

Inhalt

Österreich.....	1
Shopping Center & Retail Parks.....	1
Stadt & Handel.....	4
Immobilien & Entwickler	6
Marken.....	9
Märkte.....	10
Europa.....	14
Shopping Center & Retail Parks.....	14
Immobilien & Entwickler	14
Marken.....	16
Märkte.....	18

Österreich

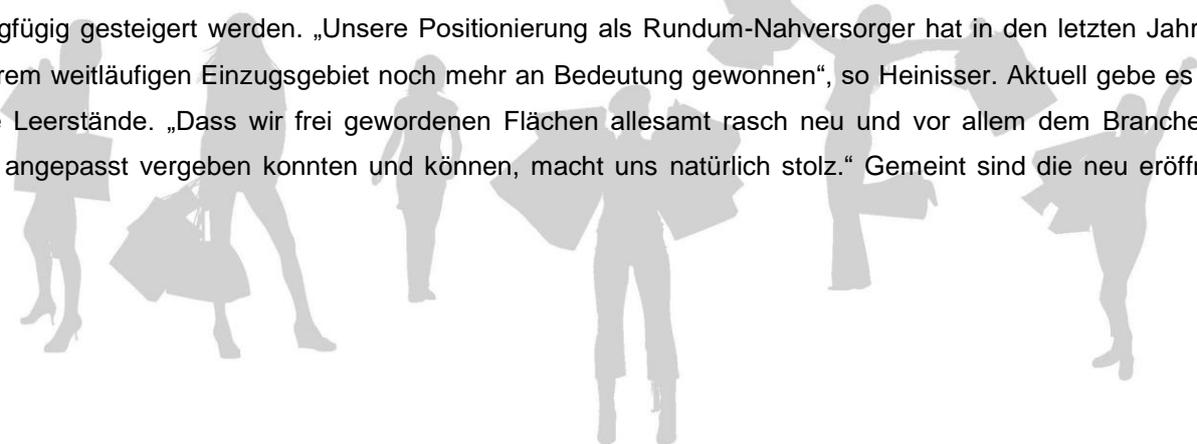
Shopping Center & Retail Parks

SCS-Konzertreihe mit Besucherrekord

Die kostenlose Open-Air Konzertreihe „Sunset Sound“ der Westfield Shopping City Süd ging Ende August nach sieben Wochen mit der Pop-Band „Alle Achtung“ und dem Singer & Songwriter „Plus“ ins Finale. Vom 14. Juli bis einschließlich 25. August performten insgesamt zwölf Top-Künstler unterschiedlichster Genres auf den Multiplex Terrassen und sorgten mit rund 3.000 Besuchern für einen neuen Besucherrekord und für ausgelassene Stimmung (medianet.at 30.8.23).

Deutliches Umsatzplus für Shopping Nord Graz

Das Shopping Nord in Graz meldet für das 1. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahr eine positive Entwicklung in allen Belangen. „Wir freuen uns sehr über ein doch deutliches, in der Form nicht zu erwartendes Umsatzplus“, berichtet Centerleiterin Heike Heinisser. Der Umsatz sei um 6,5 % gestiegen, auch die Frequenz konnte geringfügig gesteigert werden. „Unsere Positionierung als Rundum-Nahversorger hat in den letzten Jahren in unserem weitläufigen Einzugsgebiet noch mehr an Bedeutung gewonnen“, so Heinisser. Aktuell gebe es auch keine Leerstände. „Dass wir frei gewordenen Flächen allesamt rasch neu und vor allem dem Branchenmix ideal angepasst vergeben konnten und können, macht uns natürlich stolz.“ Gemeint sind die neu eröffneten



Shops von Cube (E-Bikes), Moda Segreto, City-living und Thalia. Letzterer ist seit 31. August mit 350 m² Verkaufsfläche im Center vertreten. In Kürze wird auch Sehen!Wutscher einen Store im Shopping Nord eröffnen (MA Shopping Nord 28.8., MA Thalia 31.8.23).

EZE mit neuem Business & Health Center

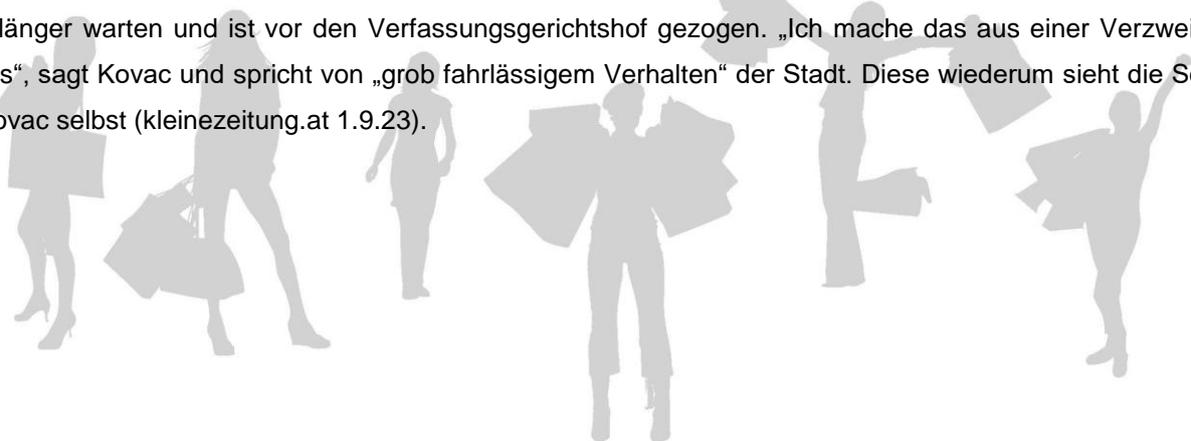
Auf dem EZE-Areal in Eisenstadt hat das neue Business & Health Center eröffnet. Auf fünf Ebenen haben fünf Mieter Platz gefunden. Die PEV-Projektentwicklung und -vermarktung GmbH hat den Bedarf an Büroflächen und Ordinationen erkannt und mit dem Architekturbüro Kaltenbacher das innovative Konzept Business & Health Center (BHC) entwickelt. Das neu und architektonisch hochklassig gebaute Gebäude hat eine Nutzfläche von 2.700 m². Als größter Mieter nutzt die Uniqa Versicherung ein Drittel der Gesamtfläche für ihre neue Landesdirektion und das Servicecenter (bvz.at 31.8.23).

Röther-FMZ in Klagenfurt ohne Genehmigung eröffnet

Das neueste Klagenfurter Fachmarktzentrum, der Modepark Röther, hat am 31. August eröffnet. Von insgesamt 16.000 m² belegt Röther selbst 4.400 m². Am ersten Tag herrschte zwar reger Betrieb – offenbar fehlte aber die Betriebsanlagen-Genehmigung. „Es ist ein Witz, was hier aufgeführt wird. Normal weiß jeder Unternehmer, dass man so etwas braucht“, sagt ein leitender Rathaus-Mitarbeiter. Ein Verwaltungsstrafverfahren wurde eingeleitet. Auch der Brandschutz war nicht gewährleistet. Daher wurde ein Brandwachdienst eingerichtet, für den laut Bürgermeister Christian Scheider der Projektwerber verantwortlich ist: „Die haben alles daran zu setzen, dass das funktioniert und man diesen Brandwachdienst nicht mehr braucht. Aber in der Zwischenzeit wird es als Ersatz akzeptiert.“ Zusperrern will die Behörde den Modepark vorerst nicht. Den Verantwortlichen wird zwei Wochen Zeit gegeben, das Versäumte nachzureichen. Vonseiten des Modeparks Röther selbst heißt es, man habe die Betriebsstätten-Genehmigung bereits nachgereicht und die fehlenden Unterlagen ergänzt. Ein falsch geliefertes Teil in der Sprinkleranlage werde in den nächsten Tagen eingebaut. Bis dahin halten Mitarbeiter der städtischen Feuerwehr eine Brandwache (kleinezeitung.at 31.8., orf.at, 5min.at 1.9.23).

Kein Bebauungsplan: Shopping Nord zieht gegen Stadt Graz vor das Höchstgericht

Eigentümer Christian Kovac bemüht sich seit Jahren um eine Erweiterung seines Einkaufszentrums Shopping Nord in Graz, sieht sich jedoch von der Stadt blockiert, die keinen neuen Bebauungsplan beschließt. Nun will er nicht länger warten und ist vor den Verfassungsgerichtshof gezogen. „Ich mache das aus einer Verzweiflung heraus“, sagt Kovac und spricht von „grob fahrlässigem Verhalten“ der Stadt. Diese wiederum sieht die Schuld bei Kovac selbst (kleinezeitung.at 1.9.23).

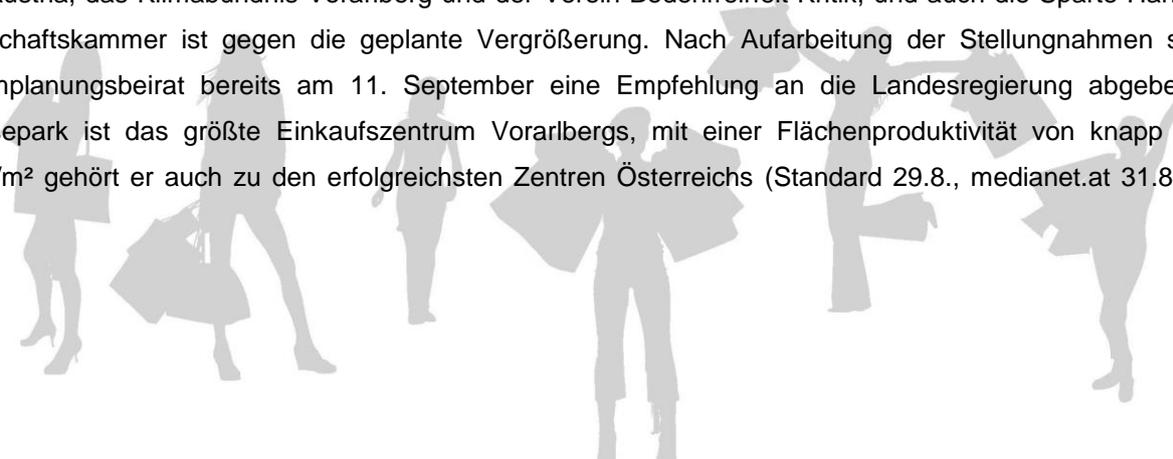


Linzerie sucht neue Gastro-Betreiber

Seit der Wiedereröffnung vor über zwei Jahren hatte man in der Linzerie am Taubenmarkt nur mäßig Glück mit den Gastro-Betreibern für den einst großzügig geplanten Food Court im Obergeschoss. Eigentlich war geplant, dass dort auf zentraler Fläche feine Gastronomie für alle Geschmäcker geboten werden soll. Szene-Gastronom Sigi Goufas entwickelte dafür das Konzept, er wollte mittels sechs Schiffscontainern, die zu einzelnen Küchen umfunktioniert wurden, einen Food Market im Center kreieren. Schon wenige Monate nach der Eröffnung wurde es ruhig im Obergeschoß – teilweise natürlich auch aufgrund der Pandemie. Erst im Frühjahr 2023 wurde aus dem Food Market der Tiki Food Jungle. Doch auch dieser „Dschungel der Vielfalt“ konnte die Gäste nicht locken. Ab 15. September ist er wieder Geschichte. Nun wird abermals ein neuer Betreiber gesucht. Interessenten soll es bereits geben. Ein Erfolg ist hingegen das ebenfalls in der Linzerie angesiedelte Le Jardin, das tagsüber ein Restaurant, ab Mitternacht ein Club ist: Jüngst konnte das fest in der Linzer Gastronomieszene verankerte Lokal seinen zweiten Geburtstag feiern (meinbezirk.at 31.8., krone.at 6.9.23).

