

Inhalt

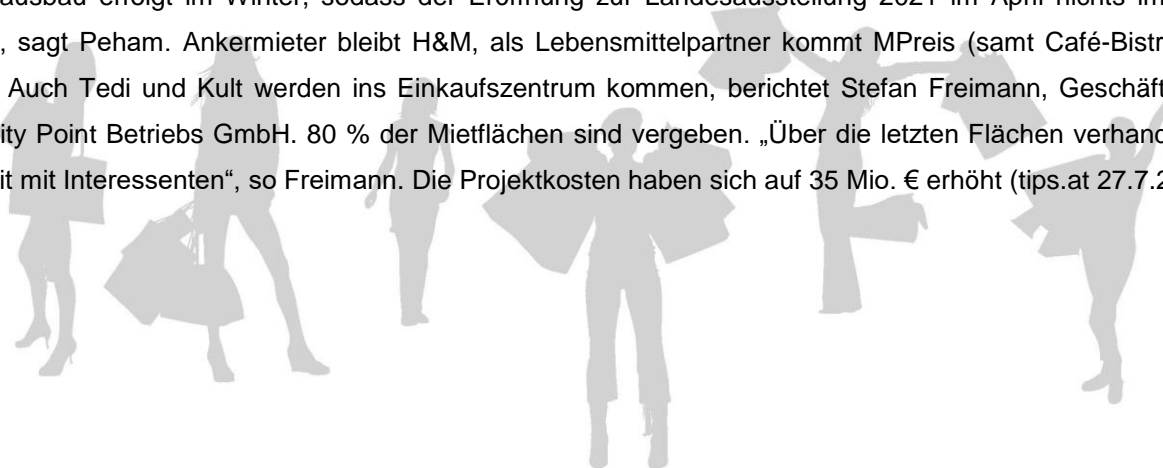
Österreich.....	1
Shopping Center & Retail Parks.....	1
Stadt & Handel.....	5
Immobilien & Entwickler	8
Marken.....	10
Märkte.....	14
Europa.....	17
Shopping Center & Retail Parks.....	17
Stadt & Handel.....	18
Immobilien & Entwickler	20
Marken.....	25
Märkte.....	28
Welt.....	32
Immobilien & Entwickler	32
Marken.....	33

Österreich

Shopping Center & Retail Parks

City Point angelt sich auch Kult und Tedi

Eine lokale Investorengruppe haucht dem City Point in Steyr neues Leben ein. Anfang Juli 2019 wurde der Kaufvertrag unterschrieben, ein Jahr später liegt man trotz Corona gut im Zeitplan. „Die Bauverhandlung hat rechtzeitig vor dem Shutdown stattgefunden, die Ausstellung der Bescheide erfolgte im Home-Office“, erzählt Harald Peham (TBB Projektmanagement). Die Eröffnung der neuen Handelsflächen im Erdgeschoß ist für Ende September geplant. „Im Herbst wird auch der Rohbau des darüber liegenden Hotels fertiggestellt. Der Innenausbau erfolgt im Winter, sodass der Eröffnung zur Landesausstellung 2021 im April nichts im Wege steht“, sagt Peham. Ankermieter bleibt H&M, als Lebensmittelpartner kommt MPPreis (samt Café-Bistro) statt Spar. Auch Tedi und Kult werden ins Einkaufszentrum kommen, berichtet Stefan Freimann, Geschäftsführer der City Point Betriebs GmbH. 80 % der Mietflächen sind vergeben. „Über die letzten Flächen verhandeln wir derzeit mit Interessenten“, so Freimann. Die Projektkosten haben sich auf 35 Mio. € erhöht (tips.at 27.7.20).



Geplantes Fachmarktzentrum sorgt in Perg für Diskussionen

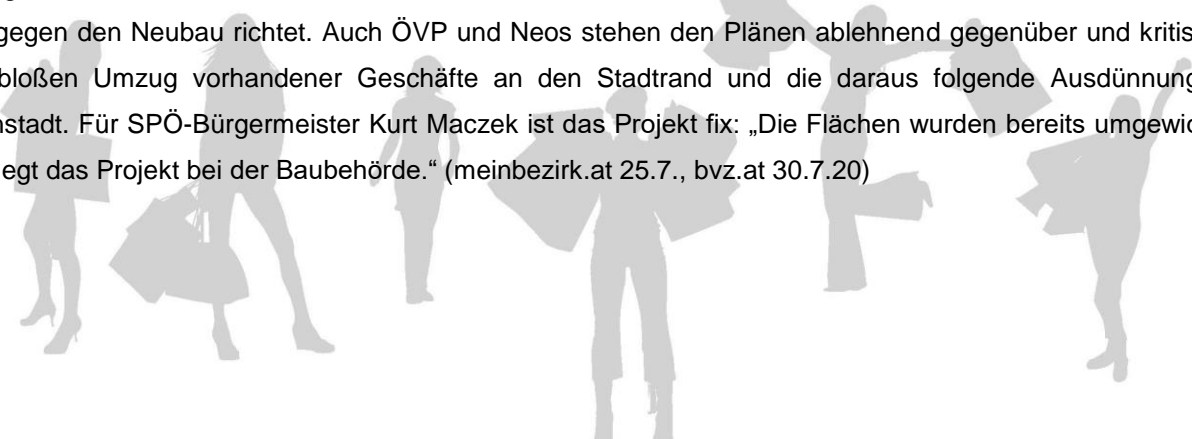
Mit den Stimmen der ÖVP wurden im Gemeinderat von Perg vor zwei Wochen die Weichen für ein Widmungsverfahren für das ehemalige Manner-Areal gestellt. Heftiger Gegenwind weht der Mehrheitsfraktion von FPÖ, SPÖ und den Grünen entgegen, wo man vor allem das Verkehrsproblem betont. Das Konzept der HWG Immobilien GmbH (Hochreiter-Gruppe) sieht 4.500 m² Geschäftsflächen, 2.800 m² Büroflächen und rund 3.600 m² für Freizeitangebote und Gastronomie vor. „Was uns da vorliegt, ist eine Projektstudie, die einem Wunschzettel gleicht. Wie immer in solchen Verfahren fließen die einzelnen Stellungnahmen und Konzepte (Verkehrskonzept, Bedarfserhebung, ...) ein, um letztendlich ein Ergebnis zu bekommen, das einer kritischen Bewertung standhält“, versucht Bürgermeister Froschauer der Kritik entgegenzutreten (tips.at 29.7.20).

Viele Leerstände in den City Arkaden

Besonders im Erdgeschoss der Klagenfurter City Arkaden stehen derzeit viele Verkaufsflächen leer. „Es begann mit Colloseum, die Modekette meldete im April diesen Jahres Insolvenz an“, so Centermanager Ernst Hofbauer. Auch die Bekleidungskette Dressman ist insolvent. Für beide Flächen würden Verhandlungen mit Nachfolgern laufen, so Hofbauer. Zwischen den beiden Geschäften befand sich seit November der Modeshop Via Veneto – laut Hofbauer ein Zwischenmieter, dessen Vertrag nun ausgelaufen ist. Zuvor befand sich hier die Modekette mister*lady, auch diese meldete im Vorjahr Insolvenz an. Anfang Juni wurde die Vero-Moda-Filiale im Untergeschoss geschlossen - laut dem Centermanager jedoch nur vorübergehend und aus unternehmensinternen Gründen. „Im August macht der Store wieder auf“, so Hofbauer. Bei Bio Tech USA, einem Geschäft für Nahrungsergänzungsmittel und Proteinshakes, haben die Betreiber nach dem Corona-Lockdown nicht mehr aufgesperrt. Das Fotostudio Picture People ist seit Juni ebenfalls geschlossen. „Mit möglichen Nachfolgern stehen wir bereits im Gespräch“, erklärt Hofbauer auch hier. Auch für die ehemaligen Räumlichkeiten von Wein & Co, die ebenfalls leer stehen, gebe es laut dem Centermanager Interessenten. Mit den momentanen Kundenfrequenzen nach der Corona-Krise zeigt sich Hofbauer „sehr zufrieden“: „Mittlerweile sind wir wieder auf dem Stand vom Vorjahr, in manchen Bereichen sogar darüber.“ (5min.at 29.7.20)

FMZ-Projekt in Pinkafeld vor Baubehörde

Die MID Bau GmbH will an der Wiener Straße in Pinkafeld eine Fachmarktzeile errichten. Geplant sind vier Geschäftseinheiten: Kik (700 m²), Tedi (750 m²), NKD (350 m²) sowie eine vierte Fläche mit 700 m², vorzugsweise für das Sortiment Möbel. Über 460 Menschen haben eine Petition der Grünen unterzeichnet, die sich gegen den Neubau richtet. Auch ÖVP und Neos stehen den Plänen ablehnend gegenüber und kritisieren den bloßen Umzug vorhandener Geschäfte an den Stadtrand und die daraus folgende Ausdünnung der Innenstadt. Für SPÖ-Bürgermeister Kurt Maczek ist das Projekt fix: „Die Flächen wurden bereits umgewidmet, nun liegt das Projekt bei der Baubehörde.“ (meinbezirk.at 25.7., bvz.at 30.7.20)



Union Investment erwirbt weiteren Hatric-Bauteil

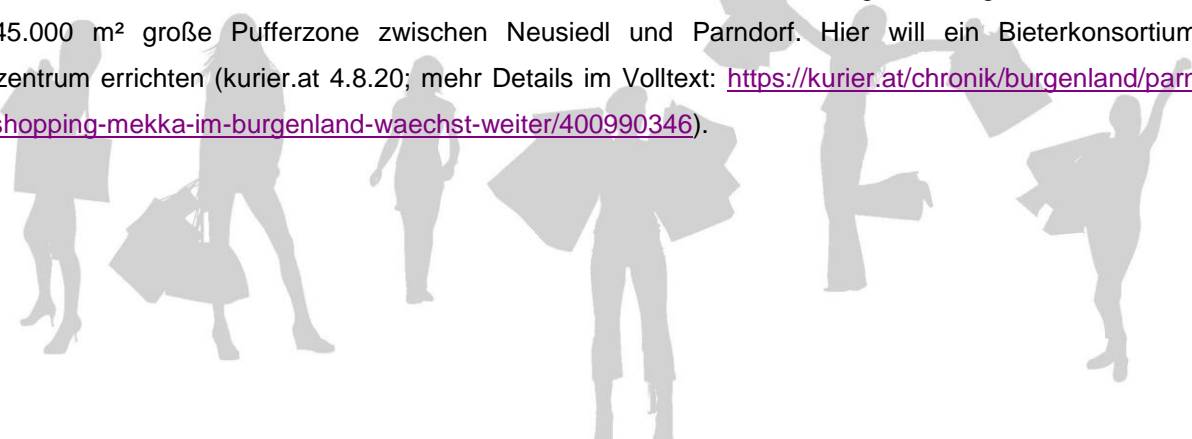
Das Fachmarktzentrum Hatric Q2 in Hartberg wechselt seinen Besitzer. Nachdem Union Investment mit Fertigstellung 2017 bereits die beiden Bauabschnitte Hatric Q3 und Q4 von der Rutter Immobilien Gruppe erwarb, sicherte sich der Hamburger Immobilien-Investmentmanager nun auch das bereits 2005 eröffnete Bestandsgebäude mit rund 6.800 m² Mietfläche. Verkäufer ist ebenfalls die Rutter-Gruppe. Der Ankauf erfolgt für den Offenen Immobilien-Publikumsfonds immofonds 1, der ausschließlich in Österreich vertrieben wird. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Der Bauabschnitt Hatric Q2 besteht aus einem Merkur-Lebensmittelmarkt, welcher derzeit auf rund 3.460 m² erweitert wird, und einer Fachmarktzeile mit rund 3.330 m² und ist zu 100 % vermietet (deal-magazin.com 3.8.20).

Drei neue Mode-Shops im Wiener SCN

Christian Leitner eröffnet als Franchisenehmer drei neue Fashion-Stores im Wiener Shopping Center Nord. Eine Österreich-Premiere war die Eröffnung der ersten Shop-Fläche der italienischen Sportbekleidungs-Marke Champion mit rund 250 m² Ende Juli. Am 16. September folgt ein Geschäft der Marke s.Oliver mit rund 380 m². Für 30. September ist außerdem ein neuer Store der Marke Betty Barclay angekündigt. Die Christian Leitner Retail Group GmbH (zuvor Agendo GmbH) betreibt seit einigen Jahren mehrere Monobrandstores von Mainstream-Modemarken wie s.Oliver, Comma, Esprit und Street One, vornehmlich in Einkaufszentren im Wiener Raum (textilzeitung.at 3.8.20, scn.at ohne Datum).

