

ACSP MEDIENSPiegel / 10. NOVEMBER 2025

Inhalt

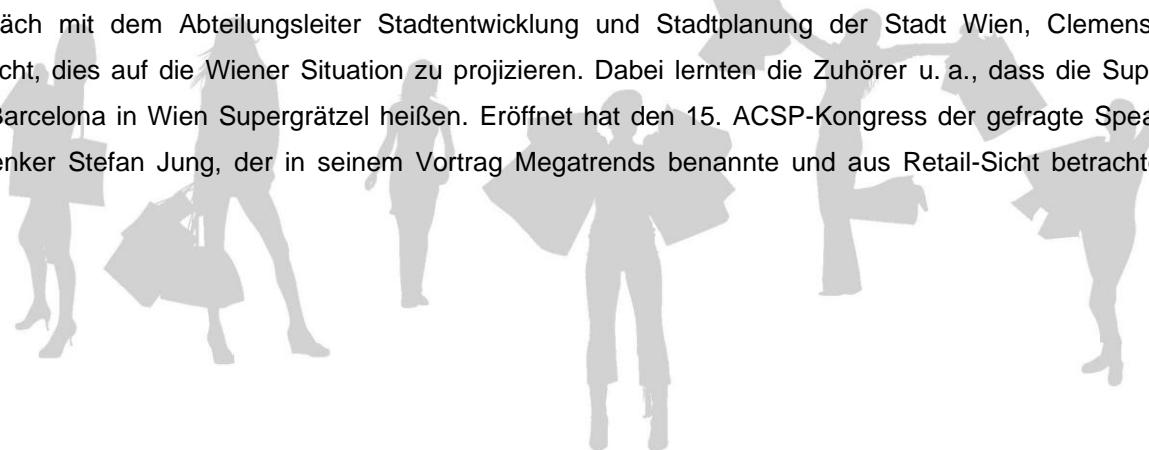
Österreich	1
In eigener Sache	1
Shopping Malls & Retail Parks	2
Stadt & Handel	6
Immobilien & Entwickler	8
Marken	11
Märkte	16
Europa	19
Shopping Malls & Retail Parks	19
Immobilien & Entwickler	21
Marken	25
Märkte	27
Welt	27
Marken	27
Märkte	28

Österreich

In eigener Sache

ACSP-Kongress 2025: „Erlebnis und 15-Minuten-Stadt“

Der ACSP-Kongress am 22. Oktober stand unter dem Thema „Erlebnis und 15-Minuten-Stadt“. Erlebnis und Entertainment sollen einerseits Aufenthaltsdauer und Einzugsgebiete ausweiten, andererseits soll alles in der Nachbarschaft zu erledigen sein, um weniger Verkehr zu generieren; die 15-Minuten-Stadt ist der Begriff der Stunde. Für dieses Thema hat der ACSP niemand geringeren als den „Erfinder“ der 15-Minuten Stadt, Univ.-Prof. Carlos Moreno, nach Wien gebracht. Er hat den 125 Teilnehmern die Grundlagen seiner Idee in einer Keynote nähergebracht. Danach wurde in einem von Reinhard Winiwarter („Across“) geführten Podiumsgespräch mit dem Abteilungsleiter Stadtentwicklung und Stadtplanung der Stadt Wien, Clemens Horak, versucht, dies auf die Wiener Situation zu projizieren. Dabei lernten die Zuhörer u. a., dass die Superblocks von Barcelona in Wien Supergrätzl heißen. Eröffnet hat den 15. ACSP-Kongress der gefragte Speaker und Vordenker Stefan Jung, der in seinem Vortrag Megatrends benannte und aus Retail-Sicht betrachtete. Ihm



folgte GCSP-Generalsekretär Ingmar Behrens, der eine EHI-Studie zum deutschen Shopping-Center-Markt präsentierte, auf die Transformation von nicht mehr benötigten Flächen einging sowie neue Konzeptideen präsentierte. Matthias Clostermann zeigte seine oftmals umgesetzten Visionen im Bereich Entertainment in Handelsimmobilien. Marc Blum (ECE) schilderte eindrücklich, wie aus einem ehemaligen Kaufhaus im Main-Taunus-Zentrum bei Frankfurt ein moderner Food Garden wurde. Oliver Schaffer (VREI) präsentierte Entertainmentideen mittels VR-Brillen. Routiniert und charmant führte wieder Sasa Schwarzung durch das Programm (Fotos vom Kongress: <https://www.acsp.at/uber-uns/kongress/>; eine ausführliche Zusammenfassung bringt auch das Fachmagazin „Across“: <https://www.across-magazine.com/real-estate-investment-and-acsp-congress-2025-in-vienna/>).



Shopping Malls & Retail Parks

Designer Outlet Parndorf baut seine Sportkompetenz weiter aus

Im Designer Outlet Parndorf eröffnete vor kurzem ein neuer Store von New Balance, gefolgt von einem vergrößerten Bogner-Store, der nun auf 289 m² für sportliche Winterausstattung sorgt. Bereits Anfang September feierte der erweiterte Arc'teryx-Store Eröffnung, und auch die italienische Outdoor-Marke Napapijri präsentierte sich ab sofort an einem neuen Standort im Center. Gemeinsam mit weiteren Marken wie Nike und Adidas verfügt das McArthurGlen Designer Outlet Parndorf nun über eine Sport- und Outdoor-Kompetenz auf 7.400 m² (MA Designer Outlet Parndorf 22.10.25).

Ziwa Park in Leobersdorf wird modernisiert

Der niederösterreichische Fachmarktzentrums-Spezialist Ziwa Group investiert derzeit 3 Mio. Euro in die Modernisierung des Ziwa Parks Leobersdorf. Nach 4 Monaten intensiver Bauzeit ist der erste Bauteil mit 6 Shops vollständig umgebaut. Optisches Highlight ist die komplett neu gestaltete, topmoderne Glasfassade. Die Gehwege wurden verbreitert und überdacht. Die imposante Dachkonstruktion wurde um ein Beleuchtungskonzept erweitert, das den Ziwa Park in saisonalen Farbtönen erstrahlen lässt. Die Ziwa Group betreibt zehn Ziwa Parks in Niederösterreich, wobei jener in Leobersdorf mit 19 Shops und 340 Parkplätzen das größte Fachmarktzentrum im Portfolio ist. Die zweite und finale Bauphase ist in Vorbereitung und wird voraussichtlich zu Ostern 2026 starten. Mit Jahresende 2026 soll der gesamte Ziwa Park in Leobersdorf in komplett neuem Design erstrahlen (MA Ziwa Group 24.10.25).

Neuer Pächter für Lokalfläche in der Linzerie

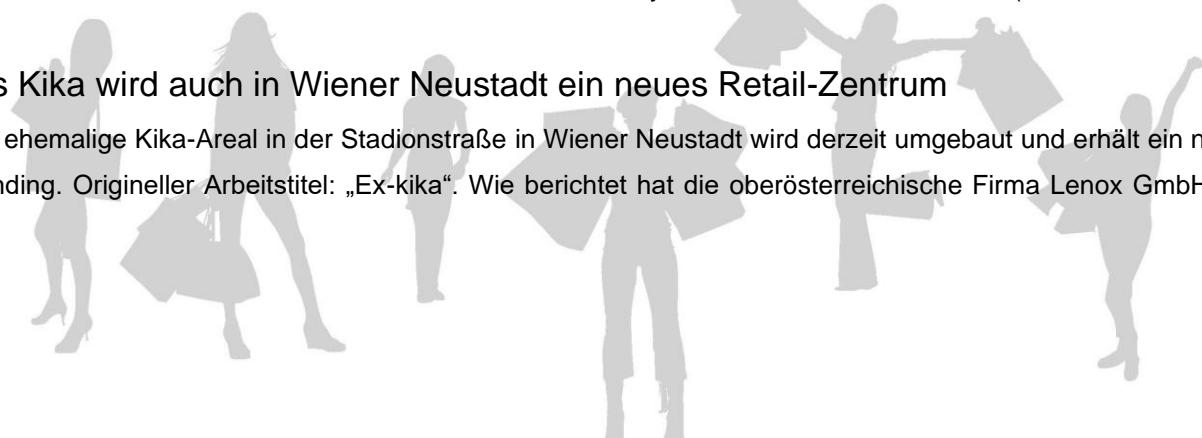
Die Sparkasse Oberösterreich, Eigentümerin der Linzerie am Linzer Taubenmarkt, hatte vor vier Jahren 25 Mio. Euro in den Umbau des ehemaligen Arkade-Centers investiert – inklusive des ehrgeizigen Plans, im Obergeschoß ein Genussviertel zu etablieren. Doch kein Konzept konnte bisher dauerhaft Fuß fassen. Erst scheiterte gleich zu Beginn das ambitionierte Food-Market-Konzept, dann folgte der Tiki Food Jungle – auch dieser musste nach kurzer Zeit im September 2023 wieder seine Segel streichen. Nach zwei Jahren Leerstand will nun Jiajun Li, bekannt als Betreiber der Lokale Teeamo, Kaiser von China und Miso, ein modernes asiatisches Fusionskonzept in Linz etablieren. Die Eröffnung ist für Dezember oder spätestens Jänner geplant. Heißen soll das Lokal Shiki (krone.at 21.10., meinbezirk.at 24.10.25).

50 Jahre SEP Gmunden

Der Salzkammergut Einkaufspark SEP feierte am 23. Oktober sein 50-jähriges Jubiläum. Der Einkaufspark war immer ein Ort im Wandel, gleichzeitig bleibt er seinen Wurzeln treu. Mit dem Bau legte Franz Moser sen. im Jahr 1975 den Grundstein für eine Erfolgsgeschichte. Seit damals ist dank unzähligen Investitionen, Umbauten und Erweiterungen eine moderne Mall entstanden. Seit 2010 führen die Geschwister Anita M. Gattinger und Franz Moser das Familienunternehmen in zweiter Generation. Rund 250 geladene Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft folgten der Einladung von Familie Moser zum großen Jubiläumsabend, der in der Mall des SEP gefeiert wurde. Kulinarisch verwöhnte Haubenkoch Lukas Nagl die Gäste mit fünf kreativen Gängen. Durch den Abend führte Kabarettist und Moderator Max Mayerhofer mit Witz und Charme (MA SEP 27.10.25).

Aus Kika wird auch in Wiener Neustadt ein neues Retail-Zentrum

Das ehemalige Kika-Areal in der Stadionstraße in Wiener Neustadt wird derzeit umgebaut und erhält ein neues Branding. Origineller Arbeitstitel: „Ex-kika“. Wie berichtet hat die oberösterreichische Firma Lenox GmbH den



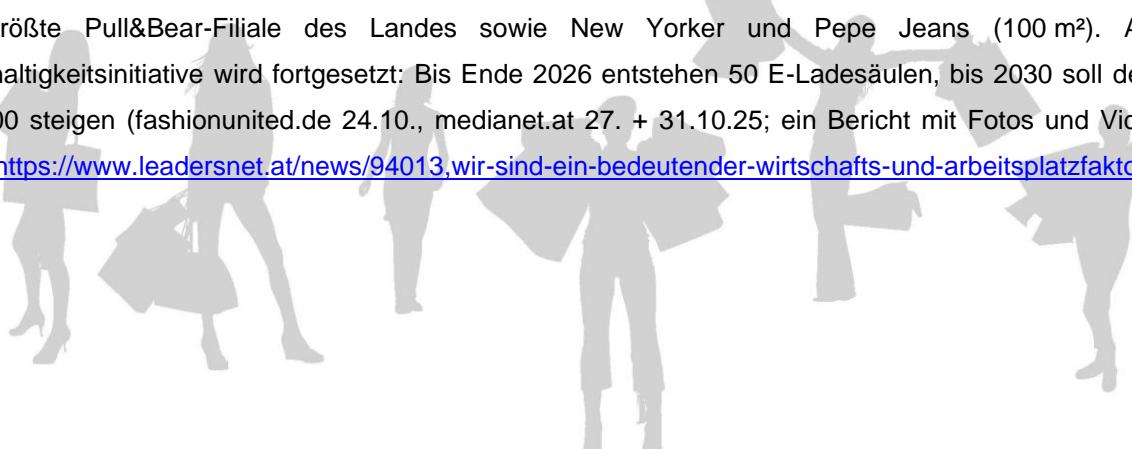
Standort gekauft (siehe auch ACSP-MedienSpiegel 10/2025; Anm.). Derzeit wird nach neuen Mietern gesucht. „Wir planen, das Objekt mit einer Mischung aus Verkaufsflächen, Gastronomie, Sport und Entertainment wieder zu neuem Leben zu erwecken“, heißt es. Es stehen rund 20.000 m² an Retailfläche sowie ca. 6.500 m² an Lagerflächen zur Verfügung, dazu kommen Büro- und Restaurantflächen. In Planung sind laut Homepage auch PV-Anlagen und Elektro-Ladesäulen. Neuigkeiten gibt es auch zu einem weiteren ehemaligen Kika-Standort: In Ansfelden gibt es konkrete Pläne und ein laufendes Widmungsverfahren, um das leerstehende Gebäude für Logistik- und Bürozwecke umzubauen. Der Paketdienst GLS gilt als Interessent für den Standort (noen.at 27.10., nachrichten.at 29.10.25; mehr Informationen unter www.ex-kika.at).

Shop-Offensive in Seiersberg

Drei Shop-Eröffnungen und ein Pop-up-Konzept sollen in der ShoppingCity Seiersberg zum Jahresfinale die Besucherzahlen in die Höhe treiben. Spa Ceylon bringt Naturkosmetik auf Basis traditioneller ayurvedischer Rezepturen nach Graz. Bis dato in über 30 Ländern mit insgesamt 140 Stores vertreten, ist der jüngst eröffnete Store im steirischen Einkaufscenter der erste Spa-Ceylon-Store in der DACH-Region. Am 27. November eröffnet Optiker Pearle einen neuen Flagship-Store auf gut 250 m². Und mit 1. Dezember zieht schließlich der chinesische Elektromobilitätspionier BYD in Seiersberg ein. Im 150 m² großen Schauraum werden die neuesten Modelle präsentiert. Noch vor diesem Eröffnungsreigen gastiert von 10. bis 17. November King Colis in der ShoppingCity Seiersberg. Das französische Unternehmen sammelt unzustellbare E-Commerce-Pakete und verkauft diese nach Kilopreis in Einkaufszentren in ganz Europa (medianet.at 31.10.25).

Westfield Donau Zentrum feierte 50er

Als das Donau Zentrum am 23. Oktober 1975 auf 22.800 m² und mit rund 50 Shops seine Tore öffnete, war es ein Novum für die Donaustadt. Seit 2021 firmiert es als „Westfield Donau Zentrum“, mit einer Fläche von 133.000 m² ist es nahezu sechsmal so groß wie damals und bildet mit 228 Geschäften und 32 Gastronomiebetrieben eine zentrale Shopping- und Freizeitdestination in Wien und der Region. „Das Westfield Donau Zentrum ist weit mehr als ein Ort zum Einkaufen – es ist seit 50 Jahren ein urbaner Treffpunkt, der das Leben der Donaustadt prägt und ein zentraler Bestandteil des Wiener Stadtlebens ist. Unser Ziel bleibt es, diesen Ort weiterzuentwickeln, indem wir weitere Mixed-Use-Elemente evaluieren und damit die Zukunft der urbanen Lebensräume aktiv gestalten“, betont Paul Douay, Managing Director Asset Management für Central Europe bei Unibail-Rodamco-Westfield. Zu den jüngsten Eröffnungen zählen der erste Stradivarius-Store Österreichs, die größte Pull&Bear-Filiale des Landes sowie New Yorker und Pepe Jeans (100 m²). Auch die Nachhaltigkeitsinitiative wird fortgesetzt: Bis Ende 2026 entstehen 50 E-Ladesäulen, bis 2030 soll deren Zahl auf 100 steigen (fashionunited.de 24.10., medianet.at 27. + 31.10.25; ein Bericht mit Fotos und Videos vom Fest: <https://www.leadersnet.at/news/94013,wir-sind-ein-bedeutender-wirtschafts-und-arbeitsplatzfaktor.html>).



