des Omnichannel Readiness Index 3.0, Projektpräsentationen zu nachhaltiger Standortplanung, innovative Startups in der ACSC-Startup-Session, die Verleihung des Handelsverband-Wissenschaftspreises sowie ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm. Zu den RednerInnen zählen Bundesministerin Margarete Schramböck, Gerhard Drexel (Spar), Günther Helm (Müller Drogerie), Maimuna Mosser (Ikea), Roland Fink (niceshops), Julia Stone (Billa), Christoph Stadlhuber (Signa), Petra Hauser (Talent Garden), Utho Creusen (Universität Münster), Werner Wutscher (New Venture Scouting) und Sinan Tankaz (Kapsch) (e-mail Handelsverband 21.2.20; weitere Informationen und Tickets auf www.handelskolloquium.at).

Benko kauft auch Globus

Das Retail-Reich von René Benko wird wieder ein Stück größer. Gemeinsam mit der thailändischen Central Group hat Benkos Signa-Gruppe die Schweizer Warenhauskette Globus um über 1 Mrd. Franken gekauft. Verkäufer ist der Schweizer Einzelhandelsriese Migros. Globus betreibt 48 Geschäfte, darunter 12 große Warenhäuser, sowie einen Online-Shop. Die Gruppe kämpft seit Jahren mit Umsatzrückgängen und Verlusten. Im Vorjahr sank der Umsatz um 5,6 % auf 763 Mio. Franken (715 Mio. €), auch aufgrund von Filialschließungen. Unter dem Dach der European Luxury Department Store Group, zu der bereits die



KaDeWe-Häuser, die italienischen Rinascente-Kaufhäuser und Illum in Dänemark zählen, soll Globus ebenfalls zum Luxuswarenhaus umgebaut werden, gibt Signa bekannt. Teil dieser illustren Runde wird auch das derzeitige Leiner-Möbelhaus auf der Wiener Mariahilfer Straße, das in den nächsten Jahren zum „KaDeWe Wien“ umgebaut werden soll. Im Deal enthalten sind neben dem Einzelhandelsgeschäft von Globus auch acht Immobilien (Österreichische Textilzeitung 24.2.20; weitere (Hintergrund-)Informationen: <https://medianet.at/news/retail/benko-kauft-ein-31485.html>).

Marken

MPreis expandiert in der Steiermark

Der Tiroler Lebensmittelhändler MPreis möchte im Bezirk Liezen drei neue Märkte in Haus im Ennstal, Bad Mitterndorf und Bad Aussee errichten. Nicht überall ist man erfreut, auch, weil die Standorte teils außerhalb der Zentren geplant sind (Kleine Zeitung 18.1.20).

Billa plant heuer 30 neue Märkte

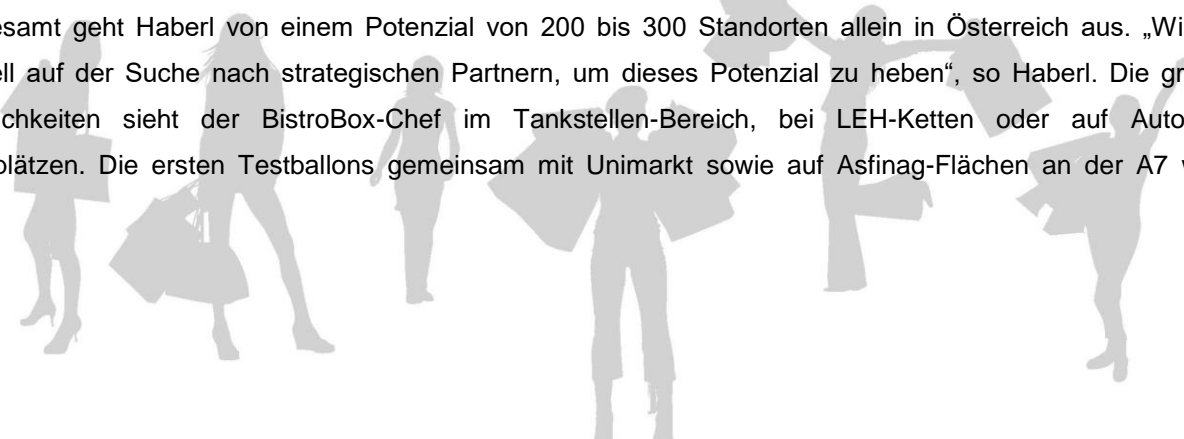
Billa-Vorstandssprecher Robert Nagele blickt „zufrieden auf das Jahr 2019 zurück“. Billa habe „31 Filialen eröffnet und weitere 38 Standorte modernisiert“. Mehr als 120 Mio. € wurden investiert. Im Gegenzug wurden rund 15 Filialen geschlossen. Ein ähnliches Programm und Budget ist auch für heuer geplant. Der Trend gehe in Richtung Standorte über 1.000 m² Verkaufsfläche (Regal 1/2020).

Merkur baut in Völkermarkt

Merkur will in Völkermarkt am Schotterparkplatz auf der Umfahrungsstraße einen neuen Kompakt-Markt errichten (Regal 1/2020).

BistroBox will 15 neue Standorte

BistroBox hat das Jahr mit gleich drei Neueröffnungen begonnen (Marchtrenk, Ort im Innkreis und Groß-Enzersdorf). Angeboten werden ofenfrische Pizzas aus dem patentierten Heißluftofen sowie Snacks, Getränke und frischgemahlener Kaffee – ohne einschränkende Öffnungszeiten. 29 unbemannte 24-Stunden-Pizzerien in sechs Bundesländern sind aktuell in Betrieb. Der Standort in Groß-Enzersdorf ist der erste in Niederösterreich. „Heuer wollen wir 10 bis 15 neue Standorte ans Netz nehmen“, erklärt Geschäftsführer Klaus Haberl. Insgesamt geht Haberl von einem Potenzial von 200 bis 300 Standorten allein in Österreich aus. „Wir sind aktuell auf der Suche nach strategischen Partnern, um dieses Potenzial zu heben“, so Haberl. Die größten Möglichkeiten sieht der BistroBox-Chef im Tankstellen-Bereich, bei LEH-Ketten oder auf Autobahn-Rastplätzen. Die ersten Testballons gemeinsam mit Unimarkt sowie auf Asfinag-Flächen an der A7 waren





Austrian Council of Shopping Centers

erfolgreich. Haberl: „Derzeit suchen wir motivierte Partner, die an bereits verfügbaren Standorten in Klagenfurt, Gänserndorf, St. Pölten, Schwechat und Ried im Innkreis mit uns gemeinsam durchstarten wollen.“ (Regal 1/2020, medianet.at 4.2.20)

Novomatic lässt Glücksspiel-Lizenzen auslaufen

Der Glücksspielkonzern Novomatic wird sich nicht mehr um Lizenzen für das Kleine Glücksspiel bewerben, wenn diese auslaufen. Derzeit hält die Novomatic entsprechende Zulassungen in allen fünf Bundesländern, in denen es solche Landesauspielungen gibt. „Der Fokus liegt in Zukunft außerhalb Österreichs“, sagte Vorstandschef Harald Neumann. Man wolle sich „nicht wieder vorwerfen lassen, in Österreich irgendwelche Interessen zu verfolgen“, so Neumann. Was „fix“ in Österreich bleibe, sei das Headquarter in Gumpoldskirchen (NÖ) und der Sportwettenanbieter Admiral. Außerhalb Österreichs gebe es die riesigen Märkte, die es weiter zu bearbeiten gelte. Während in der Alpenrepublik rund 6.000 Glücksspielautomaten betrieben würden, seien es in den USA eine Million und in Europa 1,3 Millionen, sagte Neumann. Der Fokus liege auf dem wichtigsten Markt des europäischen Marktführers, nämlich Deutschland und weiters zentral- und osteuropäischen Staaten, Spanien und den USA. Womöglich werde man bald auch in den ukrainischen Markt eintreten, kündigte Neumann an (diepresse.com 5.2.20).

Absolute Teamsport: Store-Premiere in der Weberzeile

Das Retail-Format Absolute Teamsport feiert am österreichischen Markt Premiere. Das von Sport 2000 International entwickelte, ausschließlich auf Teamsport spezialisierte Storekonzept eröffnete Anfang Februar in der Weberzeile in Ried im Innkreis auf 250 m² seinen ersten Store hierzulande (medianet.at 5.2.20).

Intersport verlässt Klagenfurter Südpark

Intersport Pilz verlässt das Klagenfurter Einkaufszentrum Südpark und zieht um. In der Völkermarkter Straße 274 baut der Sportartikelhändler auf 4.000 m² einen neuen Flagship-Store samt Servicecenter. Zuvor waren an dieser Adresse bereits Sports Experts und danach Sports Direct angesiedelt. Am 19. März wird eröffnet. Leider habe man Intersport die gewünschte Großfläche nicht bieten können, bedauert Südpark-Chef Heinz Achatz, der bereits Verhandlungen mit möglichen Nachmietern führt (Kleine Zeitung 5.2.20).

Sports Direct weiter auf dem Rückzug

Der Schrumpfkurs beim Diskonter Sports Direct ist hierzulande auch im vergangenen Geschäftsjahr 2018/2019 weitergegangen. Weniger Filialen und sinkende Personalkosten haben der Österreich-Tochter zum dritten Mal seit der Sport-Eybl-Übernahme im Jahr 2013 einen kleinen Gewinn beschert. Der Jahresgewinn von Sports Direct Austria lag 2018/19 bei 1,2 Mio. €, nach einem Gewinn von 323.000 € im Jahr davor. Der Umsatz ging





Austrian Council of Shopping Centers

aufgrund der Filialschließungen von 105 Mio. auf 97 Mio. € zurück. Der Markteinstieg ist bisher ein finanzielles Debakel: Das negative Eigenkapital lag bei rund 116 Mio. €. Sports Direct Austria kann aber auf die finanzielle Unterstützung der britischen Mutter zählen. Der Fortbestand ist nach eigenen Angaben gewährleistet. Die Sportkette schloss in Österreich zwei Standorte und verfügte per Ende April 2019 noch über 26 Filialen von einst 50 (medianet.at 10.2.20; weitere Details im Volltext: <https://medianet.at/news/retail/oesterreich-ist-fuer-sports-direct-weiterhin-ein-schwieriges-pflaster-31513.html>).

Würth mit Rekordumsatz

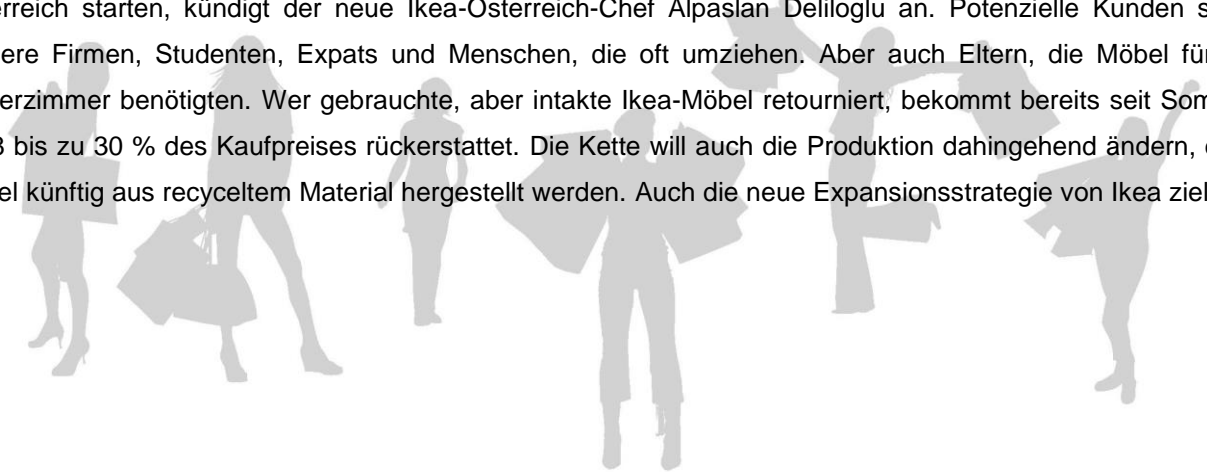
Würth, Spezialist im Handel mit Montagematerial, konnte seinen Österreich-Umsatz im Vorjahr um 4,7 % auf 220,7 Mio. € steigern. Geschäftsführer Alfred Wurmbrand ist zufrieden: „Positiv beeinflusst wurde das Jahresergebnis durch die derzeit sehr gute Auslastung im Baugewerbe.“ Neben dem Direktvertrieb, dem größten und wichtigsten Vertriebskanal von Würth, tragen auch die derzeit 54 Abholshops einen wesentlichen Teil zum Erfolg des Unternehmens bei. Mit einem Umsatz von 55 Mio. € erwirtschaften sie ein Viertel des Gesamtumsatzes. Im Laufe des Jahres 2020 sind vier neue Würth-Shops für gewerbliche Kunden geplant. Die Standorte in Linz, Telfs, St. Pölten-Nord und Röthis (Vorarlberg) stehen bereits fest (MA Würth 10.2.20).

Kult expandiert weiter

Der deutsche Multilabel-Filialist Kult hat in Österreich in den letzten Jahren einen bemerkenswerten Aufstieg hingelegt. Das Street- und Urbanwear-Konzept, das Marken wie Adidas, Calvin Klein, Ellesse, Guess, Hilfiger Denim und Superdry im Angebot hat, betreibt mittlerweile 18 Filialen im Land, von Top-Standorten wie Wien Mitte The Mall oder der Salzburger Getreidegasse bis hin zu Geschäften in Fachmarktzentren in Spittal/Drau oder Asten. Heuer geht die Expansion weiter: Anfang April wird Kult eine Filiale im CCA in Amstetten eröffnen. Im neuen Fachmarktzentrum Pado Galerien in Parndorf werden im Herbst dieses Jahres gleich zwei Filialen eröffnet: Neben Kult wird auch das Schwester-Konzept Olymp & Hades einziehen, das in Österreich bereits im G3 und im Center West in Graz aktiv ist. Ebenfalls bereits fixiert ist der Einzug von Kult in der Arkade Linz nach Abschluss des laufenden Umbaus im Jahr 2021 (textilzeitung.at 12.2.20).