Breite Front gegen Messepark-Ausbau

Die Eigentümer des Dornbirner Messeparks rund um Guntram Drexel wollen 100 Mio. Euro in den Um- und Ausbau des Centers stecken (*siehe auch ACSP-Medienspiegel 10/2023 und 11/2023; Anm.*). Die Fassade soll erneuert, Parkplätze und Zufahrtsstraßen unter die Erde verlegt und Fahrradwege vergrößert werden. Derzeit werden 16.900 m² Verkaufsflächen genutzt, künftig sollen 5.300 m² dazukommen. Profitieren würde auch die Stadt Dornbirn, sagt Drexel. Doch laut Recherchen der Tageszeitung „Standard“ lehnen an die 80 der insgesamt 96 Vorarlberger Gemeinden eine Vergrößerung ab. So sprechen sich beispielsweise alle 24 Gemeinden des Bregenzerwaldes sowie 12 von 13 Gemeinden der „Regio Vorderland Feldkirch“ dezidiert gegen eine Verkaufsflächenerweiterung aus. Die Gemeinden weisen auch darauf hin, dass 8.300 m² im neuen Konzept sogenannte zusätzliche Flächen wären, die keine Verkaufsflächen sein sollen. „Die beabsichtigten Nutzungen sind typisch für Orts- und Stadtkerne, also aus unserer Sicht zentrumsrelevant.“ Es ergebe sich „eine deutliche Orientierung des Messeparks in Richtung ‚Multi-Use‘-Center – mit negativen Auswirkungen auf alle Orts- und Stadtkerne im Rheintal“. Der Ausbau würde somit das langjährige Bemühen um belebte Ortszentren torpedieren. Auch die Verkehrsproblematik sorgt für Stirnrünzeln. Von Mitte Juli bis Mitte August konnten Stellungnahmen zum Verordnungsentwurf der Landesregierung eingebracht werden. Von 42 eingegangenen Stellungnahmen sind nur fünf positiv. Neben den Gemeinden übten auch der Naturschutzbund, Bio Austria, das Klimabündnis Vorarlberg und der Verein Bodenfreiheit Kritik, und auch die Sparte Handel der Wirtschaftskammer ist gegen die geplante Vergrößerung. Nach Aufarbeitung der Stellungnahmen soll der Raumplanungsbeirat bereits am 11. September eine Empfehlung an die Landesregierung abgeben. Der Messepark ist das größte Einkaufszentrum Vorarlbergs, mit einer Flächenproduktivität von knapp 10.300 Euro/m² gehört er auch zu den erfolgreichsten Zentren Österreichs (Standard 29.8., medianet.at 31.8., orf.at



8.9., krone.at 9.9.23; mehr Details im Volltext hier: <https://www.krone.at/3107650>, hier: <https://www.derstandard.at/story/3000000184831/kraeftemessen-beim-messepark-ausbau-in-dornbirn> und hier: <https://vorarlberg.orf.at/stories/3223305/>; die Erweiterungspläne sind hier zusammengefasst: <https://medianet.at/news/retail/ekz-messepark-dornbirn-soll-um-ueber-100-mio-euro-modernisiert-werden-55764.html>).

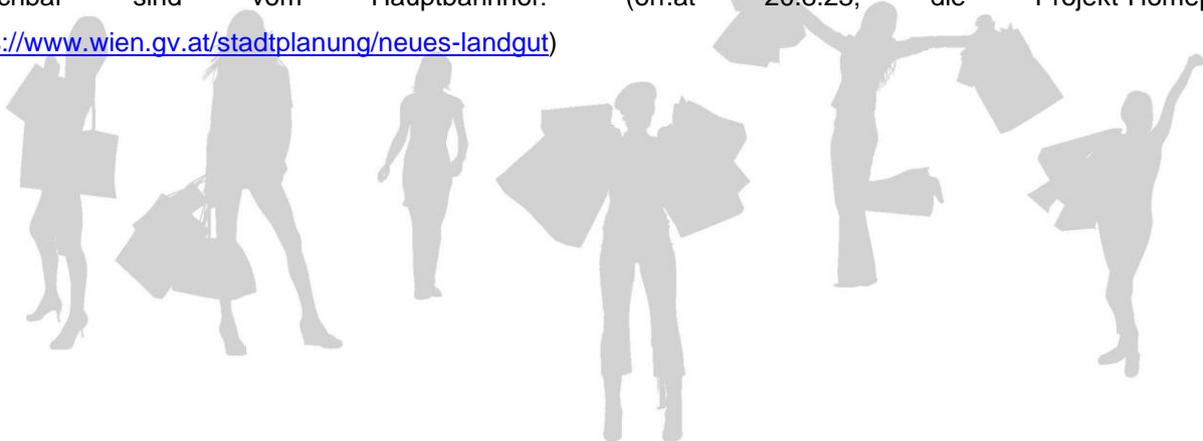
Neueröffnungen in Leoben, Klagenfurt, Ried, Innsbruck und Pasching

Am 24. August hat Thalia seine vierte Buchhandlung in der Steiermark im **LCS** – Leoben City Shopping eröffnet. Die Verkaufsfläche beträgt rund 350 m². Im Obergeschoß der Klagenfurter **CityArkaden** hat Anfang September die zur Bestseller-Gruppe gehörende Kindermodekette Name it ein Geschäft eröffnet. Ankündigt sind außerdem Eröffnungen der Marken Intimissimi und Calzedonia. Die beiden italienischen Unterwäsche-Marken werden im Herbst außerdem im Rieder Einkaufszentrum **Weberzeile** weitere Shops eröffnen. Dabei handelt es sich um die ersten Geschäfte der Marken im Innviertel. Das Innsbrucker **West** wiederum meldet die Wiedereröffnung des Fitnessstudios Fitinn, das während der Sommermonate umgebaut und auf eine Gesamtfläche von 1.700 m² erheblich vergrößert wurde. Gastronomische Neuigkeiten gibt es aus der **PlusCity**: Dort eröffnete Top-Gastronom Thomas Altendorfer mit dem Brau-OX sein mittlerweile 27. (!) Lokal. „Es gibt jeden Tag frische Hendl vom Grill und saftige Stelzen. Und weil Essengehen für Viele aufgrund der Teuerungen immer mehr zum Luxus wird, haben wir auch die Preise moderat gestaltet“, so Altendorfer. (5min.at 21.8., meinbezirk.at 24.8. + 1.9., kleinezeitung.at + nachrichten.at 6.9., krone.at 8.9.23).

Stadt & Handel

Neues Stadtviertel in Wien-Favoriten wächst

Das Stadtviertel Neues Landgut in der Nähe des Wiener Hauptbahnhofs wächst. Auf dem früheren ÖBB-Betriebsgelände zwischen Laxenburger Straße und Landgutgasse entstehen Wohnungen, Schulen und Parkanlagen. Mit dem Elisabeth-Sundt-Platz wurde der zentrale, 3.000 m² große Platz fertiggestellt. Die Arbeiten für den neuen Walter-Kuhn-Park ums Eck sind in der Schlussphase, und ins neue Schulzentrum mit Volksschule, Kindergarten und Mittelschule sind mit Schulbeginn 1.100 Kinder eingezogen. Nebenan wird ein Gemeindebau mit einer städtischen Bücherei errichtet. Die Geschäftsführerin der ÖBB-Immobilien, Claudia Brey, verweist auf die gute Anbindung: „Hier werden in Kürze 1.500 Wohnungen entstehen, die fußläufig erreichbar sind vom Hauptbahnhof.“ (orf.at 20.8.23; die Projekt-Homepage: <https://www.wien.gv.at/stadtplanung/neues-landgut>)



City & Center ziehen für erste Welser ShoppingWeek an einem Strang

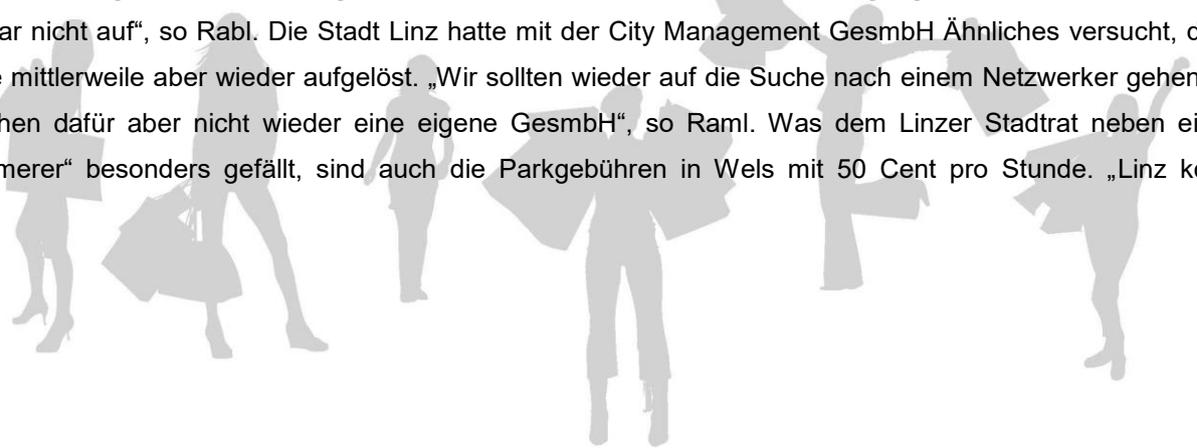
Größer, länger, weiter: mehr Shops, mehr Auswahl, mehr Service und mehr Angebote an mehreren Tagen – die beliebte ShoppingNight Wels geht ins XXXL-Format. Dieses Mal machen neben den über 100 Geschäften und Lokalen in der Innenstadt auch die Händler außerhalb und die 90 Shops in den Einkaufszentren Max.Center und ShoppingCity Wels sowie XXXLutz mit. Außerdem gibt es nicht nur eine ShoppingNight mit buntem Rahmenprogramm – es wird eine ganze Woche lang, von 4. bis 8. September, mit Aktionen und Angeboten, Gewinnspielen und exklusiver Shopping-Bag um Kunden geworben. Unter anderem rollt XXXLutz einen 1.000 m² Laufmeter langen roten Teppich aus. „Mit den Kooperationen und damit verbunden mit der größeren Bewerbungskraft durch alle Partner schafft man es, das einzigartige und umfangreiche Einkaufsangebot in Oberösterreich stärker sichtbar zu machen und bestens zu kommunizieren“, erklärt der Geschäftsführer der Wels Marketing & Touristik GmbH Peter Jungreithmair die Strategie (MA Wels 24.8.23).