Westfield Shopping City Süd startet Mobilitätskooperation mit Lime

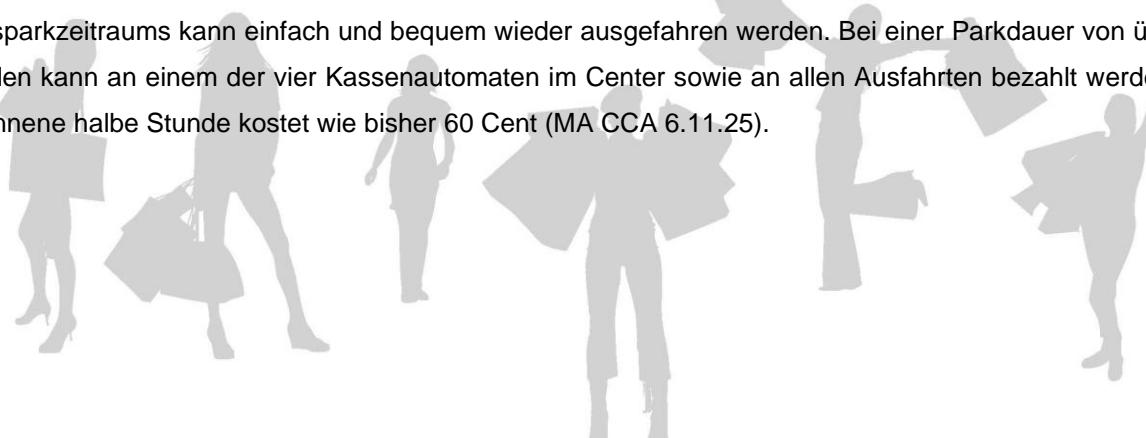
Die Westfield Shopping City Süd (SCS) setzt gemeinsam mit dem Mikromobilitätsanbieter Lime auf nachhaltige Fortbewegung. Rund um das Einkaufszentrum wurden mehrere E-Scooter-Stationen errichtet, die den Weg zur SCS flexibler und umweltfreundlicher machen sollen. Die Stationen liegen bei den Haupteingängen sowie im SCS-Park und ermöglichen eine einfache Verbindung von öffentlichen Verkehrsmitteln wie der Badner Bahn oder der U6. Mitglieder des Westfield Clubs erhalten 20 % Rabatt auf Fahrten von und zur SCS (medianet.at 5.11.25).

Passage Linz feierte Wiedereröffnung

Nach fünf Monaten Umbau bei laufendem Betrieb präsentiert sich das traditionsreiche Einkaufszentrum Passage in der Linzer Innenstadt seit 6. November im neuen Design. Auf 25.000 m² und fünf Ebenen befinden sich 27 Geschäfte und Gastronomiebetriebe. „Heller, offener, freundlicher und einladender präsentiert sich das Einkaufszentrum nach dem Umbau“, so Unternehmensberaterin Barbara Harrer, die gemeinsam mit Centerleiterin Julia Kretz den Umbau begleitete. Für die Neugestaltung war Architekt Sebastian Kaus (Kroh & Partner) mitverantwortlich. Konkrete Zahlen zur Höhe der Investition werden nicht genannt. Mit den noch kommenden Arbeiten sei es aber ein zweistelliger Millionenbetrag. Neben der optischen Neugestaltung im Innenbereich wurde auch in die Erneuerung der Technik investiert. Ein Ziel der Umbauarbeiten war es, mehr Sichtbarkeit für die einzelnen Shops zu erreichen und die Besucherströme besser zu lenken. Wesentlichster Eingriff war die Verlegung der Rolltreppe nach hinten. Neben beliebten Bestandsmietern gibt es mit der Modernisierung auch neue Shops, etwa Nanu Nana und Rituals. Im Untergeschoß sorgt ein gänzlich umgebauter Erospar-Markt mit 1.650 m² Verkaufsfläche für die Nahversorgung. Weitere neue Mieter seien in der Pipeline, es gebe reges Interesse, berichtet Kretz. Der aktuelle Umbau umfasste das Untergeschoß, das Erdgeschoß und den ersten Stock. Weitere Modernisierungsschritte in den oberen Stockwerken sollen 2027 abgeschlossen sein (tips.at 4.11., meinbezirk.at + MA Spar 6.11.25).

City Center Amstetten modernisiert Parksystem

Das City Center Amstetten bringt das Parksystem auf den neuesten Stand der Technik: Mit 11. November wird ein kennzeichenbasiertes Parksystem in Betrieb genommen. Damit entfällt künftig das Ticketziehen. Die gewohnten zwei Stunden Gratis-Parken bleiben den CCA-Besuchern erhalten. Die Schrankenanlagen und Kassenautomaten werden abgebaut und durch neue, moderne Anlagen ersetzt. Innerhalb des Gratsparkzeitraums kann einfach und bequem wieder ausgefahren werden. Bei einer Parkdauer von über zwei Stunden kann an einem der vier Kassenautomaten im Center sowie an allen Ausfahrten bezahlt werden. Jede begonnene halbe Stunde kostet wie bisher 60 Cent (MA CCA 6.11.25).



Arena Fohnsdorf: Wohnungen wurden trotz Sperre bezogen

An der Stelle des ehemaligen Zielpunkt-Marktes in der Arena Fohnsdorf ist ein Wohnbau entstanden. Die Wohnungen sind bezugsfertig, doch rechtlich gibt es nach wie vor viele Fragezeichen: Probleme bestehen bei der Genehmigung für die Nutzung als Wohngebäude sowie bei der Flächenwidmung. „Ein Bezug der Wohnungen ist rechtlich aktuell jedenfalls nicht möglich. Wir warten noch immer auf eine Reaktion seitens der Projektwerber“, berichtet Bürgermeister Volkart Kienzl. Rechtlich möglich sind derzeit im ersten und zweiten Obergeschoss lediglich Dienstleistungen oder Hotellerie. Trotzdem sind nun einige Mieter eingezogen – und zwar als „Hotelgäste“. Sogar ihren Hauptwohnsitz haben sie im Einkaufszentrum angemeldet. Das Erdgeschoß des Gebäudes ist für Handel gewidmet, dort hat sich Woolworth angesiedelt. Aktuell wirbt das Centermanagement jedenfalls nicht mehr nur mit „leistbarem Wohnen“ um Mieter für den Neubau, sondern auch mit „Ordination, Praxis, Büro“ (kleinezeitung.at 29.10., 6. + 7.11.25).

Stadt & Handel

Lienz hat neue Stadtmarketing-Chefin

Jasmina Steiner ist seit 1. November neue Leiterin des Stadtmarketings Lienz. Die 37-Jährige ist studierte Soziologin und arbeitet schon seit mehreren Jahren beim Stadtmarketing Lienz. Sie folgt auf den langjährigen Leiter Oskar Januschke, der in Pension geht (tt.com 16.10.25).

Aus AVA-Hof in Salzburger Innenstadt wird Kimpton-Hotel

Die Stadt Salzburg bekommt ein neues Luxushotel: Im ehemaligen AVA-Hof am Ferdinand-Hanusch-Platz wird künftig ein Hotel der Marke Kimpton betrieben. Es handelt sich um das erste Kimpton-Haus in Österreich. Das Hotel wird 119 Zimmer und Suiten mit bis zu 65 m² bieten, ergänzt durch ein Restaurant, eine Bar, Wellness- und Fitnessbereiche sowie moderne Meetingflächen. Die Transformation des AVA-Hofs umfasst insgesamt rund 16.300 m², darunter Einzelhandel, Büroflächen, Wohnungen, Konferenzbereiche und eine Tiefgarage. Im ersten Schritt wird das Gebäude laut dem Projektentwickler Midstad bis auf die Rohinstallationen zurückgebaut. Anschließend erfolgt der vollständige Rückbau des Dachs samt Dachstuhl. Danach wird ein neuer Stahl-Holz-Bau errichtet, bevor ab Mitte 2026 der Innenausbau startet. Erste Teilflächen sollen Ende 2027 übergeben werden. Die Gesamtfertigstellung ist für 2028 geplant (salzburg24.at 20.10.25; weitere Informationen und eine Visualisierung des Hotels: <https://midstad.com/de/news/midstad-gewinnt-mit-tristar-hotels-einen-renommierten-hotelbetreiber-fuer-midstad-salzburg/>).



Linzer Landstraße wird doch keine durchgehende Fußgängerzone

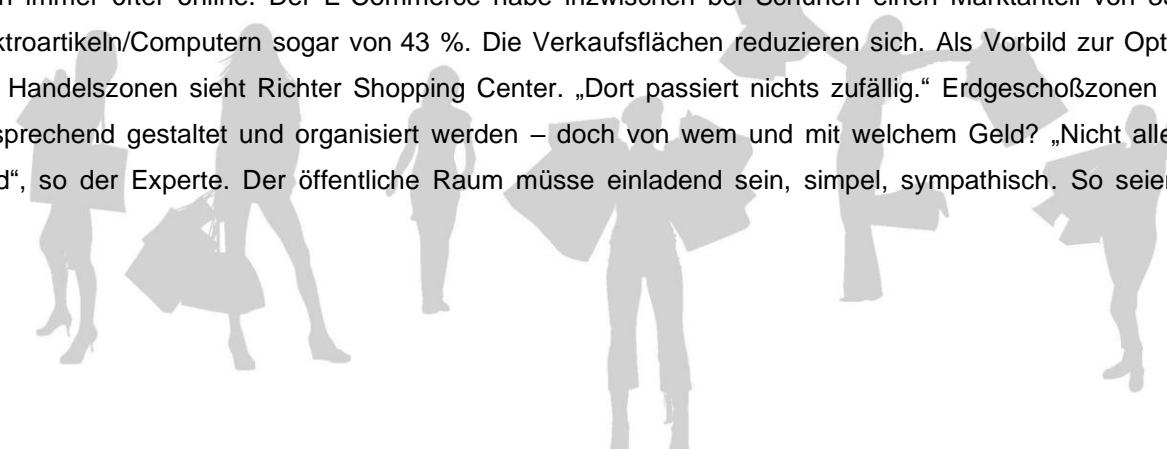
1.300 Meter sind es vom Linzer Musiktheater bis zum Hauptplatz. Dazwischen liegen die Schmidtorstraße und die Landstraße. Etwas mehr als die Hälfte dieser Distanz ist seit 1977 Fußgängerzone, der Hauptplatz ist zudem seit einem Jahr ebenfalls größtenteils Fußgängerzone. Und im September hat der auch für die Verkehrsagenden zuständige Vizebürgermeister Martin Hajart (ÖVP) den Abschnitt beim Volksgarten per Verordnung dazu erklärt. Im jüngsten Innenstadtkonzept war auch vorgesehen, die Landstraße durchgehend zur Fußgängerzone zu erklären. Doch nun machte Hajart einen Rückzieher: Zwischen Bürger- und Bismarckstraße darf weiterhin gefahren werden, dieser Abschnitt bleibt Begegnungszone. Die Begründung: Es sei notwendig, dass man auch künftig zum Palais Kaufmännischen Verein zufahren könne, und dies sei verkehrlich nicht anders möglich. Auch Geschäftsleute hatten zuletzt Unterschriften gegen die Fuzo gesammelt (nachrichten.at 21. + 22.10., oe24.at 23.10.25).

760.000 Lichter für die Grazer Innenstadt

Im Lager in Graz-Eggenberg befindet sich Weihnachtsbeleuchtung im Wert von mehreren 100.000 Euro, erzählte Wolfgang Konrad von der Energie Graz. „Wir bemühen uns, dass wir jedes Jahr neue Inszenierungen schaffen und die Emotionen in der Stadt verbreiten. 2007 hatten wir 270.000 Lichtpunkte bei einer Anschlussleistung von 340 Kilowatt, heute sind wir auf etwa 90 kW bei 760.000 LED-Laternen. Wir haben also den Verbrauch um fast 75 % senken können“, so Konrad. Der Energieverbrauch der gesamten Grazer Weihnachtsbeleuchtung für 16 Adventmärkte und 60 Straßen beträgt etwa 27.000 Kilowattstunden im Jahr, das entspricht rund sechs Durchschnittshaushalten. Das Montagegewicht beträgt 13.000 kg, für die Montage brauchen die Mitarbeiter etwa fünf Wochen. Sechs Fahrzeuge sind im Einsatz, insgesamt gibt es im Schnitt zwölf Nachteinsätze, acht Personen sind pro Tag im Einsatz, damit es in Graz in der Weihnachtszeit funkelt und glitzert (orf.at 24.10.25).

Citytagung zur Metamorphose der Innenstädte

Kürzlich fand in Wien die Citytagung „(Im)Puls der Stadt“ statt. RegioPlan-Eigentümer Wolfgang Richter identifizierte dabei „Trends zur Metamorphose der Innenstädte“. Laut Richter geht die Einkaufen-/Haben-wollen-Phase langsam zu Ende, stattdessen werde mehr Geld für Urlaube, Gastronomie, Freizeit und Selbstoptimierung ausgegeben. „Das ist schlecht für die Innenstädte“, so Richter. Und werde doch gekauft, dann immer öfter online. Der E-Commerce habe inzwischen bei Schuhen einen Marktanteil von 35 %, bei Elektroartikeln/Computern sogar von 43 %. Die Verkaufsflächen reduzieren sich. Als Vorbild zur Optimierung von Handelszonen sieht Richter Shopping Center. „Dort passiert nichts zufällig.“ Erdgeschoßzonen müssten entsprechend gestaltet und organisiert werden – doch von wem und mit welchem Geld? „Nicht alles kostet Geld“, so der Experte. Der öffentliche Raum müsse einladend sein, simpel, sympathisch. So seien oft die



Fußgängerampelphasen für ältere Menschen zu kurz, es braucht „alle 100 Meter“ Sitzgelegenheiten ohne Konsumzwang, schöne und saubere WCs und mehr Grün. Auch eine eigene Website wie bei einem Shopping Center leite Menschen in die Innenstadt. Hilfreich für die Altstadtbelebung sei außerdem häufiger persönlicher Kontakt der Ortsverantwortlichen zu den Vermieter. Ebenfalls wichtig: „Wir müssen städtische Funktionen wieder in die Innenstädte zurückbringen“, so Richter. Anschauliche Erfolgsbeispiele brachte Max Homolka vom Stadtmarketing Enns. Helmut Poppe von Poppe-Prehal Architekten ließ auf der Tagung mit der Forderung nach Nachverdichtung aufhorchen, insbesondere beim Wohnraum. „Hier muss Innenentwicklung vor Außenentwicklung gehen.“ (sn.at 31.10.25; der ausführliche Artikel im Volltext: <https://www.sn.at/leben/wohnen/stadtzentren-drei-trends-metamorphose-innenstaedte-186652678>)

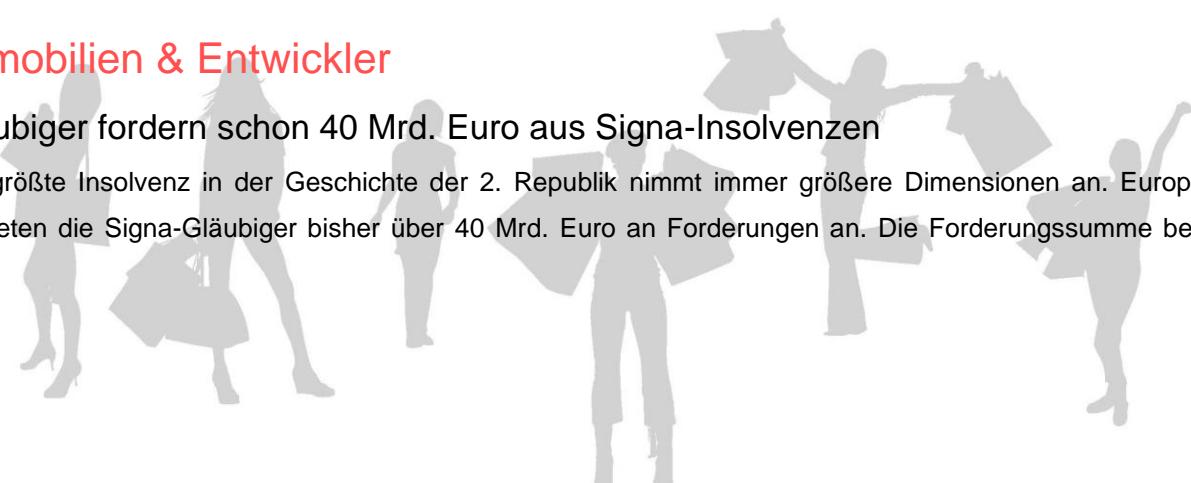
Neue Projekte zur Belebung der City von Steyr