Ikea: Mieten statt kaufen bald auch in Österreich

Ikea testet den Verleih von Möbeln derzeit weltweit, bis spätestens Ende 2021 soll das Angebot auch in Österreich starten, kündigt der neue Ikea-Österreich-Chef Alpaslan Deliloglu an. Potenzielle Kunden seien kleinere Firmen, Studenten, Expats und Menschen, die oft umziehen. Aber auch Eltern, die Möbel für ein Kinderzimmer benötigten. Wer gebrauchte, aber intakte Ikea-Möbel retourniert, bekommt bereits seit Sommer 2018 bis zu 30 % des Kaufpreises rückerstattet. Die Kette will auch die Produktion dahingehend ändern, dass Möbel künftig aus recyceltem Material hergestellt werden. Auch die neue Expansionsstrategie von Ikea zielt auf



das Trendthema Nachhaltigkeit ab. Der Möbelhändler setzt auf City-Standorte, die mit der U-Bahn, zu Fuß oder mit dem Rad erreichbar sind. Am Wiener Westbahnhof entsteht bis 2021 der erste Ikea dieser Art. Deliloglu kann sich in Österreich mehrere solche City-Ikeas vorstellen. Der Onlinehandel habe sich hingegen „nicht so stark entwickelt wie angenommen“, so Deliloglu (kleinezeitung.at 13.2., Presse 14.2.20).

Shöpping macht 20 Mio. Umsatz und schreibt 2021 schwarze Zahlen

Shöpping, das Online-Portal der Österreichischen Post, hat 2019 einen Handelsumsatz von rund 20 Mio. € erzielt. „Nach zweieinhalb Jahren ist das schon mehr als okay“, meint Geschäftsführer Robert Hadzetovic. „Am Start, also am 5. April 2017, hatten wir 60 Händler an Bord. Jetzt sind es 700. Und das Interesse reißt nicht ab.“ Schwarze Zahlen soll es schon 2021 geben (medianet.at 14.2.20; ein Interview mit Robert Hadzetovic im Volltext: <https://medianet.at/news/retail/shooppingat-packerflut-schwarze-zahlen-in-2021-31617.html>).

Nikolaus Piza übernimmt Führung bei McDonald's Österreich

Bei McDonald's Österreich übernimmt ab April 2020 Nikolaus Piza als neuer Managing Director die strategische Führung des Unternehmens. Als CFO verantwortet er bereits seit 2018 die Bereiche Finanzen, Recht, Logistik, Einkauf, Franchising sowie McDelivery. Piza folgt auf Isabelle Kuster, die in dieser Funktion seit 2017 tätig war und zur Vizepräsidentin der europäischen Lizenzmärkte aufsteigt. Sie wird künftig bei McDonald's die Verantwortung für 23 Länder übernehmen. Die breite Einführung von Tischservice und McDelivery, die Eröffnung neuer Restaurants sowie der Fokus auf Food-Trends, Qualität und Regionalität im Produktbereich sorgten 2019 für ein Gäste- und Umsatzplus und damit einmal mehr für das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte und einen signifikanten Zugewinn an Marktanteilen. Neben einem Ausbau der digitalen Services sollen bis 2025 mehr als 20 neue Restaurants eröffnet werden – davon zwei im laufenden Jahr (leadersnet.at 16.2.20).

Aida eröffnet am Grazer Bahnhof

Die Wiener Traditions-Café-Konditorei Aida eröffnet Ende März am Grazer Hauptbahnhof die erste Filiale in der Steiermark. Betrieben wird der Standort im Franchise vom Unternehmen Lagardère Travel Retail, mit dem Aida seit einem Jahr am Flughafen Wien eine Filiale betreibt. Der Grazer Standort verfügt über 170 m² Innenraum und 110 m² Terrasse. Weitere Standorte in Kooperation mit Lagardère Travel Retail sind österreichweit an wichtigen Verkehrs- und Reiseknotenpunkten angedacht. Mit über 4.700 Standorten in 39 Ländern zählt Lagardère zu den weltweit größten Branchenunternehmen (MA Aida & Lagardère Travel Retail 17.2.20).



Sutterlüty braucht für Neubau in Ludesch EKZ-Widmung

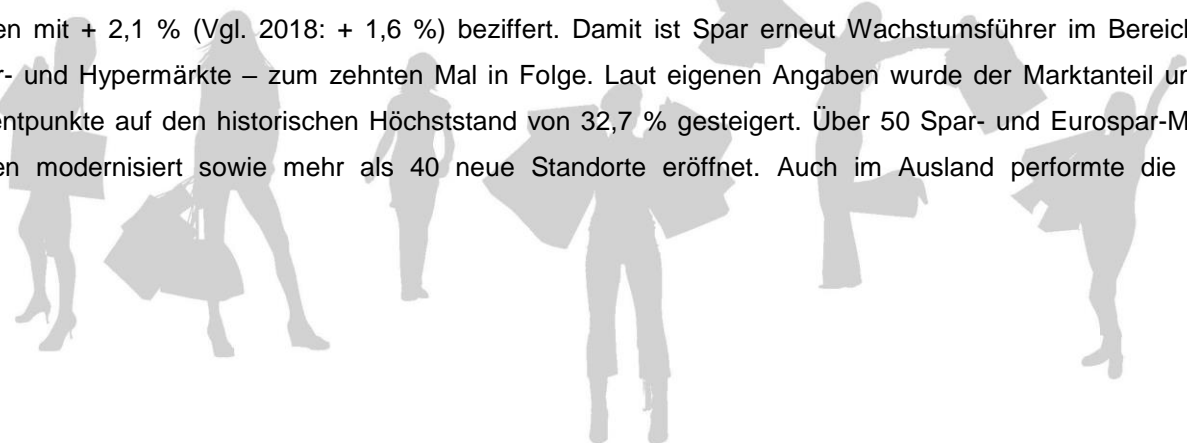
Die Vorarlberger Handelskette Sutterlüty beabsichtigt den Abriss des bestehenden Marktes in Bludesch-Gais und die Errichtung einer neuen Filiale. Da das Bauvorhaben raumplanungsrechtlich als Einkaufszentrum gelten würde, ist dafür ein eigener EKZ-Landesraumplan nötig. Die Gemeinde Bludesch hat ein entsprechendes Ansuchen an das Amt der Vorarlberger Landesregierung gerichtet. Der fast 30 Jahre alte Sutterlüty-Markt in Bludesch-Gais hat eine Verkaufsfläche von 598 m². Der Neubau käme auf eine Verkaufsfläche von 820 m². Dazu sind ein Restaurant sowie eine Tiefgarage geplant. Rechtlich betrachtet liegt ein Einkaufszentrum gemäß Raumplanungsgesetz ab einer Verkaufsfläche von 600 m² vor. Wenn nur autoaffine Waren angeboten werden, liegt ein Einkaufszentrum erst bei einer Verkaufsfläche von mehr als 1.500 m² vor. Mit derselben Thematik waren zuletzt auch Adler Mode in Hard sowie Hofer in Koblach bei ihren jeweiligen Erweiterungsplänen konfrontiert (orf.at 17.2.20, eigene Recherche).

50 Betrugsfälle bei Großrazzia in Amazon-Verteilzentrum aufgedeckt

Am 18. Februar hat im Amazon-Verteilzentrum in Großebersdorf eine Großrazzia der Finanzpolizei stattgefunden. Ziel der Razzia war aber nicht Amazon, sondern Boten und Subfirmen. Aufgrund des Verdachts auf Scheinfirmen und Schwarzarbeit kontrollierten die Finanzpolizisten alle Fahrer. Innerhalb von zwei Stunden wurden 36 Betriebe und 174 Dienstnehmer kontrolliert. In 49 Fällen wurden arbeitsrechtliche Verstöße festgestellt. In zehn Fällen wurden Forderungspfändungen gestellt, das heißt, dass die Firmen Schulden beim Finanzamt hatten, und zwar in der Höhe von insgesamt 185.000 €. Zudem deckten die Beamten eine Scheinfirma mit 20 Beschäftigten auf, die seit Mai keine Abgaben gezahlt hatte. 105.000 Euro wurden eingefordert. Viele Fahrer, die die Pakete von Großebersdorf aus ausliefern, sind nach Angaben der Finanzpolizei geringfügig angestellt. Die Realität sehe aber ganz anders aus. Die Finanzpolizei sprach von gefälschten Arbeitsaufzeichnungen, „massiven Schwarzzahlungen“ und von „Lohn- und Sozialdumping“ (orf.at 18.2.20; Volltext mit einer Stellungnahme von Amazon: <https://noe.orf.at/stories/3035248/>).

Spar bleibt Wachstumsführer

Die Spar-Gruppe hat auch das Jahr 2019 sehr positive abgeschlossen. In Österreich verzeichnete der Lebensmittelhändler mit 1.557 Standorten (davon 811 Filialen von Spar, Eurospar, Interspar und Maximarkt, 59 Restaurants und 687 von Spar-Kaufleuten betriebene Standorte) einen Brutto-Verkaufsumsatz von 7,20 Mrd. €. Das entspricht einem Zuwachs von 4,7 %; ein Wert der deutlich über der Branchenentwicklung liegt, die Nielsen mit + 2,1 % (Vgl. 2018: + 1,6 %) beziffert. Damit ist Spar erneut Wachstumsführer im Bereich der Super- und Hypermärkte – zum zehnten Mal in Folge. Laut eigenen Angaben wurde der Marktanteil um 0,8 Prozentpunkte auf den historischen Höchststand von 32,7 % gesteigert. Über 50 Spar- und Eurospar-Märkte wurden modernisiert sowie mehr als 40 neue Standorte eröffnet. Auch im Ausland performte die Spar



ausgesprochen erfolgreich. Wechselkursbereinigt erreichte die Aspiag (Austria Spar International AG) in Italien, Ungarn, Slowenien und Kroatien ein Umsatzplus von 6 % auf 5,99 Mrd. €. Das größte Wachstum erzielte man in Ungarn mit + 10 %; der Umsatz kletterte dort erstmals über die 2-Mrd.-€-Marke. In Italien erwirtschaftete man 2,33 Mrd. € Umsatz (+ 3,4 %), in Kroatien 720 Mio. € (+ 5,0 %) und in Slowenien 848 Mio. € (+ 4 %) (cash.at 20.2.20; die Presseaussendung mit allen Details im Volltext: <https://presse.spar.at/news-spar-ist-das-10-jahr-in-folge-wachstumsfuehrer-der-branche?id=102006&menueid=504&l=deutsch>).

Hervis wächst wieder

Der zur Spar-Gruppe gehörende Sportartikelhändler Hervis konnte seine Umsätze im Jahr 2019 um 2,8 % auf rund 510 Mio. € steigern. Wechselkursbereinigt betrug das Wachstum 3,2 %. Gleichzeitig erhöhte sich die Filialzahl um 12 auf 237, davon befinden sich 106 Geschäfte in Österreich. Gegenüber dem Jahr davor bedeutet das eine klare Verbesserung: 2018 hatte Hervis leicht sinkende Umsätze verzeichnet. In der Folge hatte der langjährige Hervis-Chef Alfred Eichblatt seinen Hut nehmen müssen. Seit November steht nun der ehemalige Leder-und-Schuh-Chef Werner Weber an der Unternehmensspitze. Wie Spar mitteilt, soll die neue Geschäftsführung nun „die strategische Ausrichtung des Unternehmens auf neue Beine stellen“. Nähere Angaben zur Neuausrichtung werden noch keine gemacht. Auch Ergebniszahlen werden traditionell keine veröffentlicht (textilzeitung.at 21.2.20).

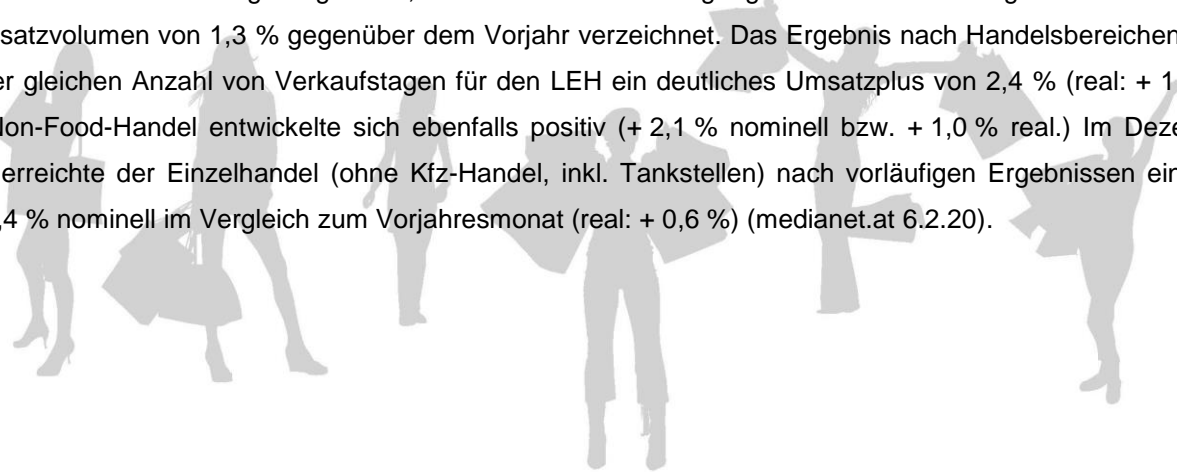
Märkte

Arbeitslosigkeit sinkt im Jänner weiter

Die Arbeitslosigkeit ist in Österreich auch im Jänner weiter gesunken. Die Zahl der Arbeitslosen und Schulungsteilnehmer sank im Vorjahresvergleich um 2,9 % auf 420.701 Personen. Einen wesentlichen Beitrag an dieser „erfreulichen Entwicklung“ hat der Baubereich. Dafür seien der überdurchschnittlich warme Jänner und eine noch immer gute Auftragslage verantwortlich. In der Warenproduktion stieg die Arbeitslosigkeit hingegen um 2,2 % (orf.at 3.2.20; weitere Informationen im Volltext: <https://oesterreich.orf.at/stories/3032915/>).