Kostenloses Innenstadt-Shuttle für St. Pölten

Neues Mobilitätsangebot in der Landeshauptstadt Niederösterreichs: Zwei Niederflurbusse sollen den öffentlichen Nah- und Fernverkehr am Hauptbahnhof sowie viele Parkhäuser mit der Fußgängerzone verbinden. Das am 1. September in Betrieb gegangene Innenstadt-Shuttle fährt in einem Intervall von ca. 10 Minuten und ist für Benutzer kostenlos. Wird das Projekt gut angenommen, soll es auch langfristig weitergeführt werden, derzeit befindet es sich in der Testphase (heute.at 2.9.23).

Innenstadt-Entwicklung: Wels als Vorbild für Linz?

Der Linzer Stadtrat Michael Raml (FPÖ) regt an, Maßnahmen aus Wels auch in Linz umzusetzen. Was Innenstädte gegenüber dem Onlinehandel bieten könnten, seien die physische Aufenthaltsqualität und soziales Entertainment. So gebe es am Welser Stadtplatz mittlerweile 1.000 Plätze in der Gastro, früher seien es nur etwa 150 gewesen. Neben einem Positionierungsprozess als „pulsierende, verbindende Stadt“ wurden in Wels Fußgängerzonen geschaffen, der gesamte innerstädtische Bereich erneuert. „Die Leute wollen eine saubere und sichere Umgebung, das beginnt beim Pflaster ohne Abstände, damit man auch gut mit Stöckelschuhen gehen kann, über ordentliche Brunnen bis zu gepflegten Gastgärten. Wir haben Plätze reaktiviert, Schattenplätze geschaffen, Bäume, Blumen gepflanzt“, so der Welser Bürgermeister Andreas Rabl (FPÖ). In Wels halte das Wirtschaftsservice Kontakt mit Hauseigentümern und Wirtschaftstreibenden. „Wenn ich schon vor dem Auszug eines Mieters beginne zu suchen, habe ich oft nahtlose Übergänge, so scheint ein Leerstand erst gar nicht auf“, so Rabl. Die Stadt Linz hatte mit der City Management GesmbH Ähnliches versucht, diese wurde mittlerweile aber wieder aufgelöst. „Wir sollten wieder auf die Suche nach einem Netzwerker gehen, wir brauchen dafür aber nicht wieder eine eigene GesmbH“, so Raml. Was dem Linzer Stadtrat neben einem „Kümmerer“ besonders gefällt, sind auch die Parkgebühren in Wels mit 50 Cent pro Stunde. „Linz kostet



viermal so viel. Wir wollen keinen Parkstress, jemand, der im Stress einkauft, kauft weniger“, ist Rabl überzeugt. Der für das neue Innenstadtkonzept zuständige Linzer Stadtrat Dietmar Prammer (SPÖ) verweist darauf, dass im Stadtsenat demnächst eine Präsentation des Projektteams geplant sei. Neben der Politik und Stakeholdern würden auch externe Experten und die Bevölkerung eingebunden. Die Ergebnisse sollen bis Herbst 2024 vorliegen (tips.at 5.9.23).

Wolfsberg: „Bis alles zu Tode beruhigt ist“

Reihenweise schließen die Geschäfte in der Wolfsberger Innenstadt. Fünf sind es allein heuer am Hohen Platz und in der Johann-Offner-Straße. Gerhard Waschier, Obmann der Wolfsberger Werbegemeinschaft und selbst Unternehmer, schlägt Alarm: Die Stadt sterbe aus, die Stadtpolitik müsse endlich umdenken. „Seit 2018 – dem letzten ‚normalen‘ Jahr vor dem großen Umbau und der Coronakrise – beobachten wir am Hohen Platz einen Frequenzrückgang von etwa 30 % pro Jahr. Es fehlen die Parkplätze, und die letzten Kunden, die noch in der Stadt einkaufen, werden durch teils übertriebene Strenge der Parkwächter aus der Innenstadt hinausgeprügelt – das muss man wirklich so sagen“, so Waschier, der sich besonders an der Verkehrsberuhigung stößt: „Eine Stadt sollte aber nicht ruhig sein, sie muss pulsieren. Anstatt zu überlegen, wie man die Stadt ruhiger macht, sollte man sich eher überlegen, wie man sie belebt.“ (meinbezirk.at 6.9.23; der Artikel im Volltext: https://www.meinbezirk.at/lavanttal/c-wirtschaft/was-laeuft-schief-in-der-innenstadt_a6246594)

Immobilien & Entwickler

16-Jährige wegen Großeinsatzes in Einkaufszentrum verurteilt

Eine 16-jährige Grazerin ist im Grazer Straflandesgericht wegen eines Großeinsatzes im Einkaufszentrum Murpark im März 2023 sowie wegen anderer Delikte zu neun Monaten bedingter Haft verurteilt worden. Das Mädchen gestand, dass sie im Frühjahr die Polizei belogen hatte: Sie gab an, zunächst zwei, dann einen konkreten Verdächtigen mit einer Waffe im Einkaufszentrum beobachtet zu haben, alles war aber erfunden. Die Zeugenmeldung hatte einen Großeinsatz der Polizei und eine Sperre des Einkaufszentrums ausgelöst. Die Polizei räumte den Murpark und durchsuchte das Shoppingcenter. 27 Streifenfahrzeuge und Beamte mit schwerer Bewaffnung eilten damals zum Einkaufszentrum. Nach etwas über einer Stunde wurde Entwarnung gegeben. Außerdem gab es einen weiteren Vorfall, bei dem die Angeklagte zusammen mit zwei Freundinnen die Rettung „verarscht“ – so ihr eigener Wortlaut bei der Vernehmung – und einen Überfall von angeblich vier Männern auf ihre 14-jährige Freundin vorgetäuscht hatte. Zusätzlich zur bedingten Haftstrafe muss die 16-Jährige wöchentlich zur Psychotherapie, bekommt Bewährungshilfe und sie muss sich einen Job suchen (noen.at 17.8.23).



Immofinanz schließt Partnerschaft für 100 % Ökostrom aus Österreich

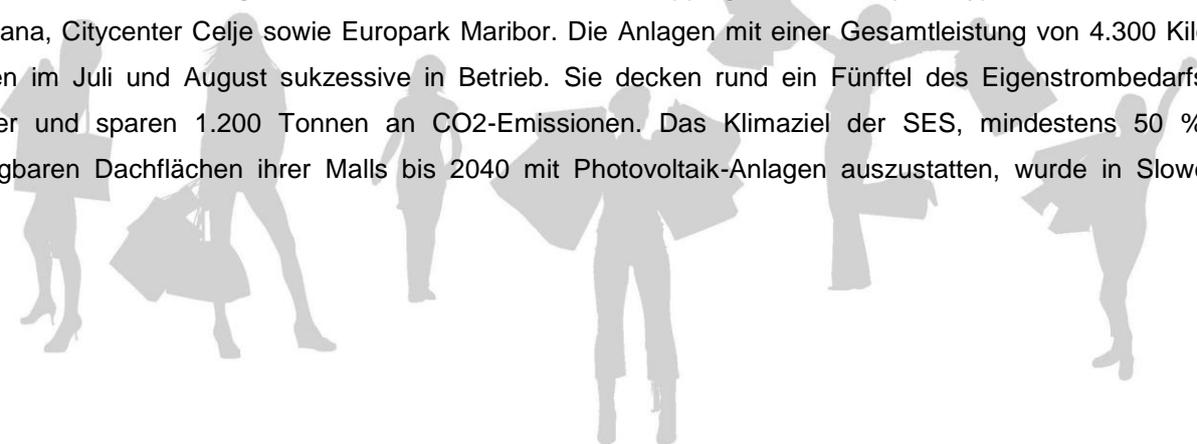
Die Immofinanz setzt einen weiteren Meilenstein bei der Umsetzung ihrer ESG-Strategie und versorgt ihr gesamtes österreichisches Portfolio langfristig mit 100 % grüner Energie. Mit einer innovativen Partnerschaft mit dem Kleinwasserkraftwerk-Betreiber Stockenboi Energie und Energieallianz Austria stellt das Unternehmen die Versorgung von allen 23 Bestandsimmobilien ihres 234.373 m² umfassenden Office- und Retail-Portfolios mit Strom aus Photovoltaik-Anlagen und Wasserkraft aus Österreich sicher. Der Energiebedarf wird mit ca. 19 GWh/Jahr angegeben. Mit diesem Schritt kann die Immofinanz gleichzeitig ihre Abhängigkeit vom Strom-Terminmarkt reduzieren und somit Preis- und Budgetstabilität gewährleisten (deal-magazin.com 18.8.23).

EZB drängt Banken, Kredite an Signa zum Teil abzuschreiben

Einem Bloomberg-Bericht zufolge drängt die Europäische Zentralbank (EZB) Banken mit bestehenden Krediten gegenüber dem Signa-Konzern dazu, diese Darlehen entweder zum Teil abzuschreiben oder weitere Vorsorgen für potenzielle Verluste zu treffen. Nicht alle Kreditgeber des Unternehmens seien mit diesem Ansinnen der EZB konfrontiert, schreibt Bloomberg weiter. Auch seien die resultierenden Gewinneinbußen aller Wahrscheinlichkeit nach nicht groß genug um die Kapitalreserven der Banken zu belasten. Ende Juli hatte sich die Signa vor dem Hintergrund der zunehmend angespannten Lage am Immobilienmarkt eine Kapitalspritze in Höhe von 400 Mio. Euro gesichert, hatte das „Handelsblatt“ berichtet. Angesichts rückläufiger Immobilienpreise sinken die Bewertungen der Signa-Objekte, gleichzeitig sind die Finanzierungskosten deutlich nach oben gegangen. Die EZB prüft bereits seit mehreren Monaten die Banken auf ihre Geschäftsbeziehungen zur und Kreditvergaben an die Signa. Das Unternehmen reagiert gelassen. „Signa hat in den letzten Monaten rund ein Dutzend erfolgreiche Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von rund 2 Mrd. Euro in Deutschland, Österreich und der Schweiz abgeschlossen. Jeder einzelne Verkaufspreis lag deutlich über der jeweils letzten Bankbewertung“, heißt es in einem Statement an die APA. Die Summe der Verkaufserlöse sei um 250 % höher ausgefallen als die ausstehenden Bankkredite und der Gewinn aus den Verkäufen liege um 50 % über den aufgewendeten Investitionskosten. Die konsolidierte Gesamtverschuldung von Signa Real Estate liege zudem bei unter 50 % (trend.at 29.8.23).