Mit dem IM7STERN eröffnete in Steyr am 22. Oktober im historischen Siebensternehause ein neuer Treffpunkt, der Nahversorgung, Gastronomie und Begegnung verbindet. Hinter dem Projekt stehen Stefanie und Matthias Schurich als neue Eigentümer des denkmalgeschützten Hauses mitten am Stadtplatz. Das gesamte Angebot von IM7STERN ist familiengeführt. Im vorderen Bereich der rund 620 m² großen Fläche lädt eine Café-Bar ein, während im Mittelteil der selbst geführte Nahversorger („Nah & Frisch“) die Versorgungslücke im Stadtzentrum schließt. Der Hybridmarkt bietet während der Kernzeiten persönliche Bedienung, außerhalb davon steht ein Selbstbedienungssystem zur Verfügung – Montag bis Samstag jeweils von 7 bis 19 Uhr. Im hinteren Bereich öffnet sich die Lounge mit Pizzeria, gemütlicher Verweilfläche und Platz für Veranstaltungen mit bis zu 120 Personen. Man versteht sich als neues „Wohnzimmer der Stadt“, Highlight ist der Arkaden-Innenhof. Ein „lebendiger Treffpunkt für Menschen mit Ideen und Visionen“ soll auch das „Flair“ in der Enge Gasse werden. Das historische Bürgerhaus mit spätgotischen Wurzeln (ehem. Modehaus Haubeneder) wurde sorgfältig und behutsam revitalisiert. Auch hier spricht man von einem „Gesamtkonzept, das Einkaufen, Genießen, Arbeiten und sozialen Austausch in einem Haus vereint“. Erste Eröffnungen gab es am 23. Oktober mit GEA (Schuhe, Taschen, Möbel) und Stadtkind (Kindermode, Spielwaren, Accessoires und Geschenke). Anfang Dezember folgt das Bistro Le Flair. Im Obergeschoß entstehen moderne Büroflächen (43 bis 90 m²) und ein Multifunktionsraum. Und noch eine Neueröffnung gab es jüngst in der Enge Gasse: Seit 4. November ist auf Hausnummer 20 eine Filiale der Holzofenbäckerei Schaupp zu finden (meinbezirk.at 23.10. + 4.11.25; mehr zu den beiden Projekten: <https://www.flair-steyr.at/> und <https://www.siebensternehause.at/>).

Immobilien & Entwickler

Gläubiger fordern schon 40 Mrd. Euro aus Signa-Insolvenzen

Die größte Insolvenz in der Geschichte der 2. Republik nimmt immer größere Dimensionen an. Europaweit meldeten die Signa-Gläubiger bisher über 40 Mrd. Euro an Forderungen an. Die Forderungssumme betrage



allein in Österreich 37 Mrd. Euro, berichtete Gläubigerschützer Gerhard Weinhofer (Creditreform). Davon seien vorläufig 11,8 Mrd. Euro gerichtlich anerkannt. Mehr als 3.000 Gläubiger versuchen ihr Geld zurückzubekommen. Der Zusammenbruch des Signa-Imperiums verursachte nach Angaben der Creditreform bisher 138 Insolvenzen in Österreich, 177 in Deutschland, 70 in Luxemburg, sieben in der Schweiz und ein paar weiteren in Italien und Liechtenstein. Die Verwertung der verbliebenen Vermögenswerte und Immobilien der Signa-Firmen gehe gut, es gebe viele Interessenten, sagte der Creditreform-Geschäftsführer. Trotzdem würden die Gläubiger wohl nur einen Bruchteil ihres Geldes zurückerhalten. Die Aufarbeitung der Pleiten werde „mindestens noch zehn Jahre“ dauern, so Weinhofer (orf.at 23.10.25).

XXXLutz baut mit EVN 600 neue Schnellladestationen

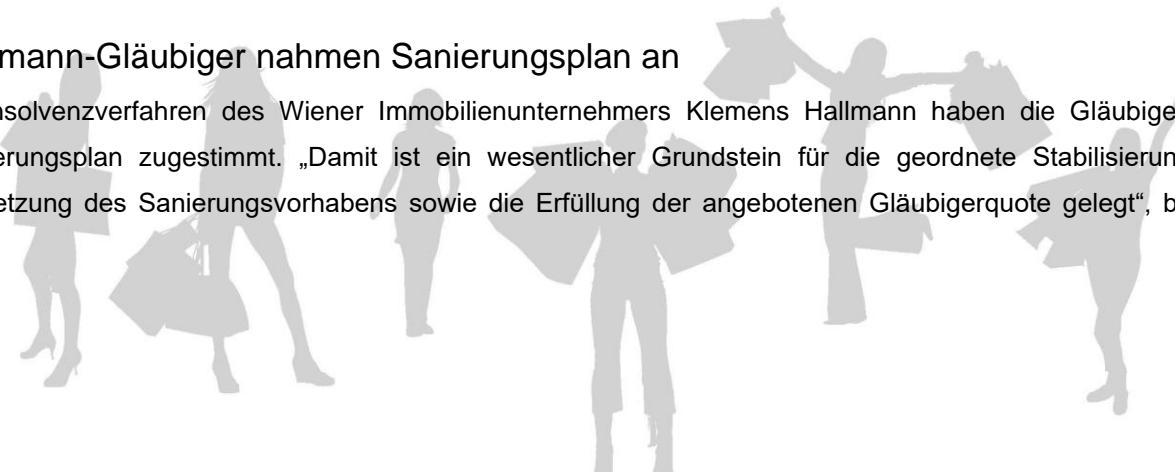
Die österreichweit ersten E-Ladestationen bei XXXLutz gingen Ende Oktober in Eisenstadt in Betrieb. In den nächsten vier Jahren entstehen in Kooperation mit dem Energieversorger EVN über 600 Ladepunkte an allen österreichischen Standorten der XXXLutz-Unternehmensgruppe. Die sechs Schnelllader in Eisenstadt liefern bis zu 360 kW pro Ladepunkt und sind rund um die Uhr frei zugänglich. Ein Dutzend weitere XXXLutz-, Möbelix- und Mömax-Standorte werden noch bis Jahresende mit Schnellladestationen ausgerüstet (MA XXXLutz 24.10.25).

Einkaufszentren-Manager im Video-Talk

„Vom Shoppingcenter zum Lebensraum: Wie SES den Handel neu denkt“: Unter diesem Titel ist Christoph Andexlinger, CEO von SES Spar European Shopping Centers, zu Gast im „brutkasten“-Talk. Andexlinger spricht im Video-Interview über die Zukunft des stationären Handels zwischen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neuen Erlebnisformaten. Und auch medianet TV widmet sich der Einkaufszentren-Branche, und zwar in einem Gespräch mit Peter K. Schaider. Im Rahmen des Video-Formats „retail Conversations“ spricht Medianet-Herausgeber Chris Radda mit dem Gründer und Eigentümer der Wiener Einkaufszentren Auhof Center und Riverside über die Herausforderungen des stationären Handels, Unternehmertum sowie die Zukunft von Shopping Malls und des stationären Handels (brutkasten.com 20.10. + medianet.at 26.10. der „brutkasten“-Talk mit C. Andexlinger: <https://brutkasten.com/videos/vom-shoppingcenter-zum-lebensraum-wie-ses-den-handel-neu-denkt>; die „retail Conversation“ mit P. Schaider: <https://medianet.at/tv/video/auhof-center-besitz-und-betriebs-gmbh-die-besten-im-westen>).

Hallmann-Gläubiger nahmen Sanierungsplan an

Im Insolvenzverfahren des Wiener Immobilienunternehmers Klemens Hallmann haben die Gläubiger dem Sanierungsplan zugestimmt. „Damit ist ein wesentlicher Grundstein für die geordnete Stabilisierung und Umsetzung des Sanierungsvorhabens sowie die Erfüllung der angebotenen Gläubigerquote gelegt“, betonte



Klemens Hallmann. Das Verfahren betreffe ihn selbst als eingetragenen Unternehmer, nicht die Hallmann Holding, und werde weiterhin unter Eigenverwaltung geführt, betonte er einmal mehr. Einer Mitteilung der Kreditschutzverbände AKV und KSV1870 zufolge dürfen Gläubiger eine Quote von mindestens 35 % und höchstens 45 % erwarten – abhängig vom Verkauf diverser Vermögenswerte des Schuldners. Bisher sind 141,6 Mio. Euro an Forderungen angemeldet, davon 125,9 Mio. anerkannt. Die Erfüllung des nunmehr angenommenen Sanierungsplans sei letztlich auch davon abhängig, ob bei der Hallmann Holding International Investment GmbH die anhängige Restrukturierung erfolgreich abgeschlossen werden kann, so der AKV (orf.at 28.10.25; weitere Hintergründe: https://kurier.at/wirtschaft/wie-eine-luxusvilla-immo-unternehmer-hallmann-in-die-pleite-fuehrte/403097624?xing_share=news).

Verkauf von Park Hyatt vorerst gescheitert

Das Fünfsternhotel Park Hyatt am Hof in Wien dürfte nun doch nicht an den spanischen Investor Medcap Real Estate gehen, mit dem zuletzt exklusiv verhandelt wurde. Diese Gespräche seien gescheitert, berichtete die Tageszeitung „Die Presse“. Grund sei der Preis gewesen, kolportiert wurde im September eine Summe von 330 bis 335 Mio. Euro. Nun werde laut der Zeitung mit einem österreichischen und einem arabischen Investor verhandelt. Der Verkauf könnte sich jetzt jedoch einfacher gestalten. Denn die Betreibergesellschaft des Park Hyatt Vienna, die Am Hof 2 Hotelbetriebs GmbH, sei mittlerweile von Signa Prime Assets GmbH übernommen worden. Somit könnte die Immobilie des Park Hyatt und das Hotel als Paket verkauft werden. Das mache den Deal attraktiver und könne einen höheren Preis einspielen – die „Presse“ stellt sogar einen „Superdeal“ in Aussicht (orf.at, diepresse.com 29.10.25).

Facility-Branche wächst so stark wie nie

Die Facility-Service-Branche in Österreich hat 2024 das stärkste Wachstum seit Beginn der Lünendonk-Marktbeobachtung verzeichnet. Der Gesamtumsatz der Branche stieg um 9,1 %, technische Dienstleister legten sogar um 10,5 % zu. Die Top 20 wuchsen überdurchschnittlich um 9,7 %. Für die kommenden Jahre rechnen die führenden Unternehmen mit Zuwächsen zwischen 9,3 und 12,1 %. Laut der aktuellen Lünendonk-Studie „Facility Service in Österreich 2025“ erwirtschafteten die 20 größten Anbieter insgesamt 2,24 Mrd. Euro Umsatz und beschäftigten mehr als 39.000 Menschen. ISS Facility Service bleibt mit 352,7 Mio. Euro Umsatz die klare Nummer 1. Die CKV-Gruppe behauptet sich mit 203,2 Mio. Euro auf Rang zwei, gefolgt von Simacek mit rund 200 Mio. Euro. Facility-Service-Anbieter positionieren sich auch zunehmend als Partner für Nachhaltigkeit, Effizienz und Digitalisierung in der Immobilienbewirtschaftung (immoflash.at 3.11.25).



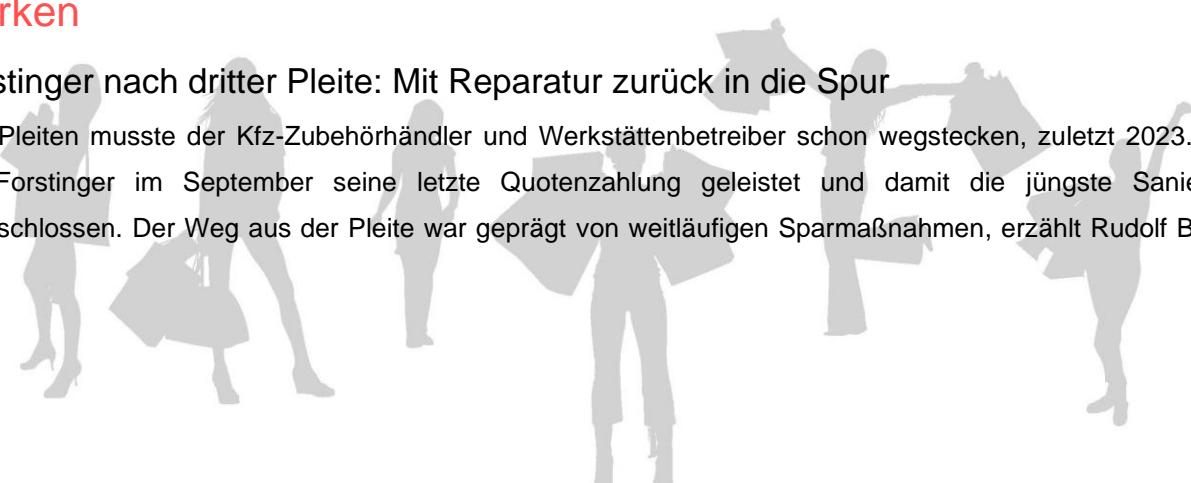
Retail-Marktbericht von Otto Immobilien: Wiens Einkaufsstraßen behaupten sich

Wiens Einzelhandelslandschaft zeigt sich bemerkenswert stabil. Laut dem neuen Retail-Marktbericht von Otto Immobilien bleibt die Nachfrage in den besten Lagen hoch. Die Mariahilfer Straße weist 118.000 m² an Verkaufsflächen auf, der Leerstand beträgt im Herbst 2025 3,8 %. Die Innenstadtlagen (Graben, Kohlmarkt, Goldenes Quartier, Bognergasse, Kärntner Straße) bringen es gemeinsam auf 85.000 m² Verkaufsfläche, mit einem nahezu vernachlässigbaren Leerstand. Bemerkenswert ist der Anteil an neu bespielten Flächen: Auf der Mariahilfer Straße rund 11.700 m² (etwa 10 % der Gesamtverkaufsfläche), in den Innenstadtlagen rund 4.000 m² (knapp 5 %). Diese hohe Marktdynamik spiegelt die gesunde Fluktuation wider, die für vitale Handelszonen charakteristisch ist. Die Mietpreise haben sich in den vergangenen zwölf Monaten weitgehend auf konstantem Niveau gehalten. Moderate Steigerungen sind bei kleineren Geschäftsflächen bis 100 m² zu beobachten. In den Toplagen des ersten Bezirks erreichen die Spitzenmieten bis zu 620 Euro/m² am Graben und 570 Euro/m² am Kohlmarkt (inkl. Goldenes Quartier). Auf der Mariahilfer Straße liegt das Topniveau bei 160 Euro/m². In B- und C-Lagen ist dagegen eine leichte Abwärtsbewegung erkennbar. Die Mariahilfer Straße zeigt sich trotz infrastruktureller Herausforderungen (U-Bahn-Ausbau/Lamarr-Baustelle) bemerkenswert widerstandsfähig. Zahlreiche Neueröffnungen stärken die Attraktivität. So eröffnete C&A im Frühjahr eine dreigeschossige Filiale gegenüber des Gerngross, Arket (H&M-Gruppe) belebte das traditionsreiche Gebäude der ehemaligen Zentralsparkasse neu, Adidas übernahm die frühere Nike-Fläche, und Woolworth zog im ehemaligen Esprit-Store ein. Diese Entwicklungen verdeutlichen den ungebrochenen Expansionswillen vieler Retailer und die anhaltend hohe Nachfrage nach Handelsflächen. Mit Frequenzen von im Schnitt rund 48.000 Personen an Samstagen zählt die Mariahilfer Straße zu den meistbesuchten Retail-Meilen Europas. In der Vorweihnachtsperiode passieren in den Geschäftszeiten bis zu 60.000 Personen die Einkaufsstraße. Während sich im Luxussegment des ersten Bezirks eine gewisse Konsolidierung abzeichnet, gewinnen Lifestyle-Labels und Erlebnisanbieter zunehmend an Bedeutung. Hochwertige Marken mit klarer Positionierung investieren weiter, während B- und C-Lagen Flexibilität und Kreativität fordern. „Der Handel hat eine Marktbereinigung erlebt, die sich weiter fortsetzt. Einfallsreich zu sein ist Trumpf. Wer Qualität bietet, authentisch auftritt und Erlebnisse schafft, wird auch künftig Erfolg haben. Die Zukunft des stationären Handels ist nicht nur möglich, sondern vielversprechend“, schließt Eugen Otto, Geschäftsführer von Otto Immobilien (immofookus.at 4.11.25; der Marktbericht als E-Paper: <https://epaper.otto.at/link/539359/>).