Einzelhandel erwirtschaftete 2019 Umsatzplus

Die heimischen Einzelhandelsunternehmen erzielten laut vorläufigen Ergebnissen von Statistik Austria 2019 eine nominelle Umsatzsteigerung von 2,1 %. Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung wurde ein Anstieg im Absatzvolumen von 1,3 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet. Das Ergebnis nach Handelsbereichen zeigt bei der gleichen Anzahl von Verkaufstagen für den LEH ein deutliches Umsatzplus von 2,4 % (real: + 1,5 %). Der Non-Food-Handel entwickelte sich ebenfalls positiv (+ 2,1 % nominell bzw. + 1,0 % real.) Im Dezember 2019 erreichte der Einzelhandel (ohne Kfz-Handel, inkl. Tankstellen) nach vorläufigen Ergebnissen ein Plus von 1,4 % nominell im Vergleich zum Vorjahresmonat (real: + 0,6 %) (medianet.at 6.2.20).



Bevölkerungszahl stieg auf mehr als 8,9 Millionen

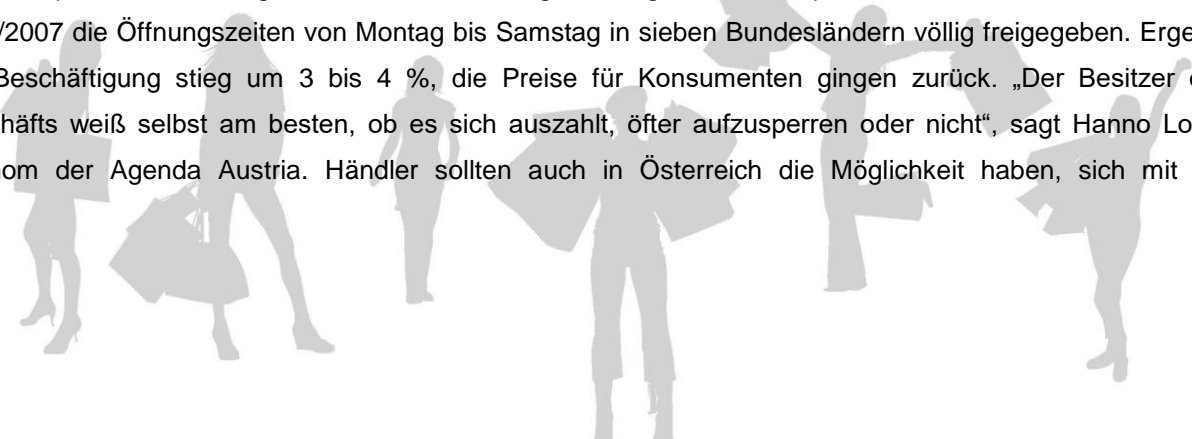
Am 1. Jänner 2020 lebten Statistik Austria zufolge 8.902.600 Menschen in Österreich, um 43.825 Personen (+ 0,5 %) mehr als zu Jahresbeginn 2019. Damit verzeichnete Österreich wieder eine etwas stärkere Bevölkerungszunahme als im Jahr zuvor (+ 0,4 %). Auch 2019 verzeichnete Wien wie in allen Jahren zwischen 2009 und 2017 die größte prozentuale Bevölkerungszunahme aller Bundesländer (+ 0,8 % auf 1.911.728 Personen). Mit + 0,7 % gab es den zweitstärksten Bevölkerungszuwachs in Vorarlberg. Ein ebenfalls überdurchschnittliches Wachstum verzeichneten die Bundesländer Salzburg und Oberösterreich (jeweils + 0,6 %). Das geringste Bevölkerungswachstum gab es in Kärnten (+ 0,1 %). Auf regionaler Ebene gab es in 26 politischen Bezirken einen Bevölkerungsrückgang, flächendeckend etwa im Waldviertel, in der Obersteiermark und dem angrenzenden Salzburger Lungau sowie im Bundesland Kärnten mit Ausnahme der Städte Villach und Klagenfurt sowie dem Bezirk Klagenfurt-Land (MA Statistik Austria 12.2.20; Volltext mit weiteren Informationen, Tabellen und Grafiken: http://www.statistik.at/web_de/presse/122588.html).

Wirtschaft bleibt auf Wachstumskurs

Der Konjunkturindikator der UniCredit Bank Austria ist im Jänner 2020 auf den höchsten Wert seit acht Monaten gestiegen. Die Industrie wird noch in einer milden Rezession verortet, hingegen verbesserte sich erneut die schon gute Stimmung in den binnenwirtschaftlichen Bereichen. Die Bank Austria rechnet für 2020 mit einem Wirtschaftswachstum von 1,0 % nach 1,6 % im Jahr 2019. Die EU-Kommission hatte tags zuvor sogar ein Wachstum von 1,3 % vorhergesagt. Die Arbeitslosenquote wird im Jahresdurchschnitt 2020 nur leicht um 0,1 Punkte auf 7,5 % ansteigen. Die Konsumlaune der Verbraucher hat sich nochmals verbessert. Besonders der Dienstleistungssektor zeigt sich davon sehr positiv beeinflusst. Nach der Verringerung des Wachstums im laufenden Jahr könnte es 2021 wieder stärker aufwärts gehen und ein BIP-Anstieg von 1,3 % erreicht werden (trend.at 14.2.20).

Österreich, das Land der geschlossenen Läden

Österreich zählt zu den Ländern mit den kürzesten Ladenöffnungszeiten in Europa. Während sowohl in Skandinavien als auch in weiten Teilen Süd- und Osteuropas die Öffnungszeiten freigegeben wurden, ist Österreich eines von nur noch acht Ländern, in denen unter der Woche die Öffnungszeiten gesetzlich eingeschränkt sind. Das zeigt eine interaktive Grafik der Agenda Austria. Dabei haben zahlreiche Länder durchaus positive Erfahrungen mit flexiblen Öffnungszeiten gemacht, beispielsweise Deutschland. Dort wurden 2006/2007 die Öffnungszeiten von Montag bis Samstag in sieben Bundesländern völlig freigegeben. Ergebnis: Die Beschäftigung stieg um 3 bis 4 %, die Preise für Konsumenten gingen zurück. „Der Besitzer eines Geschäfts weiß selbst am besten, ob es sich auszahlt, öfter aufzusperren oder nicht“, sagt Hanno Lorenz, Ökonom der Agenda Austria. Händler sollten auch in Österreich die Möglichkeit haben, sich mit ihren



Beschäftigten zu einigen, wann sie aufsperrern wollen und wann nicht (agenda-austria.at 14.2.20; der Volltext und die interaktive Grafik mit den Öffnungszeiten je Land: <https://www.agenda-austria.at/grafiken/oesterreich-das-land-der-geschlossenen-laeden/>).

Erstmals mehr als fünf Millionen Pkws

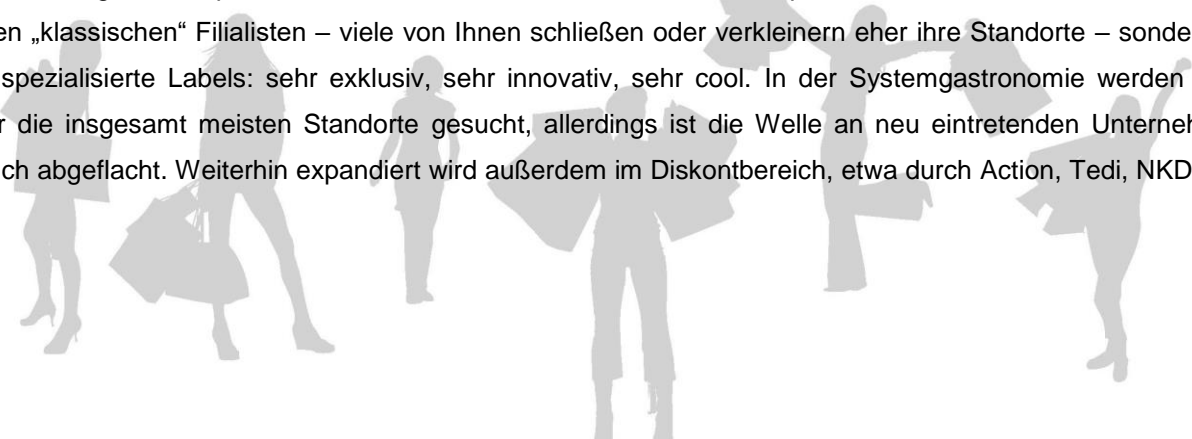
In Österreich gibt es erstmals mehr als 5 Mio. Pkws. Zu Jahresende waren 5,04 Mio. Autos zum Verkehr zugelassen, das waren um 1,2 % mehr als im Jahr davor, wie die Statistik Austria mitteilt. Der Dieselbestand ging geringfügig um 0,1 % auf 2,77 Mio. Autos zurück. Die Zahl der Pkw mit Benzinantrieb stieg um 1,9 % auf rund 2,18 Mio. Fahrzeuge. Bei Elektroautos gab es ein Plus von 41,7 % auf 29.523 Fahrzeuge (orf.at 19.2.20; weitere Informationen und Grafiken im Volltext: <https://oesterreich.orf.at/stories/3035383/>).

Pkw-Neuzulassungen im Jänner um 9,1 % zurückgegangen

Im Jänner 2020 wurden 22.959 Pkw neu zugelassen, um 9,1 % weniger als im Jänner des Vorjahres. Zugelegt haben lediglich Pkw mit Elektroantrieb (+ 37,1 %; Anteil: 3,0 %). Für Gerhard Schwartz von EY liegt der Hauptgrund für den Rückgang im sehr starken Vormonat. Im Dezember 2019 hätten die Händler vor allem SUV und Geländewagen mit Rabatten „in den Markt gedrückt“, damit diese nicht unter das neue CO2-Regime fallen, das seit Anfang 2020 gilt. Mit den neuen Regeln sollen Hersteller dazu motiviert werden, Autos mit alternativen Antrieben an die Kunden zu bringen (MA Statistik Austria 11.2., Presse 19.2.20).

RegioData: Handel drosselt Expansionstempo

Laut einer Erhebung von RegioData bei über 800 Filialisten und Franchisesystemen planen heuer ca. 420 Handels- und handelsnahe Unternehmen eine Expansion. Insgesamt suchen diese Unternehmen jedoch nur ca. 1.100 Standorte – deutlich weniger als noch vor wenigen Jahren. Dem gegenüber steht ein Angebot von geschätzt 5.000 leer stehenden, potenziell geeigneten Flächen. Doch gefragt sind fast ausschließlich frequentierte Bestlagen – und die sind kaum oder nur sehr teuer zu bekommen. Weiterhin kommen neue Handels- und Dienstleistungsunternehmen nach Österreich, doch im Gegensatz zu früher begnügen sich diese mit wenigen oder gar nur einem einzigen Standort, zumeist in der Wiener City oder einem der Top-Einkaufszentren. Beispiele aus den letzten Jahren sind etwa Manufaktum, Tod's, Urban Outfitters, Blockhouse oder Wagamama. Weiterhin zeigen sich Bekleidungs-, Lebensmittelhandel und Gastronomie am expansivsten. Im Bekleidungshandel planen fast 100 Vertriebslinien eine Standortexpansion. Doch es sind nicht mehr die großen „klassischen“ Filialisten – viele von Ihnen schließen oder verkleinern eher ihre Standorte – sondern oft sehr spezialisierte Labels: sehr exklusiv, sehr innovativ, sehr cool. In der Systemgastronomie werden auch heuer die insgesamt meisten Standorte gesucht, allerdings ist die Welle an neu eintretenden Unternehmen deutlich abgeflacht. Weiterhin expandiert wird außerdem im Diskontbereich, etwa durch Action, Tedi, NKD oder



Kik. Diese Formate profitieren auch von den durch Filialschließungen frei gewordenen Standorten von Charles Vögele, Vögele Shoes, C&A, Zielpunkt, Mister*Lady, Tally Weijl u.a. Diese „Nachnutzer“ zahlen zumeist weniger Miete als ihre Vorgänger. Oft sind es auch (noch) nicht filialisierte Konzepte, die nachrücken, etwa Joghurt- oder Müslishops, Vintage-Kleidung, Food-Coops oder Dekostores. Es gibt Buchhandlungen mit ausführlicher Speisekarte und Lesungen, Fahrradgeschäfte mit Kaffeehausatmosphäre, Friseure mit Whiskydegustation, Restaurants mit sofort kaufbaren Einrichtungsgegenständen, Boutiquen mit nur schwarzer und grauer Kleidung und viele kreativen Ideen mehr. Auch in Bereichen wie Botox-to-go, E-Gaming und Virtual Reality ist künftig mit Expansion zu rechnen (MA RegioData 20.2.20; ein ergänzender Artikel: <https://kurier.at/wirtschaft/trotz-fridays-for-future-imbisstaende-und-billigmode-im-anmarsch/400761072>).

3D-Betondruck als Attraktion auf der EuroShop

Eine der großen Innovationen auf der EuroShop in Düsseldorf waren Shop-Design-Lösungen im 3D-Betondruck. Gezeigt wurden sie vom oberösterreichischen Unternehmen 3D Betondruck Solutions, einem Pionier auf diesem Gebiet. Zu sehen waren eine im 3D-Druck futuristisch gestylte Baranlage und eine Infotheke. Die neue Technologie ermöglicht Gestaltungslösungen in einer einzigartigen Formensprache und Ästhetik. 3D Betondruck Solutions ist Vorreiter dieser Fertigungstechnik, mit der sich außergewöhnliche Gestaltungsideen verwirklichen lassen, berichtet Arndt Traindl, der Geschäftsführer von 3D Betondruck Solutions. Und Stefan Umdasch, für den Bereich Design verantwortlich, ergänzt: „Der Spielraum für außergewöhnliche ästhetische und ergonomische Lösungen ist enorm. Deshalb haben sich in Düsseldorf auch Planer und Architekten besonders interessiert gezeigt“ (MA 3D Betondruck Solutions 20.2.20; weitere Informationen und viele Anwendungsbeispiele: <https://www.3dbetondrucksolutions.at/impressionen>).