Alle SES Shopping-Malls ab sofort mit großen PV-Anlagen ausgestattet

Der Ausbau der Photovoltaik-Flächen auf den Shopping-Malls der SES geht zügig voran. Heuer investiert SES in den Bau von PV-Anlagen auf den fünf slowenischen Shopping Centern Aleja, Citypark und Center Vič in Ljubljana, Citycenter Celje sowie Europark Maribor. Die Anlagen mit einer Gesamtleistung von 4.300 Kilowatt gingen im Juli und August sukzessive in Betrieb. Sie decken rund ein Fünftel des Eigenstrombedarfs der Center und sparen 1.200 Tonnen an CO₂-Emissionen. Das Klimaziel der SES, mindestens 50 % der verfügbaren Dachflächen ihrer Malls bis 2040 mit Photovoltaik-Anlagen auszustatten, wurde in Slowenien



damit schon jetzt deutlich übertroffen. In Österreich betreibt SES bislang vier Photovoltaikanlagen. Bis Jahresende kommen drei weitere Standorte dazu (Varena, Atrio, Max.Center). Mit Ende 2023 wird SES insgesamt 45.000 m² an Photovoltaikflächen auf den Centern in Österreich, Italien und Slowenien betreiben. Das größte Shopping Center Sloweniens, der Citypark in Ljubljana, hat heuer neben dem Bau der Photovoltaikanlage auch seine Dachflächen begrünt, indem Schotterflächen durch eine Vegetationsschicht aus Moosen und Flechten ersetzt wurden (MA SES 30.8.23).

Immofinanz: Tiefrotes Konzernergebnis zum Halbjahr

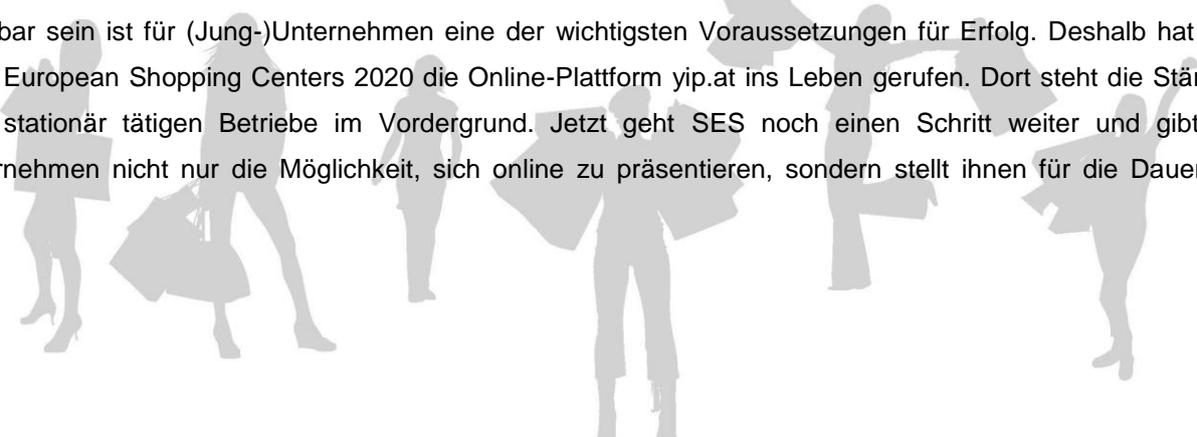
Die Immofinanz hat im ersten Halbjahr 2023 ein tiefrotes Konzernergebnis erwirtschaftet. Es brach von 162,7 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2022 auf nunmehr - 144,5 Mio. Euro ein. Das operative Ergebnis (118 Mio. Euro) und die in der Immobilienbranche wichtige Ertragskennzahl FFO I der wiederkehrenden Erträge (140,9 Mio. Euro) haben sich nach Vollkonsolidierung der S-Immo-Anteile (50 % plus eine Aktie) aber mehr als verdoppelt, teilte die Firma mit. Die Mieterlöse sind um knapp 80 % auf 258,9 Mio. Euro gestiegen. Viele andere Kennzahlen zeigen aber Rückgänge. Gleichzeitig nahm die Immofinanz marktbedingte Immobilienabwertungen in Höhe von - 197,2 Mio. Euro vor, die vor allem aus renditeschwachen Immobilien resultierten. Das habe zum immensen Gewinneinbruch geführt. Das Unternehmen verwies dennoch auf „kräftige Zuwächse bei den Mieterlösen und dem operativen Ergebnis trotz eines herausfordernden Marktumfelds“ (orf.at 30.8.23).

Abwertungen führten auch bei S Immo zu Verlust

Der heimische Immobilienkonzern S Immo hat sich im ersten Halbjahr dem Branchentrend nicht entziehen können. Im operativen Geschäft legte die S Immo zwar deutlich zu, aufgrund von Immobilienabwertungen rutschte der Konzern in den ersten sechs Monaten jedoch in die roten Zahlen. „Wir haben den gestiegenen Zinsen auch Tribut zollen müssen“, sagte S-Immo-Vorstand Herwig Teufelsdorfer. Insgesamt mussten Immobilien um 80,8 Mio. Euro abgewertet werden, zum Großteil in Deutschland. Die Umschichtung auf ertragsstarke Immobilien zeigte sich bei den Erlösen: Diese stiegen von 119,6 Mio. auf 161,4 Mio. Euro. Das Bruttoergebnis liegt mit 86 Mio. Euro um rund 35 % höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Das Betriebsergebnis (EBIT) drehte von + 64,8 Mio. Euro im Vorjahr auf nunmehr - 17,4 Mio. Euro, der Periodenverlust summierte sich auf 40,2 Mio. Euro (trend.at 30.8.23).

SES-Plattform yip.at macht regionale Unternehmen sichtbar

Sichtbar sein ist für (Jung-)Unternehmen eine der wichtigsten Voraussetzungen für Erfolg. Deshalb hat SES Spar European Shopping Centers 2020 die Online-Plattform yip.at ins Leben gerufen. Dort steht die Stärkung aller stationär tätigen Betriebe im Vordergrund. Jetzt geht SES noch einen Schritt weiter und gibt den Unternehmen nicht nur die Möglichkeit, sich online zu präsentieren, sondern stellt ihnen für die Dauer von



sechs Tagen eine Promotion-Fläche in einem von 15 SES Shopping-Centern in Österreich zur Verfügung. „Mit einer Einreichung zur yip.at-Businessförderung stellen Unternehmer unter Beweis, wie kreativ der stationäre Sektor in Österreich ist, unabhängig davon, ob sie in Einkaufsstrassen, Innenstädten, im Grätzl ums Eck oder in Shopping Centern platziert sind“, erklärt SES-CEO Christoph Andexlinger. Die Auswahl der drei Gewinner für die Business-Förderung in Höhe von insgesamt 10.000 Euro und die kostenlose Promotion-Fläche erfolgt über eine von Experten und Institutionen besetzte Jury. Einreichungen sind ab sofort möglich (MA SES 1.9.23).

Signa veröffentlicht Bilanzen nicht

Die Signa Prime AG und die Signa Development AG haben ihre Jahresabschlüsse für das Jahr 2021 trotz verstrichener Einreichungsfrist noch nicht im Firmenbuch offengelegt. Deshalb sind nun Zwangsstrafverfahren anhängig. Die Signa war für eine Stellungnahme vorerst nicht erreichbar. Das Verfahren betreffe jeweils die Gesellschaften an sich sowie deren vertretungsbefugte Organe, so der Gerichtssprecher. Schon zuvor waren bereits dreimal Strafen wegen Verstreichen-Lassens der Fristen verhängt worden (orf.at 7.9.23).

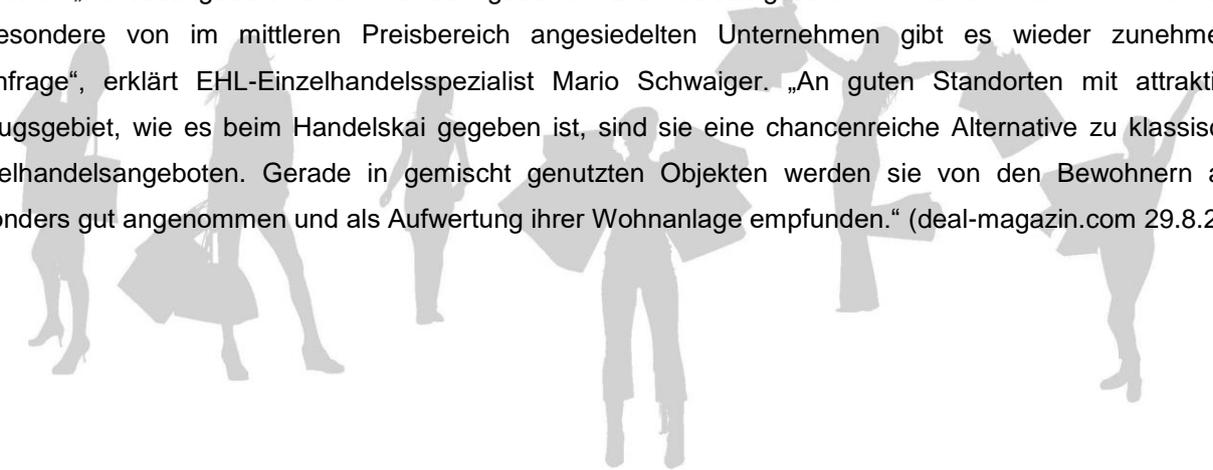
Marken

Wiener Gesundheitsförderung macht „EZK-Tour“

Mehr Bewusstsein für die eigene Gesundheit bei den Wienerinnen und Wienern schaffen – das möchte die Wiener Gesundheitsförderung (WiG) mit ihrer sogenannten Life Lounge erreichen. Nach einer erfolgreichen Sommertour durch die Wiener Bäder gibt's nun Gesundheitstipps in den Einkaufszentren der Stadt. Im Rahmen einer Herbsttour vom 8. bis zum 30. September macht die WiG Life Lounge für jeweils ein Wochenende in der Lugner City, dem Shopping Center Nord, der Millennium City sowie im Columbus Center Station (meinbezirk.at 20.8.23).

FitInn-Studio eröffnet in Wiener Mixed-Use-Objekt

Die größte österreichische Fitnessstudio-Kette Fitinn eröffnete am 28. August einen weiteren Standort in Wien, und zwar im innovativen Wohnbauprojekt „Am Donaukai“, einem gemischt genutzten Objekt der Art-Invest Real Estate im 20. Bezirk in direkter Nachbarschaft zur Millennium City. Auf Vermittlung von EHL wird die Fitnesskette 1.415 m² im Erdgeschoß anmieten. Das Studio in der Wehlistraße 65 ist bereits ihr 27. Wiener Standort. „Fitnessangebote sind wie der gesamte Dienstleistungssektor weiterhin auf Wachstumskurs, insbesondere von im mittleren Preisbereich angesiedelten Unternehmen gibt es wieder zunehmende Nachfrage“, erklärt EHL-Einzelhandelspezialist Mario Schwaiger. „An guten Standorten mit attraktivem Einzugsgebiet, wie es beim Handelskai gegeben ist, sind sie eine chancenreiche Alternative zu klassischen Einzelhandelsangeboten. Gerade in gemischt genutzten Objekten werden sie von den Bewohnern auch besonders gut angenommen und als Aufwertung ihrer Wohnanlage empfunden.“ (deal-magazin.com 29.8.23).