Marken

Forstinger nach dritter Pleite: Mit Reparatur zurück in die Spur

Drei Pleiten musste der Kfz-Zubehörhändler und Werkstättenbetreiber schon wegstecken, zuletzt 2023. Nun hat Forstinger im September seine letzte Quotenzahlung geleistet und damit die jüngste Sanierung abgeschlossen. Der Weg aus der Pleite war geprägt von weitläufigen Sparmaßnahmen, erzählt Rudolf Bayer,



der 2024 neben Harald Chromy die Geschäftsführung übernahm. Auch die verbleibenden Mitarbeiter mussten mitziehen und verzichteten über mehrere Monate auf 10 % ihres Gehalts. Insbesondere das Vertrauen der Lieferanten wiederzuerlangen sei schwierig gewesen. Das Geschäftsjahr 2025/26, das mit Anfang Oktober begonnen hat, möchte Bayer mit einem positiven Betriebsergebnis abschließen. Um das zu erreichen, soll sich das Unternehmen künftig noch stärker auf seine Werkstätten anstatt auf den Einzelhandel konzentrieren. Denn die Reparaturen und Service-Leistungen werden immer bedeutender. Während der Umsatz im Einzelhandel im vergangenen Jahr um etwa 2 % rückläufig war, sei er bei den Werkstätten um 26 % gestiegen. Nun soll auch verstärkt in die Werkstätten investiert werden. Derzeit kann Forstinger etwa in nur 39 der 69 Filialen das „Pickerl“ (die §57a-Überprüfung) vornehmen. Im laufenden Geschäftsjahr ist die Investitionskraft noch beschränkt, doch ab dem Herbst 2026 soll verstärkt ins Filialnetz investiert werden. Dabei sollen auch neue Standorte hinzukommen (kurier.at 4.10.25).

Le Burger eröffnet im Riverside

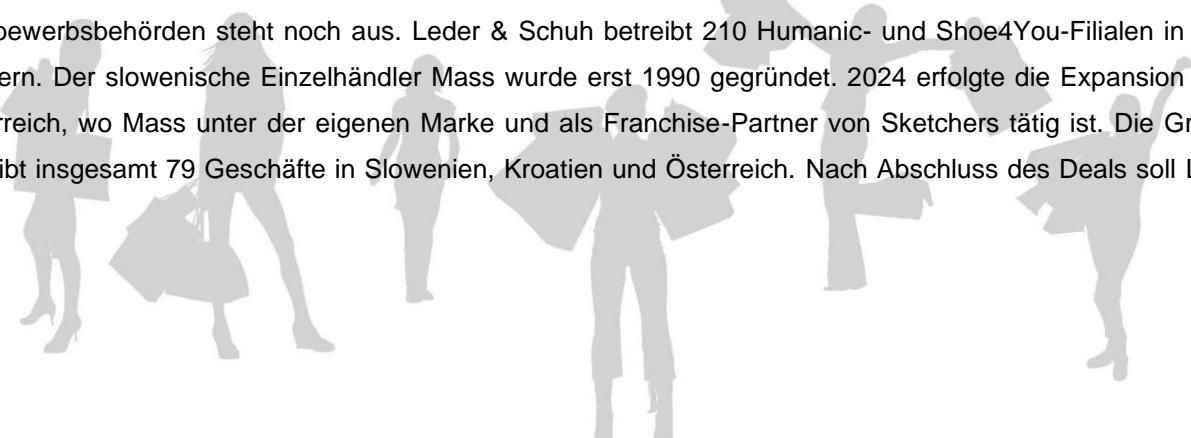
Im November eröffnet das Wiener Familienunternehmen Le Burger eine neue Burgermanufaktur im Einkaufszentrum Riverside in Wien-Liesing. Auf 290 m² entstehen 122 Sitzplätze innen sowie ein 65 m² großer Gastgarten mit 50 Außenplätzen. Herzstück des Lokals ist eine offene Küche. Als Franchisenehmer treten Shalong Yu, Attila Hüvelyes und Miao Zhu auf, die im Riverside und im Auhof Center schon weitere Lokale betreiben (meinbezirk.at 21.10.25).

Scotch & Soda expandiert weiter

Im Vorjahr hat der Wiener Modeunternehmer Christian Leitner als Master-Franchisenehmer drei Stores der insolventen Modemarke Scotch & Soda übernommen. Eine weitere Filiale ging kurz darauf in der Shopping City Süd an den Start. Nun hat der Retailer zwei weitere Stores eröffnet: im Fashion Outlet in Parndorf und im Auhof Center Wien. Für November steht die Eröffnung eines neuen Stores auf der Linzer Landstraße auf dem Programm. Insgesamt soll das Store-Netz auf bis zu zehn Standorte ausgebaut werden, dabei hat Leitner noch Städte wie Graz, Innsbruck, Klagenfurt und Villach im Visier (fashionunited.de 21.10., textilzeitung.at 22.10.25).

Mass-Gruppe kauft Humanic-Mutter

Der slowenische Einzelhändler Mass und der Finanzinvestor Advance Capital Partners wollen die Humanic-Mutter Leder & Schuh mit Sitz in Graz kaufen. Die Verträge sind unterschrieben, die Genehmigung durch die Wettbewerbsbehörden steht noch aus. Leder & Schuh betreibt 210 Humanic- und Shoe4You-Filialen in neun Ländern. Der slowenische Einzelhändler Mass wurde erst 1990 gegründet. 2024 erfolgte die Expansion nach Österreich, wo Mass unter der eigenen Marke und als Franchise-Partner von Sketchers tätig ist. Die Gruppe betreibt insgesamt 79 Geschäfte in Slowenien, Kroatien und Österreich. Nach Abschluss des Deals soll Leder



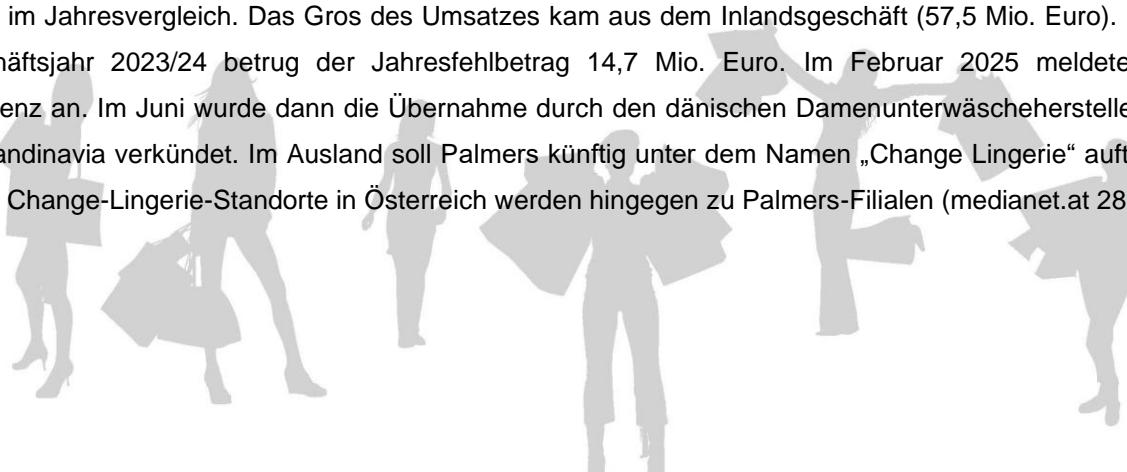
& Schuh weiterhin als eigenständiges Unternehmen mit Hauptsitz in Graz agieren, hieß es in einer Aussendung. Ein Kaufpreis wurde nicht genannt. „Mit Mass gewinnen wir einen starken und erfahrenen Partner, der unsere Vision teilt, während Advance Capital Partners uns die finanzielle Stabilität bietet, die für unsere weitere Entwicklung entscheidend ist“, sagte Armin Weger, CEO von Leder & Schuh. Die slowenische Gruppe will, wie es heißt, die Marken Humanic, Shoe4You und Mass weiterentwickeln und in den kommenden fünf Jahren rund 60 neue Filialen eröffnen. Die Zahl der Schuhgeschäfte in Österreich schrumpfte zuletzt rapide. Allein im Vorjahr ist sie laut RegioData um 13 % gesunken, seit 2014 gar um mehr als ein Viertel. Der Hauptgrund dafür liegt im Onlinehandel. Im Vorjahr verzeichnete der Schuhhandel ein reales Umsatzminus von 4,9 %. Seit Jahren ist Deichmann in Österreich der Marktführer, danach folgt mit Zalando bereits ein reiner Onlinehändler auf Platz 2. Erst auf Rang 3 kommt Leder & Schuh (orf.at 27.10.25).

Das Ende der Marke Libro naht

Die von Josef Taus gegründete MTH Group steht unter Druck der Banken. In den letzten Wochen wurde die komplette Druckerei-Sparte verkauft. Künftig bleiben damit nur noch zwei Geschäftsfelder: Retail und elektronische Zutrittssysteme. Aus dem deutschen Handel will sich CEO Martin Waldhäusl zurückziehen. Vom schwer defizitären Non-Food-Diskonter Pfennigpfeiffer wurden alle verbliebenen Standorte an Tedi abgegeben. Die zweite deutsche Beteiligung, Mäc Geiz, steht ebenfalls komplett zum Verkauf. In Österreich ist MTH gerade dabei, die Schienen Libro und Pagro operativ zusammenzulegen. Mittelfristig soll alles unter Pagro laufen und die Marke Libro aufgegeben werden, bestätigt Waldhäusl. Er nennt eine Größenordnung von gemeinsam rund 250 Filialen, das wären um ca. 65 weniger als derzeit. Der Libro-Onlineshop wurde bereits eingestellt, sämtliche Bestellungen laufen nun über Pagro. Auch im Markenauftritt gibt es Veränderungen: Aus Pagro Diskont wurde schlicht Pagro. Die aktuellste verfügbare Bilanz 2023/24 von MTH weist bei 1,14 Mrd. Euro Umsatz einen Verlust von 4,6 Mio. aus. Die Verbindlichkeiten stiegen von 289 auf 331 Mio. Euro (trend.at 24.10., meinbezirk.at 28.10.25).

Palmers mit 36 Mio. Euro Jahresverlust

Der Wäschehändler Palmers hat im Geschäftsjahr 24/25 (per 31.1.2025) vor seiner Insolvenz einen Verlust von 35,7 Mio. Euro verzeichnet. Inklusive Verlustvortrag schrieb das Unternehmen einen Bilanzverlust von fast 47 Mio. Euro, geht aus dem Jahresabschluss hervor. Der Umsatz betrug rund 64 Mio. Euro – ein Rückgang um 3,8 % im Jahresvergleich. Das Gros des Umsatzes kam aus dem Inlandsgeschäft (57,5 Mio. Euro). Bereits im Geschäftsjahr 2023/24 betrug der Jahresfehlbetrag 14,7 Mio. Euro. Im Februar 2025 meldete Palmers Insolvenz an. Im Juni wurde dann die Übernahme durch den dänischen Damenunterwäschehersteller Change of Scandinavia verkündet. Im Ausland soll Palmers künftig unter dem Namen „Change Lingerie“ auftreten. Die sechs Change-Lingerie-Standorte in Österreich werden hingegen zu Palmers-Filialen (medianet.at 28.10.25).



Österreichs beliebteste Händler: dm, Müller, Ikea

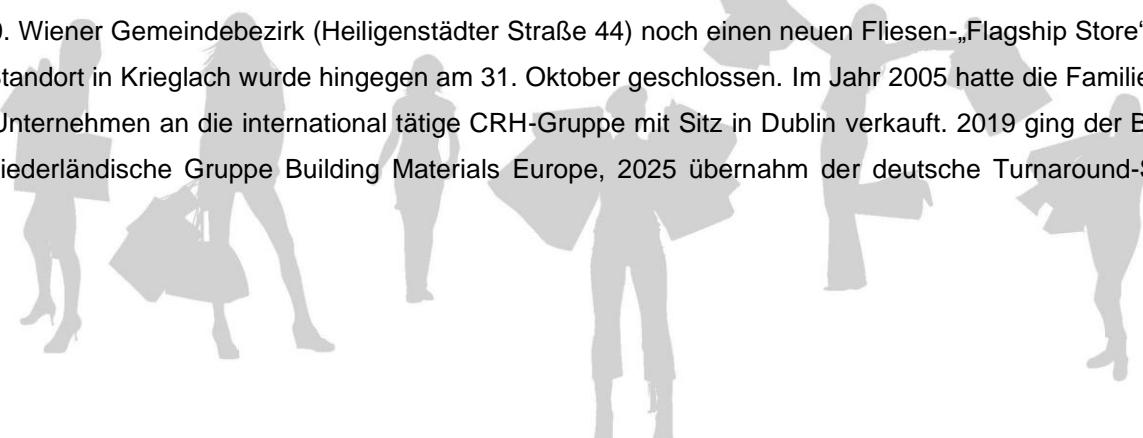
Preis, Vertrauen und Erlebnis bestimmen das Kaufverhalten im österreichischen Handel: Leistbarkeit bleibt mit 33 % mit Abstand das wichtigste Kaufkriterium (+3,7 % im Vorjahresvergleich). Nachhaltigkeit hingegen verliert etwas an Relevanz (-3 %). „Wer langfristig erfolgreich sein will, muss zusätzlich Vertrauen und Relevanz schaffen“, betont Nikolaus Köchelhuber, Partner bei EY-Parthenon. „Händler, die klare Werte vertreten und ein konsistentes Markenversprechen einlösen, können Kunden auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten nachhaltig binden.“ Wie schon im Vorjahr führt dm drogerie markt das „EY-Parthenon Performance Ranking“ an, für das rund 4.500 Konsumenten in Österreich befragt wurden. Dahinter folgen Müller, Ikea, Amazon, MediaMarkt, Hofer, Intersport, Douglas, Thalia und Interspar auf den Top-10-Rängen. Auffällig ist der Aufschwung von Discountern, die mit ihrer Kombination aus Preisbewusstsein und Qualitätsversprechen zunehmend Kunden aus allen Altersgruppen ansprechen. Besonders junge Konsumenten (16 - 34 Jahre) bewerten Discounter am besten. Branchenübergreifend zeigt das Ranking: Die Bewertungen steigen, die Unterschiede zwischen den Händlern werden jedoch kleiner. Schwächere Marken holen auf, starke wachsen langsamer (MA EY 30.10.25; mehr Details im Volltext: https://presse.ikp.at/News_Detail.aspx?id=225306).

Der Mann eröffnet erste Drive-in-Filiale

Die Bäckerei Der Mann feierte die Eröffnung ihrer ersten Drive-in-Filiale in Weigelsdorf. Mit dem innovativen Drive-in-Konzept bietet die modernisierte und teils neu errichtete Filiale künftig ein noch schnelleres und komfortableres Einkaufserlebnis. Den Kundinnen und Kunden werden nun frische Backwaren direkt ins Auto gereicht. Neben dem Drive-in-Service verfügt die Filiale auch über einen gemütlichen Außenbereich inklusive Outdoor-Spielplatz (medianet.at 30.10.25).