Parndorfer Frunpark verzögert sich

Anlässlich der Eröffnung des neuen Ibis-Hotels (*siehe weiter unten; Anm.*) bringt der „Kurier“ eine aktuelle Reportage über den Handelsstandort Parndorf. „Im Outlet-Center ist man schon fast wieder auf den Zahlen des Vorjahres. Die asiatischen Kunden fehlen natürlich, aber das wird anscheinend durch die Kauflust nach der Corona-Sperre kompensiert“, berichtet Bürgermeister Wolfgang Kovacs. Neben den Pado Galerien stünde auch ein Fitnesscenter kurz vor der Fertigstellung. Verzögerungen gebe es hingegen beim Frunpark, wo nach fast einem Jahr Stillstand mittlerweile Gebäude errichtet wurden, sowie beim geplanten Outdoor Center, das sich vor allem an Wanderer, Bergsteiger und Jagdfreunde richten will. In beiden Fällen ist eine Eröffnung nicht vor dem kommenden Jahr zu erwarten. „Gebaut wird außerdem vor dem Pannonia-Tower, wo unter anderem ein „Kentucky Fried Chicken“-Lokal geplant ist. Und wir haben ein weiteres Grundstück parzelliert, auf dem sich Kleinbetriebe ansiedeln können“, erzählt Kovacs. Von Ackerland in Betriebsgebiet umgewidmet wurde indes die 45.000 m² große Pufferzone zwischen Neusiedl und Parndorf. Hier will ein Bieterkonsortium ein Bürozentrum errichten (kurier.at 4.8.20; mehr Details im Volltext: <https://kurier.at/chronik/burgenland/parndorf-das-shopping-mekka-im-burgenland-waechst-weiter/400990346>).



Leobener Star Center wird aufgewertet

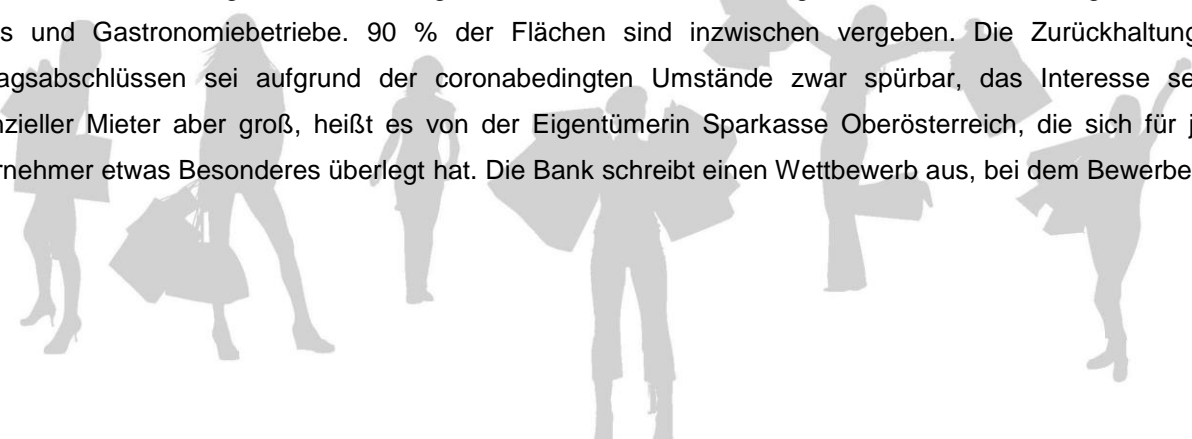
Am Areal des Star Centers im Leobener Stadtteil Leitendorf tut sich einiges, berichtet Harald Wagner vom Unternehmen Krammer & Wagner, das ist für Projektentwicklung, Vermarktung und Vermietung des Centers verantwortlich ist. Tedi übersiedelt auf 1.000 m² ins Kinogebäude. Das Objekt der ehemaligen Disco wird mit dem Nebengebäude verbunden, der bisherige Durchgang wird baulich geschlossen. Im Untergeschoß siedelt sich Kik mit 1.300 m² Verkaufsfläche an, die Eröffnung soll noch heuer stattfinden. Die beiden Obergeschosse bieten Platz für ein Fitnessstudio der Kette Clever fit. „Ich hoffe, wir schaffen die Fertigstellung noch in diesem Jahr, ansonsten ist es Anfang 2021 so weit“, sagt Wagner. Von Nacht- und Musiklokalen werde man sich im Star Center verabschieden. Das ist der Nachbarschaft geschuldet, denn auf dem Areal der ehemaligen Oberlandhalle entstehen 142 Wohnungen. Die Besitzer des Star Centers investieren rund 5 Mio. €, dazu kommen die Investitionskosten der jeweiligen Pächter. So wird derzeit auch das Cineplexx-Kino komplett modernisiert. Die Wiedereröffnung ist für Mitte Oktober geplant. Während sich das Kino auf den 1. Stock konzentriert, wird die Gastronomie im Erdgeschoss komplett umgestaltet und dank eines neuen Vordachs um eine großzügige Terrassenfläche erweitert, die auch in der kalten Jahreszeit bespielt werden kann (meinbezirk.at 11.8.20).

Markus Gratz ist neuer Centermanager im Designer Outlet Salzburg

Markus Gratz hat mit 1. März die Funktion des Centermanagers im McArthurGlen Designer Outlet Salzburg übernommen. Der 48-Jährige ist seit 2014 im Team von McArthurGlen und war bisher als Deputy Center Manager im Designer Outlet Roermond, dem größten Center der McArthurGlen-Gruppe, in den Niederlanden tätig (MA McArthurGlen 11.8.20).

Linzer Arkade wird „Linzerie“

Die Linzer Arkade wird seit 2019 komplett neu gestaltet – und erhält zur Wiedereröffnung im März 2021 auch einen neuen Namen: Linzerie. „Manufaktur, Kultur und Genuss“ lautet das Motto des „neuen“ Einkaufszentrums in der Linzer Innenstadt. Auf der Baustelle wird derzeit auf Hochtouren gearbeitet, um nach coronabedingten Verzögerungen im Zeitplan zu bleiben. Und der halte, so die Verantwortlichen. Ebenso die veranschlagten Investitionskosten von 25 Mio. €. Mit Produkten aus der Region und eigentümergeführten Boutiquen soll das Center vom Mainstream abweichen. Obwohl nichts zugebaut wird, wird das Einkaufszentrum durch gefinkelte Planung von 5.000 auf 7.000 m² vergrößert und bietet künftig Platz für 35 Shops und Gastronomiebetriebe. 90 % der Flächen sind inzwischen vergeben. Die Zurückhaltung bei Vertragsabschlüssen sei aufgrund der coronabedingten Umstände zwar spürbar, das Interesse seitens potenzieller Mieter aber groß, heißt es von der Eigentümerin Sparkasse Oberösterreich, die sich für junge Unternehmer etwas Besonderes überlegt hat. Die Bank schreibt einen Wettbewerb aus, bei dem Bewerber ihre



Ideen für einen Store oder eine Gastro-Fläche einreichen können. Für das beste Konzept gibt es eine mietfreie Fläche für ein ganzes Jahr (orf.at, meinbezirk.at 19.8.20; mehr Details und Visualisierungen im Volltext: https://www.meinbezirk.at/linz/c-lokales/aus-der-arkade-wird-die-linzerie_a4197540 sowie auf www.linzerie.at).

Rutter bestätigt Pläne für FMZ neben EO

Dass neben dem Einkaufszentrum EO in Oberwart ein weiteres Center gebaut werden soll, ist seit Jahren im Gespräch. Der Gemeinderat beschloss bereits 2018 einstimmig die Umwidmung der rund fünf Hektar großen Flächen in Bauland-Betriebsgebiet. Eine weitere Fläche in diesem Gebiet mit rund 1,7 Hektar wurde bereits 2016 umgewidmet. Seither zogen sich Grundstücksablösen und Genehmigungsverfahren. Errichtet wird das neue Zentrum von der Rutter Immobilien Gruppe, die auch das EO gebaut hat. Geschäftsführer Stefan Rutter: „Ich kann bestätigen, dass wir dabei sind in Oberwart ein weiteres Projekt am Standort vis-a-vis zu entwickeln.“ Ein mögliches Datum für einen Baubeginn sei, so Rutter, noch nicht bekannt, „weil die Verfahren noch nicht endgültig abgeschlossen sind“. In den nächsten Wochen und Monaten werde es, so Rutter, aber mehr zu präsentieren geben (bvz.at 20.8.20).

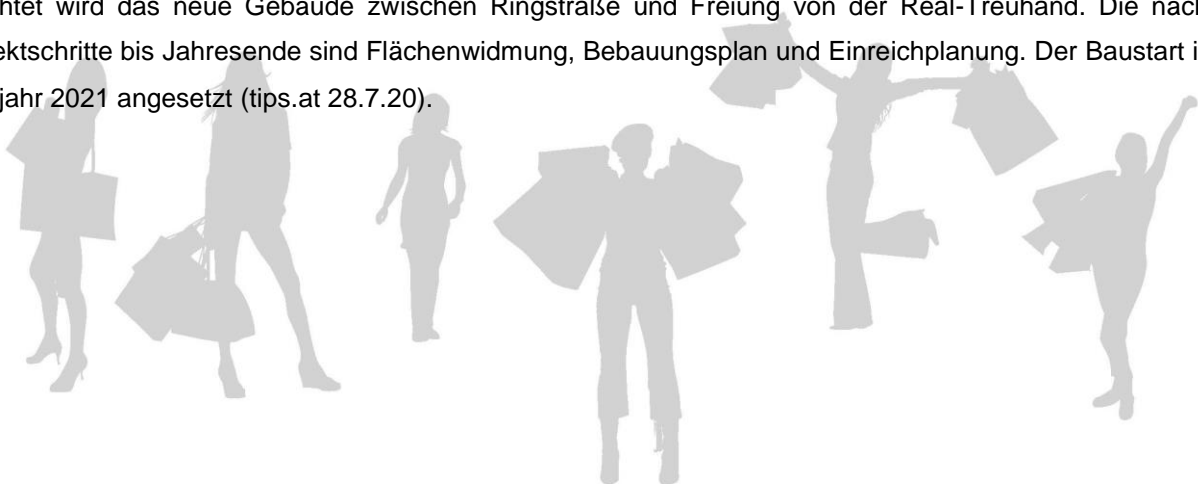
Stadt & Handel

Roth in Hartberg: Von der City ins Fachmarktzentrum

Der südoststeirische Platzhirsch Roth gibt sein Modehaus in der Innenstadt von Hartberg auf und übersiedelt ins Fachmarktzentrum Hatric. Das Modehaus wird in der ehemaligen Vögele-Filiale 900 m² belegen, die Eröffnung ist für 3. September geplant. Die zugehörige Boutique R2 zieht in den ebenfalls leerstehenden vormaligen Colosseum-Store im Hatric und soll Anfang Oktober eröffnen. Der ebenfalls von Mode von Roth betriebene Franchisestore der Marke Street One bleibt bis auf weiteres in der Fußgängerzone. Grund für die Übersiedlung ist laut Firmenchef Rainer Rauch die von Jahr zu Jahr abnehmende Frequenz in der Innenstadt (textilzeitung.at 27.7.20).

Architekturwettbewerb für Ex-Betten-Reiter in Wels entschieden

Auf dem ehemaligen Betten-Reiter-Areal in Wels soll ein mehrgeschossiges Wohn- und Geschäftsgebäude entstehen. Das Linzer Architekturbüro Urmann-Radler konnte sich beim Architekturwettbewerb durchsetzen. Errichtet wird das neue Gebäude zwischen Ringstraße und Freieung von der Real-Treuhand. Die nächsten Projektschritte bis Jahresende sind Flächenwidmung, Bebauungsplan und Einreichplanung. Der Baustart ist für Frühjahr 2021 angesetzt (tips.at 28.7.20).