Vorarlberg: Aus Billa Plus wird Sutterlüty

Überraschende Übernahme in Vorarlberg: Billa Plus übergibt seine drei Märkte in Altach, Dornbirn und Rankweil an den langjährigen Rewe-Partner Sutterlüty, der diese ab 1. November sukzessive auf sein Branding umstellen und das Sortiment anpassen wird. „Wir möchten allen Vorarlbergerinnen und Vorarlbergern ein noch besseres Einkaufserlebnis hier im Ländle ermöglichen, und die drei neuen Märkte sind dabei ein wichtiger Schritt auf diesem Weg“, so Geschäftsführer Jürgen Sutterlüty. Das Unternehmen betreibt gegenwärtig 26 Märkte in Vorarlberg (medianet.at 1.9.23).

Wein & Co. eröffnet neue Filiale in Wien

Wein & Co eröffnet auf der Landstraßer Hauptstraße 23 – zwischen dem Bahnhof Wien Mitte und dem Rochusmarkt – am 21. September einen neuen Store mit ca. 160 m². Im Obergeschoß gibt es einen offenen Eventbereich (leadersnet.at 5.9.23).

Fat Monk expandiert weiter

Die DoN Group hat am 4. September einen Store ihres Bowls-Konzepts Fat Monk im Myhive am Wienerberg eröffnet. Dieser gesellt sich zu den bereits sieben bestehenden Wiener Standorten. „Die Eröffnung des insgesamt nunmehr neunten Stores innerhalb von zwei Jahren bestätigt, dass wir uns mit unserem Angebot erfolgreich vom Markt abheben“, freut sich Managing Director Philipp Zinggl. Zu Beginn des Jahres eröffnete die DoN group im Manifesto Market am Potsdamer Platz in Berlin einen ersten Fat Monk außerhalb Österreichs. Die Marke kommt laut eigenen Angaben auch im Nachbarland hervorragend an. Per Franchisekonzept sollen innerhalb der nächsten drei Jahre in Deutschland 60 Standorte entstehen (leadersnet.at 6.9.23).

P&C-Umbau im Europark

Die Umbaumaßnahmen bei Peek & Cloppenburg im Shopping Center Europark Salzburg befinden sich in der Endphase. Die Wiedereröffnung erfolgt am 28. September (MA Peek & Cloppenburg 7.9.23).

Märkte

Fitnessstudios leiden unter CoV-Nachwehen

In vielen der rund 1.200 Fitnessstudios ist die Kundenanzahl noch nicht aufs Vor-Coronavirus-Niveau zurückgekehrt. Zwar haben sich die Umsätze 2022 gegenüber dem Jahr davor wieder verdoppelt. Aber: „Es fehlen schätzungsweise noch 10 % der Kunden“, sagte Wirtschaftskammer-Sprecher Christian Hörl. Vor der Pandemie hatten rund 1,2 Mio. Mitglieder in den Fitnessstudios trainiert. Wie viele andere Branchen kämpft



auch diese laut Wirtschaftskammer mit der hohen Inflation. Diese treibt die Kosten insbesondere für Raum, Personal, Energie und auch den Wareneinkauf nach oben, während sie die Geldbörsen der Geldbörsen belastet. Auch die Zinssteigerungen für Finanzierungen machten den Betrieben zu schaffen (orf.at 22.8.23).

Beste Tourismus-Saison seit 40 Jahren

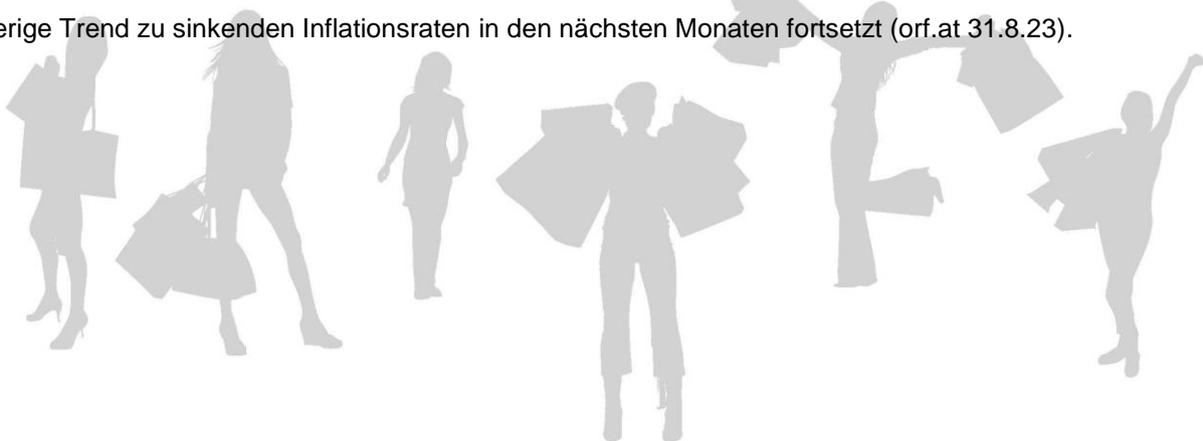
Trotz Inflation und Personalmangels erfreuen sich die heimischen Hotelbetriebe eines großen Zustroms an Gästen. Zwischen Mai und Juli erreichte die Zahl der Nächtigungen 39,5 Mio., was dem höchsten Wert seit 1980 entspricht, wie die vorläufigen Daten der Statistik Austria zeigen. Zum Vorjahreszeitraum betrug der Buchungssprung + 6,3 %. Mehr als zwei Drittel der Übernachtungen gingen auf ausländische Gäste zurück. Die Zahl der Nächtigungen von inländischen Gästen reduzierte sich hingegen um 2,2 % auf 11,96 Mio. Im Jahr 2022 war bei inländischen Gästen ein neuer Rekordwert verzeichnet worden (orf.at 25.8.23).

IMAS-Umfrage: Zwei Drittel stark von Teuerung betroffen

69 % der Österreicher fühlen sich zumindest eher stark von der allgemeinen Teuerung im Bereich Strom, Lebensmittel usw. betroffen. Rund ein Fünftel fühlen sich besonders stark betroffen. Das Einkaufsverhalten ändert sich: In den Bereichen Strom, Gas (63 %), Essen gehen/bestellen (64 %), Urlaub (54 %), Lebensmitteleinkauf (57 %) und Kleidung/Schuhe (54 %) versucht die Bevölkerung die Kosten zu senken. Etwa je ein Viertel tendiert dazu, mehr Angebote einzuholen bzw. Produkte mehr in Aktion zu kaufen. Die Askese, also generell auf einzelne Produkte zu verzichten, betrifft schon rund ein Fünftel sehr stark, weitere 31 % eher. Aber: Zusammenfassend hat knapp die Hälfte (47 %) noch kaum Änderungen im Kaufverhalten gesetzt. Rund ein Drittel hat schon einige Schritte gesetzt. Ein Fünftel muss sogar massiv einsparen (MA IMAS 29.8.23; der Report im Volltext mit vielen Grafiken: http://www.imas.at/images/imas-report/2023/09_Einsparungen.pdf).

Inflation steigt wieder

Laut Schnellschätzung der Statistik Austria betrug die Inflationsrate gegenüber dem Vorjahresmonat im August 7,5 %. Die Teuerung liegt in Österreich somit weiterhin um gut zwei Prozentpunkte über jener im Euro-Raum, die laut Eurostat im August bei 5,3 % verharrte. Der Anstieg gehe vor allem darauf zurück, dass die Treibstoffpreise die Inflation weitaus weniger sinken ließen als in den Monaten davor, so Statistik-Austria-Generaldirektor Tobias Thomas. Im Juli war die Inflationsrate mit 7,0 % auf den niedrigsten Wert seit März 2022 gesunken. Im Juni hatte sie noch 8,0 % betragen. Tobias Thomas geht davon aus, dass sich der bisherige Trend zu sinkenden Inflationsraten in den nächsten Monaten fortsetzt (orf.at 31.8.23).



Reale Umsätze weiter hinter Vorkrisenniveau

Im ersten Halbjahr 2023 büßte der Einzelhandel real 3,8 % zum Vorjahr ein, einzig im Spielwaren- (+ 9,2 %) und im Bekleidungshandel (+ 2,9 %) erzielten die Unternehmen im Schnitt ein reales Plus, gab die Wirtschaftskammer bekannt. Nominell legten die Umsätze im Einzelhandel im ersten Halbjahr zwar um 4,4 % zu, real konnte die Branche aber neun Monate in Folge kein Wachstum erzielen. Besonders drastisch war der reale Umsatzrückgang mit mehr als einem Viertel im Möbelhandel. Aber auch Elektrohandelsgeschäfte (- 9,9 %), Buchhändler (- 9,5 %) und der Onlinehandel (- 6,1 %) waren in den ersten sechs Monaten real im Minus. Die Aussichten für das Gesamtjahr 2023 seien trüb, und es werde kein reales Umsatzwachstum gesehen, hieß es von den Handelsvertretern. Auch im EU-Vergleich schneidet Österreich schlecht ab: Die reale Einzelhandelsentwicklung lag das sechste Halbjahr in Folge unter dem EU-27-Schnitt. Im Vergleich zum Vorkrisenniveau 2019 fällt das Absatzvolumen um 4,7 % geringer aus. Österreich zählt damit zu jenen nur fünf EU-Ländern, die das reale Konjunkturniveau von 2019 noch immer nicht erreichen – bei seither enorm gestiegenen Kosten. Die Folgen seien hohe und weiter steigende Insolvenzzahlen, eine deutlich ansteigende Anzahl von Schließungen und eine rückläufige Anzahl der Gründungen im Handel und Einzelhandel, räumte Handelsobmann Rainer Trefelik ein. Man gehe alleine im Einzelhandel von etwa 6.400 Schließungen seit 2021 aus. Auch die Beschäftigungsentwicklung sei rückläufig (- 0,8 %) (orf.at 29.8., medianet.at 1.9.23; mehr Details und Grafiken: <https://oesterreich.orf.at/stories/3221882/> bzw. <https://medianet.at/news/marketing-and-media/truebe-aussichten-fuer-das-handelsjahr-2023-55828.html>).

Wirtschaftsrückgang stärker als erwartet

Österreichs Wirtschaft ist im zweiten Quartal 2023 stärker geschrumpft als erwartet. Laut Berechnungen der Statistik Austria sank das Bruttoinlandsprodukt (BIP) im Vergleich zum Vorjahresquartal real um 1,1 %. Das WIFO hatte im Juli noch ein Minus von 0,3 % prognostiziert. Laut Statistik Austria ist das nun deutlich höhere Minus vor allem auf eine rückläufige Wirtschaftsleistung von Handel und Industrie zurückzuführen. Die Industrie trug mit einem Rückgang um 2 % zur schwächeren Wirtschaftsleistung bei, der Handel wirkte sich mit - 6,7 % negativ aus. Im Vergleich zum ersten Quartal schrumpfte Österreichs Wirtschaft saison- und kalenderbereinigt um 0,7 %. Nochmals verschlechtert hat sich auch die Einschätzung der wirtschaftlichen Situation durch die heimischen Unternehmen. Der WIFO-Konjunkturklimaindex sank im August im Vergleich zum Vormonat von - 5,2 auf - 8,9 Punkte. Auch die Konjunkturerwartungen verschlechterten sich weiter auf - 10,0 Punkte. Vor allem im Einzelhandel ist der Erwartungsindex laut WIFO in einem tief pessimistischen Bereich (- 23,7 Punkte) (orf.at 1.9.23).