Baustoffhändler Quester ist insolvent

Der Baustoffhändler Quester mit Sitz in Wien ist insolvent. Das Unternehmen mit 314 Dienstnehmern hat Schulden in Höhe von 55,8 Mio. Euro. Dem gegenüber steht ein Vermögen, das bei einer Fortführung auf 13 Mio. Euro geschätzt wird, bei einem Konkurs würden diese Aktiva auf 7,5 Mio. Euro schrumpfen. Das Unternehmen hofft auf den Einstieg eines Investors. Ursache der Insolvenz sei die „anhaltend negative Entwicklung der Bauindustrie“. In den vergangenen zwei Jahren schrieb Quester laut Firmenbuch Verluste von 7 bzw. 15 Mio. Euro. Der Umsatz halbierte sich in den vergangenen 20 Jahren auf 130 Mio. Euro. Das Unternehmen betreibt derzeit österreichweit 15 Standorte und eine Zentrale. Erst im September hatte Quester im 19. Wiener Gemeindebezirk (Heiligenstädter Straße 44) noch einen neuen Fliesen-„Flagship Store“ eröffnet. Ein Standort in Krieglach wurde hingegen am 31. Oktober geschlossen. Im Jahr 2005 hatte die Familie Quester das Unternehmen an die international tätige CRH-Gruppe mit Sitz in Dublin verkauft. 2019 ging der Betrieb an die niederländische Gruppe Building Materials Europe, 2025 übernahm der deutsche Turnaround-Spezialist



Callista Private Equity den Baustoffhändler (meinbezirk.at 22.10., orf.at 31.10. + 3.11.25; die Standort-Liste: <https://www.ksv.at/presse/laufende-insolvenzfaelle/quester-baustoffhandel-gmbh-sanierungsverfahren-eigenverwaltung>).

Jysk trotzt der Möbelkrise

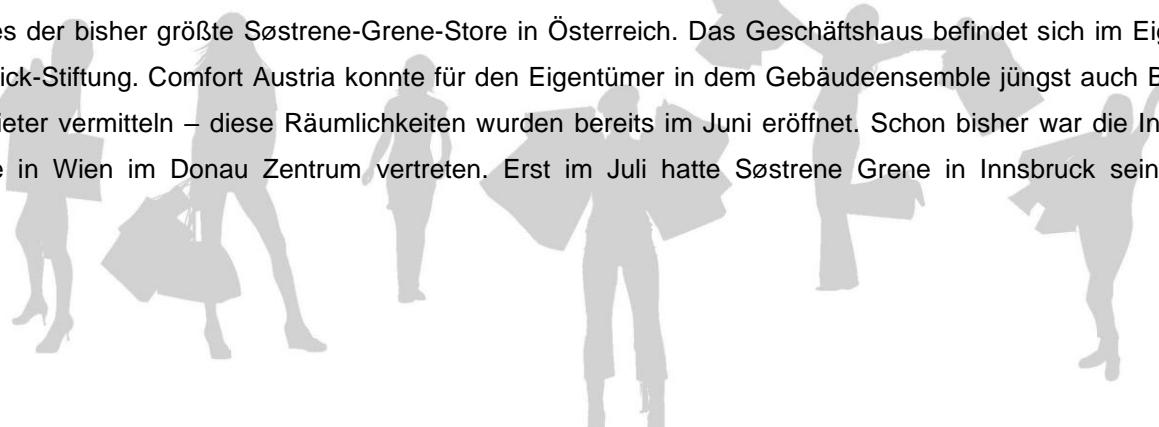
137 Mio. Euro hat Jysk in Österreich im Geschäftsjahr 2024/2025 umgesetzt – ein Plus von fast 13 % zum Vorjahr. Bereits im Jahr davor hatte das Möbelhaus hierzulande ein Umsatzplus von 6,8 % verbucht, obwohl die heimische Möbelbranche zuletzt heftig ins Straucheln gekommen ist. Seit 2022 ist der Markt um rund 20 % geschrumpft. Nach den Rekord-Umsätzen der Lockdown-Zeit waren Wohnungen und Häuser eingerichtet, für größere Investitionen fehlte vielen Haushalten das Geld. „Wir performen besser als der restliche Markt“, weiß auch Sandór Szimeiszter, der Österreich-Chef des dänischen Unternehmens. In Österreich hält Jysk heute bei 91 Geschäften. In den kommenden zwei Jahren soll das Filialnetz stark anwachsen. „Die Haushaltsgrößen in Österreich werden kleiner. Für eine kleinere Wohnung oder ein kleines Haus sind wir ideal.“ Geht es nach Szimeiszter, sollen zumindest 15 Filialen folgen, „es könnten auch mehr sein.“ Besonders im urbanen Raum sieht der Manager Potenzial: So gibt es in seiner Heimatstadt Budapest 25 Filialen, in Wien sind es derzeit nur fünf. Die ideale Verkaufsfläche beträgt „genau 950 Quadratmeter“ (trend.at 4.11.25; mehr Details im Volltext: <https://www.trend.at/unternehmen/moebelhaus-jysk-trotz-ikea-moebelkrise>).

Minigolf in der Wiener Innenstadt

Colliers hat ein rund 430 m² großes Geschäftslokal in bester Innenstadtlage an Balls & Clubs vermittelt. Das aus München stammende Unternehmen bringt sein innovatives Minigolf-Konzept damit erstmals nach Österreich. Die Anlage in der Wollzeile 16, nur wenige Schritte vom Stephansdom entfernt, wurde bereits eröffnet. Auf unterschiedlich gestalteten Minigolf-Bahnen erleben Besucher kreative Parcours in außergewöhnlichem Design. Ob After-Work-Event, Kindergeburtstag oder Firmenfeier – die neue Location ist vielseitig nutzbar (MA Colliers 5.11.25).

Søstrene Grene eröffnet auf Mariahilfer Straße und Linzer Landstraße

Das Familienunternehmen Søstrene Grene hat am 7. November an der Mariahilfer Straße 50 - 52 (vormals Monki) seinen zweiten Wiener Store eröffnet. Vermittelt durch Comfort Austria, nutzt der dänische Einzelhändler künftig von einer Einzelhandelsfläche von rund 700 m² rund 475 m² als Verkaufsfläche. Damit wird es der bisher größte Søstrene-Grene-Store in Österreich. Das Geschäftshaus befindet sich im Eigentum der Flick-Stiftung. Comfort Austria konnte für den Eigentümer in dem Gebäudeensemble jüngst auch Biogena als Mieter vermitteln – diese Räumlichkeiten wurden bereits im Juni eröffnet. Schon bisher war die Interieur-Marke in Wien im Donau Zentrum vertreten. Erst im Juli hatte Søstrene Grene in Innsbruck sein drittes



Geschäft in Österreich eröffnet. Mit der Neueröffnung in Wien und einer weiteren geplanten Eröffnung in der Linzer Landstraße wird das Unternehmen bis Jahresende auf fünf Standorte in Österreich wachsen. Auch international wächst das Unternehmen derzeit stark: In Deutschland wird am 20. November der 100. Store aufsperren. Deklariertes Ziel ist es, in Europa bis 2027 auf 500 Filialen zu kommen. Im Geschäftsjahr 2024/25 (per 30. April) stieg der Umsatz von Søstrene Grene um 31 % auf den neuen Rekordwert von 2,86 Mrd. DKK. Im Laufe des Geschäftsjahrs wurden 47 neue Stores eröffnet (medianet.at 20.10., deal-magazin.com 22.10. + 6.11.25).

KiK eröffnet neuen Flagship-Store in Wien

KiK feiert die Eröffnung seiner neuen Flagship-Filiale am „Spitz“ in Wien-Floridsdorf. Der Standort bietet auf 1.200 m² ein überarbeitetes Store-Konzept unter dem Namen „KiK Dynamics“. Helle, offene Räume, breitere Gänge, ein übersichtliches Kundenleitsystem und eine offene Kassenzone schaffen eine einladende Atmosphäre. Mitte Oktober ging außerdem am Hauptplatz von Althofen eine neue Kik-Filiale in Betrieb, als erste Filiale mit dem neuen Ladenkonzept. In der nahen Zukunft sind weitere Filialeröffnungen geplant (meinbezirk.at 16.10., textilzeitung.at 6.11.25).

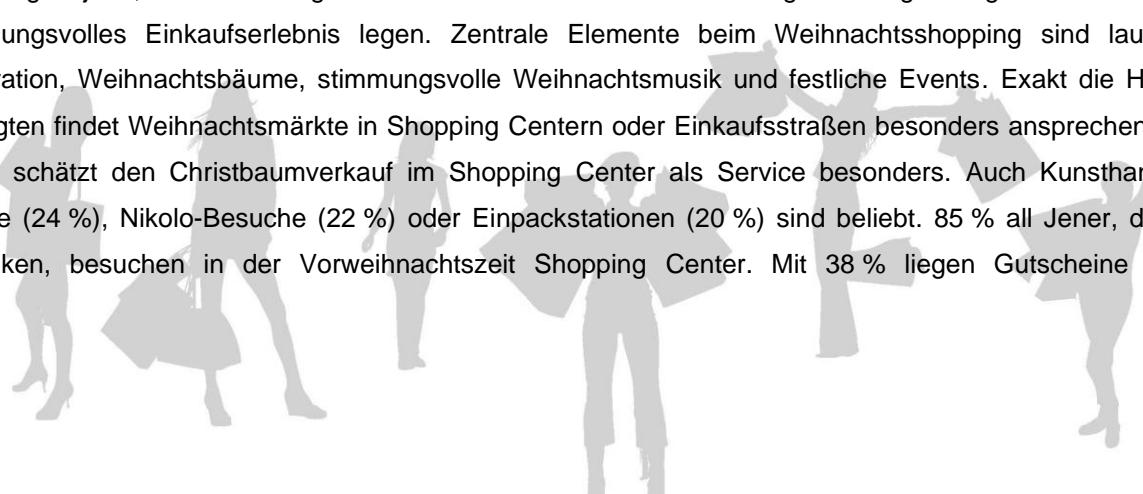
TK-Maxx-Store in Millennium City offiziell eröffnet

Am 6. November eröffnete TK Maxx seinen neuesten Store in der Wiener Millennium City. Die Filiale mit rund 1.700 m² Verkaufsfläche ist die fünfte von TK Maxx in Wien und die 22. österreichweit. Der Vermietungsgrad der Millennium City liegt derzeit bei rund 98 %. Das Center zählt über 100 Mieter und empfängt rund 14 Mio. Besucher jährlich (deal-magazin.com 7.11.25).

Märkte

Umfrage: Shopping Malls sind wesentlich für Weihnachtsstimmung

Eine im September vom Linzer market-Institut für SES Spar European Shopping Centers durchgeführte Studie zum Thema Weihnachtsshopping zeigt, dass insbesondere Shopping Malls in Österreich für alle Altersgruppen eine zentrale Rolle als Inspirations-, Einkaufs- und Erlebnisorte spielen. Mit 91 % Zustimmung sind die 16- bis 29-Jährigen jene, die am häufigsten zu Weihnachten schenken und gleichzeitig den größten Wert auf ein stimmungsvolles Einkaufserlebnis legen. Zentrale Elemente beim Weihnachtsshopping sind laut Studie Dekoration, Weihnachtsbäume, stimmungsvolle Weihnachtsmusik und festliche Events. Exakt die Hälfte der Befragten findet Weihnachtsmärkte in Shopping Centern oder Einkaufsstraßen besonders ansprechend. Jeder Vierte schätzt den Christbaumverkauf im Shopping Center als Service besonders. Auch Kunsthandwerksmärkte (24 %), Nikolo-Besuche (22 %) oder Einpackstationen (20 %) sind beliebt. 85 % aller Jener, die etwas schenken, besuchen in der Vorweihnachtszeit Shopping Center. Mit 38 % liegen Gutscheine bei den



Geschenken erneut klar an erster Stelle, gefolgt von Geldgeschenken (25 %), Spielwaren (24 %), Büchern (22 %), Parfümerieprodukten (16 %), Reisen/Veranstaltungen (15 %) und Süßwaren/Lebensmittel (15 %). 51 % der Schenkenden planen heuer bis zu 500 Euro für Weihnachtsgeschenke auszugeben, 21 % werden zwischen 501 und 1.000 Euro investieren (MA SES 21.10.25).

Gedämpfte Konsumstimmung zum Weihnachtsgeschäft

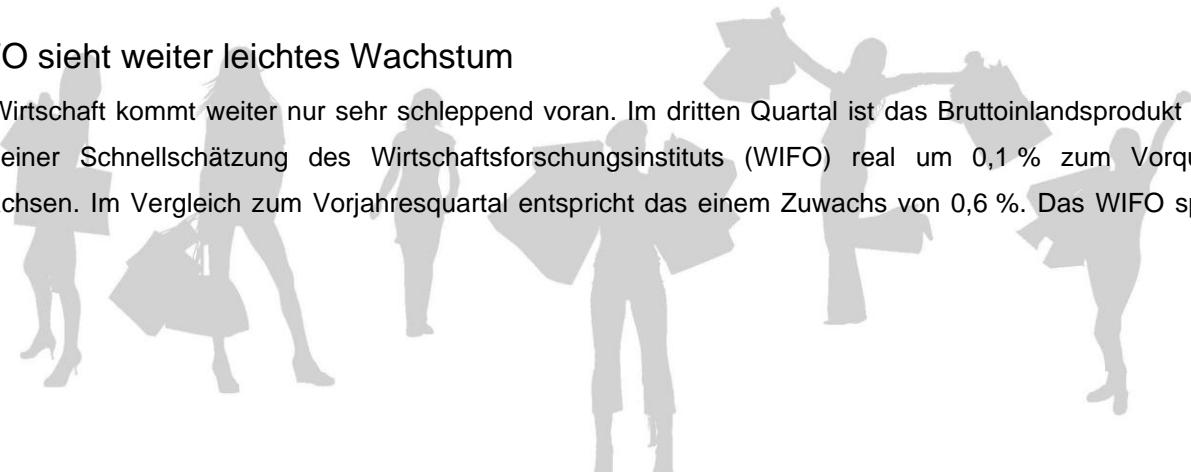
„Die Konsumstimmung hellt sich nicht auf.“ So fasst das Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) an der JKU Linz die aktuelle Lage zusammen. Besonders bei Anschaffungen des mittleren und langfristigen Bedarfs, also etwa bei Bekleidung, Spielwaren, Elektroartikeln oder Schmuck, halten sich Viele zurück. Genau jene Sortimente, die üblicherweise das Weihnachtsgeschäft tragen, geraten damit unter Druck. Laut einer aktuellen IHaM-Erhebung planen 30 % der Befragten, heuer weniger als im Vorjahr für Geschenke auszugeben. 15 % wollen überhaupt keine Präsente kaufen. Nur 7 % möchten ihr Budget erhöhen, 48 % gleich viel investieren wie im Vorjahr. Zwar kaufen nahezu alle Familien mit Kindern Geschenke, doch selbst dort wird der Rotstift angesetzt. Auch im Handel selbst überwiegt die Zurückhaltung. Der Saldo aus positiven und negativen Geschäftserwartungen liegt laut IHaM im September 2025 bei minus fünf Prozentpunkten. Das ist zwar ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr, doch die Mehrheit der Einzelhandelsmanager rechnet weiterhin mit einem schwachen vierten Quartal. Österreich bewegt sich damit im EU-Vergleich im unteren Mittelfeld. Die deutschen Einzelhändler sind mit minus 27 Prozentpunkten noch deutlich pessimistischer (leadersnet.at 22.10.25).

Touristische Sommersaison lief sehr gut

Gegenüber dem Vorjahr kletterten die Nächtigungsbuchungen in den österreichischen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen in der Sommersaison um 2,1 % auf 74,1 Millionen, wie die Statistik Austria berichtet. Das ist der höchste Wert seit dem Jahr 1981. Die Zahl der Urlauberinnen und Urlauber stieg um 2,4 % auf 23,7 Millionen – zwei Drittel davon (16,3 Mio.) kamen aus dem Ausland (+3,4 %), der Rest aus dem Inland (+0,4 %). Die meisten Nächtigungen entfielen auf Tirol (20,8 Mio.), Salzburg (13,4 Mio.) sowie Wien und Kärnten (jeweils 8,9 Mio.). Die stärksten Zuwächse bei den Übernachtungen verzeichneten Salzburg (+4,6 %) und das Burgenland (+3,5 %). Ein leichtes Minus hinnehmen mussten hingegen Kärnten (-0,3 %) und Niederösterreich (-0,4 %) (orf.at 29.10.25).