Neue „Gesundheitswelt“ für Wiener Neustadt

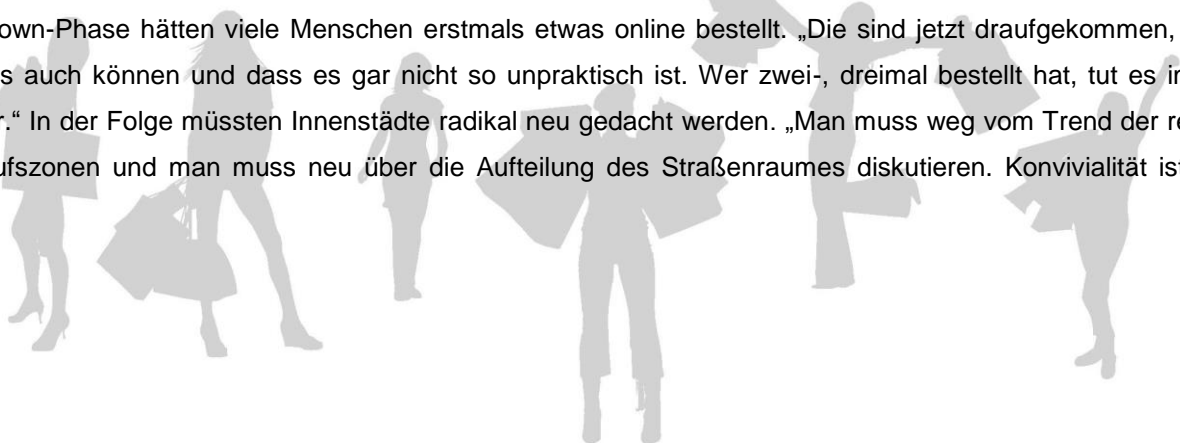
In der Wiener Neustädter Nova City entsteht bis 2023 eine „Gesundheitswelt“. Geboten werden sollen in der privaten Einrichtung auf einer Gesamtfläche von 17.000 m² neben dem medizinischen Schwerpunktbereich mit 8.500 m² ein Hotel, mehrere Gastronomiebetriebe und Shops, ein Konferenz- und Seminarzentrum sowie ein Kindergarten. Die Projektkosten belaufen sich einer Aussendung zufolge in der ersten Ausbaustufe auf 65 Mio. €. Die Baugenehmigung seitens der Stadt Wiener Neustadt liegt vor. Entstehen soll es unweit des Neubaus des Landeskrankenhauses. Die „Gesundheitswelt“ bringe Wiener Neustadt „touristisch, medizinisch und infrastrukturell einen riesengroßen Schritt in eine erfolgreiche Zukunft“, befand Bürgermeister Klaus Schneeberger (ÖVP). Umgesetzt wird das Projekt durch die Wohngut Development GmbH & Co KG (MA EcoPlus, noen.at 31.7.20).

Das „Landpaket“: Neue Kooperation zur Belebung des ländlichen Raums

Die Ausdünnung der Infrastruktur im ländlichen Raum hat in den letzten Jahrzehnten stark zugenommen und stellt Gemeinden vor immer größere Herausforderungen. Mit der Initiative „Landpaket“ möchten Landwirtschaftsministerium, Gemeindebund sowie 15 weitere Einrichtungen und Handelsunternehmen dieser Entwicklung entgegenwirken. In rund 100 Gemeinden, die zurzeit über keinen Nahversorger verfügen, soll durch das Landpaket eine Versorgung mit den Grundsäulen Lebensmittelhandel, Post und Finanzdienstleistungen sichergestellt werden. Weitere Partner, etwa Direktvermarkter, Putzereien oder Kaffeehäuser, können das Leistungsportfolio punktuell ergänzen. Damit soll beispielsweise selbstständigen Kaufleuten ein neues Geschäftsmodell angeboten werden. „Mit gebündelter und geballter Kraft schaffen wir gemeinsam rentable Standorte in den österreichischen Gemeinden“, so Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbands. „Das ist eine große Chance, um den ländlichen Raum lebendiger zu machen, die Lebensqualität zu steigern und Arbeitsplätze nachhaltig abzusichern“, ergänzt Handelsverbands-Präsident Stephan Mayer-Heinisch. Erste Pilotgemeinde ist Hannersdorf im Burgenland (MA Handelsverband 24.7., meinbezirk.at 1.8.20; weitere Informationen zum Pilotstandort: https://www.meinbezirk.at/oberwart/c-lokales/hannersdorf-wird-erste-pilotgemeinde_a4170966; und ergänzend: <https://kurier.at/wirtschaft/gesucht-nahversorger-um-landflucht-zu-stoppen/400981397>).

Experte: „Corona hat die Krise von Innenstädten beschleunigt“

Alain Thierstein, Professor für Stadtentwicklung, plädiert für ein neues Denken in Innenstädten. In der Lockdown-Phase hätten viele Menschen erstmals etwas online bestellt. „Die sind jetzt draufgekommen, dass sie das auch können und dass es gar nicht so unpraktisch ist. Wer zwei-, dreimal bestellt hat, tut es immer wieder.“ In der Folge müssten Innenstädte radikal neu gedacht werden. „Man muss weg vom Trend der reinen Einkaufszonen und man muss neu über die Aufteilung des Straßenraumes diskutieren. Konvivialität ist das



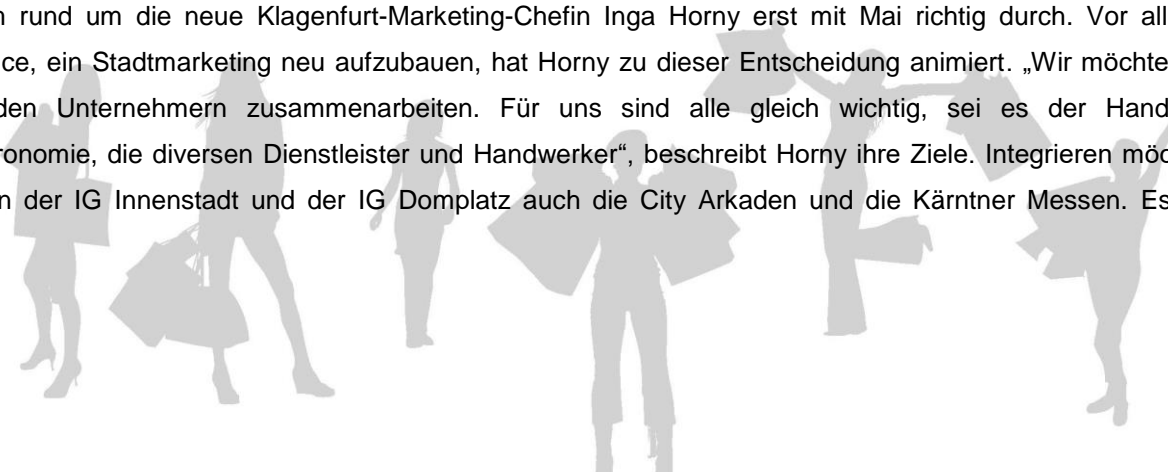
Schlagwort, damit mehr Lebensfreude in die Innenstädte kommt.“ Man gehe in die Stadt, weil man sehen und gesehen werden will. „In den letzten hundert Jahren haben wir alles auf das Auto fokussiert. Fürs Einkaufen müssen die Menschen heute aber nicht mehr in die Stadt gehen. Deshalb braucht es eine Umstrukturierung. Es geht um Orte zum Verweilen, um sich zu erholen, zu flanieren, zu schauen. Eine Stadt ist ein Ort der geplanten und ungeplanten Begegnungen, es braucht ein Wohlfühlen, dass man hingehet. Und dass dann einige davon nebenbei einkaufen und konsumieren, ergibt sich von selbst.“ (tt.com 2.8.20; das ganze Interview: <https://www.tt.com/artikel/17187225/alain-thierstein-corona-hat-die-krise-von-innenstaedten-beschleunigt>).

Hebein legt Detailplan für „autofreie“ Wiener City vor

Seit Monaten wird in Wien über eine „autofreie Innenstadt“ diskutiert. Jetzt legte die grüne Verkehrsstadträtin Birgit Hebein ihren Entwurf vor. In dem Papier bleiben von fast 30 angedachten Einfahrtsausnahmen noch 16 übrig. Prinzipiell ist die Einfahrt in das historische Zentrum nur mehr Anrainern, die über ein Auto samt Parkpickerl verfügen, gestattet. Jedoch können auch Personen, die nicht dort wohnen, unter bestimmten Voraussetzungen motorisiert in die City kommen. So sollen neben Taxis und Einsatzfahrzeugen auch Firmen mit Betriebsstandort und Beschäftigte, die in den Nachtstunden tätig sind, eine Erlaubnis erhalten. Die Reduktion der Autos in der Innenstadt würde nicht nur Luft und Platz für die Menschen bringen, sondern auch frischen Wind für die Wirtschaft, zeigte sich die Vizebürgermeisterin überzeugt: „In Madrid hat die autofreie City die Verkaufszahlen im Handel im Vergleich zum Vorjahr um 10 % angekurbelt. In Ljubljana ist die Zahl der Nächtigungen um 160 % gestiegen, seit die City für die Menschen geöffnet und für die Autos geschlossen wurde.“ Wann und ob das viel diskutierte Projekt startet, ist offen. Die Verordnung muss noch von den Juristen im Rathaus geprüft werden. Bürgermeister Michael Ludwig ließ offen, ob er dem neuen Verkehrskonzept zustimmen wird. Er werde den Verordnungsentwurf nun prüfen und Gespräche vor allem mit der Wirtschaft führen. Vom Bezirksvorsteher der Inneren Stadt, Markus Figl, kam Kritik am Entwurf. Man solle sich mehr Zeit nehmen, um eine optimale und exekutierbare Lösung zu finden, forderte er (orf.at 11.8.20; mehr Details im Volltext: <https://wien.orf.at/stories/3061776/>; weitere Details zu den geplanten Ausnahmeregelungen: <https://kurier.at/chronik/wien/fahrverbot-in-der-wiener-city-wer-noch-rein-darf-und-wer-nicht/400998854>).

Klagenfurt-Marketing auf neuen Beinen

Seit 1. Jänner 2020 weht ein frischer Wind im Klagenfurter Stadtmarketing. Bedingt durch Corona startete das Team rund um die neue Klagenfurt-Marketing-Chefin Inga Horny erst mit Mai richtig durch. Vor allem die Chance, ein Stadtmarketing neu aufzubauen, hat Horny zu dieser Entscheidung animiert. „Wir möchten mehr mit den Unternehmern zusammenarbeiten. Für uns sind alle gleich wichtig, sei es der Handel, die Gastronomie, die diversen Dienstleister und Handwerker“, beschreibt Horny ihre Ziele. Integrieren möchte sie neben der IG Innenstadt und der IG Domplatz auch die City Arkaden und die Kärntner Messen. Es hat in



Klagenfurt immer wieder Stadtmarketingorganisationen gegeben, in den letzten Jahren war das Marketing jedoch in eine Abteilung der Stadt eingegliedert. Nun wurde das Stadtmarketing wieder herausgelöst. Die Stadt ist nun mit 45 % an der Klagenfurt Marketing GmbH beteiligt und wird daher bei Entscheidungen mit eingebunden. „Das Spannendste überhaupt ist die Zusammenarbeit mit der Tourismusregion“, schwärmt Horny. „Wir arbeiten als Organisationen nicht nur inhaltlich, sondern auch räumlich zusammen und erarbeiten gemeinsame Projekte wie zum Beispiel unsere Website oder das Content-Marketing.“ Ein weiteres wichtiges Ziel sei das „Sichtbarmachen der Besonderheiten der Stadt“: „Klagenfurt hat mehr zu bieten als sogar die Einheimischen wissen.“ (5min 15.8.20).

Lidl und Action neu in Wiener Favoritenstraße

Eine kürzlich aufgestellte Tafel gibt nun Aufschluss darüber, wer demnächst in den zurzeit entstehenden Neubau in der Wiener Favoritenstraße Ecke Landgutgasse einziehen wird. Die im Erdgeschoß befindlichen Retailflächen des mehrgeschoßigen Wohnbaus hat sich Lidl gesichert. Der Markt schräg gegenüber des ehemaligen Tlapa-Hauses, das derzeit ebenfalls komplett neu gebaut wird, soll 2021 eröffnen. Lidl war bis vor kurzem etwas weiter stadtauswärts, in der Favoritenstraße 179 – 181, vertreten. Diese Filiale wird derzeit umgebaut, für 17. September 2020 ist die Eröffnung des Non-Food-Discounters Action angekündigt (cash.at 18.8.20; mehr Informationen und Bilder zum Neubau: https://www.meinbezirk.at/favoriten/c-lokales/neues-haus-an-der-fussgaengerzone_a3189525).