Arbeitslosigkeit im August gestiegen

Die abkühlende Konjunktur treibt die Arbeitslosigkeit in Österreich weiter in die Höhe. Ende August 2023 waren 320.759 Personen beim AMS arbeitslos oder in Schulung gemeldet, das sind um 11.328 mehr als noch im Vorjahr, teilte das Arbeits- und Wirtschaftsministerium mit. Die Arbeitslosenquote stieg damit auf 6,1 %, im Vorjahresmonat lag sie noch bei 5,9 %. Erhöht hat sich die Arbeitslosigkeit vor allem im Baubereich, im Tourismus und in der Industrie. Leicht gesunken ist hingegen die Zahl der offenen Stellen. Das AMS registrierte Ende August 109.813 Vakanzen, um 17,7 % weniger als im Vorjahr (orf.at 1.9.23).

Einzelhandelsumsätze brechen im 1. Halbjahr 2023 um 3,5 % ein

Der österreichische Einzelhandel (ohne Kfz) musste im zweiten Quartal 2023 laut Statistik Austria einen inflationsbereinigten Umsatzrückgang von 3,9 % (nominell: +2,9 %) verkraften. Im Lebensmitteleinzelhandel liegt das Minus bei 1,6 % (nominell: + 8,6 %), der Handel mit Nicht-Nahrungsmitteln verbuchte gar ein reales Minus von 6,4 % (nominell: + 0,2 %). Für das gesamte 1. Halbjahr 2023 zeigt sich für den Einzelhandel ein realer Umsatzeinbruch von 3,4 % (nominell: + 4,7 %). Die Dienstleister erwirtschafteten im 2. Quartal 2023 ein Umsatzplus von 3,8 %. Die höchsten Umsatzsteigerungen verbuchte dabei der Bereich Beherbergung und Gastronomie mit einem Plus von 10,6 % zum Vorjahresquartal. Im 1. Halbjahr 2023 verzeichneten die Dienstleistungsunternehmen ein Umsatzplus von 8,7 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Beherbergung und Gastronomie: + 21,3 %) (MA Statistik Austria, Ma Handelsverband 6.9.23; mehr Details im Volltext: <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2023/09/20230906DienstleistungenUmsatzindizesQ22023.pdf> bzw. <https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/umsaetze-1-hj-2023/>).

Wien erlaubt Schanigartenöffnung ganzjährig

In Wien dürfen die Schanigärten künftig ganzjährig geöffnet bleiben. Schon während der Coronapandemie war der Weiterbetrieb über den Winter bereits möglich. Diese Sondererlaubnis wird nun fortgeschrieben. Allerdings wurden die Regeln verschärft. So muss ein Schanigarten im bewilligten Zeitraum grundsätzlich immer betriebsbereit sein und darf auch bei niedrigen Temperaturen nicht als Lagerfläche genutzt werden. Außerdem müssen Gastronomen zukünftig auch in ihren Schanigärten für ein gesittetes Verhalten ihrer Gäste sorgen, wie es hieß (immo-timeline.at 6.9.23).



Europa

Shopping Center & Retail Parks

Deutschland

Richtfest für Hamburger Überseequartier

Am 30. August feierte Unibail-Rodamco-Westfield (URW) Richtfest im Westfield Hamburg-Überseequartier. Für die Mietflächen in den Bereichen Retail, Gastronomie und Freizeit liegt die Vorvermietungsquote inzwischen bei 85 %. Dr. Andreas Kleinau, Vorsitzender der Geschäftsführung der HafenCity Hamburg GmbH: „Das Überseequartier wird mit seiner zeitgerechten Mischung von Wohnen und Arbeiten, neuen Einkaufs-, Kultur- und Freizeiterlebnissen das schon heute bestehende attraktive Angebot der HafenCity und der heutigen Hamburger Innenstadt beleben und ergänzen.“ Die Eröffnung ist für das Frühjahr 2024 geplant (hi-heute.de 31.8.23; weitere Details, u. a. zu den fixierten Mietern, im Volltext: https://www.hi-heute.de/aktuelle_bauprojekte/news/ueberseequartier-marschiert-auf-die-zielgerade/).

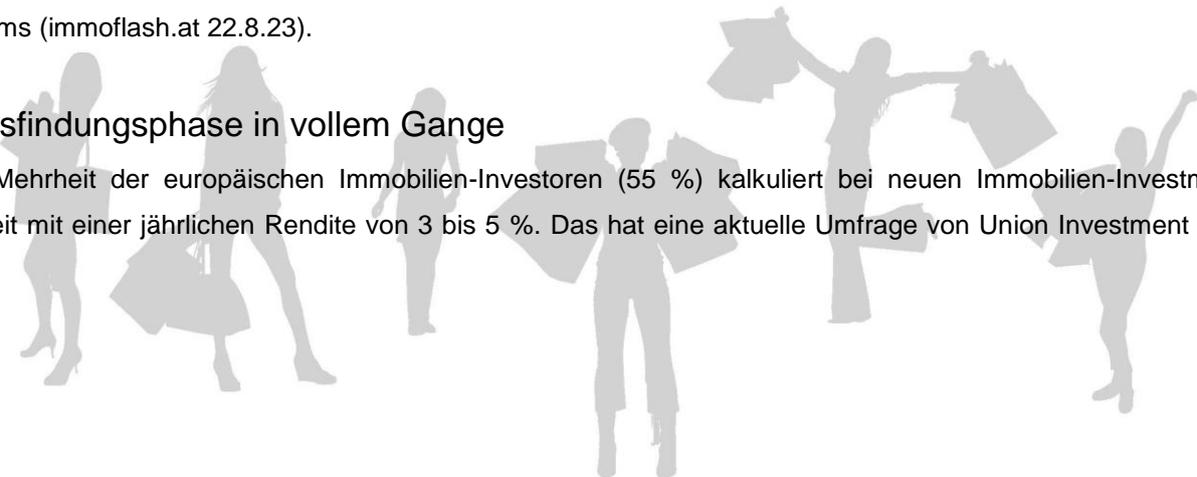
Immobilien & Entwickler

ESG wichtig bei Investmentstrategie

Europäische Immobilienunternehmen sehen in ESG eine hohe Relevanz für ihre Investmentstrategie und sind personell gut dafür aufgestellt, zeigt eine Studie, die von Drooms, dem führenden Anbieter digitaler Plattformen für Real Estate Assets in Europa, durchgeführt wurde. 83 % der rund 160 befragten Immobilienprofis planen im kommenden Jahr eine stärkere Berücksichtigung von ESG in ihrer Investmentstrategie, und 70 % der Unternehmen haben eine Person, die sich federführend um ESG kümmert. Im Tagesgeschäft beeinflusst ESG die Entscheidungsfindung mit einem Einfluss von 6,95 Punkten auf einer Skala von 1 bis 10. Neben den Kosten, die für mehr als die Hälfte der Befragten die größte Hürde bei der Umsetzung von ESG-Maßnahmen darstellen, sind vor allem die fehlende Regulatorik sowie die Komplexität und der zusätzliche Dokumentationsaufwand ein Hemmschuh. „Unternehmen nehmen ESG oft als Last und nicht als Chance wahr. Interessanterweise stören sich viele Unternehmen auch an der fehlenden Regulatorik. Ihnen fehlt die Umsetzungs- und Rechtssicherheit für ihre ESG-Strategie. Das gipfelt teilweise in einer abwartenden Haltung: Bevor man es falsch macht, lässt man es lieber“, erläutert Petter Made, SVP Product & Development bei Drooms (immoflash.at 22.8.23).

Preisfindungsphase in vollem Gange

Die Mehrheit der europäischen Immobilien-Investoren (55 %) kalkuliert bei neuen Immobilien-Investments derzeit mit einer jährlichen Rendite von 3 bis 5 %. Das hat eine aktuelle Umfrage von Union Investment unter



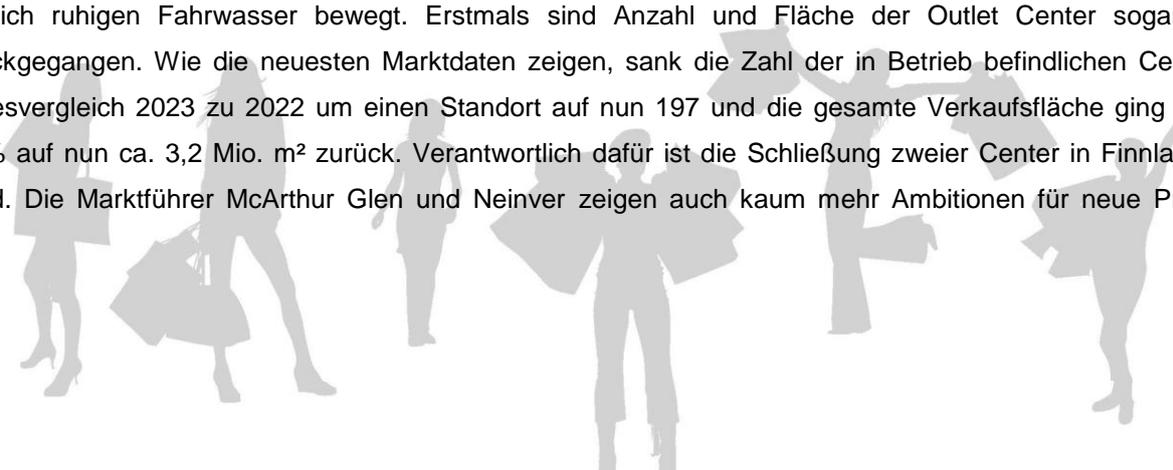
134 Immobilienunternehmen und institutionellen Immobilieninvestoren in Deutschland, Frankreich und Großbritannien ergeben. 25 % davon kalkulieren mit einer Zielrendite von 3 bis 4 %, 30 Prozent mit 4 bis 5 % pro Jahr. Ein Fünftel der Befragten (20 %) setzen bei Neu-Investments eine jährliche Rendite von über 6 % an. „Die Preisfindungsphase auf den europäischen Immobilienmärkten ist nach wie vor in vollem Gange. Ob die kalkulierten Renditen auch so erzielt werden können, bleibt abzuwarten. Wir beobachten, dass die Preisvorstellungen von Verkäufer:innen und Käufer:innen meist noch nicht zueinander finden. Aus dem stark zurückgegangenen, fragmentierten Transaktionsgeschehen lässt sich aktuell keine klare Marktevidenz ableiten“, so Martin Schellein, Leiter Investment Management Europa bei Union Investment. Laut Studie geht die Mehrheit der Investoren davon aus, dass es noch länger als zwölf Monate dauert, bis sich die Transaktionsmärkte wieder beleben (immoflash.at 4.9.23).