WIFO sieht weiter leichtes Wachstum

Die Wirtschaft kommt weiter nur sehr schleppend voran. Im dritten Quartal ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP) laut einer Schnellschätzung des Wirtschaftsforschungsinstituts (WIFO) real um 0,1 % zum Vorquartal gewachsen. Im Vergleich zum Vorjahresquartal entspricht das einem Zuwachs von 0,6 %. Das WIFO spricht



von einer „tragen Dynamik auf breiter Basis“. Die Industrie entwickelt sich verhalten, in der Bauwirtschaft ist die Wertschöpfung sogar um 0,5 % zurückgegangen. Im Bereich Handel, Verkehr, Beherbergung und Gastronomie sank die Wertschöpfung um 0,2 %. Die private Konsumnachfrage entwickelte sich mit +0,1 % nur zögerlich (orf.at 30.10.25).

Arbeitslosenzahlen zum 31. Mal in Serie gestiegen

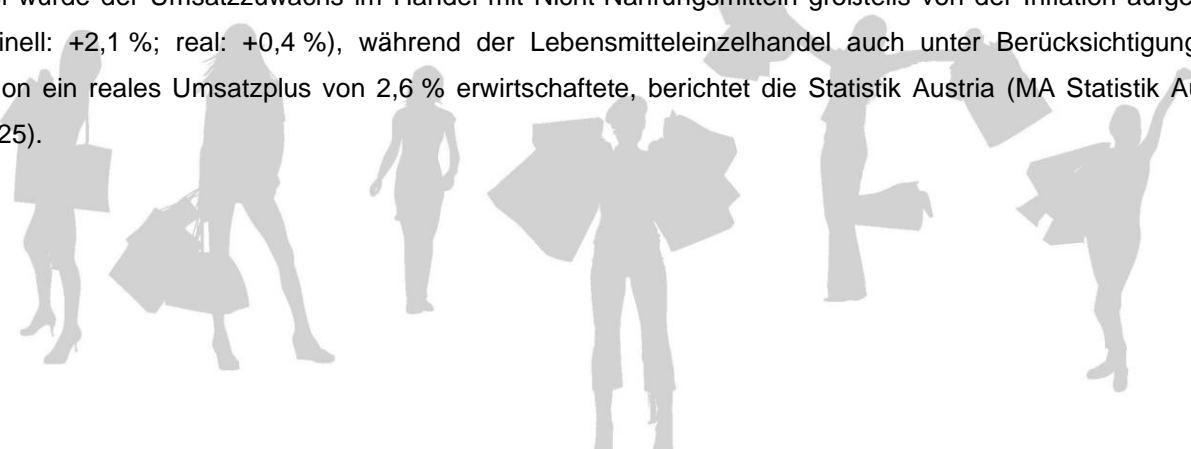
Die Konjunkturflaute schlägt weiter auf den österreichischen Arbeitsmarkt durch. Ende Oktober waren rund 388.000 Personen beim Arbeitsmarktservice (AMS) arbeitslos oder in Schulung gemeldet, das entspricht einem Plus von gut 16.500 Personen bzw. 4,4 % zum Vorjahr. Die Arbeitslosenquote stieg um 0,4 Prozentpunkte auf 7,2 %, teilte das AMS mit. Die monatlichen Arbeitslosenzahlen sind damit seit April 2023 zum 31. Mal in Serie gestiegen. Nach Branchen verzeichneten der Handel (+3.850 Personen) und die Industrie (+2.000 Personen) den stärksten absoluten Zuwachs (sn.at 3.11.25).

Second-Hand-Boom setzt sich fort

In Österreich ist Second-Hand endgültig in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das zeigt der neue Consumer Check von Repubblika Research im Auftrag des Handelsverbands. Demnach haben rund 60 % der Österreicherinnen und Österreicher in den letzten 12 Monaten Gebrauchtwaren gekauft. Mehr als jeder Dritte (36 %) plant, in Zukunft noch häufiger gebraucht einzukaufen. 18 % kaufen bereits heute zumindest einmal im Monat Second-Hand-Waren ein. „Second-Hand ist ein fester Bestandteil des modernen Konsumverhaltens“, betont Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbands. „Wir sehen nicht nur mehr Käufer, sondern auch höhere Ausgaben und eine intensivere Nutzung verschiedener Kanäle. In Summe gehen wir derzeit von einem Marktvolumen von rund 2 Mrd. Euro jährlich aus.“ Während im letzten Jahr ein durchschnittlicher Einkaufswert von 195 Euro angegeben wurde, geben Konsument heuer im Schnitt bereits 211 Euro für gebrauchte Waren aus (MA Handelsverband 3.11.25; mehr Details im [Volltext: https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/secondhand-2025/](https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/secondhand-2025/)).

Einzelhandelsumsatz im September wieder im Plus

Nach einem realen Umsatzminus in Höhe von 2,4 % im August (nominell: +0,6 %) konnte der heimische Einzelhandel im September seinen Umsatz im Jahresvergleich nominell um 3,8 % bzw. real um 1,4 % steigern. Dabei wurde der Umsatzzuwachs im Handel mit Nicht-Nahrungsmitteln großteils von der Inflation aufgezehrt (nominell: +2,1 %; real: +0,4 %), während der Lebensmitteleinzelhandel auch unter Berücksichtigung der Inflation ein reales Umsatzplus von 2,6 % erwirtschaftete, berichtet die Statistik Austria (MA Statistik Austria 6.11.25).



WIFO & HV Konjunkturreport: Einzelhandel weiterhin unter Druck

Der vom WIFO im Auftrag des Handelsverbands erstellte Konjunkturreport Einzelhandel zeigt ein weiterhin angespanntes Bild im österreichischen Handel. Im 3. Quartal 2025 lagen die nominellen Umsätze leicht über dem Vorjahresniveau, inflations- und kalenderbereinigt ergibt sich jedoch sowohl im September als auch im August ein Minus von 0,1 %. Damit setzt sich der bereits seit 2023 anhaltende Seitwärtstrend fort. Kumuliert betrug der Umsatzzuwachs im heimischen Einzelhandel in den ersten neun Monaten des Jahres nominell 3,3 % und real 1,5 %. „Der anhaltend hohe Kostendruck, der hauptsächlich durch die Energiekosten getrieben wird, führt zu steigenden Insolvenzen und rückläufiger Beschäftigung. All das bleibt für die gesamte Handelsbranche strukturell belastend“, fasst Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will die Kernergebnisse des Reports zusammen. „Im Handel wurden allein im dritten Quartal 190 Insolvenzen verzeichnet, das ist ein Anstieg von 13 % gegenüber dem Vorjahr. Nahezu jede fünfte Insolvenz der Gesamtwirtschaft wurde somit im Handel registriert“, so Will (MA Handelsverband 7.11.25; der Report zum Download: <https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/wifo-konjunkturreport-nov-2025/>).

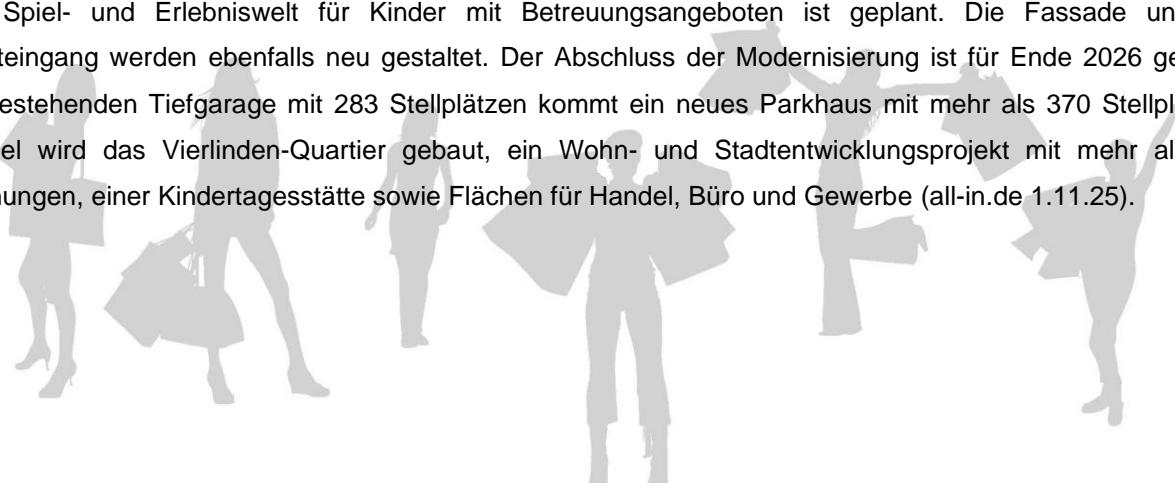
Europa

Shopping Malls & Retail Parks

Deutschland

Lindaupark-Modernisierung schreitet voran

Für die Erweiterung des Lindauparks auf 25.000 m² sowie die energetische Sanierung werden derzeit mehr als 70 Mio. Euro ausgegeben. Neben Shops wie Rituals und Snipes, die bereits Anfang 2026 in neue Räume des Lindauer Einkaufszentrums einziehen werden, entsteht auch ein neuer, 1.250 m² großer Foodpark mit Terrasse. Geothermie und Wärmerückgewinnung, eine Photovoltaikanlage und langlebige, regionale Materialien reduzierten den Energieverbrauch trotz der Erweiterung um mehr als 50 %. Die Aufenthaltszonen sollen einladender und größer werden, eine neue Beleuchtung, LED-Screens und Lichtinstallationen sollen die Räume wärmer und moderner gestalten. Das derzeitige Parkdeck wird in ein Panoramageschoss mit einer Größe von 7.000 m² verwandelt. Dort soll noch mehr Fläche zum Shoppen entstehen. Das Herzstück dieses Bereichs, der neue Foodpark, soll Ende 2026 eröffnet werden und zehn Gastronomiebetriebe umfassen. Auch eine Spiel- und Erlebniswelt für Kinder mit Betreuungsangeboten ist geplant. Die Fassade und der Haupteingang werden ebenfalls neu gestaltet. Der Abschluss der Modernisierung ist für Ende 2026 geplant. Zur bestehenden Tiefgarage mit 283 Stellplätzen kommt ein neues Parkhaus mit mehr als 370 Stellplätzen. Parallel wird das Vierlinden-Quartier gebaut, ein Wohn- und Stadtentwicklungsprojekt mit mehr als 400 Wohnungen, einer Kindertagesstätte sowie Flächen für Handel, Büro und Gewerbe (all-in.de 1.11.25).



Italien/Südtirol

Staatsrat bestätigt: „Twenty“ wurde unrechtmäßig erweitert

Für die Erweiterung des Einkaufszentrums Twenty in Bozen im Ausmaß von 20.000 m² hatte die Podini-Gruppe im Jahr 2014 die Genehmigungen von Land Südtirol und Gemeinde Bozen erhalten. Nach 12 Jahren Rechtsstreit hat nun auch der Staatsrat die Entscheidung des Verwaltungsgerichts bestätigt: Diese Genehmigungen waren nicht rechtens. Damit wurde der Rekurs der Podini-Gruppe, Eigentümerin des Twenty, abgewiesen. Die Mitbewerber Aspiag und Tosolini-Gruppe fordern nun Schadenersatz, insgesamt wird von einem dreistelligen Millionenbetrag ausgegangen. Tosolini hat bereits eine entsprechende Klage gegen die Provinz und die Gemeinde in zweistelliger Millionenhöhe eingebracht. Die Gruppe hatte seinerzeit Pläne für ein eigenes Einkaufszentrum im Bereich der Metro in der Bozner Industriezone vorgelegt, konnte diese aber nicht umsetzen, da die Stadtverwaltung die Genehmigungen an den Konkurrenten Podini vergab (suedtirolnews.it 17.10., rainews.at 17. + 21.10.25).

Rumänien

NEPI Rockcastle erweitert Promenada Mall in Bukarest

Es ist das derzeit größte Einzelhandelsprojekt in Mittel- und Osteuropa: NEPI Rockcastle erweitert die Promenada Mall in Bukarest. Das Investitionsbudget beträgt rund 300 Mio. Euro. Die Arbeiten sind im Gange und liegen im Zeitplan, die Eröffnung ist für das erste Quartal 2027 geplant. Das Projekt positioniert NEPI Rockcastle auch als Marktführer in der rumänischen Hauptstadt. Mit einer Kombination aus Einzelhandel, Büros, Gastronomie und Freizeitangeboten hebt NEPI die Stadtentwicklung auf ein neues Niveau, heißt es (across-magazine.com 29.10.25).

Ungarn

Erstes Stop-Shop-Einkaufszentrum entsteht in Salgótarján

In Salgótarján in Nordungarn, sieben Kilometer südlich der slowakischen Grenze, entsteht das erste Stop-Shop-Einkaufszentrum der Stadt. Die Bauarbeiten haben bereits begonnen, die Eröffnung ist für das erste Quartal 2027 geplant. Laut Investor CPI Hungary werden in dem mehr als 7.500 m² großen Gebäude 12 Geschäfte Platz finden, darunter Marken wie Euronics, dm, Ecofamily, Háda, Retro und DRK (Dorko). Die beiden letzteren eröffnen ihre ersten Filialen in der Stadt. Der neueste Stop-Shop-Einkaufspark der Region wird neben einem Lidl-Markt errichtet. Das Stop-Shop-Netzwerk ist derzeit in zehn Ländern mit mehr als 130 Filialen vertreten. In Ungarn betreibt CPI Hungary derzeit 14 Stop-Shops mit einer Gesamtverkaufsfläche von 170.000 m². Die CPI Property Group verwaltet in Ungarn ein Portfolio von 603.500 m² mit einem Gesamtwert von 1,3 Mrd. Euro (balaton-zeitung.info 23.10.25).



Immobilien & Entwickler

Neuer Vorstandsvorsitzer für Unibail-Rodamco-Westfield

Der französische Shopping-Center-Konzern Unibail-Rodamco-Westfield (URW) gab die Ernennung eines neuen Vorstandsvorsitzenden bekannt. Vincent Rouget folgt mit 1. Jänner 2026 auf Jean-Marie Tritant, der seit fünf Jahren an der Sanierung des Konzerns arbeitete. Rouget, 45, stieß 2023 als Strategie- und Investitionsvorstand zu URW und war schon seit Längerem als Nachfolger von Rouget designiert (fashionnetwork.com 24.10.25; mehr Details und Hintergründe im Volltext: <https://de.fashionnetwork.com/news/Unibail-rodamco-westfield-vincent-rouget-übernimmt-vorstandsvorsitz-zum-1-januar-2026,1776648.html>).

ECE schließt erstes Hotelprojekt in Italien erfolgreich ab

Die ECE Work & Live hat ihr erstes Hotelprojekt in Italien fertiggestellt und die Immobilie an den Betreiber Ruby Group übergeben, der nun alles für die kurz bevorstehende Eröffnung vorbereitet. Das Projekt markiert einen bedeutenden Meilenstein in der internationalen Expansion der ECE im Hotelsegment sowie in der nachhaltigen Nutzung von Bestandsimmobilien. Innerhalb von zwei Jahren Bauzeit hat die ECE Work & Live im Herzen Roms eine denkmalgeschützte Immobilie aus dem frühen 19. Jahrhundert, die zuletzt als Büroimmobilie genutzt wurde, in ein modernes Hotel umgewandelt. Das Hotel mit 164 Zimmern, verteilt auf sechs Etagen, sowie einer Rooftop-Bar befindet sich in zentraler Lage an der Via Nazionale (deal-magazin.com 27.10.25).