Immobilien & Entwickler

Merkur will nach Vöcklabruck

Der Lebensmittelmarkt Merkur will nach Vöcklabruck – auf ein Grundstück an der B145, das in Geschäftsgebiet umgewidmet werden soll, damit der Markt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 m² entstehen kann. Die bestehende Kreuzung mit der Max-Planck-Straße würde durch einen zusätzlichen Ast ausgebaut werden. Die Grünen kritisieren die geplante Umwidmung. „Diese widerspricht klar der neuen Novelle zum Raumordnungsgesetz, die derzeit im Landtag verhandelt wird“, so Umweltstadträtin Sonja Pickhardt-Kröpfel. „Erstens, weil laut Novelle keine eingeschößigen Geschäftsbauten mehr genehmigt werden, zweitens, weil maximal die Hälfte der Parkplätze oberirdisch sein darf, und drittens, weil es auch für die Mitarbeiter-Parkplätze eine Geschäftswidmung braucht.“ Für den geplanten Bau liege derzeit noch kein Entwurf vor, daher könne man in diesem Stadium noch nicht sagen, ob der Bau eingeschößig ausgeführt werde oder nicht, entgegnet Bürgermeister Herbert Brunsteiner (VP) (nachrichten.at 18.5.20).



Ibis Styles in Parndorf hat eröffnet

In Parndorf hat Ende Juli ein neues Hotel der Accor-Marke ibis Styles eröffnet. Das Economy-Hotel befindet sich direkt neben dem größten Designer-Outlet Mitteleuropas. Als Betreiber fungiert die Tristar GmbH, die als Franchisenehmer in Österreich bereits das Ibis Styles in Klagenfurt führt. Das Hotel verfügt über 136 Zimmer und drei modern ausgestattete Tagungsräume für bis zu 115 Personen (deal-magazin.com 31.7.20).

Österreich ist weiter Europameister im Flächenverbrauch

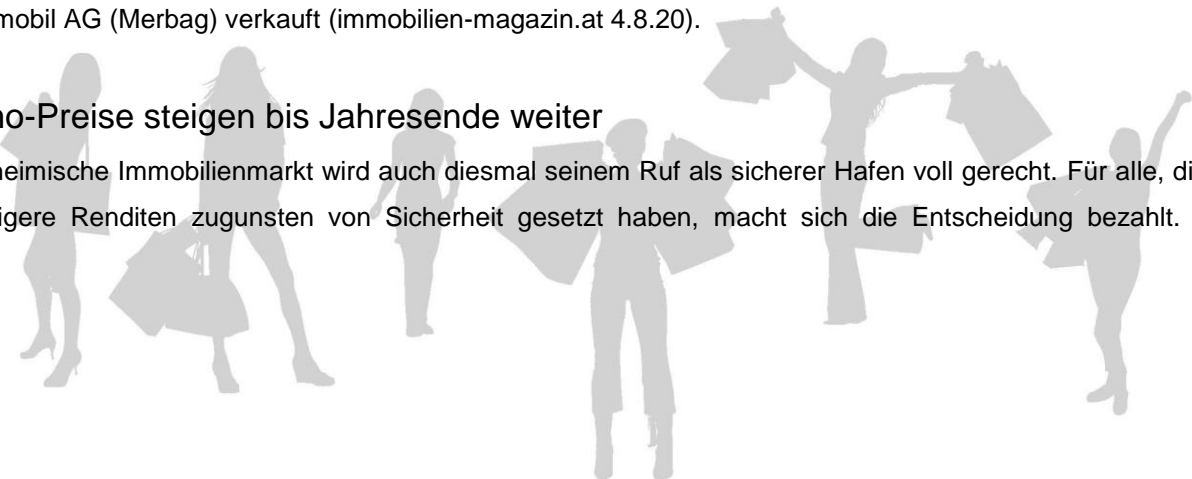
Franz Essl ist Biologe an der Universität Wien und hat vor Kurzem im Auftrag des Umweltbundesamtes eine Studie zum Flächenverbrauch in Österreich erstellt. Das Ergebnis: Pro Tag werden mehr als 13,5 Hektar an Grünflächen verbaut. Das macht unser Land zum klaren Europameister. Der Flächenverbrauch – vor allem für Wohnraum, Industrie und Verkehr – steigt aktuell viel stärker als die Einwohnerzahl. Als Antreiber dieser Entwicklung nennt der Experte die „konzeptlose Raumplanung“, deren Verantwortlichkeit hierzulande bei den Gemeinden liegt. Diese würden sich einem Wettkampf um Wachstum und Einnahmen hingeben, wie Essl erklärt. „Österreich hat pro Kopf die größte Einkaufszentrumsfläche in ganz Europa“, behauptet der Studienautor. Einkaufszentren außerhalb der Ortszentren erzwingen wiederum motorisierten Individualverkehr. 50 % der Fläche jedes Einkaufszentrums werden für Parkplätze gebraucht. Dazu kommt das mangelnde Flächenrecycling: Ehemals genutzte Flächen bleiben leer stehen, es wird lieber woanders gebaut – was möglich ist, weil Boden zu billig ist (leadersnet.at 2.8.20).

JP Immobilien kauft Wiesenthal-Standort für 20,3 Mio. Euro

JP Immobilien hat den Standort von Mercedes Wiesenthal in der Wiedner Hauptstraße 52 laut Kaufvertrag für 20,3 Mio. € gekauft. Wie Daniel Jelitzka, geschäftsführender Gesellschafter des Immobilienunternehmens, bestätigt, ist auf der 5.665 m² großen Liegenschaft gewerbliches Wohnen geplant. Optionen seien neben einem Budgethotel von Ibis Serviced Apartments sowie Co-Living. Das historische Bestandsgebäude soll dabei hochwertig revitalisiert werden. Jelitzka: „Wie genau der Nutzungsmix aussehen wird, steht erst im Laufe des Herbstes fest. Es handelt sich jedoch um ein Objekt in absoluter Top-Lage.“ Die Immobilie an der Wiedner Hauptstraße befindet sich direkt an der Haltestelle der Straßenbahnlinien 1 und 62 sowie der Wiener Lokalbahnen und ist fünf Gehminuten von der U1-Station Taubstummengasse entfernt. Ende des vergangenen Jahres hatte Mercedes Wiesenthal sein Österreich-Geschäft an den Schweizer Autohändler Mercedes Benz Automobil AG (Merbag) verkauft (immobilien-magazin.at 4.8.20).

Immo-Preise steigen bis Jahresende weiter

Der heimische Immobilienmarkt wird auch diesmal seinem Ruf als sicherer Hafen voll gerecht. Für alle, die auf niedrigere Renditen zugunsten von Sicherheit gesetzt haben, macht sich die Entscheidung bezahlt. Zwar



steigen derzeit die Renditen für Retail- und Hotelimmobilien erwartungsgemäß, aber alle anderen Assetklassen – vor allem Büro, Wohnen und Logistik – werden nach einer Markteinschätzung von CBRE bis Jahresende sogar noch teurer. Im ersten Halbjahr 2020 haben sich Immobilieninvestments aufgrund des Lockdowns verzögert oder verschoben, im Mai wurde die Tätigkeit – getrieben durch die Nachfrage nach sicheren Anlageoptionen – wieder aufgenommen, sodass das zweite Halbjahr voraussichtlich wieder stärker ausfallen wird. „Österreich gilt nach wie vor als sicherer Hafen für Immobilieninvestments. Das zeigt der hohe Anteil – 71 % – an ausländischen Investoren bisher und auch der vergleichsweise geringe Rückgang beim Investmentvolumen von ca. 16 % im zweiten Quartal gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019. Auch die Befürchtungen, die Krise könnte sich massiv auf das Preisgefüge bzw. die Renditen auswirken, haben sich nur teilweise bewahrheitet“, so Andreas Ridder von CBRE (immoflash.at 11.8.20).

Immofinanz: Katrin Gögele-Celeda wird Country Managerin für Österreich

Katrin Gögele-Celeda übernimmt mit August 2020 die Rolle der Country Managerin Operations Österreich. In ihrer neuen Rolle verantwortet sie das operative Geschäft der Immofinanz vor Ort. Dabei ist sie maßgeblich für Vermietungsstrategien, Asset Management und Property Management zuständig und wird das österreichische Geschäft weiter vorantrieben. Ein besonderer Fokus wird dabei auf der Büromarke Myhive liegen, dessen Neuerungen sie tatkräftig am Markt platzieren wird. „Katrin Gögele-Celeda hat bereits in den vergangenen Jahren viel zu unserem Erfolg in Österreich beigetragen und bewiesen, dass sie die richtige Besetzung für diese Position ist“, kommentiert COO Dietmar Reindl (boerse-social.com 17.8.20).

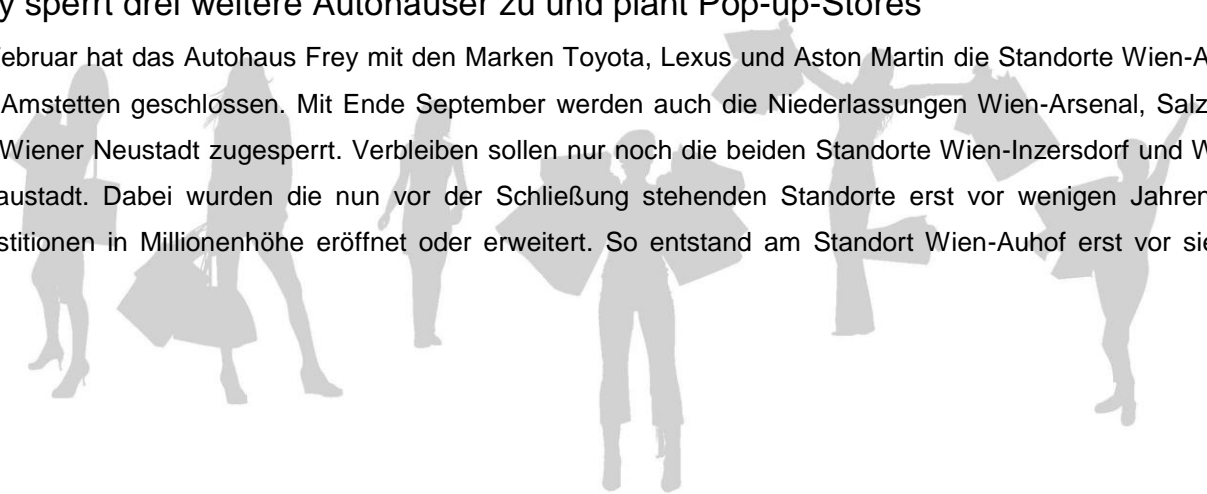
Marken

Merkur eröffnet im November im Taborland

Nun wurde offiziell, was die Spatzen schon länger von den Dächern piffen: Merkur zieht ins Taborland in Steyr, das unter den Fittichen von Stefan Rutter und Christian Harisch komplett abgerissen wurde und derzeit neu errichtet wird. Die Eröffnung des Taborlands ist für November geplant. Merkur zieht mit einem Geschäft samt Restaurant ein. Bereits am 23. Juli feierte das Unternehmen das Comeback in der Poschacherstraße in Linz. Dort wurde nach Totalumbau neu eröffnet. Die Geschäftsfläche wurde etwas verkleinert (krone.at 25.6.20).

Frey sperrt drei weitere Autohäuser zu und plant Pop-up-Stores

Im Februar hat das Autohaus Frey mit den Marken Toyota, Lexus und Aston Martin die Standorte Wien-Auhof und Amstetten geschlossen. Mit Ende September werden auch die Niederlassungen Wien-Arsenal, Salzburg und Wiener Neustadt zugesperrt. Verbleiben sollen nur noch die beiden Standorte Wien-Inzersdorf und Wien-Donaustadt. Dabei wurden die nun vor der Schließung stehenden Standorte erst vor wenigen Jahren mit Investitionen in Millionenhöhe eröffnet oder erweitert. So entstand am Standort Wien-Auhof erst vor sieben



Jahren ein 400 m² großer Werkstättenbetrieb. Der Standort nahe Amstetten mit den Marken Toyota und Lexus wurde 2012 eröffnet. Am Wiener Arsenal wurde vor wenigen Jahren ein Aston-Martin-Schauraum mit allen Schikanen eröffnet. Das 2010 eröffnete Autohaus in Salzburg war ein besonderes Prestigeobjekt, es wurde damals als das „Grünste Autohaus Europas“ präsentiert. Im vergangenen Jahr verlor Toyota Frey das seit 1971 bestehende Toyota-Import-Geschäft, über das 100 Händler beliefert wurden. Für das Autohaus als Vertriebsweg sieht Anja Frey-Winkelbauer, geschäftsführende Gesellschafterin der Frey Holding, nur noch eingeschränktes Potential. „Von vier Kunden kommt nur noch einer ins Autohaus. Die anderen drei informieren sich im Netz.“ Ihr neues Vertriebskonzept sieht vor, dass die Autos vor allem dort präsentiert werden, wo die Menschen sich auch tatsächlich aufhalten, also in belebten Innenstadtstandorten oder beispielsweise auf Stadtfesten. Um diese zu erreichen, plant sie Pop-up-Stores in Form von verglasten Containern oder direkt bei Unternehmen (trend.at, leadersnet.at 27.7.20; weitere Details im Volltext: <https://www.trend.at/branchen/auto-mobilitaet/autohaus-frey-standorte-11589334>).