OeNB: Österreichs Wirtschaft hat Tiefpunkt durchschritten

Österreichs Wirtschaft hat in der zweiten Jahreshälfte 2019 den Tiefpunkt des aktuellen Konjunkturzyklus durchschritten. Für das erste Halbjahr 2020 zeichnet sich eine verhaltene Konjunkturbelebung ab, meldet die Oesterreichische Nationalbank (OeNB). Sie erwartet für das erste und zweite Quartal 2020 ein Wachstum des realen BIP von jeweils 0,3 % gegenüber dem Vorquartal. Damit bleiben die Wachstumsraten jedoch unter dem langjährigen Durchschnitt von 0,4 %. Gegenüber der letzten Prognose vom November wurden die Wachstumserwartungen für das erste Quartal aber um 0,1 % angehoben. Allerdings bestehen einige Risiken, vor allem außenwirtschaftliche Faktoren. Neben den globalen Handelskonflikten stellen die Folgen der Coronavirus-Epidemie ein neues, noch schwer abzuschätzendes Risiko dar (kurier.at 21.2.20).



Europa

Shopping Center & Retail Parks

Bosnien-Herzegowina

Belamionix plant Einkaufszentrum in Sarajevo

Das bosnische Einzelhandelsunternehmen Belamionix plant die Errichtung eines Einkaufszentrums in Sarajevo und erwarb dafür bereits ein Baugrundstück im westlichen Stadtteil Novi Grad. Medienberichten zufolge soll dort ein dreigeschossiger Shopping-Komplex mit einer Gesamtfläche von etwa 30.000 m² entstehen. Vorgesehen sind am Standort auch ein Hotel und eine Tankstelle (nov-ost.info 4.2.20).

Bulgarien

Park Center in Sofia ist voll vermietet

Das Park Center in Sofia, bei der Eröffnung im Jahr 2006 das erste Einkaufszentrum der Stadt, hat seine 21.000 m² GLA nun vier Jahre nach seiner Neupositionierung voll vermietet. Im Laufe des letzten Jahres haben acht neue Marken eröffnet, darunter das Fitness Center Next Level, das italienische Restaurant Al Forno sowie einige Handelsunternehmen wie Pepco und Running Zone. Mit Jahresbeginn 2020 eröffneten zwei weitere Geschäfte, womit Vollvermietung erreicht wurde. Die ursprünglich als City Center Sofia eröffnete Mall gehört seit 2014 Revetas Capital Advisors und wird durch Ceres Management Services gemanagt. 2016 wurde das Center nach einem Komplettumbau auf den Namen Park Center umgebrandet (across-magazine.com 4.2.20).

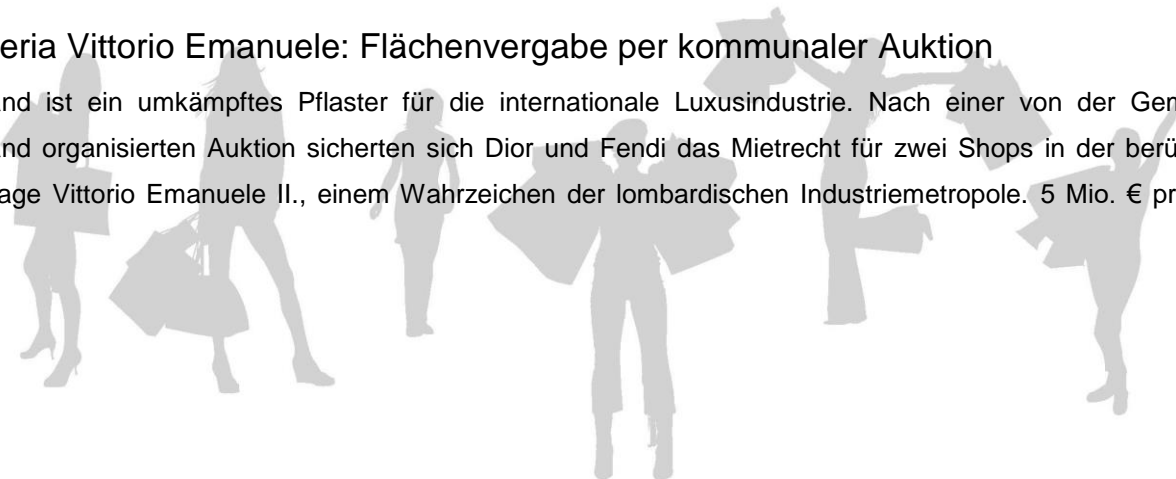
DZI übernimmt Mall Varna

Die bulgarische Versicherungsgesellschaft DZI hat das Einkaufs- und Bürozentrum Mall Varna vom Bauunternehmen Khidrostroy übernommen. DZI will die Anlage auch für eigene Zwecke nutzen. Die Gesellschaft betreibt im Komplex bereits ein Shared-Service-Center und will weiterer Flächen in Büros umwandeln. Seit der Eröffnung 2008 wechselte der Komplex bereits mehrfach den Besitzer (nov-ost.info 7.2.20).

Italien

Galleria Vittorio Emanuele: Flächenvergabe per kommunaler Auktion

Mailand ist ein umkämpftes Pflaster für die internationale Luxusindustrie. Nach einer von der Gemeinde Mailand organisierten Auktion sicherten sich Dior und Fendi das Mietrecht für zwei Shops in der berühmten Passage Vittorio Emanuele II., einem Wahrzeichen der lombardischen Industriemetropole. 5 Mio. € pro Jahr



wird das französische Modehaus Dior der Gemeinde Mailand für einen 253 m² großen Shop zahlen, der bisher von Versace besetzt war. Noch nie hatte bisher ein Geschäft in der Galerie so viel gekostet. Der Startpreis der Auktion lag bei 950.000 €. 38 Mal erhöhten die sechs konkurrierenden Unternehmen ihre Angebote. Fendi sicherte sich für 2,45 Mio. € pro Jahr einen weiteren, 335 m² großen Standort, der allerdings weniger Schaufenster hat und schlechter gelegen ist. In Räumlichkeiten war bisher die Marke Armani vertreten. Die Stadt Mailand verwendet die Mieteinnahmen zur Restaurierung von im Besitz der öffentlichen Hand befindlichen Immobilien (diepresse.com 19.2.20).

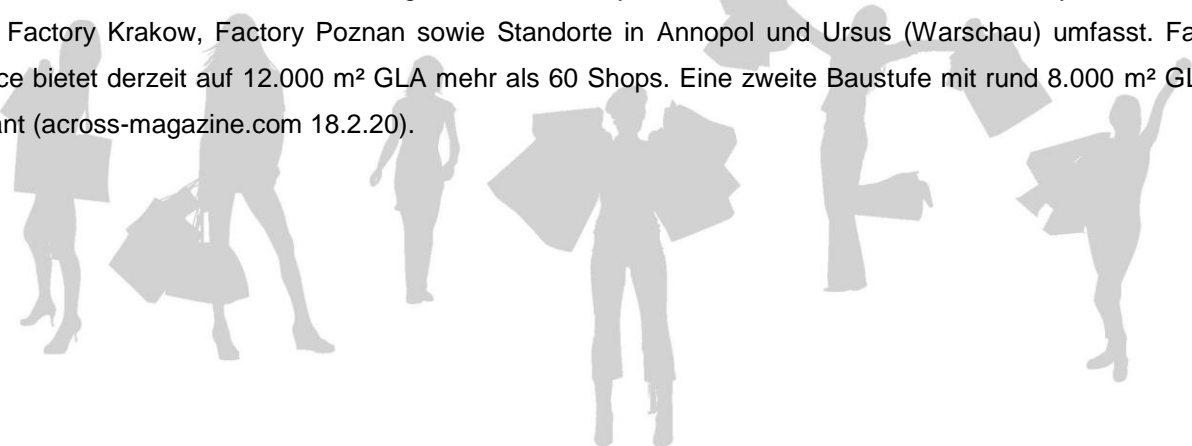
Polen

Shopping-Center-Markt ist gesättigt

Noch vor wenigen Jahren war die Pipeline für Bauprojekte im Retailbereich in Polen prall gefüllt. Bis zu 20 neue Shopping Malls mit insgesamt bis zu 700.000 m² wurden jährlich eröffnet. Doch diese Zeiten sind vorbei. Im Jahr 2019 waren es nur mehr drei neue Malls (zwei davon in Warschau), ein Outlet Center und zwei Retail Parks, die als neue Handelszonen in Polen hinzukamen. Diese haben insgesamt eine Neufläche von 178.000 m². Das ist der geringste Wert seit 1995. 2018 waren es noch knapp 345.000 m². Die flächenmäßig größte Neueröffnung im letzten Jahr war die Galeria Młociny in Warschau (85.000 m²). Fast 50 kleine bis mittelgroße Projekte befinden sich für die nächsten Jahre noch in der Pipeline, allerdings sind die Realisierungswahrscheinlichkeiten höchst unterschiedlich. Ganz große Projekte fehlen fast vollständig in der Liste. Denn Polen weist bereits jetzt eine Verkaufsflächendichte von 340 m²/1.000 Einwohner auf – ein Spitzenwert in den CEE-Ländern. Immerhin 18 Center haben Verkaufsflächen von über 70.000 m². Zum Vergleich: In Deutschland schaffen das nur 14 Center. 60 weitere weisen Verkaufsflächen von mehr als 40.000 m² auf. Die meisten dieser großen Center wurden bereits zwischen 2000 und 2010 eröffnet. Dem gegenüber sehen die aktuellen Planungen bis auf wenige Ausnahmen Center in der Größenordnung zwischen 20.000 und 40.000 m² vor. Diese Projekte finden sich häufig auch in Städten mit weniger als 100.000 Einwohnern (RegioData-Newsletter 6.2.20).

Aus Silesia Outlet wird Factory Gliwice

Silesia Outlet, im März 2019 durch Neinver eröffnet, wurde bereits im Juni 2019 an ein Joint Venture bestehend aus Neinver und Nuveen Real Estate verkauft. Mit April 2020 wird der Standort nun auf das Konzept Factory, die führende Outlet-Marke Polens, umgebrandet. Factory Gliwice wird damit Teil des Factory-Portfolios, das auch Factory Krakow, Factory Poznan sowie Standorte in Annopol und Ursus (Warschau) umfasst. Factory Gliwice bietet derzeit auf 12.000 m² GLA mehr als 60 Shops. Eine zweite Baustufe mit rund 8.000 m² GLA ist geplant (across-magazine.com 18.2.20).



Slowakei

Eurovea verdoppelt Food-Angebot

Im Rahmen seiner laufenden Erweiterung wird Eurovea in Kooperation mit Sonae Sierra auch eine neue Food-Hall präsentieren. Die Fläche des bestehenden Food-Courts wird auf 3.700 m² vergrößert, das Angebot auf 1.156 Sitzplätze und 35 Food Outlets erweitert. Teil der neuen Food-Hall ist auch ein Kinderspielplatz, eine Bühne für Entertainment und Präsentationen und eine Entspannungszone mit Ausblicken auf die Donau (across-magazine.com 6.2.20).

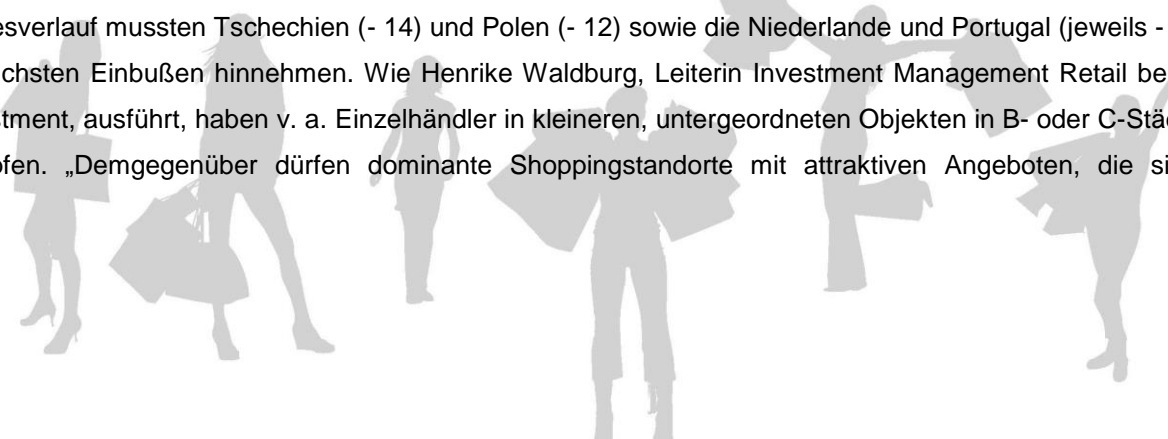
Stanica Nivy eröffnet im Herbst

Der Retail-Hub Stanica Nivy in Bratislava, gelegen im neuen Stadtviertel Nové Nivy, soll im Herbst 2020 eröffnet werden. Wie Entwickler HB Reavis mitteilt, sind nun fast drei Viertel der Flächen im Ausmaß von 70.000 m² GLA vergeben. Zuletzt wurde mit der Fashion-Gruppe LPP ein großer Abschluss getätigt. Die Gruppe wird ihr gesamtes Portfolio, bestehend aus den Modeketten Reserved, Cropp, House, Mohito und Sinsay auf einer Gesamtfläche von fast 6.000 m² ins Center bringen. Seinen Markteintritt in der Slowakei feiert u. a. Vapiano. Mit Lidl und Yeme sind zwei Supermärkte vertreten (across-magazine.com 18.2.20).