Europäische Retail-Investments bleiben im Investorenfokus

Das Transaktionsvolumen auf dem europäischen Gewerbe-Investmentmarkt kann im Vorjahresvergleich einen Anstieg um 17 % verbuchen. Retail-Investments konnten sich deutlich überproportional um 26 % auf 38,2 Mrd. Euro steigern. Das entspricht einem Marktanteil von 23 % an den Investmentaktivitäten. Die drei Top-Märkte Großbritannien (10,5 Mrd.), Deutschland (5,6 Mrd.) und Frankreich (3,1 Mrd. Euro) stehen dabei für 73 % des Volumens. Italien hat mit rund 3 Mrd. Euro bereits zu Frankreich aufgeschlossen. Stark zulegen konnten die Transaktionen in Spanien (+37 % auf 2,5 Mrd. Euro) und Polen (+124 % auf 1,4 Mrd. Euro). Dabei sind Highstreet-Investments europaweit um 18 % gesunken, was nicht zuletzt auf einige Großdeals im Jahr 2024 (u. a. KaDeWe) zurückzuführen ist. Gleichzeitig hat sich das Marktklima in der Shopping-Center-Sparte deutlich verbessert. Insgesamt konnten Shopping Center in Europa seit dem dritten Quartal 2024 rund 8 Mrd. Euro generieren (+53 %). Nach wie vor als gut zu bewerten ist die Nachfrage im Fachmarktsektor (10,5 Mrd. Euro; +13 %). Alleine in Deutschland wurden in den vergangenen 12 Monaten rund 5,6 Mrd. Euro in dieser Sparte investiert. „Europa weist aktuell vor allem im Shopping-Center- und Fachmarktsektor sehr attraktive Netto-Spitzenrenditen auf und bietet Investoren damit im Vergleich zu anderen gewerblichen Assetklassen die besten Risikoprämien“, erläutert Patrick Delcol von BNP Paribas Real Estate (deal-magazin.com 31.10.25).

MAPIC 2025: Ein ruhigeres Cannes – und Zeichen für Retail-Renaissance

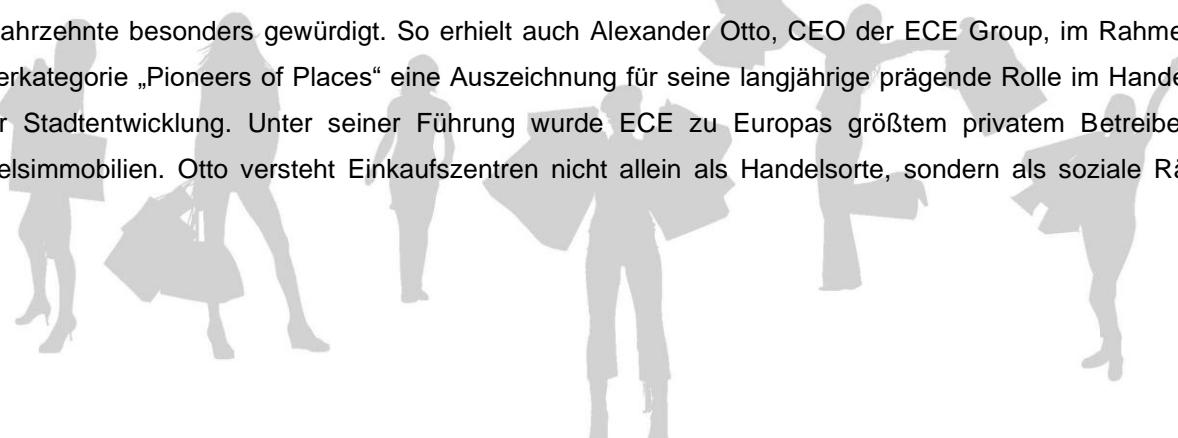
Die MAPIC in Cannes nutzte ihr 30-Jahr-Jubiläum für einen Neustart unter dem Motto „The International Retail Leasing Hub“. Die Messe präsentierte sich als bewusst reduziert gestalteter Branchentreffpunkt und hob sich so von früheren, opulenteren Formaten deutlich ab. Statt großer Show-Bühnen dominierten kompaktere Dialogformate. Der Fokus verschob sich auf Austausch, Diskussion und Vernetzung über Generationen hinweg – etwa beim NextGen Retail Day, der Studierende mit Top-Managern zusammenbrachte. Die glamouröse Kulisse im Palais des Festivals war zwar die gleiche, der gewohnte Trubel blieb jedoch aus, das Umfeld war ruhiger und konzentrierter. Große Player wie ECE, INGKA, SES und Sierra Sonae berichteten von stetigem Besucherandrang und produktiven Meetings. Kleinere Aussteller hingegen hatten mit geringerer Sichtbarkeit zu kämpfen und verzeichneten weniger spontane Begegnungen. Ein Großteil des Networkings verlagerte sich vom Messegelände in nahegelegenen Cafés und Bars. Diskutiert wurden vor allem die tiefgreifenden Veränderungen im Retail-Umfeld. Von veränderten Konsumenterwartungen über wirtschaftliche Unsicherheit bis hin zu Nachhaltigkeit und Künstlicher Intelligenz – die Branche steht an einem Wendepunkt, an dem Skalierung allein nicht mehr genügt. Das Fazit des Events: Qualität statt Quantität, Substanz statt Spektakel. Die 30. Edition der MAPIC ließ erkennen, dass der Fokus nun auf Agilität, Kreativität und Zusammenarbeit liegt. Es gilt, Orte und Erlebnisse zu schaffen, die wirklich Anklang finden (across-magazine.com 5.11.25; der Artikel im Volltext: <https://www.across-magazine.com/mapic-2025-a-quieter-cannes/>).

ECE Work & Live steigt in polnischen Wohnimmobilienmarkt ein

Die ECE Work & Live hat ein strategisches Joint Venture mit dem Entwickler GH Development geschlossen, um neue Wohnprojekte in Polen zu realisieren. Das Joint Venture ist Teil der Strategie der ECE Work & Live, in Kooperation mit lokalen Partnern ihre Investitionen in dynamischen europäischen Metropolen auszubauen. Im Rahmen des Joint Ventures übernimmt die ECE Work & Live die Mehrheitsbeteiligung an einem ausgewählten Portfolio von initial drei Entwicklungsprojekten mit mehr als 550 Wohnungen in sich schnell entwickelnden urbanen Lagen von Warschau. GH Development wird die ganzheitliche Entwicklung und das Projektmanagement vor Ort übernehmen (deal-magazin.com 6.11.25).

MAPIC-Awards für ECE-CEO Alexander Otto, zwei Westfield-Center und Zara

Anlässlich des 30-jährigen Jubiläums der MAPIC in Cannes wurden diesmal nicht nur aktuelle Projekte mit den begehrten MAPIC-Awards prämiert, sondern auch hervorragende Persönlichkeiten und Projekte der letzten drei Jahrzehnte besonders gewürdigt. So erhielt auch Alexander Otto, CEO der ECE Group, im Rahmen der Sonderkategorie „Pioneers of Places“ eine Auszeichnung für seine langjährige prägende Rolle im Handel und in der Stadtentwicklung. Unter seiner Führung wurde ECE zu Europas größtem privatem Betreiber von Handelsimmobilien. Otto versteht Einkaufszentren nicht allein als Handelsorte, sondern als soziale Räume.



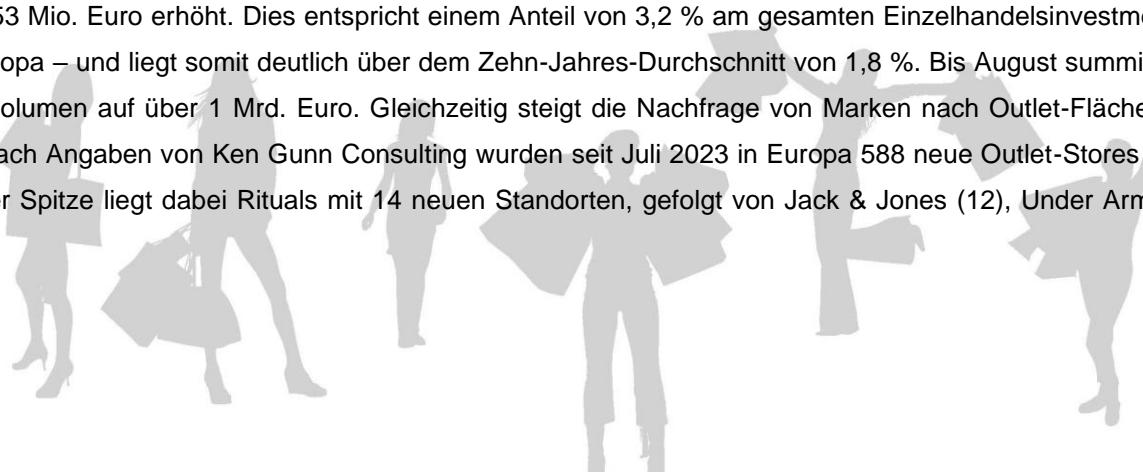
Das Einkaufszentrum Westfield London wurde mit dem Titel „Most Influential Retail Property Project of the Past 30 Years“ ausgezeichnet – als ein „Stadt-in-der-Stadt“-Konzept mit Shops, Erlebnisräumen sowie Event-Flächen, das das Stadtbild von London im Einzelhandel mitgeprägt hat. Zudem wurde die Marke Zara als „Most Influential Retail Brand of the Past 30 Years“ geehrt. Darüber hinaus wurden in zehn Kategorien aktuelle Höchstleistungen ausgezeichnet, darunter neue Store-Konzepte, Refurbishment- und Entwicklungs-Projekte – beispielhaft etwa das Westfield Hamburg-Überseequartier als Gewinner des Preises des für „Best Urban Regeneration Project“ (across-magazine.com 6.11.25; eine Übersicht über alle Awards: <https://www.across-magazine.com/mapic-awards-2025/>; mehr zum Lifetime-Award für Alexander Otto: <https://www.hi-heute.de/personen-und-persoenliches/mapic-lifetime-award-fuer-ece-ceo-alexander-otto>; mehr zu den beiden ausgezeichneten Westfield-Centers: <https://www.hi-heute.de/shopping-center/zwei-westfield-center-auf-der-mapic-ausgezeichnet>).

Nahversorgungssimmobilien bleiben Europas stabile Investmentanker

Mit der fünften Ausgabe seines GRR Basic Retail Reports legt der Asset- und Investmentmanager GRR GARBE Retail Real Estate GmbH gemeinsam mit JLL eine umfassende Marktanalyse zum Segment Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien vor. „Die Stärke lebensmittelgeankerter Immobilien in Europa liegt grenzüberschreitend in ihrer gesellschaftlichen Relevanz, aber auch in ihrer Resilienz. In einem sich wandelnden Marktumfeld werden neben der Standortqualität zunehmend Nachhaltigkeit und Energieeffizienz zu entscheidenden Faktoren für langfristigen Erfolg und zum Mittelpunkt von Investmententscheidungen“, sagt Andreas Freier, Geschäftsführer von GRR GARBE Retail. Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien haben sich als eine der stabilsten Anlageklassen in Europa erwiesen. Die Marktanalyse zeigt jedoch auch, wie sich Ertrags- und Betriebskostenstrukturen in vielen Regionen verändern. Länder wie Italien, Spanien, die Niederlande und Österreich bieten aufgrund geringerer Marktkonsolidierung strategische Chancen bei einem Portfolioaufbau. „Lebensmitteleinzelhandelsimmobilien sind ein stabiles Fundament für institutionelle Portfolios, gerade in volatilen Zeiten,“ kommentiert Sandra Ludwig, Head of Retail Capital Markets bei JLL (deal-magazin.com 7.11.25).

Factory Outlet Center verzeichnen steigendes Investitionsvolumen

Laut Savills hat sich das Investitionsvolumen in europäische Factory-Outlet-Centers (FOCs) im ersten Halbjahr auf 653 Mio. Euro erhöht. Dies entspricht einem Anteil von 3,2 % am gesamten Einzelhandelsinvestmentmarkt in Europa – und liegt somit deutlich über dem Zehn-Jahres-Durchschnitt von 1,8 %. Bis August summerte sich das Volumen auf über 1 Mrd. Euro. Gleichzeitig steigt die Nachfrage von Marken nach Outlet-Flächen weiter an. Nach Angaben von Ken Gunn Consulting wurden seit Juli 2023 in Europa 588 neue Outlet-Stores eröffnet. An der Spitze liegt dabei Rituals mit 14 neuen Standorten, gefolgt von Jack & Jones (12), Under Armour und



Swarovski (jeweils 10) sowie Skechers (9). Larry Brennan, Head of European Retail Agency bei Savills, kommentiert: „Outlet-Betreiber investieren zunehmend in den Erlebnisfaktor als wichtiges Unterscheidungsmerkmal. Viele führen Pop-up-Formate und Kooperationen mit lokalen Marken ein und modernisieren ihre Konzepte durch Refurbishments, nachhaltiges Design und verbesserte Serviceleistungen.“ Das Interesse der Investoren an leistungsstarken Outlet-Immobilien bleibe weiterhin bestehen, doch seien derzeit nur wenige Eigentümer bereit, funktionierende Standorte zu verkaufen. Die Spitzenrenditen für Outlet-Center in Europa liegen aktuell zwischen 6 und 7 %. In der Regel sind sie damit 50 bis 100 Basispunkte über den Renditen von Einkaufszentren, die derzeit bei durchschnittlich 6,15 % liegen. „Angesichts des steigenden Investoreninteresses gehen wir davon aus, dass die Renditen in den nächsten zwölf Monaten leicht zurückgehen werden“, heißt es von Savills (deal-magazin.com 7.11.25)

CEE/SEE

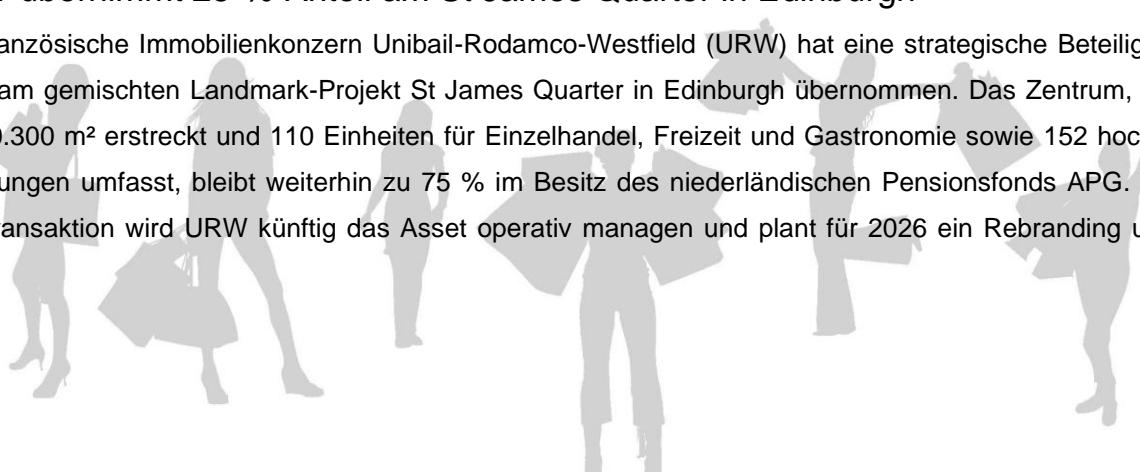
Retail Parks bleiben dynamisches und widerstandsfähiges Immobilienformat

Laut dem aktuellen Bericht „ExCEEding Borders CEE 2025: Retail Parks“ von Colliers liefern die Volkswirtschaften Mittel- und Osteuropas solide Wachstumsraten, angetrieben durch den Konsum der Privathaushalte, sinkende Inflation und reale Lohnsteigerungen. Retail Parks haben sich in der Region CEE, dem Baltikum und dem Westbalkan als eines der dynamischsten und resilientesten Immobilienformate etabliert. In etablierten Märkten wie Polen, Tschechien und Ungarn dominieren sie den suburban-regionalen Handel mit einem Anteil am modernen Einzelhandelsbestand von z. B. 22 % in Polen im Jahr 2025 (nach 9 % im Jahr 2015). In Emerging Markets wie Rumänien, Serbien und Bulgarien befindet sich der Bau vieler Retail Parks in kleineren Städten im Aufwind. Diese Parks verknüpfen zunehmend Discount- und Value-Händler mit Freizeit, Gastronomie und Community-orientierten Services. Auch durch Mixed-Use-Entwicklungen mit Wohn-, Freizeit- und Retailanteilen wird zukünftiges Wachstum erwartet. Mietraten bewegen sich typischerweise zwischen ca. 6 - 12 Euro/m² und Monat für Lebensmittel-Mieter und 6 - 14 Euro/m² und Monat für Non-Food-Mieter. Insgesamt zeigt sich: Retail Parks gelten zunehmend als defensive, stabile Investitionsklasse im Einzelhandel (property-forum.eu 20.10.25).