Action erhöht auf 58 Filialen

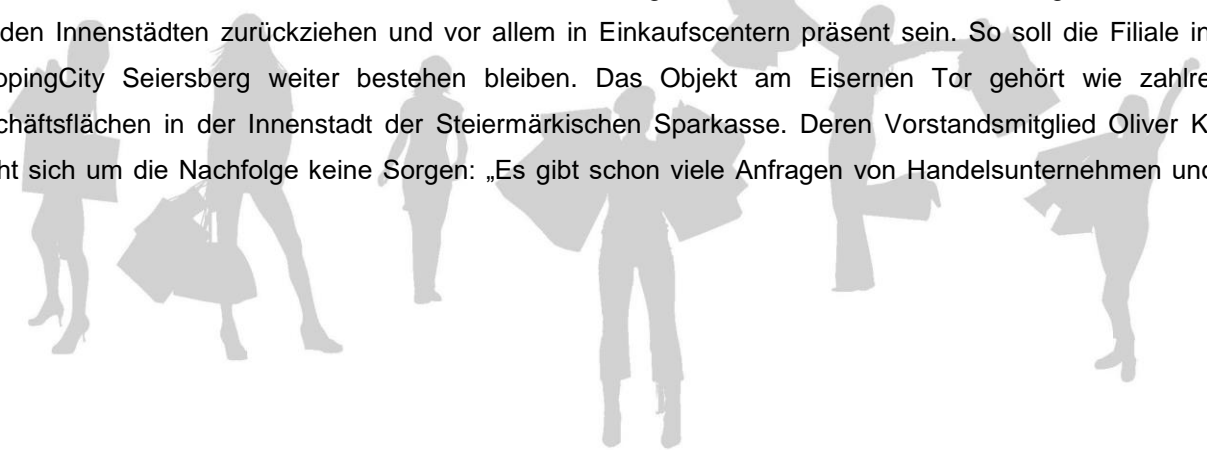
Der Discounter Action baut sein Filialnetz weiter aus. Am 30. Juli wurde die sechste Filiale in Wien in der Sechshauser Straße 45, 1150 Wien, eröffnet. Damit ist Action ab sofort mit 58 Filialen in Österreich präsent. Auch international wächst der Non-Food-Discounter mit über 1.500 Filialen schnell. 2019 betrug der Gesamtnettoumsatz 5,1 Mrd. € (medianet.at 31.7.20).

Bipa und NKD eröffnen in Mank

Am 6. August haben Bipa und NKD neue Filialen in Mank eröffnet. Die Bair Immo GmbH hat auf dem Grundstück in der Wieselburgerstraße 2a 1,3 Mio. € in einen Neubau investiert. „Der Drogeriemarkt steht ganz oben auf der Wunschliste für die Geschäfte im Ort – wir freuen uns, dass Mank als Einkaufsstadt noch attraktiver wird“ so Bürgermeister Martin Leonhardsberger und Stadtmarketing-Obfrau Lisi Steinacher. Der neue Bipa-Markt ist 510 m² groß (stadtlandzeitung.com 4.8.20).

Zara schließt Grazer City-Store

Es sind schwierige Zeiten für den Grazer Innenstadthandel. Zahlreiche Geschäfte haben in den vergangenen Monaten geschlossen. Nun verlässt offenbar auch die spanische Modekette Zara die Grazer Innenstadt. Die Filiale am Eisernen Tor soll mit Jahresende schließen. Angeblich wolle sich die Modekette generell vermehrt aus den Innenstädten zurückziehen und vor allem in Einkaufszentren präsent sein. So soll die Filiale in der ShoppingCity Seiersberg weiter bestehen bleiben. Das Objekt am Eisernen Tor gehört wie zahlreiche Geschäftsflächen in der Innenstadt der Steiermärkischen Sparkasse. Deren Vorstandsmitglied Oliver Kröpf macht sich um die Nachfolge keine Sorgen: „Es gibt schon viele Anfragen von Handelsunternehmen und wir



gehen nicht davon aus, dass die Fläche lange leer steht.“ Teile könnte die Steiermärkische zudem für eine Erweiterung der eigenen Filiale verwenden (krone.at 6. + 8.8.20).

Five Guys startet am Wiener Graben und in Millennium City

Nach Eröffnungen in Städten wie Paris, London und Mailand wird im Herbst 2020 das erste Restaurant von Five Guys in Österreich am Graben 30 in Wien seine Türen öffnen. In der Folge will die US-amerikanische Burgerkette auch in der Wiener Millennium City eine Filiale eröffnen. Geplant ist die Eröffnung für Ende des Jahres, wenn coronabedingt alles nach Plan läuft, sagt eine Sprecherin der Millennium City. Five Guys wurde 1986 im US-Bundesstaat Virginia gegründet, von fünf Brüdern. In Amerika ist die Burgerkette beliebt, weil sie nicht zu teuer ist, aber vergleichsweise gute Qualität bietet. Das Rindfleisch kommt von Familienbetrieben, in jedem Cheeseburger liegen zwei Scheiben Käse (MA Colliers 24.7., kurier.at 10.8.20).

Umsatzstärkster Intersport der Welt für die Mariahilfer Straße

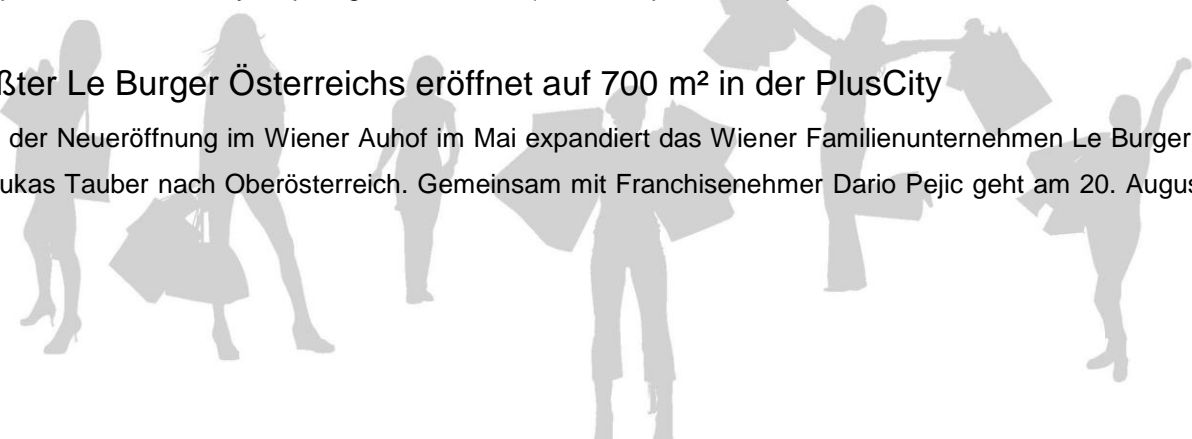
Seit dem Verkauf von Intersport Eybl an Sports Direct 2013 war Intersport nicht mehr auf der Mariahilfer Straße präsent. Nun folgt das Comeback – allerdings nicht wie vormals an der Äußeren Mahü, sondern in absoluter Top-Lage: Mitte März 2021 will Intersport Winninger im ehemaligen H&M-Store an der Adresse Mariahilfer Straße 41 bis 43 (gegenüber von Peek & Cloppenburg) einen neuen Vorzeige-Store eröffnen. Auf über 3.500 m² soll ein Premium-Sportsortiment angeboten werden. Geschäftsführer Roman Winninger spricht vom „besten Sporthaus in der besten Lage mitten in Wien“ und hofft „auf den umsatzstärksten Intersport-Shop weltweit“. Für Winninger ist es der 15. Standort in Österreich (textilzeitung.at 10.8.20).

Runderneuerter Interspar in Bregenz eröffnet

Der von Grund auf erneuerte Interspar-Hypermarkt in Bregenz-Vorkloster hat am 11. August seine Tore geöffnet. Für den Umbau nahm Interspar 19 Mio. € in die Hand. Der Traditionsstandort existiert bereits seit 1976 und wurde zuletzt 2002 modernisiert. Nun wurde der Hypermarkt bei laufendem Betrieb von Grund auf umgebaut und bietet nun 3.250 m² Shopping-Vergnügen. Teile des Konzepts sind die neue Interspar-Market-Kitchen, in der vor den Augen der Gäste Gerichte zum Mitnehmen frisch zubereitet werden, sowie die Interspar-Rezeption als Infopoint für Shopping-Services, Kundenfragen und Verkaufsstelle für Ö-Tickets und Lottoscheine. Das neue Interspar-Restaurant verfügt über 148 Sitzplätze und eine Sonnenterrasse. Als Shoppartner ist der Handyshop Saga mit an Bord (MA Interspar 10.8.20).

Größter Le Burger Österreichs eröffnet auf 700 m² in der PlusCity

Nach der Neueröffnung im Wiener Auhof im Mai expandiert das Wiener Familienunternehmen Le Burger rund um Lukas Tauber nach Oberösterreich. Gemeinsam mit Franchisenehmer Dario Pejic geht am 20. August die



achte und mit 700 m² bisher größte Burgermanufaktur von Le Burger in der PlusCity in Pasching in Betrieb. In der zweistöckigen Burgermanufaktur mit 200 Sitzplätzen bereiten ca. 45 Mitarbeiter die handgemachten „Burgerunikate“ mit 20 verschiedenen regionalen Zutaten, die selbst zusammengestellt werden können, zu. Weitere Filialen gibt es im Wiener Donau Plex, auf der Mariahilfer Straße, der Rotenturmstraße, in Wiener Neustadt, in der SCS sowie in Dubai. Weitere Franchisepartner werden gesucht (MA Le Burger 12.8.20).

XXXLutz/Möbelix in Wolfsberg eröffnet im Herbst

XXXLutz plant die Eröffnung des neuen Möbelhauses in Wolfsberg für Ende Oktober. Die Möbelix-Filiale in Wolfsberg soll bereits Ende September in Betrieb gehen. Über drei Etagen erstreckt sich die Verkaufsfläche von XXXLutz samt dem dazugehörigen Restaurant. Die Verkaufsfläche von Möbelix befindet sich neben dem XXXLutz-Gebäude. Die XXXLutz-Gruppe hat am Standort Wolfsberg rund 16,5 Mio. € investiert. Die Unternehmensgruppe betreibt über 320 Einrichtungshäuser in 13 europäischen Ländern und ist mit einem Jahresumsatz von 5,1 Mrd. € der zweitgrößte Möbelhändler der Welt (MA XXXLutz 13.8.20).

CCC schließt im Tenorio

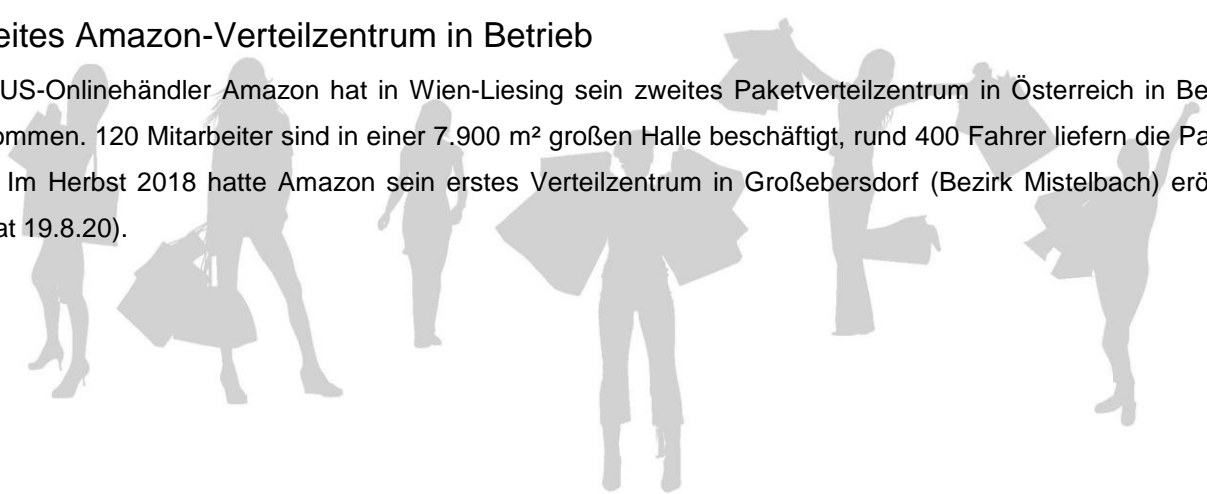
CCC schließt am 22. August sein Schuhgeschäft im Tenorio und zieht sich damit aus Wolfsberg zurück. Der Nachmieter soll in 14 Tagen bekannt gegeben werden. Das Geschäft hatte erst im November 2017 eröffnet (kleinezeitung.at 13.8.20).