Immobilien & Entwickler

Einzelhandelsmärkte stemmen sich gegen Konjunkturabschwung

Die europäischen Einzelhandelsmärkte schlagen sich weiterhin sehr ordentlich. Der von Union Investment gemeinsam mit GfK ermittelte GRAI Attraktivitätsindex für die 15 bedeutendsten Einzelhandelsmärkte ist gegenüber dem Vorjahr leicht um 5 Punkte gesunken. Mit 108 Zählern liegt der Retail-Index aber weiterhin deutlich über dem langjährigen Durchschnitt. Zu den Stabilisatoren gehören die großen Volkswirtschaften, die Europa insgesamt noch zu einem sicheren Hafen für Immobilienanleger machen. Während Deutschland bei nunmehr 116 Punkten nur geringfügige Einbußen (- 5 Punkte) gegenüber dem 4. Quartal 2018 hinzunehmen hat und weiterhin der stärkste Einzelhandelsmarkt ist, hat Italien seine wiedererlangte Robustheit mit unverändert 110 Punkten unter Beweis gestellt. Portugal komplettiert mit 115 Punkten das Spitzentrio. Frankreich präsentiert sich als einziges Land unter den europäischen Top-15 mit einem Zuwachs (+ 6 auf 109). Gleichauf auf Platz 4 liegt Polen. Die schlechteste Platzierung erreicht mit nur 96 Punkten Schweden. Dänemark und Großbritannien bleiben mit 97 bzw. 98 Punkten ebenfalls unterdurchschnittlich. Im Jahresverlauf mussten Tschechien (- 14) und Polen (- 12) sowie die Niederlande und Portugal (jeweils - 10) die deutlichsten Einbußen hinnehmen. Wie Henrike Waldburg, Leiterin Investment Management Retail bei Union Investment, ausführt, haben v. a. Einzelhändler in kleineren, untergeordneten Objekten in B- oder C-Städten zu kämpfen. „Demgegenüber dürfen dominante Shoppingstandorte mit attraktiven Angeboten, die sich am





Austrian Council of Shopping Centers

veränderten Konsumverhalten und Kundenbedürfnissen orientieren, den strukturellen Veränderungen im Einzelhandel mit Gelassenheit entgegensehen.“ Als besonders online-resistent und damit wertstabil haben sich im aktuellen Umfeld zudem Fachmarktzentren erwiesen (deal-magazin.com 5.2.20; Volltext: <http://www.deal-magazin.com/news/89194/Einzelhandelsmaerkte-stemmen-sich-gegen-Konjunkturabschwung>).

Deutschland

Österreichischer Immobilienfonds kauft Fachmarktzentrum in Nauen

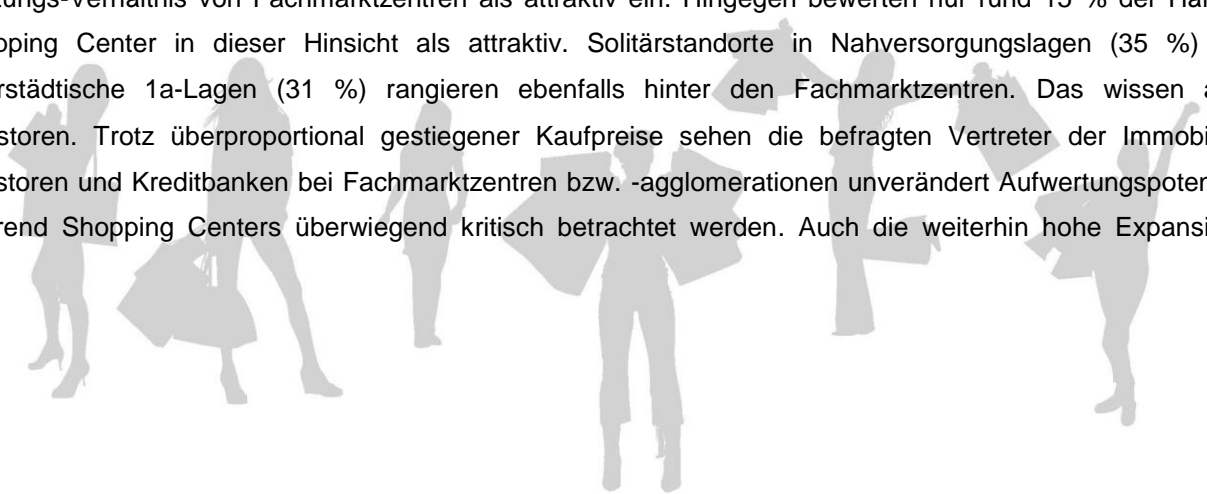
Barings hat das Fachmarktzentrum Nauener Karree in Nauen, einer Kleinstadt in Brandenburg, an einen offenen Publikumsfonds der österreichischen LLB Immo KAG verkauft. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Das Objekt wurde 1994 errichtet und 2014 von privaten Investoren aus der Zwangsversteigerung erworben und seitdem von Barings als Asset Manager betreut. Barings positionierte die Immobilie neu und siedelte neue, qualitativ hochwertige Mieter an, darunter Rewe und DM. Derzeit sind 85 % des 12.500 m² großen Objektes vermietet. Weitere Mieter sind u. a. der Lebensmitteleinzelhändler Netto und Kik sowie ein Fitness- und Pflegeanbieter. Außerdem befinden sich auf 4.000 m² Wohnungen im Objekt. Für die LLB Immo KAG ist es der zweite Ankauf eines Fachmarktzentrums im Großraum Berlin innerhalb von zwölf Monaten (deal-magazin.com 4.2.20).

Apple Maps mit neuen Indoor-Karten für Einkaufszentren

Bislang gab es auf Apple Maps in Deutschland nur Indoor-Karten für Flughäfen. Seit vergangenem Dezember stellt der Kartendienst auch erste deutsche Einkaufszentren dar und erweitert das Angebot seitdem stetig, so zum Beispiel um das Olympia-Einkaufszentrum in München, die Düsseldorf Arcaden, die Schönhauser Allee Arcaden in Berlin, The Style Outlets in Leipzig und die Höfe am Brühl in Leipzig. Derzeit findet man allerdings noch nicht viele Malls im Apple-Kartenmaterial (maclife.de, mactechnews.de 10.2.20).

Fachmarktzentren beliebter als Shopping Center

Im Rahmen der Erstellung des neuen Hahn Retail Real Estate Reports 2019/2020 haben die Expansionsbeauftragten der führenden deutschen Einzelhandelskonzerne, die insgesamt mehr als 25.000 Filialen repräsentieren, unterschiedliche Objekttypen bewertet. Jeder zweite Einzelhändler stuft das Preis-Leistungs-Verhältnis von Fachmarktzentren als attraktiv ein. Hingegen bewerten nur rund 15 % der Händler Shopping Center in dieser Hinsicht als attraktiv. Solitärstandorte in Nahversorgungslagen (35 %) und innerstädtische 1a-Lagen (31 %) rangieren ebenfalls hinter den Fachmarktzentren. Das wissen auch Investoren. Trotz überproportional gestiegener Kaufpreise sehen die befragten Vertreter der Immobilieninvestoren und Kreditbanken bei Fachmarktzentren bzw. -agglomerationen unverändert Aufwertungspotenzial, während Shopping Centers überwiegend kritisch betrachtet werden. Auch die weiterhin hohe Expansions-





Austrian Council of Shopping Centers

neigung gerade der klassischen Ankermieter von Fachmarktzentren spricht für diesen Objekttyp (finanzen.net 11.2.20; mehr Details im Volltext: <https://www.finanzen.net/nachricht/fonds/fachmarktzentren-beliebter-als-shopping-center-8496314>).

MEC mit 14 neuen Management-Mandaten

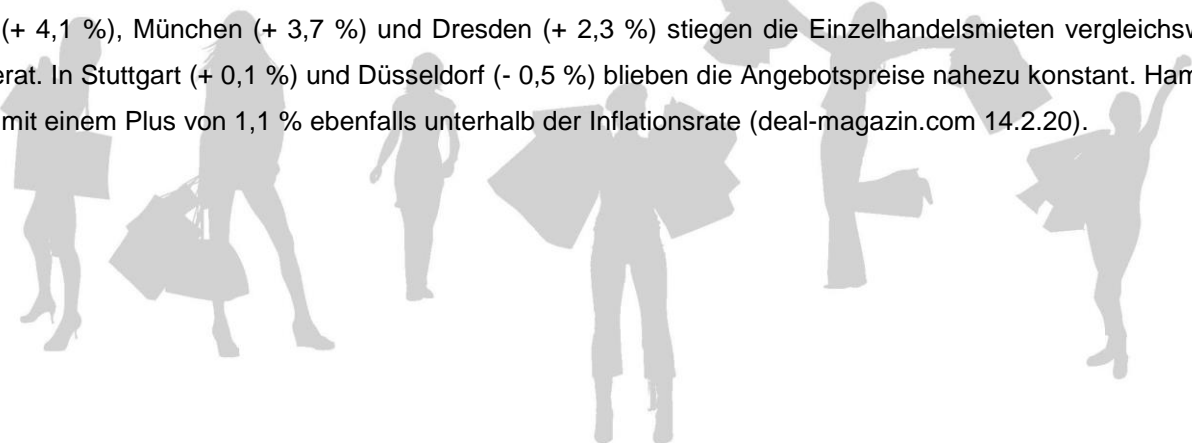
Die MEC ist mit einem Mandat für elf neue Property-Management-Standorte ins Jahr 2020 gestartet. Dabei handelt es sich um Objekte zweier Immobilienfonds der deutschen Retail-Plattform von Nuveen Real Estate. Der zum 1. Januar 2020 vergebene Auftrag umfasst das kaufmännische und technische Property Management sowie das Leasing Management für eine vermietbare Fläche von insgesamt 106.190 m². Das Portfolio umfasst die Fachmarktzentren Frankenberger Tor, Basinus Center Bensheim, Claudius FMZ Ludwigshafen, Nordpark Alzenau, Saalbach Center Bruchsal, FMZ Gummersbach, Activ-Arcaden Horb am Neckar, Griesheim-Center Frankfurt sowie das Geschäftshaus Leipziger Straße in Frankfurt, die Landskron-Galerie Oppenheim und Rewe Wiesbaden. Neu im MEC-Portfolio befinden sich auch drei im Dezember 2019 erworbene Standorte des Investment- und Assetmanagers KGAL mit insgesamt rund 40.000 m² Mietfläche (MA MEC 12.2.20).

Lidl baut modulare Wohnungen

Das erste Projekt für eine Lidl-Filiale mit Wohnbebauung in serieller Modulbauweise steht kurz vor Baubeginn. Gemeinsam mit dem Bauunternehmen Max Bögl befindet sich Lidl in den abschließenden Planungen für eine Mixed-Use-Immobilie mit 26 Wohnungen und einer Lidl-Filiale in Berlin-Mahlsdorf. Dabei werden die darüber liegenden Wohnungen aus Raummodulen bestehen, die bei Max Bögl mit einem sehr hohen Vorfertigungsgrad produziert und im Anschluss auf der Baustelle montiert werden. Der Baubeginn ist für Frühsommer 2020 geplant, die Bauzeit soll weniger als ein Jahr betragen (deal-magazin.com 14.2.20; weitere Informationen: <http://www.deal-magazin.com/news/89499/Lidl-Innovation-Filiale-mit-Wohnungen-in-serieller-Modulbauweise>).

Mieten für Gewerbeimmobilien entwickeln sich weniger dynamisch

Laut dem aktuellen Mietpreisindex für Gewerbeflächen (GIMX) von ImmoScout24 entwickeln sich die Einzelhandelsmieten sehr unterschiedlich. Im Vergleich des zweiten Halbjahres 2019 zum zweiten Halbjahr 2018 gab es den größten Zuwachs in Hannover mit + 14 %. Berlin verzeichnete bei neu vermieteten Einzelhandelsobjekten im gleichen Zeitraum ein Plus von 6,7 %. Auch in Dortmund legten die Mieten um 5,8 % zu. Deutliche Preiskorrekturen gab es hingegen in Frankfurt am Main und Leipzig mit - 6,6 % bzw. - 5,6 %. In Köln (+ 4,1 %), München (+ 3,7 %) und Dresden (+ 2,3 %) stiegen die Einzelhandelsmieten vergleichsweise moderat. In Stuttgart (+ 0,1 %) und Düsseldorf (- 0,5 %) blieben die Angebotspreise nahezu konstant. Hamburg blieb mit einem Plus von 1,1 % ebenfalls unterhalb der Inflationsrate (deal-magazin.com 14.2.20).



ECE realisiert mit Start-ups Lösungen für smarte Shopping-Center

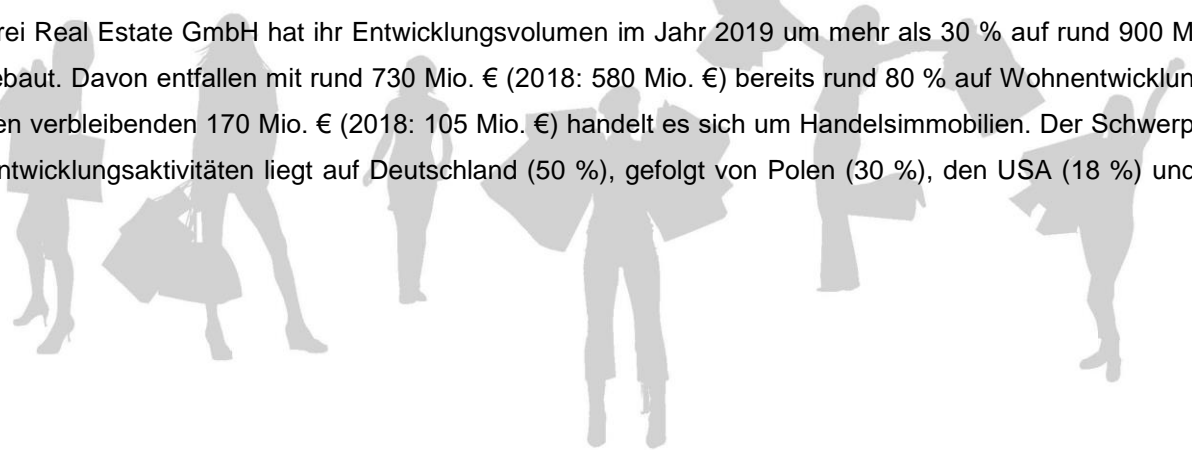
Gemeinsam mit Start-ups will die ECE dazu beitragen, dass Immobilien smarter werden: Im Rahmen einer mit dem Technologiekonzern Bosch und den Partnern Microsoft, TÜV Süd und Deko Immobilien durchgeführten Smart Buildings Challenge wird die ECE mit ausgewählten Tech-Start-ups insgesamt vier innovative Lösungen für smarte Gebäude umsetzen und in der Praxis testen. Die vier Start-ups wurden aus insgesamt 26 Teilnehmern der Smart Buildings Challenge ausgewählt. Im nächsten Schritt werden die Konzepte im von der ECE betriebenen Shopping Center Ettlinger Tor in Karlsruhe implementiert und einem Praxistest unterzogen. Das Unternehmen will so die Chancen der Digitalisierung für die Effizienzsteigerung von Immobilien testen und weiter vorantreiben (MA ECE 19.2.20; Volltext mit Informationen zu den ausgewählten Projekten: https://www.ece.com/de/presse/pressemeldungen/details/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=704&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&cHash=4e2aa7bbcb02b0f3a91606c9727f1412).