Großbritannien

URW übernimmt 25 %-Anteil am St James Quarter in Edinburgh

Der französische Immobilienkonzern Unibail-Rodamco-Westfield (URW) hat eine strategische Beteiligung von 25 % am gemischten Landmark-Projekt St James Quarter in Edinburgh übernommen. Das Zentrum, das sich auf 80.300 m² erstreckt und 110 Einheiten für Einzelhandel, Freizeit und Gastronomie sowie 152 hochwertige Wohnungen umfasst, bleibt weiterhin zu 75 % im Besitz des niederländischen Pensionsfonds APG. Im Zuge der Transaktion wird URW künftig das Asset operativ managen und plant für 2026 ein Rebranding unter der



Marke Westfield. Es ist das erste Mal, dass diese Marke in Schottland vertreten sein wird. St James Quarter gilt seit seiner Eröffnung 2021 als eines der umsatzstärksten Retail-Zentren im Vereinigten Königreich. Die Kooperation mit URW soll die Performance weiter steigern. Die Beteiligung markiert den nächsten Entwicklungsschritt für das Projekt – weg vom klassischen Shopping Center hin zu einer urbanen Destination mit starker Markenführung und Erlebnisschwerpunkt (across-magazine.com 28.10.25).

Rumänien

Nach neun Monaten mehr neue Retail-Flächen als im Gesamtjahr 2024

In den ersten drei Quartalen 2025 wurden in Rumänien rund 186.000 m² an neuen Einkaufszentren und Retail Parks fertiggestellt. Damit wurde das gesamte Volumen des Jahres 2024 (ca. 180.000 m²) bereits übertroffen. Ein weiterer Bau von ca. 30.000 m² ist bis Jahresende geplant, womit das Gesamt-Jahresvolumen auf rund 217.000 m² anwachsen dürfte. Drei bedeutende Projekte wurden im dritten Quartal abgeschlossen – alle in der Region Transsilvanien: das umgebaute Agora Arad (36.000 m²), der Zacaria Retail Park Cisnădie (8.600 m²) und die dritte Phase von Prima Shops Sibiu (4.500 m²). Der moderne Einzelhandelsbestand im Land liegt aktuell bei etwa 4,8 Mio. m², was rund 252 m² pro 1.000 Einwohner entspricht. Projekte mit einer Gesamtfläche von über 700.000 m² befinden sich in verschiedenen Bau- und Planungsphasen und sollen bis Ende des Jahrzehnts fertiggestellt werden. Die Spitzenmieten blieben im dritten Quartal stabil. Große Einkaufszentren können für 100 bis 200 m² große Erdgeschossflächen mit 50 bis 90 Euro pro m² und Monat rechnen. Zu den wichtigsten anstehenden Projekten zählen die Cluj Mall (130.000 m²) und Rivas Cluj (120.000 m²), beide in Cluj-Napoca, sowie der Galați Retail Park (41.000 m²) (property-forum.eu 29.10.25).

Marken

DM mit 8 Prozent Umsatzplus und Gesundheits-Offensive

DM hat seinen Umsatz im Geschäftsjahr 2024/2025 (per 30. Sept.) europaweit auf 19,2 Mrd. Euro (brutto) gesteigert. Das Unternehmen habe damit „in einem unsicheren wirtschaftlichen Umfeld Kundinnen und Kunden, Umsatz und Marktanteile hinzugewinnen“ können, betont Christoph Werner, Vorsitzender der Geschäftsführung. Im neuen Geschäftsjahr soll der Gesundheitsbereich durch neue Produkte und neue Services forciert werden. „Stand heute gehen wir davon aus, dass wir wie geplant noch in diesem Kalenderjahr mit der Versand-Apotheke starten werden, die wir im tschechischen Bor gegründet haben“, kündigt Werner an. Der Einstieg in den Handel mit apothekenpflichtigen Produkten, also rezeptfreien OTC-Produkten und apothekenexklusiver Kosmetik, befindet sich somit auf der Zielgeraden. Im August 2025 hat dm drei innovative Konzepte an den Start gebracht, die derzeit getestet werden. In Testmärkten bietet das Unternehmen Augenscreening mit dem Kooperationspartner Skleo Health, die KI-gestützte Hautanalyse von dermanostic und eine Auswahl an Blutanalysen mit dem Partner Aware Health an (MA dm 21.10.25).

Temu macht in EU 1,7 Mrd. Umsatz – mit nur acht Mitarbeitern

Die chinesische Online-Plattform Temu hat im Jahr 2024 mit ihrem EU-Geschäft fast 120 Mio. US-Dollar Gewinn gemacht (+171 %) – und das mit nur acht Mitarbeitenden. Der Online-Marktplatz zahlte dafür 18 Mio. US-Dollar Körperschaftssteuer. Der Umsatz stieg auf 1,7 Mrd. US-Dollar (+124 %). Diese Zahl umfasst nur die Provisionen und Gebühren, die Temu von den „unabhängigen“ Verkäufern auf seinem Marktplatz kassiert. Schätzungen sprechen von Verkäufen in Höhe von 10 Mrd. Dollar in der EU, die über Temu abgewickelt wurden. Die Plattform hat mittlerweile mehr als 115 Mio. Kunden in der EU – das entspricht mehr als einem Viertel der Bevölkerung (HV Retail Weekly 21.10.25).

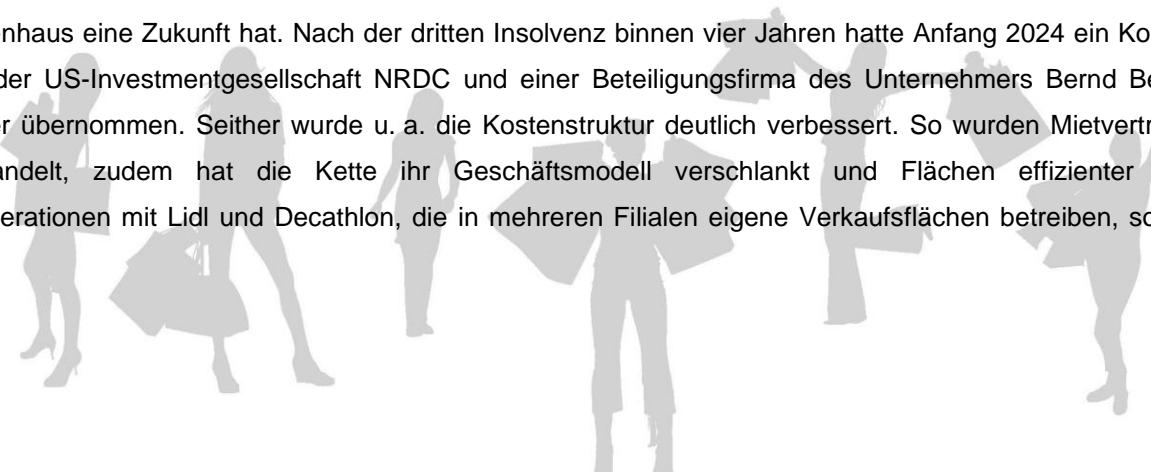
Admiral-Mutter Tipico an Mitbewerber verkauft

Milliardendeal in der Sportwettenbranche: Der deutsche Anbieter Tipico, Mutter von Admiral Sportwetten, wird an den Eigentümer des Rivalen Betclic verkauft. Die niederländische Banijay Group („Betclic“) übernimmt vom Finanzinvestor CVC die Mehrheit an Tipico. Gemeinsam rücken die beiden Unternehmen zur Nummer vier im europäischen Sportwetten- und Online-Casino-Markt auf. Tipico wird dabei mit 4,6 Mrd. Euro bewertet. Banijay soll an dem entstehenden Unternehmen zunächst 65 % halten. Der Investor CVC, der 2016 bei Tipico eingestiegen war, bleibt ebenso als Minderheitsaktionär an Bord wie die Firmengründer. Die Wett- und Gaming-Sparte von Banijay kann ihren Umsatz und den operativen Gewinn mit der Übernahme von Tipico nach eigenen Angaben verdoppeln. Zusammengerechnet kamen beide 2024 mit 5.300 Mitarbeitern auf einen Umsatz von 3,0 Mrd. Euro und ein bereinigtes Ergebnis Ebitda von 854 Mio. Euro (kurier.at 28.10.25).

Deutschland

Galeria erzielt erstmals seit Jahren operativen Gewinn

Die Warenhauskette Galeria hat erstmals seit mehr als zehn Jahren wieder ein operativ profitables Geschäftsjahr verzeichnet. Nach Angaben des Unternehmens liegt das operative Ergebnis mehr als 100 Mio. Euro über dem Niveau der Vorjahre. Exakte Zahlen nennt Galeria zwar nicht, doch alle 83 verbliebenen Filialen hätten im abgelaufenen Geschäftsjahr (per Ende September) „schwarze Zahlen“ geschrieben, heißt es. Der Umsatz belief sich auf über 2 Mrd. Euro – auch dank eines kräftig wachsenden Onlinegeschäfts. „Das unterstreicht die Stabilität unseres neuen Geschäftsmodells und zeigt: Galeria funktioniert wieder aus eigener Kraft“, erklärte Geschäftsführer Christian Sailer. Das Unternehmen habe bewiesen, dass das Konzept Warenhaus eine Zukunft hat. Nach der dritten Insolvenz binnen vier Jahren hatte Anfang 2024 ein Konsortium aus der US-Investmentgesellschaft NRDC und einer Beteiligungsfirma des Unternehmers Bernd Beetz das Ruder übernommen. Seither wurde u. a. die Kostenstruktur deutlich verbessert. So wurden Mietverträge neu verhandelt, zudem hat die Kette ihr Geschäftsmodell verschlankt und Flächen effizienter genutzt. Kooperationen mit Lidl und Decathlon, die in mehreren Filialen eigene Verkaufsflächen betreiben, sorgen für



zusätzliche Kundenfrequenz und neue Zielgruppen. Trotzdem sieht die Geschäftsführung weiterhin Verbesserungsbedarf, insbesondere bei der digitalen Integration und der Ansprache jüngerer Zielgruppen. Filialschließungen sind keine mehr geplant (hi-heute.de 30.10.25).

Märkte

Österreich verliert im europäischen Kaufkraft-Ranking

Die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft in Europa hat sich 2025 im Vergleich zum Vorjahr um 4,0 % (nominal) auf 20.291 Euro erhöht. Doch die Unterschiede zwischen den 42 untersuchten Ländern bleiben erheblich: So haben die Menschen in Liechtenstein, der Schweiz und Luxemburg ein weitaus höheres Nettoeinkommen als im Rest Europas, während die Kaufkraft im Kosovo, in Belarus und in der Ukraine am niedrigsten ist. Irland zählt zu den großen Gewinnern des Jahres, verbessert sich im gesamteuropäischen Vergleich um gleich fünf Plätze und rückt auf Rang 7 vor. Österreich hingegen verliert zwei Plätze und fällt damit auf Rang 8 zurück. Das zeigt die neue Studie „NIQ Kaufkraft Europa 2025“. Freilich liegt die Pro-Kopf-Kaufkraft in Österreich immer noch um 47,1 % über dem europäischen Schnitt. Deutschland folgt auf Platz 9 (45,7 % über dem Schnitt) (MA NIQ 21.10.25; weitere Details im Volltext: <https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/kaufkraft-der-europaeer-steigt-2025-auf-20291-euro/>).

Welt

Marken

Amazon will 600.000 Stellen einsparen

Amazon strebt laut einem Bericht der „New York Times“ eine umfassende Automatisierungsinitiative an, die bis 2033 in den USA rund 600.000 Arbeitsplätze durch Roboter ersetzen könnte. Interne Strategiepapiere des Unternehmens legen nahe, dass 75 % der operativen Prozesse, von der Lagerhaltung über den Versand bis zur Logistik, automatisiert werden sollen. Bis 2027 könnten dadurch bereits etwa 160.000 Stellen in den USA wegfallen. Amazon erwartet so innerhalb von nur zwei Jahren Einsparungen in Höhe von 12,6 Mrd. US-Dollar. Amazon selbst dementiert diese Pläne und betont, dass die durchgesickerten Dokumente „unvollständig“ seien (focus.de 23.10.25).



Märkte

Erste KI-gestützte Weihnachtssaison steht bevor

Eine vom E-Commerce-Betrugsbekämpfer Riskified in Auftrag gegebene Umfrage zeigt die zunehmende Verbreitung des agentenbasierten Einkaufens. Fast drei von vier Käufern (73 %) nutzen bereits KI beim Einkaufen. Käufer nutzen KI-Assistenten wie ChatGPT, um Produktideen zu erhalten (45 %), Bewertungen zusammenzufassen (37 %) und Preise zu vergleichen (32 %). Mehr als die Hälfte (58 %) wird diese Tools wahrscheinlich in diesem Jahr für den Kauf von Geschenken nutzen. Die Umfrage wurde unter mehr als 5.000 Verbrauchern weltweit durchgeführt (hi-heute.de 22.10.25).

Globaler Luxusmarkt erreicht Gesamtwert von 1,5 Billionen US-Dollar

Der globale Luxusmarkt bleibt trotz anhaltender makroökonomischer und geopolitischer Störungen robust. Laut dem Bericht „World Market for Luxury Goods 2025“ von Euromonitor International wird sein Gesamtwert im Jahr 2025 auf 1,5 Billionen US-Dollar (1,4 Billionen Euro) geschätzt. Die Ausgaben verschieben sich aber von Produkten zu erlebnisorientierten Kategorien. „Wellness, Lifestyle und emotionale Resonanz entwickeln sich zu neuen Statussymbolen“, erklärte Euromonitor International. Der Luxussektor wird zunehmend von der Altersgruppe 60+ beeinflusst. Diese Gruppe wird immer wohlhabender und sucht durch Luxusangebote, die ihre Lebensqualität verbessern, nach Raffinesse und Genuss. Dazu gehören beispielsweise Wellness-Reisen und altersgerechte Luxus-Hautpflege. Innerhalb der Luxusgüter macht der stationäre Handel heuer 81 % des Umsatzes aus, was die anhaltende Bedeutung des persönlichen Kontakts unterstreicht. Zu den am schnellsten wachsenden Märkten gehören Südafrika (+15 %), Indien (+10 %) und die Vereinigten Arabischen Emirate (+9 %) (fashionunited.de 22.10.25).

Omnichannel-Wachstum treibt Einzelhandelstransformation

Ein neuer Bericht von Colliers zeigt, wie sich der Einzelhandel weltweit durch die Kombination aus stationärem Geschäft und Online-Angeboten fundamental wandelt. Trotz geopolitischer Unsicherheiten und wirtschaftlicher Herausforderungen wächst der Einzelhandelsumsatz langfristig weiter – insbesondere durch Urbanisierung, Tourismus und technologische Adaption. In der Region Asien-Pazifik wird ein reales Wachstum von etwa 5 % erwartet, in Europa, den USA und Kanada liegen die Prognosen bei +2 bis 3 %. Lateinamerika stagniert 2025, soll jedoch 2026 mit etwa 6 % wieder stärker wachsen. Händler, die Online- und Offline-Kanäle nahtlos verknüpfen, sind in einer besseren Ausgangslage. Besonders die jüngere Generation (Gen Z) fordert digitale Engagements und Markenauthentizität. Mehr als 80 % der Konsumenten zeigen sich finanziell besorgt – was das Preisbewusstsein weiter stärkt. In Europa, dem Nahen Osten und Afrika bleibt die Verbraucherstimmung vorsichtig („luxury fatigue“), Mietpreise in Fußgängerzonen und Shopping Centern werden dort als weitgehend konstant eingeschätzt (property-forum.eu 5.11.25).