Ikea: „Die Woche nach dem Lockdown war die beste aller Zeiten“

Die Woche nach dem Lockdown Anfang Mai sei die beste aller Zeiten in Österreich gewesen, berichtet Ikea-Österreich-Chef Alpaslan Deliloglu. Das Onlinegeschäft der Möbelkette sei während des Lockdowns enorm gestiegen. Der Umsatzausfall konnte inzwischen aufgeholt werden. Es sei nicht notwendig gewesen, Staatshilfen in Anspruch zu nehmen. Die anfangs angemeldete Kurzarbeit habe man wieder zurückgezogen und alle Mitarbeiter hätten im Nachhinein 100 % ihres Gehalts ausbezahlt sowie Urlaub rückerstattet bekommen, wenn sie in dieser Zeit welchen genommen hatten. In Österreich gibt es sieben Möbelhäuser sowie einen Kompaktmarkt in St. Pölten. An neun Standorten befinden sich Abholstationen. Weitere sollen im nächsten Jahr folgen (leadersnet.at, nachrichten.at 18.8.20).

Zweites Amazon-Verteilzentrum in Betrieb

Der US-Onlinehändler Amazon hat in Wien-Liesing sein zweites Paketverteilzentrum in Österreich in Betrieb genommen. 120 Mitarbeiter sind in einer 7.900 m² großen Halle beschäftigt, rund 400 Fahrer liefern die Pakete aus. Im Herbst 2018 hatte Amazon sein erstes Verteilzentrum in Großebersdorf (Bezirk Mistelbach) eröffnet (orf.at 19.8.20).



Billa eröffnet Flagship-Store in Wiener Innenstadt

Billa hat in den Räumlichkeiten des ehemaligen Café Griensteidl in der Wiener City einen neuen Flagship-Store eröffnet. Das Produktangebot des rund 700 m² großen, zweigeschossigen Flagship-Stores ist speziell auf die Zielgruppen Bewohner, in der Nähe Arbeitende und Touristen im ersten Wiener Gemeindebezirk abgestimmt. Erstmals steht auch ein „Concierge-Service“ zur Verfügung. Kunden können hier Informationen einholen, Catering-Bestellungen aufgeben oder ein Zustellservice per Lastenfahrrad bestellen. Der Einkauf wird innerhalb von Wien und sogar bis Klosterneuburg zugestellt. Zudem bietet Billa auch an diesem Standort das Click&Collect-Service an. Der Flagship-Store beheimatet auch das Restaurant Henry. Beim Shop-Design wird auf Vergangenes Bezug genommen: Die Holzvertäfelungen, die Gestaltung der Möbel mit dem Werkstoff Holz, die geschwungene Treppe mit offenem Gelände und Bilder mit Zitaten von Gästen des Café Griensteidl sind Stilelemente, die an die Geschichte des Hauses erinnern sollen (leadersnet.at 20.8.20; mehr Details und Fotos vom Store: <https://www.leadersnet.at/news/45142,billa-eroeffnet-flagship-store-in-wiener-innenstadt.html>).

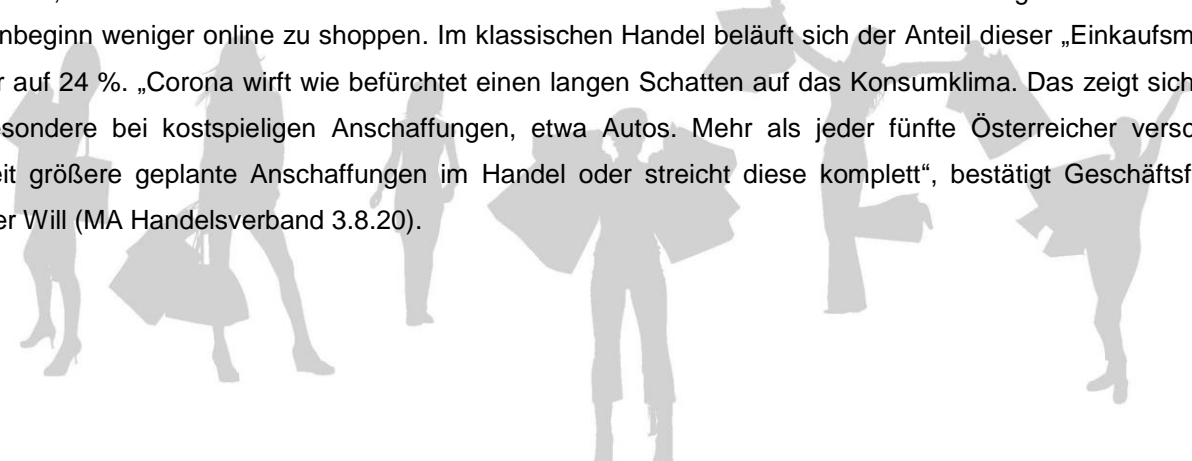
Märkte

Wirtschaft im „Corona-Quartal“ um 12,8 % eingebrochen

Die Maßnahmen gegen die Coronavirus-Pandemie haben Österreichs Wirtschaft im zweiten Quartal um 12,8 % gegenüber dem Vorjahr einbrechen lassen, hat das WIFO berechnet. Ein Rückgang dieser Größenordnung ist einzigartig seit dem Zweiten Weltkrieg. Besonders die Konsumnachfrage habe mit einem „massiven Ausfall“ zu kämpfen, aber auch Industrie und Exportnachfrage seien im Gleichklang mit dem internationalen Umfeld eingebrochen. Im zweiten Quartal sei die Wertschöpfung in den Bereichen Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kfz, Verkehr, Beherbergung und Gastronomie um 27,8 % gegenüber dem Vorjahr abgesackt. Mit Wertschöpfungseinbußen von 32,0 % waren die Bereiche Sport-, Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen sowie persönliche Dienstleistungen ebenso stark betroffen (orf.at 30.7.20; mehr Details im Volltext: <https://orf.at/stories/3175552/>).

Jeder Vierte kauft verstärkt online, jeder Fünfte verschiebt Ausgaben

Welche Auswirkungen Covid-19 auf das Kaufverhalten der Österreicher hat, zeigt der jüngste Consumer Check des Handelsverbands: Während 23 % der Österreicher seit Beginn der Krise verstärkt im Onlinehandel einkaufen, trifft dies im stationären Handel nur auf 8 % der Konsumenten zu. Andererseits geben 15 % an, seit Krisenbeginn weniger online zu shoppen. Im klassischen Handel beläuft sich der Anteil dieser „Einkaufsmuffel“ sogar auf 24 %. „Corona wirft wie befürchtet einen langen Schatten auf das Konsumklima. Das zeigt sich jetzt insbesondere bei kostspieligen Anschaffungen, etwa Autos. Mehr als jeder fünfte Österreicher verschiebt zurzeit größere geplante Anschaffungen im Handel oder streicht diese komplett“, bestätigt Geschäftsführer Rainer Will (MA Handelsverband 3.8.20).



Große Kinos versuchen Neustart

Einige Programmkinos sind unter CoV-Auflagen bereits Mitte Juni gestartet, doch das Geschäft läuft eher schleppend. Ab 5. August versucht Österreichs größter Kinobetreiber, die Cineplexx-Gruppe, einen Neustart. Nach ausgewählten Programmkinos öffnete die Cineplexx-Gruppe nun auch die übrigen 24 österreichischen Standorte. Im Saal bleibt jeder zweite Sitz frei, wobei Paare, Familien und Gruppen bis zu sechs Personen zusammensitzen können. Bis zum Erreichen des Sitzplatzes sind Besucher angehalten, Maske zu tragen. Die CoV-bedingte Zwangspause dauerte länger als gedacht, weil Filmstarts von potenziellen Blockbustern in den USA wegen der dort massiv grassierenden Corona-Pandemie mehrfach verschoben wurden (orf.at 5.8.20).

Einzelhandel mit Umsatzminus von 1,9 % im ersten Halbjahr

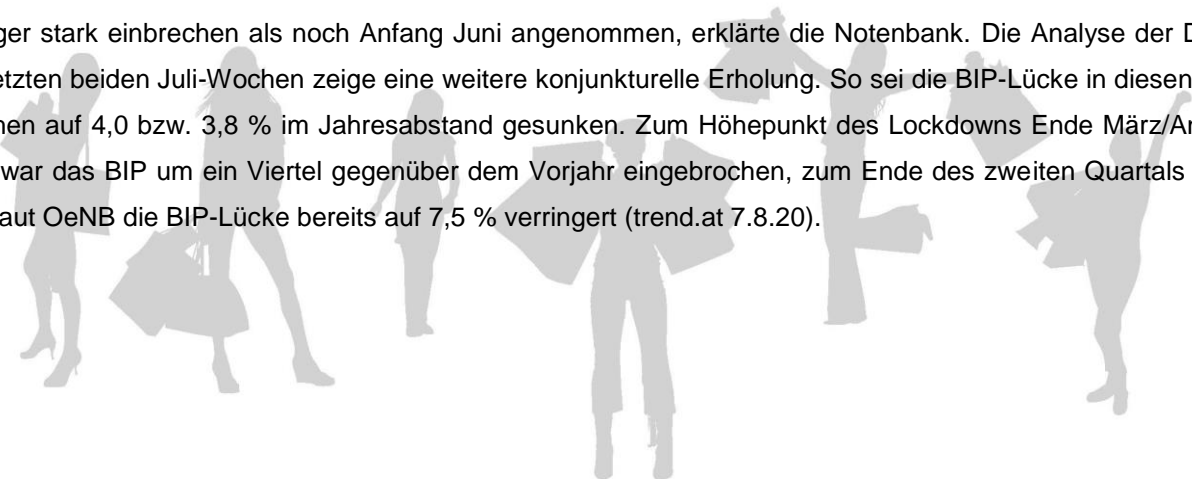
Der heimische Einzelhandel (ohne Kfz, inkl. Tankstellen) setzte im ersten Halbjahr 2020 insgesamt um 1,9 % weniger um als im Vorjahreszeitraum. Während der Non-Food-Handel aufgrund der vorübergehenden Geschäftsschließungen ein Umsatzminus von 7,3 % zu verzeichnen hatte, konnte der Lebensmittelhandel ein kräftiges Umsatzplus von 8,9 % verbuchen. Im Juni 2020 setzte der Einzelhandel um 3,3 % mehr um als im Juni 2019, real stieg der Umsatz um 3,1 %. Mit 24 Verkaufstagen stand ein Tag mehr zur Verfügung als im Jahr zuvor. Der Umsatz im Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren stieg im Juni um 6,8 %, der Nonfood-Handel erwirtschaftete ebenfalls ein positives Ergebnis (+ 4,8 %) (MA Statistik Austria 5.8.20).

Österreicher müssen in der Krise sparen

Wie eine Umfrage im Auftrag der Erste Bank ergab, müssen vier von zehn Berufstätigen momentan bei den Haushaltsausgaben zurückstecken. Am stärksten von finanziellen Einbußen betroffen ist die Gruppe der 30- bis 49-jährigen, zeigt die Umfrage. Fast die Hälfte (46 %) in dieser Altersgruppe gab an, durch die Krise finanzielle Einschränkungen zu spüren. 81 % der Befragten wollen in den nächsten zwölf Monaten verstärkt Ersparnisse anlegen. Eine größere Anschaffung planen derzeit jedoch immerhin 36 % der Befragten, das sind in etwa so viele wie zum Vergleichszeitpunkt des Vorjahres (orf.at 7.8.20).