Beispiel Hamburg: Sinkende Mieten fördern Branchenvielfalt

Die erzielbaren Maximalmieten in den Hamburger Top-Lagen gingen im vergangenen Jahr um bis zu 20 Euro pro Quadratmeter im Monat zurück. Dennoch lag das Jahr 2019 mit einem Flächenumsatz von 27.300 m² bei über 60 Verträgen deutlich über dem Vorjahr (18.200 m²) bei nahezu gleicher Vertragsanzahl. Trotz aller Herausforderungen entwickelte sich der stationäre Einzelhandel also dynamisch weiter, erläutert Sven Bechert von Grossmann & Berger, Mitglied von German Property Partners (GPP). „Mit innovativen Retailkonzepten und aufregender neuer Gastronomie setzt der Einzelhandel dem Online-Geschäft einiges entgegen. Immer mehr Einzelhändler bieten ihren Kunden beispielsweise neben Shopping auch gastronomische Angebote. Drohender Leerstand durch Unternehmensrückzüge wird mit dynamischen Pop-up-Stores kompensiert“, so Bechert, der außerdem bemerkt, dass „die gemäßigeren Mieten auch neuen, bisher weniger bekannten Anbietern die Chance geben, sich in der City zu etablieren. Beispiel dafür sind verschiedene neue Fitness- und Gastronomiekonzepte. Durch die neuen Branchen wird Hamburgs Einzelhandelslandschaft immer vielfältiger.“ Der Trend zur Kleinteiligkeit setzte sich fort: 42 % der Mietverträge des Jahres 2019 wurden für Flächen bis 150 m² abgeschlossen, nur etwa jeder zwölfte Mietvertrag für Flächen über 1.000 m². Mit einem Anteil von 46 % am Neuvermietungsvolumen lag der Bereich Mode/Bekleidung voran. Zu den neuen Anbietern gehören u. a. Uniqlo, Anine Bing, Anthropologie und Isabel Marant (deal-magazin.com 19.2.20).

Trei steigert Projektentwicklungsvolumen auf 900 Mio. Euro

Die Trei Real Estate GmbH hat ihr Entwicklungsvolumen im Jahr 2019 um mehr als 30 % auf rund 900 Mio. € ausgebaut. Davon entfallen mit rund 730 Mio. € (2018: 580 Mio. €) bereits rund 80 % auf Wohnentwicklungen. Bei den verbleibenden 170 Mio. € (2018: 105 Mio. €) handelt es sich um Handelsimmobilien. Der Schwerpunkt der Entwicklungsaktivitäten liegt auf Deutschland (50 %), gefolgt von Polen (30 %), den USA (18 %) und der





Austrian Council of Shopping Centers

Tschechischen Republik (2 %). Parallel dazu verwaltet die Trei einen Immobilienbestand von insgesamt 1,2 Mrd. € (2018: 1,1 Mrd. €) bzw. 390 Objekte. Im Geschäft mit Fachmarktzentren wurden 2019 fünf weitere Vendo Parks in Polen und Tschechien eröffnet. Damit wurden zum Jahresende 24 Objekte verwaltet. Weitere 19 Vendo Parks befinden sich in Planung bzw. Bau (deal-magazin.com 20.2.20).

Großbritannien

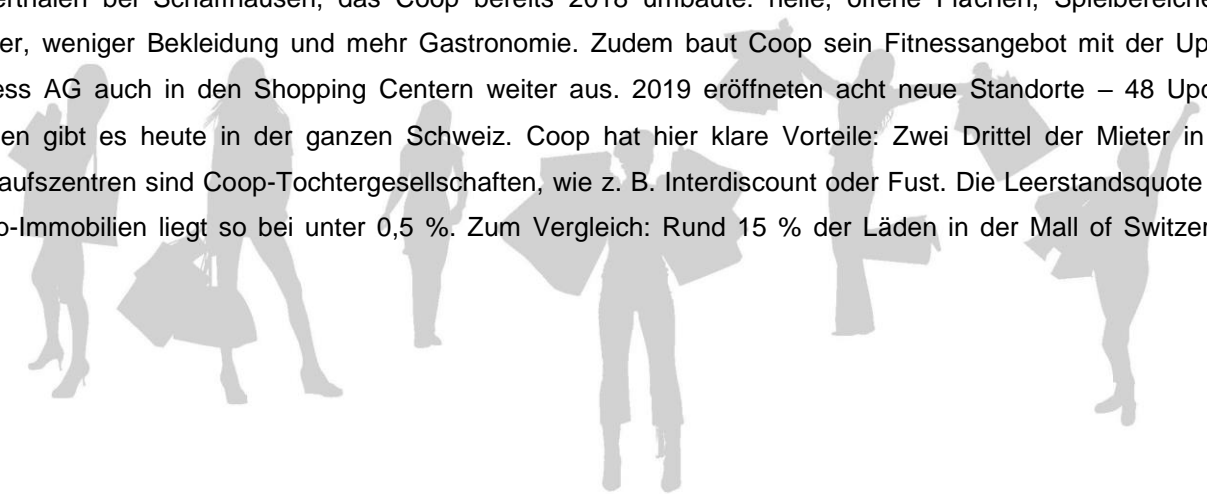
Intu: Aussicht auf Kapitalspritze

Die Aussicht auf eine Kapitalspritze ermuntert Anleger wieder zum Einstieg bei Intu. Die Aktien des Unternehmens, das in Großbritannien 14 Einkaufszentren betreibt, wovon sechs zu den Top 20 des Landes gehören, stiegen alleine am 10. Februar um knapp 22 %. Das Unternehmen verhandle mit dem Großaktionär John Whittaker sowie potenziellen neuen Investoren wie der Hongkonger Immobilienfirma Link, hieß es in Medienberichten. Wegen des kriselnden stationären Einzelhandels in Großbritannien ist Intu in Schieflage geraten. Unklar ist bislang allerdings, wie viel zusätzliches Geld die mit umgerechnet etwa 5,5 Mrd. € verschuldete Firma einsammeln will. Im Laufe des Jahres 2019 war der Aktienkurs von Intu um 90 % eingebrochen (theguardian.com 8.2., reuters.com 10.2.20; zwei ausführliche Analysen der schwierigen Lage des Unternehmens und der gesamten britischen Shopping-Center-Industrie: <https://www.bbc.com/news/business-51588970> und <https://www.theguardian.com/business/2020/feb/08/intu-unknown-retail-landlord-fundamental-threat>).

Schweiz

Coop trotz der Shopping-Center-Krise

Während die Migros das umsatzstärkste Schweizer Shopping Center, das Glattzentrum, verkaufen will, sucht Mitbewerber Coop nach neuen Standorten. 32 der insgesamt 40 Einkaufszentren, die Coop betreibt, sind auch im Besitz der Gruppe, in den restlichen acht ist sie Generalmieter. „Wir schauen uns regelmäßig nach neuen Standorten um. Auch dort, wo Coop Mieter ist und das Geschäft gut läuft, prüfen wir, ob wir die Immobilie erwerben wollen“, sagt Christian Coppey, Leiter Immobilien der Coop-Genossenschaft. Im letzten Jahr wurde mit dem Löwenberg in Murten ein neues Zentrum eröffnet. Ein weiteres, das Volkiland in Volketswil, wurde nach einem neuen Konzept umgebaut, weitere Center sollen folgen. Als Vorbild gilt das Rhymarkt in Feuerthalen bei Schaffhausen, das Coop bereits 2018 umbaute: helle, offene Flächen, Spielbereiche für Kinder, weniger Bekleidung und mehr Gastronomie. Zudem baut Coop sein Fitnessangebot mit der Update Fitness AG auch in den Shopping Centern weiter aus. 2019 eröffneten acht neue Standorte – 48 Update-Filialen gibt es heute in der ganzen Schweiz. Coop hat hier klare Vorteile: Zwei Drittel der Mieter in den Einkaufszentren sind Coop-Tochtergesellschaften, wie z. B. Interdiscount oder Fust. Die Leerstandsquote aller Coop-Immobilien liegt so bei unter 0,5 %. Zum Vergleich: Rund 15 % der Läden in der Mall of Switzerland





Austrian Council of Shopping Centers

waren Ende letzten Jahres nicht vermietet. Außerdem baut Coop immer mehr Supermärkte nach neuem Ladenkonzept um, mit großen Frische- und Brotwarenbereichen. 110 Märkte wurden bereits umgebaut, 70 weitere sollen noch dieses Jahr folgen. Mit seinen Supermärkten setzte Coop 2019 mit 10,5 Mrd. Franken um 2,5 % mehr um als 2018. Insgesamt stieg der Einzelhandels-Umsatz der Gruppe um 1,4 % auf 18 Mrd. Franken. Ihren Jahresgewinn steigerte die Gruppe um 58 Mio. auf 531 Mio. Franken (derbund.ch 19.2.20).

Marken

Ceconomy verdient bei weniger Umsatz mehr

Die Mutter von MediaMarkt und Saturn meldet für das erste Quartal seines neuen Geschäftsjahres einen um 0,8 % auf 6,8 Mrd. € gesunkenen Umsatz. Dank Sparprogramm stieg jedoch der Gewinn kräftig. Profitieren konnte man diesmal auch von Black Friday: „Wir haben den Black Friday erfolgreich und profitabel abgeschlossen“, verkündete Ceconomy-Chef Bernhard Düttmann. Noch zum Jahreswechsel 2017/2018 hatte die alljährliche Rabattschlacht den Händler in die roten Zahlen gezogen und ein gehöriges Trauma verursacht. Heuer stieg das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) im Vergleich zum Vorjahresquartal um 84 Mio. auf 319 Mio. €. Der Nettogewinn stieg um fast 60 % auf 170 Mio. €. Dabei musste Ceconomy in West- und Südeuropa einen deutlicheren Umsatzrückgang hinnehmen, in Deutschland lief es im Vergleich etwas besser. Düttmann sieht die aktuellen Zahlen als Bestätigung dafür, dass sich das Unternehmen in Sachen Restrukturierung auf dem richtigen Weg befindet (elektrojournal.at 9.2., medianet.at 10.2.20).

Adler: Weniger Filialen, mehr Ergebnis

Die Adler Modemärkte AG musste 2019 einen Umsatzrückgang um 2,4 % auf 495 Mio. € hinnehmen. Verantwortlich dafür werden die insgesamt acht Filialschließungen gemacht, denen aber auch zwei Neueröffnungen – beide in Österreich – gegenüberstehen. Derzeit betreibt Adler 172 Modemärkte, davon 24 in Österreich. Das operative Ergebnis EBITDA verbesserte sich auf rund 70 Mio. € (textilzeitung.at 12.2.20).

Fressnapf steigert Umsatz deutlich

Die Heimtierbedarfs-Kette Fressnapf konnte ihren Umsatz 2019 um fast 10 % auf 2,3 Mrd. € steigern. Größte Wachstumstreiber waren das Auslandsgeschäft mit einem Umsatzplus von 13,4 % und der Online-Handel mit einem Plus von über 21 %. In Deutschland steigerte die Kette ihre Verkäufe um 7,5 % auf 1,4 Mrd. €. Mit einem Marktanteil von rund 25 % sei das Unternehmen auf dem Heimatmarkt klarer Marktführer, berichtet Gründer und Inhaber Torsten Toeller. Zum Gewinn machte er keine Angaben. Im laufenden Jahr rechne Fressnapf mit einer weiteren Umsatzsteigerung von 5 bis 7 %, sagte Toeller. Insgesamt gab es zum Jahresende 2019 bereits 1.630 Fressnapf- und Maxi-Zoo-Märkte in elf europäischen Ländern. Seinen ersten Fressnapf-Markt hatte Toeller 1990 im rheinischen Erkelenz eröffnet (finanzen.at 12.2.20).

Luxusgruppe Kering mit zweistelligem Plus

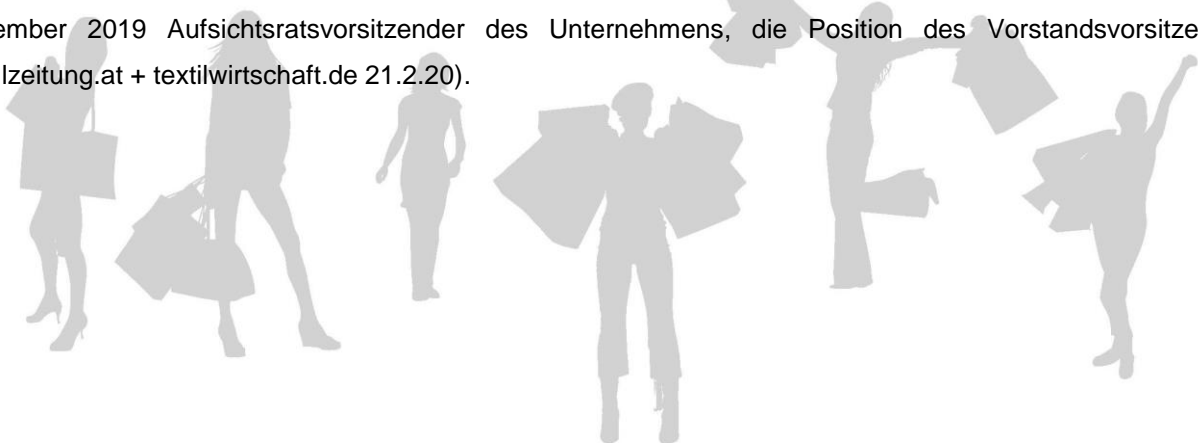
Der Umsatz der französischen Mode- und Accessoires-Gruppe Kering, zu der Marken wie Gucci, Saint Laurent, Balenciaga und Alexander McQueen gehören, wuchs 2019 um 16,2 % auf 15,9 Mrd. €. Die EBITDA-Marge stieg um 0,6 Prozentpunkte auf 37,9 %. Der Nettogewinn wurde allerdings aufgrund von Einmaleffekten um gut 37 % auf 2,3 Mrd. € nach unten gedrückt. Bereinigt um diese Sondereffekte wäre das Jahresergebnis um 15 % auf 3,2 Mrd. € angestiegen. Die weitaus wichtigste Marke Gucci hat beim Umsatz währungsbereinigt um 13,3 % auf 9,6 Mrd. € zugelegt. Damit haben sich die Umsätze der Marke seit 2016 mehr als verdoppelt. Überdurchschnittlich schnitten die Marken Saint Laurent (+ 14,4 % auf 2,05 Mrd. €), Balenciaga und Alexander McQueen ab. Das Wachstum entfiel nicht nur auf den Boom-Markt Asien, auch in Westeuropa stiegen die Umsätze mit + 13,7 % klar zweistellig (textilzeitung.at 13.2.20).