Factory Outlet Center weiter immun gegen Onlinehandel

Während der stationäre Einzelhandel in ganz Europa seit Jahren rückläufig ist, entwickeln sich Factory Outlet Center weiterhin prächtig. In Summe beträgt die Verkaufsfläche der 180 Outlet Center bereits etwa 4,6 Mio. m², verglichen mit 3,3 Mio. m² vor einem Jahrzehnt. Das ergibt eine Steigerungsrate von nahezu 40 % – und weitere 18 Projekte sind in Planung. Innerhalb des Bekleidungshandels zeigen sich Outlet Center als einziger Sektor mit hoher Dynamik. Sie bedienen den internationalen Megatrend hin zu Markenprodukten und verfügen durch die sonst stationär nirgends zu findende Ansammlung von Markenprodukten über einen Agglomerationsvorteil und eine klare Marketingstrategie („30 - 70 % billiger“). Dabei sind die Marktanteile der Outlet Malls überall marginal und belaufen sich auf weniger als 1 %. Österreich zählt mit einer Verkaufsflächendichte von 11,0 m² pro tausend Einwohner zu den führenden Ländern Europas. Die beiden Center in Parndorf erreichen eine Gesamtfläche von über 70.000 m² und sind damit die größte Outlet-Agglomeration in Europa, daneben gibt es noch das Designer Outlet Salzburg. Der größte Betreiber in Europa ist McArthurGlen mit 24 Standorten vor der spanischen Gruppe Neinver. ROS Retail Outlet Shopping mit Sitz in Wien ist bereits der drittgrößte Betreiber (MA RegioData 5.9.23).

Atempause am Outlet-Center-Markt

Outlet Center haben in den vergangenen Jahren europaweit eine stürmische Entwicklung hingelegt. Erst die gestiegenen Energiepreise und die Inflation sorgten dafür, dass sich der Outlet-Markt aktuell in einem ziemlich ruhigen Fahrwasser bewegt. Erstmals sind Anzahl und Fläche der Outlet Center sogar leicht zurückgegangen. Wie die neuesten Marktdaten zeigen, sank die Zahl der in Betrieb befindlichen Center im Jahresvergleich 2023 zu 2022 um einen Standort auf nun 197 und die gesamte Verkaufsfläche ging um ca. 0,8 % auf nun ca. 3,2 Mio. m² zurück. Verantwortlich dafür ist die Schließung zweier Center in Finnland und Irland. Die Marktführer McArthur Glen und Neinver zeigen auch kaum mehr Ambitionen für neue Projekte.



Allerdings hat die Krise vieler Shopping Center dazu geführt, dass deren Eigentümer nun über Hybridkonzepte nachdenken, welche Outlet Stores und herkömmliche Einzelhandelsgeschäfte verbinden (Shopping-/Outlet-Hybride). Einen weiteren Grund für die derzeit fehlende Dynamik sieht das Beratungsunternehmen Ecostra in der zunehmenden Schwierigkeit, Finanzierungen für Projekte zu bekommen. Doch die mieterseitige Flächennachfrage bei guten Standorten und Konzepten sei weiterhin vorhanden und die Umsätze in den bestehenden Outlets hätten das Vor-Corona-Niveau bereits wieder erreicht und häufig sogar überschritten, so Ecostra-Geschäftsführer Joachim Will. „Dies wird die Flächennachfrage weiter anheizen. Aus unserer Sicht handelt es sich also bei der aktuell eher stagnierenden Outlet-Entwicklung in Europa bestenfalls um eine Atempause.“ (MA Ecostra 6.9.23)

Deutschland

Aus dem Ex-Kaufhaus am Stachus in München wird das „Lovecraft“

Kreatives Social Hub und Cultural Warehouse für alle: Im ehemaligen Kaufhaus am Stachus in München wurde am 9. September das Lovecraft mit einem Tag der offenen Tür eröffnet. Die innovative Zwischennutzung, kuratiert von This Is Really Happening, will „weit mehr als ein neuer und spannender Begegnungs- und Kulturraum für München“ sein und sieht sich „bereits jetzt als positives Beispiel für die Transformation unserer Innenstädte“. Geschaffen wurde ein Mix aus Ausstellungs- und Eventfläche, Showroom, Sportarena, Kulturraum, Coworking-Space und Food-Hub auf über 25.000 m². Oder auch: ein urbanes Zwischennutzungsprojekt voller Kreativität, Spaß, Inspiration, Kunst und Kultur. Angelegt auf ca. zwei Jahre soll sich aus dem einstigen Ort des Konsums ein multifunktionaler Begegnungs- und Kulturraum entwickeln, der es Kreativen und Einzelhändlern sowie der Stadt und ihren Akteuren ermöglicht, Innenstädte neu zu denken, eine urbane Transformation einzuleiten und Ideen sowie Konzepte auszuprobieren (deal-magazin.com 6.9.23; für mehr Details der komplette Presstext: <http://www.deal-magazin.com/news/128134/Aus-dem-Ex-Kaufhaus-am-Stachus-in-Muenchen-wird-das-LOVECRAFT>; die Lovecraft-Homepage: <https://www.lovecraft-munich.com/>).

Marken

Gerry Weber: Gläubiger stimmen Restrukturierungsplan zu

Die Gläubiger des insolventen Bekleidungsanbieters Gerry Weber International AG haben mit großer Mehrheit für den Restrukturierungsplan gestimmt. Dieser kann nun umgesetzt werden. Da das Grundkapital aufgebraucht ist, wird dieses auf null gesetzt und die bisherigen Aktionäre scheiden ohne Kompensation aus. Neue Investorin ist die Luxemburger GWI Holding S.à r.l. Finanzchef Florian Frank spricht von einer „soliden finanziellen Basis“, die damit wieder geschaffen sei. Gerry Weber ist seit April dabei, sich zu sanieren, was auch die Schließung von mehr als 120 Stores der 171 eigenen Geschäfte in Deutschland zur Folge hatte. In Österreich werden alle Geschäfte geschlossen (fashionunited.de 18.8., medianet.at 22.8.23).

Rekordverlust für Tchibo

Die Einzelhandelskette und Kaffeemarke Tchibo hat im Vorjahr den größten Verlust ihrer Unternehmensgeschichte gemacht. Fuhr der Kaffeekonzern vor zwei Jahren noch ein EBIT von 176 Mio. Euro ein, steht 2022 ein Verlust von 167 Mio. Euro in der Bilanz. Der Umsatz blieb mit 3,25 Mrd. Euro stabil. Vor allem im Geschäft mit Kleidung und Gebrauchsartikeln gab es Probleme. Tchibo habe die gestiegenen Einkaufspreise nicht weitergeben können, sagte Vorstandschef Werner Weber, außerdem hätten die Leute weniger Aktionswaren gekauft. „Wir werden Kaffee künftig mehr in den Vordergrund stellen“, kündigt Weber an. Es werde „deutliche Kurskorrekturen“ geben, man werde das Non-Food-Geschäft optimieren und versuchen, neue Kunden zu gewinnen. Weber zeigte sich optimistisch, dass die Kette bereits in diesem Jahr wieder schwarze Zahlen schreiben werde und verwies zur Begründung auf geringere Einkaufs- und Energiepreise sowie straffere Prozesse. In Österreich hat das Unternehmen das Jahr 2022 mit 315 Mio. Euro Umsatz auf Vorjahresniveau abgeschlossen (cash.at 22.8., handelsblatt.com + welt.de 25.8.23).

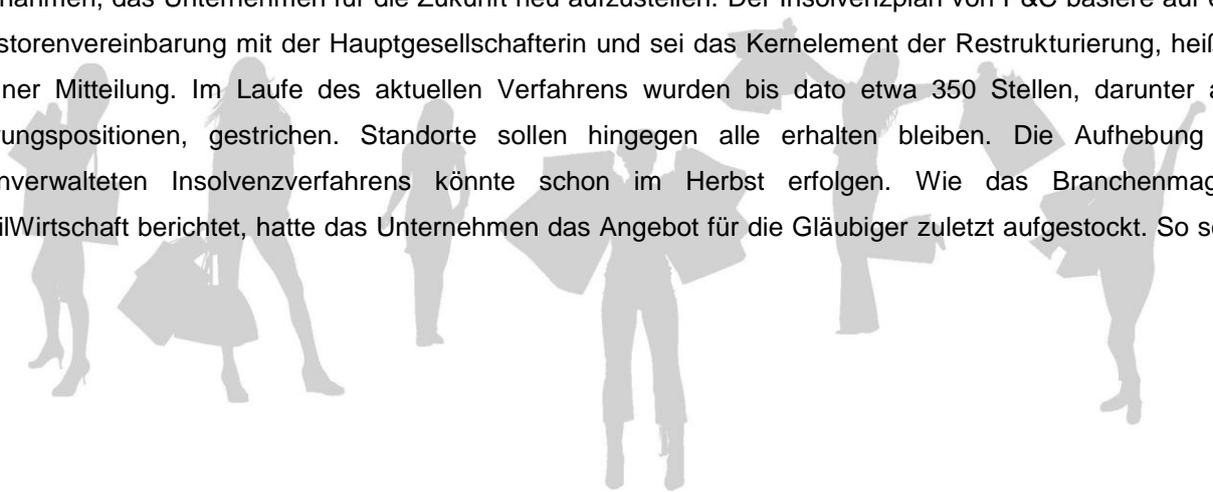
AstorMueller neuer Eigentümer der Schuhmarke Salamander

Salamander hat mit der AstorMueller AG einen neuen Eigentümer gefunden. Der Schweizer Schuhproduzent gab die Übernahme der Schuhmarke, die bislang zur deutschen Ara-Gruppe gehörte, bekannt. Dadurch will AstorMueller sein Portfolio erweitern und das Angebot an hochwertigen Schuhen ausbauen. Der neue Salamander-Eigentümer, der auch die italienische Schuhmarke Bagatt in seinem Portfolio hat und die Schullizenzen für die Marken Bugatti und Daniel Hechter hält, will Salamander verjüngen und modernisieren. Nicht Teil der Übernahme sind sämtliche Einzelhandelsaktivitäten von Salamander, insbesondere die unter der gleichnamigen Marke agierenden Geschäfte in Deutschland und Österreich, so die Mitteilung. Die Ara-Gruppe ist seit Ende Juni auf der Suche nach Investoren für die Schuhmarken Lloyd und Salamander, um sich künftig ausschließlich auf die eigene Marke Ara Shoes zu konzentrieren (hi-heute.de 1.9.23).