OeNB: Konjunktur erholt sich rascher als erwartet

Österreichs Konjunktur erholt sich nach Einschätzung der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) rascher als erwartet. Sollte es zu keiner starken zweiten Covid-19-Welle kommen, könnte die Wirtschaft 2020 mit - 6 % weniger stark einbrechen als noch Anfang Juni angenommen, erklärte die Notenbank. Die Analyse der Daten der letzten beiden Juli-Wochen zeige eine weitere konjunkturelle Erholung. So sei die BIP-Lücke in diesen zwei Wochen auf 4,0 bzw. 3,8 % im Jahresabstand gesunken. Zum Höhepunkt des Lockdowns Ende März/Anfang April war das BIP um ein Viertel gegenüber dem Vorjahr eingebrochen, zum Ende des zweiten Quartals hatte sich laut OeNB die BIP-Lücke bereits auf 7,5 % verringert (trend.at 7.8.20).



Wofür die Österreicher Geld ausgeben

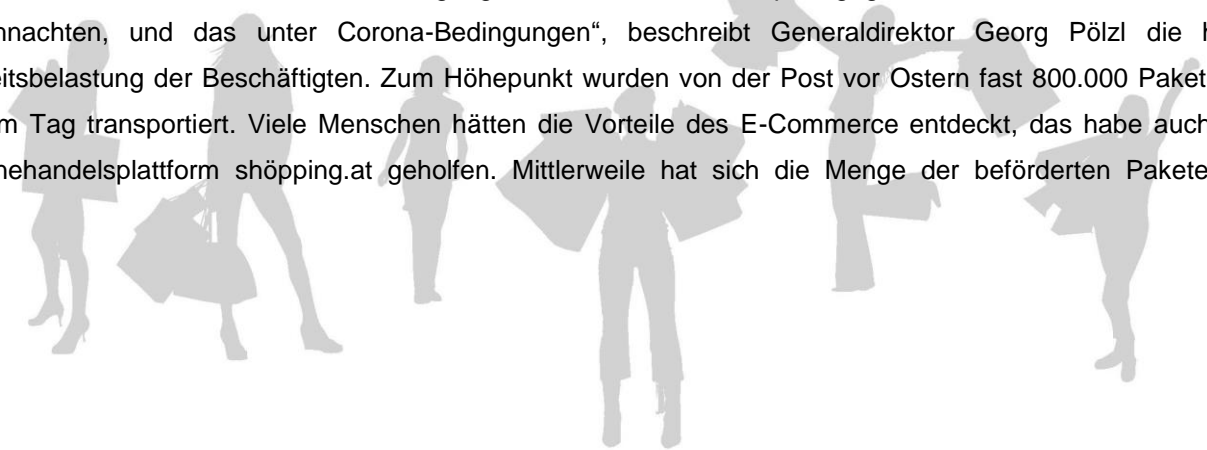
Hat die Krise das Potenzial, unsere Kaufgewohnheiten langfristig zu ändern? In einer Studie der Universität für Bodenkultur Wien (Boku) gaben 52 % der Befragten im Mai an, dass sie sich nach den Erfahrungen der Ausgangsbeschränkungen vorstellen könnten, den eigenen Konsum bewusst zu reduzieren. Der Ökonom Helmut Hofer vom Institut für Höhere Studien (IHS) zweifelt jedoch daran, dass die Krise wirklich nachhaltig zu einem Umdenken führt. Die Finanzkrise habe das Gegenteil bewiesen: Ehe man es sich versah, kippten die Menschen in ihre alten Verhaltensmuster zurück. Hannes Fernow, Markt- und Zukunftsforscher beim Marktforschungsinstitut GIM, sieht zwar keinen radikalen Systemwandel, sehr wohl jedoch einen Trend zum verantwortungsvollen Genuss. „Corona steht für eine Zeit des Reflektieren und Überdenkens, die Krise beschleunigt die Fragen der Nachhaltigkeit und die Fragen des Konsums.“ Zwar steige das Risikobewusstsein für die Gesundheit, für den Planeten, die Umwelt und das Bewusstsein für Produktionsbedingungen unserer Konsumgüter. Andererseits wollten sich viele nach dem Lockdown wieder mehr gönnen. Doch Konsum braucht ein Klima der Zuversicht. Ohne dieses gehen auch Anreize wie niedrigere Mehrwertsteuern und Helikoptergeld ins Leere. Letzteres erhöhe lediglich die Sparquote, glaubt Rainer Will, Chef des Handelsverbands. Denn anders als nach dem Platzen der Finanzblase sei die Realwirtschaft weitflächig infiziert. Einzelhändler verloren schon bisher stetig Boden an Dienstleister wie die Freizeit- und Gesundheitsbranche. „Die Branche wird neue Wege gehen müssen“, meint Will (derstandard.at 8.8.20; die ausführliche Analyse im Volltext: <https://www.derstandard.at/story/2000119233006/konsum-in-der-krise-wofuer-die-oesterreicherinnen-und-oesterreicher-geld>).

Auch im Juli deutlicher Rückgang bei Pkw-Neuzulassungen

Die Österreicher haben auch im Juli weniger neue Autos gekauft, berichtet die Statistik Austria. Die Zahl der Neuzulassungen lag bei 24.784 Pkw, das sind um 21,1 % weniger als im Juli 2019. Am größten war das Minus bei der Marke VW (- 30,1 %), bei der VW-Tochter Skoda hingegen gab es ein Plus, ebenso bei Renault und Mercedes. Rückläufige Neuzulassungen verzeichneten auch Hyundai, Peugeot, Audi, BMW, Ford und Seat (orf.at 11.8.20).

Für die Post war Corona wie „elf Wochen Weihnachten“

Die Österreichische Post AG blickt auf ein extremes erstes Halbjahr 2020 zurück. Einem durch den Lockdown verursachten Paket-Boom standen Rückgänge bei Brief- und Werbepost gegenüber. „Wir hatten elf Wochen Weihnachten, und das unter Corona-Bedingungen“, beschreibt Generaldirektor Georg Pölzl die hohe Arbeitsbelastung der Beschäftigten. Zum Höhepunkt wurden von der Post vor Ostern fast 800.000 Pakete an einem Tag transportiert. Viele Menschen hätten die Vorteile des E-Commerce entdeckt, das habe auch der Onlinehandelsplattform shöpping.at geholfen. Mittlerweile hat sich die Menge der beförderten Pakete auf



500.000 bis 600.000 pro Tag eingependelt. Nun rüste man sich schon mit einem Ausbau der Kapazitäten für Weihnachten. Das Halbjahresergebnis der Post AG wurde von Corona-Zusatzkosten und vom Aufbau der posteigenen bank99 belastet. Der Umsatz blieb mit 981,9 Mio. € im Vergleich zur Vorjahresperiode stabil (+ 0,1 %), der Gewinn halbierte sich auf 39,1 Mio. € (textilzeitung.at 12.8.20).

Arbeitslosigkeit nur leicht gesunken

Die hohen Arbeitslosenzahlen aufgrund der Coronavirus-Krise sinken nur langsam. Derzeit sind 421.697 Personen beim Arbeitsmarktservice (AMS) gemeldet. Im Vergleich zu Anfang August sank die Zahl der Arbeitsuchenden damit um nur 3.125 Personen. Am Höhepunkt Mitte April waren 588.000 Personen ohne Job. Besonders stark von der CoV-Krise betroffen sind nach wie vor die Branchen sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen (69.493 Personen ohne Job), Handel (56.944 Personen) und Gastronomie (46.471 Personen). Laut Arbeitsministerium sind aktuell 455.600 Personen in Kurzarbeit, ein Rückgang um 891.500 Personen im Vergleich zum Höhepunkt der Krise. Weniger gearbeitet werde v.a. noch in der Warenherstellung (184.172 Personen in Kurzarbeit), im Handel (66.617) und im Tourismus (48.378) (orf.at 18.8.20).

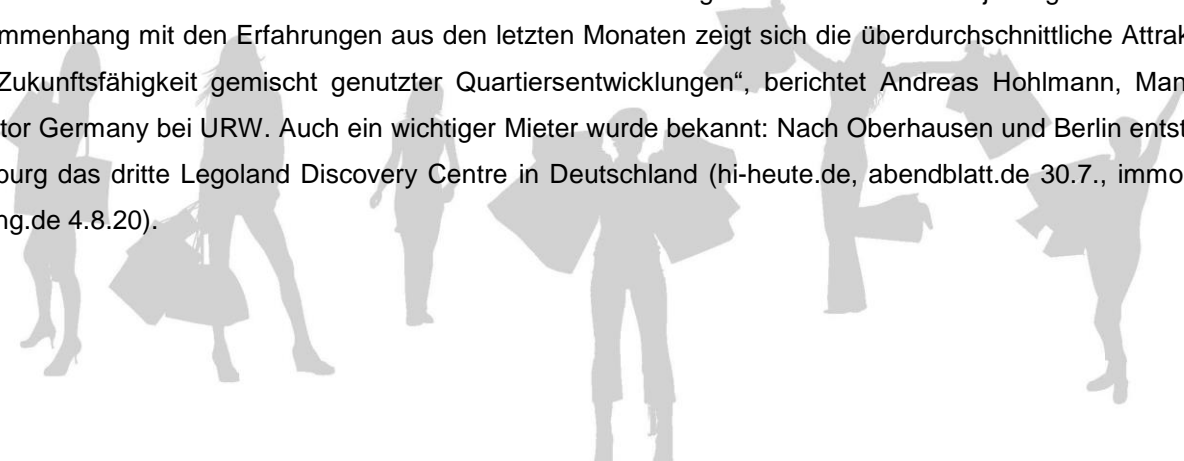
Europa

Shopping Center & Retail Parks

Deutschland

Eröffnung von Westfield-Center in Hamburg auf 2023 verschoben

Das milliardenschwere und umstrittene XXL-Einkaufsviertel Westfield Hamburg-Überseequartier wird durch Corona-Auswirkungen gebremst und deshalb nicht wie geplant Ende 2022 eröffnet. Wie Unibail-Rodamco-Westfield (URW) mitteilt, werde die schrittweise Übergabe der Gebäude an die Partner in der ersten Hälfte 2023 erfolgen und eine Eröffnung in der zweiten Jahreshälfte stattfinden. Die „hohe Komplexität des Bauvorhabens mit 14 Gebäuden, übereinander geplanten Nutzungen und 419.000 m² Gesamtfläche“ würden dazu führen, „dass schon leichte Verzögerungen im Entwicklungsprozess in exponentiell anwachsenden Folgewirkungen und zusätzlichen Verzögerungen resultieren“. Die Vermietungsaktivitäten würden hingegen gut laufen: „Wir führen zahlreiche und sehr erfolgreiche Gespräche und stellen dabei fest, dass es im Markt ein ungebrochenes Interesse an diesem international herausragenden Mixed-use-Projekt gibt. Gerade im Zusammenhang mit den Erfahrungen aus den letzten Monaten zeigt sich die überdurchschnittliche Attraktivität und Zukunftsfähigkeit gemischt genutzter Quartiersentwicklungen“, berichtet Andreas Hohlmann, Managing Director Germany bei URW. Auch ein wichtiger Mieter wurde bekannt: Nach Oberhausen und Berlin entsteht in Hamburg das dritte Legoland Discovery Centre in Deutschland (hi-heute.de, abendblatt.de 30.7., immobilienzeitung.de 4.8.20).



Stadt & Handel

Deutschland

What´s next, Highstreet?

Deutschlands Highstreets befinden sich im Wandel. Dort, wo einst vor allem eingekauft wurde, sind zunehmend Wohnungen, Gastronomiebetriebe, Büros und Freizeitflächen zu finden – eine zunehmende Diversifizierung mit dem Ziel, die Innenstädte auch nach Ladenschluss mit Leben zu füllen. Um diese Trends greifen zu können, hat BMO Real Estate Partners in Zusammenarbeit mit Bulwiengesa ein Tool entwickelt, das die Mieter- und Besatzstrukturen in den Highstreets von 141 deutschen Städten erfasst. In Gänze werden über 150 Highstreets, rund 150 innerstädtische Shoppingcenter, mehr als 6.600 Mieter und über 20.700 Shops mittels der Visualisierungs-Software „Tableau“ zusammengeführt. Das Tool bildet den Status quo noch vor Covid-19 ab, es ist unter www.bmorep.com/DeutschlandsHighstreet abrufbar. Die Bestandsaufnahme wird künftig jährlich aktualisiert. Folgende Trends macht BMO Real Estate Partners bereits heute fest: Der Lebensmittel- und Drogeriehandel erhöht seine Präsenz in den Highstreets. Um nah am Kunden zu bleiben, werden kleinteilige City-Konzepte entwickelt. „Vertikale“ konzentrieren sich zunehmend auf nur noch einen Highstreet-Standort. Formate, die vermehrt auf Omnichannel setzen, benötigen kleinere Verkaufsräume. Auch die Flexibilisierung der Vertragslaufzeiten steht häufig auf der Agenda. Die Eventisierung der Freiflächen in den Highstreets hat einen neuen Schub bekommen. Vom Wunsch nach einzigartigen Einkaufserlebnissen und einer optimierten Aufenthaltsqualität profitiert auch die Gastronomie (deal-magazin.com 29.7.20; die Analyse im Volltext: <http://www.deal-magazin.com/news/93704/Whats-next-Highstreet-Einkaufsstrassen-von-141-deutschen-Staedten>).