Rekordjahr für Puma

Der deutsche Sportartikelhersteller Puma hat 2019 sowohl die eigenen Ziele als auch die Erwartungen der meisten Analysten übertroffen. Der Umsatz wuchs um 17 % auf 5,5 Mrd. €. Das Ergebnis Ebit konnte mit 440 Mio. € sogar um mehr als 30 % übertroffen werden. Unter dem Strich blieb ein Gewinn von 262 Mio. €, ein Anstieg um 40 %. China und Indien waren 2019 erneut die Treiber des Wachstums (+ 26 %). In Asien erwirtschaftet Puma inzwischen 28 % seines weltweiten Umsatzes. In Amerika stieg der Umsatz um 21 %, in Europa immerhin um 11 % (textilzeitung.at 21.2.20).

Gerry Weber kopflos

Erst mit Jahresbeginn war der erfolgreiche Abschluss des Insolvenzverfahrens vermeldet worden. Nun verlassen überraschend zwei Vorstände den deutschen Damenmode-Hersteller Gerry Weber – „auf eigenen Wunsch“, wie es in einer Mitteilung heißt. Freilich: Bei einem Interview wenige Tage zuvor war von diesem „Wunsch“ noch wenig zu bemerken. Im Gegenteil versuchten Johannes Ehling (Vorstandssprecher) und Urun Gursu (Produktvorstand), ein möglichst rosiges Bild von der Zukunft des Konzerns und der Rückkehr zur festen Größe im Mainstream-Markt zu zeichnen. Ehling war im April 2018 mitten in der Krise als CSO und CDO zu Gerry Weber gekommen. Urun Gursu hatte erst im März 2019 als Produktvorstand begonnen und sollte die Kollektionen modernisieren und die Supply Chain optimieren. Hinter den Kulissen ist von Unstimmigkeiten mit den neuen Eigentümern, drei internationalen Finanzinvestoren, zu hören. Weiterhin im Vorstand bleibt lediglich Florian Frank als Chief Restructuring Officer. Interimsweise übernimmt nun Alexander Gedat, erst seit Dezember 2019 Aufsichtsratsvorsitzender des Unternehmens, die Position des Vorstandsvorsitzenden (textilzeitung.at + textilwirtschaft.de 21.2.20).



CEE

Modegruppe LPP wächst zweistellig

Die polnische Modegruppe LPP hat das Jahr 2019 mit einem Umsatzplus von 13 % auf 9 Mrd. PLN abgeschlossen. Erstmals wurde mehr als die Hälfte des Umsatzes im Ausland erzielt. Das operative Ergebnis stieg um 16 % auf 880 Mio. PLN. Die Gruppe betreibt 1.785 Stores. Ein Wachstumsschwerpunkt liegt derzeit auf dem Konzept Sinsay, für das heuer rund 50 Neueröffnungen vorgesehen sind (eurobuildcee.com 18.2.20).

Deutschland

Deutsche Telekom schließt jeden fünften Shop

Die Deutsche Telekom wird rund jede fünfte ihrer eigenen Filialen schließen und damit rund 800 Stellen einsparen. Das liege am Online-Boom und dem veränderten Verhalten von Kunden, erklärte der Bonner Konzern. Insgesamt sollen 99 der 504 eigenen Telekom-Shops bis Ende 2021 geschlossen werden. Künftig soll das Zusammenspiel von stationären und digitalen Vertriebswegen verbessert werden (focus.de 28.1.20).

Metro-Tochter Real wird zerschlagen

Die deutsche Supermarktkette Real ist zwar verkauft, allerdings geht für rund 34.000 Beschäftigte in 276 Filialen die Ungewissheit weiter. Es dürfte Monate dauern, bis sie Klarheit bekommen, ob „ihre“ Filiale weiterbetrieben, verkauft oder geschlossen wird. Denn der neue Real-Besitzer, der Finanzinvestor SCP, will Real nach der Übernahme zerschlagen. Ein Großteil der 276 Real-Märkte soll an Wettbewerber wie Kaufland, Globus oder Edeka verkauft werden. Nur rund 50 Filialen sollen 24 Monate als Real weitergeführt werden. Bei rund 30 Märkten wird mit einer Schließung gerechnet (medianet.at 21.2.20).

Aldi Nord und Süd vor Zusammenschluss?

Aldi Nord und Aldi Süd stehen offenbar vor der Wiedervereinigung, schreibt das deutsche „Manager Magazin“. Demnach wollen die seit 39 Jahren geteilten Lebensmittelhandelsimperien ab 2022 als „Nord-Süd-Gesellschaft“ agieren. Den Berichten zufolge wurden die Zusammenschlusspläne bereits vor zwei Jahren in einem internen Papier festgehalten, wonach die Diskonter künftig einen einheitlich gesteuerten Verbund mit rechtlichem Rahmen und gleichen Strukturen anstreben. Die beiden Diskonterketten mussten sich zuletzt gegen erschwerte Bedingungen stemmen, denn die Konkurrenz durch Edeka und Rewe, aber auch durch andere Diskonter wie Lidl, wird immer größer. In Österreich ist der Lebensmitteldiskonter Hofer Teil der Aldi-Süd-Gruppe (orf.at 21.2.20).



Rumänien

Weitere McDonald's-Filialen

In Rumänien sollen bis Jahresende acht neue McDonald's-Schnellrestaurants eröffnet werden. Franchisenehmer Premier Restaurants investiert 80 Mio. RON (17 Mio. €). Ende 2019 lag die Zahl der McDonald's-Filialen in Rumänien bei 84 (nov-ost.info 4.2.20).

Russland

Jysk nimmt neuen Anlauf

Die dänische Einrichtungskette Jysk nimmt ihren dritten Anlauf zum Markteintritt in Russland. Im April sollen Großflächen in den Moskauer Einkaufszentren Trojka und Altufyevo eröffnen. Bis Jahresende will Jysk mit mindestens fünf Geschäften im Großraum Moskau vertreten sein. In den kommenden zehn Jahren sind bis zu 200 Standorte im Land vorgesehen (nov-ost.info 10.2.20).

Schweiz

Backwerk-Mutter Valora hielt Umsatz 2019 fast stabil

Der Kioskkonzern Valora hat im Geschäftsjahr 2019 beim Nettoumsatz um 0,8 % auf 2,03 Mrd. Franken verloren. Der Betriebsgewinn (EBIT) ging um 5 % auf 91,5 Mio. Franken zurück. Unter dem Strich resultierte dennoch ein um 35 % höherer Reingewinn von 73,7 Mio. CHF, was Valora mit außerordentlichen Steuereffekten sowie einer Wertberichtigung im Jahr 2018 erklärt. Das starke Wachstum in Deutschland, Luxemburg und Österreich und die Sparte Food-Service habe das herausfordernde Geschäft im schweizerischen Einzelhandel ausgeglichen, teilt der Konzern mit. Dabei habe in der Schweiz insbesondere die schwache Nachfrage nach Presse- und Tabakprodukten auf der Umsatzentwicklung gelastet. Für 2020 rechnet Valora mit einem EBIT im Bereich von 85 bis 91 Mio. Franken (blick.ch 19.2.20).

Slowakei

Obi plant neuen Markt in Zvolen

Die Baumarktkette Obi hat ihre Planungen zum Bau eines neuen Marktes in Zvolen bei den slowakischen Umweltbehörden eingereicht. Geplant ist eine Eröffnung im März 2021. Am Standort sind mit Euronics, Tesco und Metro bereits mehrere Big-Box-Handelsformate ansässig. Der Markt soll eine Fläche von knapp 4.900 m² erhalten (nov-ost.info 13.2.20).



Tschechien

Penny in der Offensive

Für 2020 plant Penny in Tschechien mindestens zehn neue Filialen. So soll die 400-Store-Marke erreicht werden. Zudem sollen 70 bestehende Filialen nach dem neuen Konzept aufgewertet werden (Regal 1/2020).

Usbekistan

EBRD steigt bei Korzinka ein

Die Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung (EBRD) beteiligt sich an der führenden usbekischen Einzelhandelskette Korzinka und erwirbt für 40 Mio. US-Dollar eine Minderheitsbeteiligung. Mit dem Investment will die EBRD die weitere Expansion unterstützen. Bislang ist die Kette mit rund 50 Filialen präsent. Diese Zahl soll bis 2023 verdreifacht werden (nov-ost.info 12.2.20).

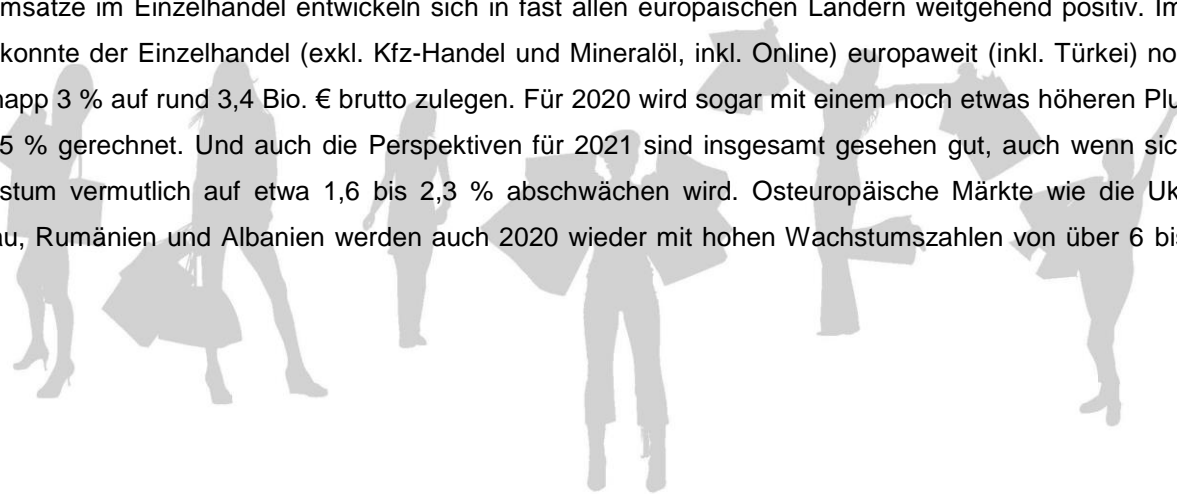
Märkte

Umsätze im Einzelhandel legten weniger zu als erwartet

Im Einzelhandel der Eurozone sind die Umsätze im Dezember weniger stark gestiegen als erwartet. Im Jahresvergleich erhöhten sie sich um 1,3 %, erwartet worden war ein Anstieg um 2,3 %. Für das Gesamtjahr meldete Eurostat einen Anstieg der Umsätze um 2,2 %. In Österreich stiegen die Erlöse im Dezember leicht um 0,8 %. Die österreichischen Einzelhandelsunternehmen (ohne Kfz-Handel, inklusive Tankstellen) erzielten im Jahr 2019 laut Statistik Austria eine nominelle Umsatzsteigerung von 2,1 %. Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung entspricht das einem Anstieg von 1,3 %. Besonders gut lief es für den Lebensmittelhandel (+ 2,4 % nominell bzw. + 1,5 % real). Die Erlöse in Apotheken und Kosmetikgeschäften stagnierten 2019, auch der Bekleidungs- und Schuhhandel machte mit einem realen Plus von 0,2 % keine großen Sprünge. Für die Bereiche Möbel, Heimwerkerbedarf und Elektrowaren meldete die Statistik reale Umsatzzuwächse von 1,1 %, Bücher- oder Sportartikelhändler erzielten im Schnitt ein reales Plus von 2,1 %. Der österreichische Versand- und Internet-Einzelhandel legte 2019 um 1,8 % zu (medianet.at 6.2.20).

Stabil wachsende Einzelhandelsumsätze in Europa erwartet

Die Umsätze im Einzelhandel entwickeln sich in fast allen europäischen Ländern weitgehend positiv. Im Jahr 2019 konnte der Einzelhandel (exkl. Kfz-Handel und Mineralöl, inkl. Online) europaweit (inkl. Türkei) nominell um knapp 3 % auf rund 3,4 Bio. € brutto zulegen. Für 2020 wird sogar mit einem noch etwas höheren Plus von ca. 3,5 % gerechnet. Und auch die Perspektiven für 2021 sind insgesamt gesehen gut, auch wenn sich das Wachstum vermutlich auf etwa 1,6 bis 2,3 % abschwächen wird. Osteuropäische Märkte wie die Ukraine, Moldau, Rumänien und Albanien werden auch 2020 wieder mit hohen Wachstumszahlen von über 6 bis 8 %



glänzen. Auch die restlichen osteuropäischen Länder können überdurchschnittlich zulegen, höhere Löhne kurbeln den Konsum an. Die meisten westeuropäischen Länder erreichen deutlich niedrigere Zuwachsraten. Wobei ausgerechnet die ausgabenstärksten Länder Schweiz (+ 5,4 %) und Luxemburg (+ 4,5 %) relativ am meisten zulegen. Auch Großbritannien kann sich 2020 mit einem voraussichtlichen Plus von ca. 3,8 % gut steigern. In den USA wächst der Einzelhandel dank niedriger Arbeitslosenrate und konsumfreudiger Bevölkerung und trotz des Handelsstreits mit China noch stärker: Für 2020 wird ein Wachstum von 5,6 % auf 3,5 Bio. € prognostiziert. China verlangsamt zwar sein Wachstum, dieses liegt aber dennoch weiterhin über jenem Europas und der USA. Auch absolut liegt der chinesische Einzelhandel mit voraussichtlich über 4,5 Bio. € (2020) bereits deutlich vor den USA und Europa. Berücksichtigt man auch die Branchen Kraftfahrzeuge und Mineralöle, wären die USA jedoch noch klar auf Platz 1 (RegioData-Newsletter 6.2.20; weitere Details und Grafik: <https://www.regiodata.eu/de/news/1176-2020-sehr-stabile-einzelhandelsumsaetze-in-europa-erwartet>).