Deutschland

Peek & Cloppenburg: Gläubiger stimmen Insolvenzplan zu

Die Gläubiger der insolventen Peek & Cloppenburg KG mit Sitz in Düsseldorf haben dem Insolvenzplan des Modehändlers zugestimmt. Das ist ein entscheidender Schritt im Rahmen der im März 2023 begonnenen Maßnahmen, das Unternehmen für die Zukunft neu aufzustellen. Der Insolvenzplan von P&C basiere auf einer Investorenvereinbarung mit der Hauptgesellschafterin und sei das Kernelement der Restrukturierung, heißt es in einer Mitteilung. Im Laufe des aktuellen Verfahrens wurden bis dato etwa 350 Stellen, darunter auch Führungspositionen, gestrichen. Standorte sollen hingegen alle erhalten bleiben. Die Aufhebung des eigenverwalteten Insolvenzverfahrens könnte schon im Herbst erfolgen. Wie das Branchenmagazin TextilWirtschaft berichtet, hatte das Unternehmen das Angebot für die Gläubiger zuletzt aufgestockt. So sollen



die Gläubiger etwa über einen Besserungsschein an den Unternehmensgewinnen der Jahre 2024 und 2025 beteiligt werden (fashionunited.de 24.8.23).

Inditex-Marke Stradivarius startet mit vier Läden

Die zur spanischen Modegruppe Inditex gehörende Damenmodekette Stradivarius will im Herbst ihre ersten Filialen in Deutschland eröffnen. Verlautbart wurden bereits Eröffnungen in Dresden, wo die Kette in der Centrum Galerie 890 m² Fläche bekommen wird, und in Stuttgart, wo im November eine Filiale im ECE-Einkaufszentrum Milaneo ans Netz geht. In Hannover soll im Frühjahr 2024 in der Großen Packhofstraße ein 510 m² großer Store eröffnen. Ebenfalls im Frühjahr 2024 soll auch eine Filiale im Westfield Hamburg-Überseequartier aufsperrten. Stradivarius bietet Fast Fashion mit frischem Spin für junge Frauen und Mädchen. Der Stil ist bunt, mit außergewöhnlichen Schnitten, von mädchenhaft verspielt bis hin zu rockig ist alles drin. Weltweit gibt es derzeit etwa 850 Filialen in 60 Ländern. Zur Inditex-Gruppe gehören auch Labels wie Zara, Massimo Dutti, Pull&Bear und Bershka (deal-magaazin.com 21.+22.8., leadersnet.de 27.8.23).

Märkte

Wirtschaftsstimmung trübt sich stärker als erwartet ein

Die Wirtschaftsstimmung in der Eurozone hat sich im August stärker als erwartet eingetrübt. Der Economic Sentiment Indicator (ESI) fiel im Vergleich zum Vormonat um 1,2 Punkte auf 93,3 Punkte, wie die Europäische Kommission mitteilte. Es ist der niedrigste Stand seit November 2020 und die vierte Abschwächung in Folge. Die Stimmung verschlechterte sich dabei in der Industrie, im Dienstleistungssektor, bei den Verbrauchern, im Einzelhandel und der Bauwirtschaft (fashionunited.de 30.8.23).

Deutschland

Geschäftsklima verdüstert sich zusehends

Die Stimmung vieler Manager trübt sich angesichts der schwierigen Konjunktur ein. Das zeigt sich im aktuellen Geschäftsklimaindex des ifo Instituts, der im August auf 85,7 Punkte gefallen ist, nach 87,4 Punkten im Juli. Es ist der vierte Rückgang in Folge. Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage liegt nun auf dem niedrigsten Stand seit August 2020, zudem blicken die Unternehmen pessimistischer auf die kommenden Monate. Im Handel ist der Index ebenfalls gesunken. Einerseits beurteilen die Händler ihre aktuelle Lage deutlich negativer, andererseits verdüsterte sich der Ausblick weiter (presstext.com 25.8.23).



Restaurant der Zukunft ohne Koch und Küche?

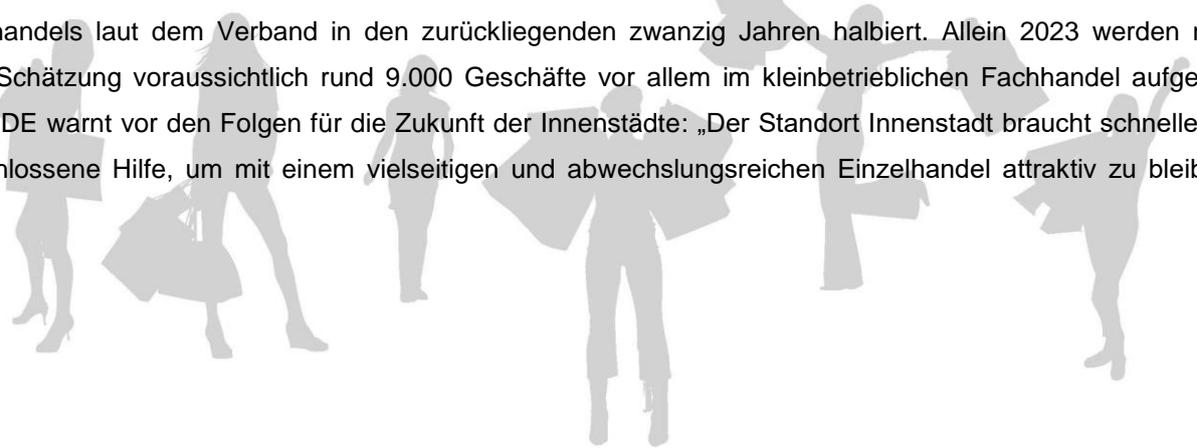
In Hamburg gibt es ein Restaurant, das eigentlich keines ist: Es hat keinen Gastraum und keine Bedienung. Essen kann man ausschließlich über das Internet bestellen, dann wird es nach Hause geliefert. Ein gutes Dutzend asiatische Gerichte umfasst die Speisekarte. Auf der Bestellplattform Lieferando schwärmt ein begeisterter Kunde: „Etwas Vergleichbares haben wir noch nicht gegessen!“ Damit hat er wohl recht. Aber anders, als er denkt. Denn dieses Restaurant kommt auch ohne Küche aus – und sogar ohne Koch. Es besteht nur aus einem Roboter: einem SUV-großen Edelstahlkasten, der eine komplette Restaurantküche samt Personal ersetzt und hinterher den Abwasch macht. Geht es nach Goodbytz, dem Unternehmen, das dahintersteckt, könnte so die Zukunft der Gastronomiebranche aussehen. Mehr als 300 Rezensionen sind schon zusammengekommen. Eine lautet: „Hier wird mit viel Liebe gekocht!“ Im vergangenen Jahr wurde das Restaurant bei Lieferando sogar unter die Top 15 % der beliebtesten Küchen Deutschlands gewählt (hi-heute.de 30.8.23).

Wenig Hoffnung auf rasche Erholung des Konsumklimas

Die Verbraucherstimmung in Deutschland musste im August wieder einen Rückschlag hinnehmen. GfK prognostiziert für das Konsumklima im September - 25,5 Punkte und damit 0,9 Punkte weniger als im August. Vor allem sinkende Einkommensaussichten und eine rückläufige Anschaffungsneigung sorgen dafür, dass das Konsumklima seine Gewinne aus dem Vormonat wieder verliert und damit seine stagnierende Entwicklung fortsetzt. „Das Konsumklima zeigt derzeit keinen klaren Trend, weder nach unten noch nach oben – und das auf einem insgesamt sehr niedrigen Niveau“, erklärt GfK-Konsumexperte Rolf Bürkl. „Die Chancen, dass sich die Konsumstimmung noch in diesem Jahr nachhaltig erholen kann, schwinden damit mehr und mehr.“ Die weiterhin stark steigenden Preise für Lebensmitteln und Energie belasten die Kaufkraft der privaten Haushalte. Die Verbraucher beurteilten im August auch die Konjunktorentwicklung in Deutschland deutlich pessimistischer (hi-heute.de 31.8.23).

Kleine Stores oft von Schließung bedroht

Insbesondere bei kleineren Handelsunternehmen beobachtet der Handelsverband Deutschland (HDE) eine teils dramatische Entwicklung. Wie aus dem aktuellen HDE-Zahlenspiegel 2023 hervorgeht, sank der Marktanteil des nicht filialisierten Fachhandels im vergangenen Jahr auf 13,3 %. Im Laufe dieses Jahres könnte dieser Wert erstmals unter die 13%-Marke fallen. Damit hat sich der Marktanteil des nicht filialisierten Fachhandels laut dem Verband in den zurückliegenden zwanzig Jahren halbiert. Allein 2023 werden nach HDE-Schätzung voraussichtlich rund 9.000 Geschäfte vor allem im kleinbetrieblichen Fachhandel aufgeben. Der HDE warnt vor den Folgen für die Zukunft der Innenstädte: „Der Standort Innenstadt braucht schnelle und entschlossene Hilfe, um mit einem vielseitigen und abwechslungsreichen Einzelhandel attraktiv zu bleiben“,



betont HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Eine Gründungsoffensive könnte dazu beitragen, Lücken in den Innenstädten wieder zu schließen. Vor Ort müssten zudem alle innerstädtischen Akteure an einem Strang ziehen (hi-heute.de 31.8.23).

Weitere Expansion der Nonfood-Discounter

Nonfood-Discounter sind in Deutschland weiter auf dem Vormarsch. Sie profitieren u. a. von der gestiegenen Preissensibilität der Verbraucherinnen und Verbraucher infolge der Energie- und Inflationskrise. Marktführer ist Tedi mit knapp 2.000 Filialen vor Action. Die Nummer drei am Markt, Woolworth, will noch heuer auch in Österreich erste Filialen eröffnen. Die Nummer vier, Thomas Phillips, ist bereits im Vorjahr in Österreich gestartet. Umgekehrt klappt es hingegen nicht so gut: Der zur österreichischen MTH-Gruppe gehörende Discounter Mäc Geiz ist zwar noch die Nummer fünf am deutschen Markt, schreibt aber seit Jahren Verluste. MTH soll deshalb einen Rückzug erwägen (handelsdaten.de 3.9.23; mehr Details und Infografik im Volltext: <https://www.handelsdaten.de/nonfood-discounter-auf-expansionskurs>; weitere Informationen zum Nonfood-Discountmarkt: <https://www.handelsdaten.de/top-5-der-umsatzstarksten-nonfood-discounter-deutschland-2022>).

Ukraine

H&M will Geschäfte wieder aufmachen

H&M will trotz des russischen Krieges gegen die Ukraine seine Geschäfte in dem angegriffenen Land wieder aufmachen. „Das Unternehmen steht in engem Dialog mit Partnern und Behörden und plant nun, die meisten seiner Filialen im Land von November 2023 an schrittweise wieder zu eröffnen“, teilte der schwedische Bekleidungsriese zum ukrainischen Unabhängigkeitstag mit. Medienberichten zufolge wird erwartet, dass auch die spanische Gruppe Inditex mit den Marken Zara, Bershka und Pull&Bear im Herbst wieder ihre ukrainischen Geschäfte öffnet. H&M hatte wie zahlreiche weitere internationale Konzerne alle seine neun Läden in der Ukraine nach dem russischen Angriff am 24. Februar 2022 geschlossen (hi-heute.de 24.8.23).