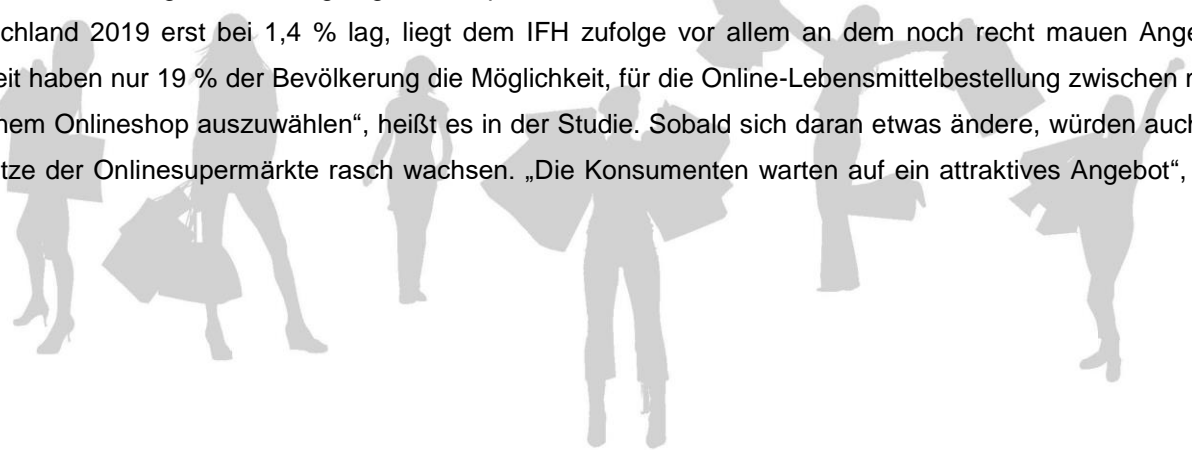
Deutschland

Einzelhandelsumsatz soll um 2,5 % wachsen

Die Umsätze im Einzelhandel in Deutschland werden nach Angaben des HDE (Handelsverband Deutschland) heuer das elfte Jahr in Folge wachsen. Das HDE prognostiziert ein Plus von 2,5 % (preisbereinigt: + 1,5 %) auf rund 557 Mrd. €. „Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Konsum sind weiterhin gut. Der Konsum bleibt der Treiber für die Gesamtwirtschaft“, erklärt HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. 2019 war allerdings noch ein Plus von 3,2 % verzeichnet worden. Der Online-Handel bleibt laut HDE Wachstumstreiber und soll seine Umsätze heuer um rund 9 % auf 63 Mrd. € erhöhen. Im stationären Handel hingegen verschärfe sich die Situation durch den Rückgang der Kundenfrequenz weiter. Zwischen 2010 und 2019 sei die Zahl der Geschäfte von 391.600 auf 352.900 zurückgegangen (textilwirtschaft.de 3.2.20).

„Der Durchbruch im Onlinelebensmittelhandel kommt“

Die angebliche Unempfindlichkeit des Lebensmitteleinzelhandels gegenüber dem E-Commerce ist ein häufig bemühtes Argument für Investitionen in Supermarktimmobilien. Eine Studie des IFH Köln stellt diese Gewissheit infrage. Rewe.de, Deutschlands größter Onlinesupermarkt, erzielte 2018 einen Nettoumsatz von bereits 133,4 Mio. €. Laut der Studie „Lebensmittel online – heute und 2030“ sind es häufig veränderte Lebensumstände, die einen Konsumenten zum Wechsel seiner Einkaufsgewohnheiten veranlassen – also etwa die Schließung des nächstgelegenen Supermarkts. Dass der Onlineanteil des Lebensmittelumsatzes in Deutschland 2019 erst bei 1,4 % lag, liegt dem IFH zufolge vor allem an dem noch recht mauen Angebot. „Zurzeit haben nur 19 % der Bevölkerung die Möglichkeit, für die Online-Lebensmittelbestellung zwischen mehr als einem Onlineshop auszuwählen“, heißt es in der Studie. Sobald sich daran etwas ändere, würden auch die Umsätze der Onlinesupermärkte rasch wachsen. „Die Konsumenten warten auf ein attraktives Angebot“, sagt



Eva Stüber vom IFH. Fazit: „Der Durchbruch im Onlinelebensmittelhandel kommt, das steht außer Frage. Dabei wird jeder Prozentpunkt, der sich Richtung online verschiebt, den Gesamtmarkt langfristig verändern.“ (immobilien-zeitung.de 5.2.20)

Kroatien

Einzelhandel 2019 mit 4,2 % mehr Umsatz

Die Umsätze im kroatischen Einzelhandel stiegen im Dezember 2019 gegenüber dem Vorjahresmonat nominal um 5,9 %. Für das Gesamtjahr 2019 ergibt sich ein Plus von 4,2 %. Am stärksten erhöhten sich die Umsätze der Drogerien, Parfümerien und Apotheken (+ 8,2 %) sowie im Möbel-, Heimelektronik- und Hauswarenhandel (+ 6,6 %) (nov-ost.info 5.2.20).

Rumänien

Höhere Umsätze im Einzelhandel

Die Umsätze im rumänischen Einzelhandel (ohne Kfz) stiegen 2019 um 7,2 %. Den stärksten Zuwachs gab es im Handel mit Non-Food-Produkten (+ 8,8 %), gefolgt vom Kraftstoffhandel (+ 6,5 %) und vom LEH (+ 6,0 %). Für Dezember 2019 ermittelte das Statistikamt auf Jahressicht einen saisonbereinigten Anstieg um 8,3 % (nov-ost.info 5.2.20).

Russland

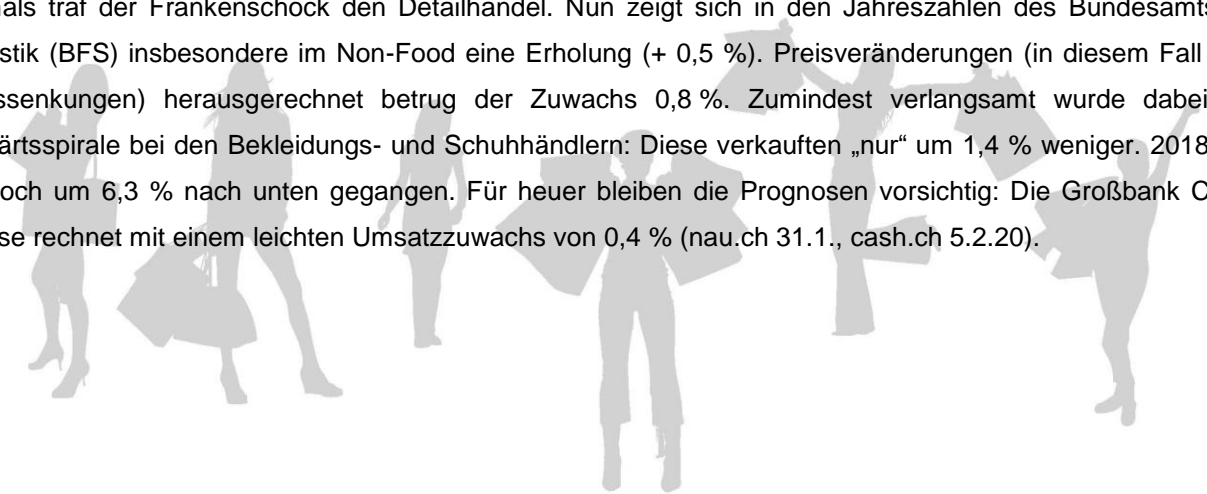
Pkw-Markt startet Jahr im Plus

Der Absatz von Pkw in Russland ist im Januar gegenüber dem Vorjahresmonat um 1,8 % auf 102.102 Neuwagen gestiegen. Auch im Dezember war der Absatz um 2,3 % gestiegen (nov-ost.info 10.2.20).

Schweiz

Zaghafte Erholung im Einzelhandel

Im Schweizer Einzelhandel geht es – wenn auch langsam – aufwärts. Die Umsätze wuchsen 2019 (ohne Tankstellen) um 0,3 %. 2018 hatten die Händler erstmals seit 2015 wieder ein kleines Plus von 0,1 % erzielt. Damals traf der Frankenschock den Detailhandel. Nun zeigt sich in den Jahreszahlen des Bundesamts für Statistik (BFS) insbesondere im Non-Food eine Erholung (+ 0,5 %). Preisveränderungen (in diesem Fall v. a. Preissenkungen) herausgerechnet betrug der Zuwachs 0,8 %. Zumindest verlangsamt wurde dabei die Abwärtsspirale bei den Bekleidungs- und Schuhhändlern: Diese verkauften „nur“ um 1,4 % weniger. 2018 war es noch um 6,3 % nach unten gegangen. Für heuer bleiben die Prognosen vorsichtig: Die Großbank Credit Suisse rechnet mit einem leichten Umsatzzuwachs von 0,4 % (nau.ch 31.1., cash.ch 5.2.20).



Serbien

10 % reales Umsatzplus im Einzelhandel

Die Einzelhandelsumsätze in Serbien stiegen im Dezember 2019 gegenüber dem Vorjahresmonat nominell um 14,8 % (real: 13,1 %). Im Gesamtjahr 2019 erhöhten sich die realen Umsätze um 9,7 %. Verantwortlich war dafür insbesondere der Non-Food-Bereich (+ 11,0 %). Die Umsätze im LEH stiegen um 9,5 %, im Kraftstoffhandel um 7,8 % (nov-ost.info 7.2.19).

Slowakei

Handel 2019 rückläufig

Die Umsätze im slowakischen Einzelhandel sind 2019 erstmals seit 2012 niedriger ausgefallen als im Jahr davor. Nach Angaben des Statistikamts ŠÚSR sanken sie um 1,4 % (nov-ost.info 10.2.20).

Slowenien

Einzelhandel 2019 mit 3,3 % im Plus

Die Einzelhandelsumsätze in Slowenien sanken im Dezember 2019 gegenüber dem Vorjahresmonat um 6,6 %. Schon im November war ein Umsatzrückgang um 2,0 % ermittelt worden. Im Gesamtjahr 2019 stiegen die Umsätze um 3,3 %. Der Non-Food-Handel wuchs um 5,1 %, der Kraftstoffhandel um 3,1 %, der LEH um 1,3 % (nov-ost.info 4.2.20).

Tschechien

Handel 2019 mit 4,8 % im Plus

Die Umsätze im tschechischen Einzelhandel sind 2019 um 4,8 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Dabei stiegen die Umsätze im Non-Food-Segment um 7,7 %, bei Kraftstoffen um 2,3 % und bei Lebensmitteln um 1,8 %. Das stärkste Wachstum wurde im Internet- und Versandhandel mit + 18,3 % registriert (nov-ost.info 11.2.20).



Welt

Marken

Amazon mit 20 % Umsatzplus

Der US-Online-Händler Amazon steigerte im abgelaufenen Geschäftsjahr seinen weltweiten Gesamtumsatz um 20 % auf 280,5 Mrd. US-Dollar (umgerechnet 250,6 Mrd. €). Währungsbereinigt kletterten die Erlöse um 22 % gegenüber dem Vorjahr. Der Gewinn wuchs von 10,1 Mrd. auf 11,6 Mrd. Dollar. Gestiegene Mitgliederzahlen beim Kundenbindungsprogramm Prime und das florierende Cloud-Geschäft trugen zum signifikanten Umsatzanstieg bei. In Deutschland, dem zweitgrößten Markt des Online-Händlers, erhöhte sich der Umsatz um rund 18 % auf umgerechnet 19,9 Mrd. € (handelsblatt.com + handelsdaten.de 3.2.20).

Decathlon wächst weltweit kräftig

Der französische Sportartikelhändler Decathlon hat seinen Umsatz im Vorjahr weltweit um 9 % auf mehr als 12 Mrd. € gesteigert. Angaben zum Gewinn machte Decathlon diesmal nicht. Im Jahr 2018 lag der Gewinn bei 497 Mio. €; das waren um 19 % weniger als im Jahr davor. Der Konzern ist mittlerweile in 69 Ländern präsent (medianet.at 13.2.20).

USA

Macy's schließt jede fünfte Filiale

Die traditionsreiche Kaufhauskette Macy's kündigt einen radikalen Sanierungsplan an. Über die kommenden drei Jahre würden 125 Geschäfte in den USA geschlossen und 2.000 Mitarbeiter entlassen. Das entspricht rund einem Fünftel der derzeitigen Standorte und knapp 10 % der Mitarbeiter. „Wir werden unsere Ressourcen auf die gesunden Teile unseres Geschäfts konzentrieren und neue Einnahmequellen erkunden“, sagte Vorstandschef Jeff Gennette. Die 161 Jahre alte Warenhauskette hat mit Umsatzrückgängen zu kämpfen, da sich Verbraucher vermehrt für Onlineshopping entscheiden (orf.at 5.2.20; Hintergründe: <https://gritdaily.com/retail-department-store-macys-will-close-125-stores/>; ein Bericht über die Auswirkungen der Schließungswelle im US-Handel am Beispiel Seattle: <https://www.seattletimes.com/business/local-business/why-should-i-bother-to-come-downtown-macys-closure-highlights-challenges-for-seattles-retail-core/>).