Corona-Krise bietet Einzelhandel in Kleinstädten unverhoffte Chancen

Der Einzelhandel hat immens unter der Corona-Krise zu leiden. Während besonders in den Großstädten die Einkaufsbereitschaft noch zu wünschen übriglässt, scheint in Kleinstädten schneller Konsumstimmung aufzukommen. „Im Moment erfreuen sich die Händler in vielen Kleinstädten einer erstarkten Kundenfrequenz“, betont Andreas Grüß, Geschäftsführer bei der Lührmann-Gruppe, die sich auf Vermietung und Verkauf von Gewerbeimmobilien in 1A-Innenstadt- und Fachmarktlagen spezialisiert hat. „Die Menschen gehen in diesen Tagen vermehrt regional, wortwörtlich vor der eigenen Haustür einkaufen“, konstatiert er. Die Einschränkungen im öffentlichen Leben und die Maskenpflicht beim Shoppen trübe zwar die Kauflaune, wenn es darum geht, weitere Strecken auf sich zu nehmen, bestärke aber das Gefühl der Konsumenten, mit ihrem Einkauf den regionalen Handel stärken zu können. Warum also für ein getrübtes Shoppingerlebnis in die Ferne schweifen, wenn ich es ebenso vor der eigenen Tür vorfinde und mein Geld dann der Wirtschaft vor Ort zugutekommt? Auch durch den Verzicht auf Reisen würden viele Deutsche ihre Innenstädte in den Sommerferien neu entdecken. Spätestens jetzt sei daher der Moment günstig, den zurückkehrenden Kunden die Vorzüge der

regionalen Einkaufs- und Erlebnislandschaft näher zu bringen. „Auf die gelungene Komposition aus architektonischen Reizen, kulturellen Angeboten und einem breit aufgestellten Anbieter-Portfolio kommt es an“, ist Andreas Grüß überzeugt (deal-magazin.com 7.8.20; die Analyse im Volltext: <http://www.deal-magazin.com/news/93985/Corona-Krise-bietet-Einzelhandel-in-Kleinstaedten-unverhoffte-Chancen>).

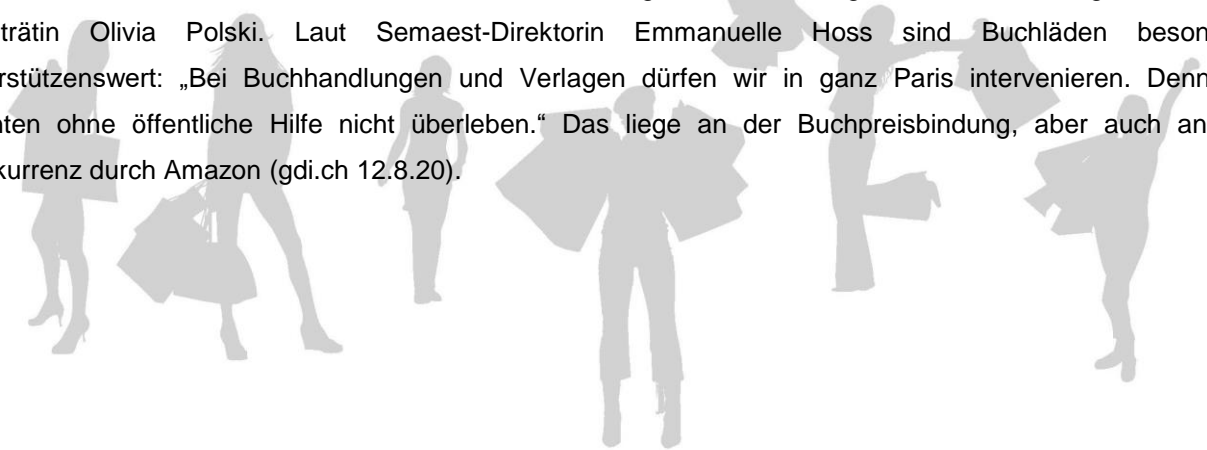
Verbände fordern Unterstützung für Innenstädte und Modehandel

Während andere Branchen nach Ende des Lockdowns die verlorenen Umsätze oftmals wieder aufholen konnten oder sogar von Corona profitieren, bleibt der Modehandel weiter deutlich unter den Vorjahreszahlen. Laut Statistischem Bundesamt fiel der Umsatz des stationären Einzelhandels mit Bekleidung im ersten Halbjahr um 30,5 %. Schuhhäuser und Lederwarengeschäfte liegen mit - 30,1 bzw. - 25,3 % ähnlich dramatisch im Minus. „Im Juli und August sind die Umsatzverluste zwar geringer geworden, im Gesamtjahr 2020 wird die Branche aber sicherlich massive Verluste erleiden“, berichtet Rolf Pangels, Hauptgeschäftsführer des BTE Handelsverbandes Textil. Die Handelsverbände BTE, BDSE und BLE sorgen sich daher um das Überleben tausender Geschäfte. Aktuell stehen zahlreiche Unternehmen auf der Kippe. „Wenn keine weiteren Hilfen oder Entlastungen kommen, rechnen wir in den nächsten Monaten mit tausenden Geschäftsschließungen“, prognostiziert Pangels. Die Verbände fordern konkrete Hilfen speziell für den innerstädtischen Handel, der vor allem von Modegeschäften geprägt ist, etwa die Stärkung der Citys durch Eindämmung des Flächenzuwachses außerhalb, eine gute Erreichbarkeit auch mit dem Pkw, Investitionen in die Aufenthaltsqualität, verkaufsoffene Sonntage sowie ein effizientes Citymarketing. „Wenn die Politik auch künftig noch lebenswerte Innenstädte wünscht, muss sie ihre Hilfen und Fördermittel deutlich steigern“, so Pangels (hi-heute.de 17.8.20).

Frankreich

Wie Paris seine Innenstadt rettet

In Paris können sich viele kleine und unabhängige Geschäfte die Mieten kaum noch leisten. Abhilfe schafft da Semaest. Das Unternehmen soll verhindern, dass globale Handelsketten auch an der Seine das Straßenbild dominieren. Im Auftrag und mit Geldern der Stadt Paris kauft Semaest Ladenlokale und vermietet sie sehr günstig an diejenigen Händler, deren Waren am besten ins Quartier passen. Bewährt sich ein Ladenkonzept, haben die Besitzer nach ein paar Jahren die Option, das Objekt zu kaufen. So lohnt sich die Investition am Ende auch wieder für die Stadt. Hunderte kleine Geschäfte haben mit der Hilfe von Semaest in den letzten Jahren eröffnet. Und wo ein kleiner Laden eröffnet, folgen weitere oft ganz von allein, sagt die Pariser Stadträtin Olivia Polski. Laut Semaest-Direktorin Emmanuelle Hoss sind Buchläden besonders unterstützenswert: „Bei Buchhandlungen und Verlagen dürfen wir in ganz Paris intervenieren. Denn sie könnten ohne öffentliche Hilfe nicht überleben.“ Das liege an der Buchpreisbindung, aber auch an der Konkurrenz durch Amazon (gdi.ch 12.8.20).



Immobilien & Entwickler

Unibail-Rodamco-Westfield entwickelt sich besser als erwartet

Der Handelsimmobilienkonzern Unibail-Rodamco-Westfield (URW) hat im ersten Halbjahr 2020 Netto-Mieteinnahmen („NRI“) von 1,065 Mrd. € netto erzielt. Das ist um 15,1 % (like-for-like: 14,2 %) weniger als im Vorjahreshalbjahr. Während in einigen Märkten, etwa CEE (- 1,7 %) und Frankreich (- 2,7 %) die Mieterlöse nahezu auf Vorjahresniveau liegen, wird für Österreich ein Minus von 27,5 % gemeldet. Schlechter waren die Mieteinnahmen nur in Großbritannien (- 34,1 %). Das operative Ergebnis drehte von + 523,4 Mio. € im Vorjahreszeitraum auf – 2,96 Mrd. € ins Minus, das Periodenergebnis fiel mit – 3,7 Mrd. € (VJ: + 1,2 Mrd. €) tiefrot aus. Beginnend mit Mitte März mussten nahezu alle Center der Gruppe bis auf wenige der Grundversorgung dienende Mieter schließen. Im Durchschnitt dauerten die Schließungen 67 Tage. Für die europäischen Center meldet URW nach der Wiedereröffnung eine ermutigende Entwicklung mit Kundenfrequenzen von durchschnittlich 80 bis 90 % des Vorjahresniveaus, für Österreich von 90 %. Ausnahme ist auch hier Großbritannien, wo erst am 15. Juni wieder geöffnet werden durfte. Hier liegen die Frequenzen noch unter 50 % der Vorjahreswerte. Die Umsätze der Händler entwickeln sich besser als die Frequenzen, da sowohl die Conversion Rate als auch die Warenkorbgröße über dem normalen Niveau liegen. Die Leerstandsrate in den europäischen Zentren ist bisher von 2,5 % (31. Dezember 2019) auf 3,9 % gestiegen, in Österreich von 1,1 % auf 2,0 %. Während der Krise hat sich URW ganz auf das Thema Liquidität konzentriert, Kosten reduziert, die Projekte in der Pipeline um nahezu 2 Mrd. € reduziert, auf eine Dividendenausschüttung verzichtet und Anteile in Höhe von 54 % an fünf französischen Einkaufszentren verkauft. Dank all dieser Maßnahmen stehen dem Unternehmen nun Cash bzw. Kreditlinien in Höhe von 12,7 Mrd. € zur Verfügung. Das Immobilienportfolio wurde um 5,1 % abgewertet. Und wie geht es den Mietern in den Centern von URW? Deren Umsätze sind im ersten Halbjahr im Schnitt um 39,4 % eingebrochen. Österreich hat sich hier mit einem Minus von 31,4 % vergleichsweise gut geschlagen (MA URW 29.7.20; der Halbjahresbericht steht hier zum Abruf bereit: <https://www.urw.com/en/investors/press-releases>).

Mietausfälle belasten Atrium

Das auf Einkaufszentren in Osteuropa spezialisierte börsennotierte Immo-Unternehmen Atrium Real Estate hat in der ersten Jahreshälfte die Corona-Krise stark zu spüren bekommen. Die Nettomieterlöse betrugen 71,4 Mio. €, um 22,8 % weniger als im ersten Halbjahr 2019. Am Höhepunkt der Pandemie waren mit Ausnahme von Supermärkten, Drogerien und Apotheken die meisten Geschäfte geschlossen, mittlerweile seien 87 % der Bruttomietfläche wieder geöffnet. „Zum heutigen Tag beträgt die Zahlungsquote im ersten Halbjahr hinsichtlich nicht gestundeter Rechnungen 76 %. In Geld ausgedrückt bedeutet dies 10 Mio. € an unbezahlter Miete, wobei der bedeutendste Anteil mit 60 % auf Verträge entfällt, die derzeit Gegenstand von Verhandlungen sind und deren Bezahlung im zweiten Halbjahr erwartet wird. 20 % werden als Forderungs-

verluste anerkannt; der Rest soll zu gegebener Zeit eingezogen werden", heißt es im Zwischenbericht. Auf operativer Ebene weist Atrium ein EBITDA von 61,6 Mio. € (nach 81,5 Mio. €) aus. Nach Steuern steht im ersten Halbjahr ein Verlust von 62,8 Mio. € (nach 56,9 Mio. €). Der Verlust hängt damit zusammen, dass die Bestandsobjekte um 87,8 Mio. € abgewertet wurden. Der Center-Betreiber erwartet schwierige Zeiten und will deshalb heuer seine Ausgaben um 20 Mio. € senken. Investitionen in Höhe von 60 Mio. € wurden um zwei Jahre nach hinten geschoben (finanzen.at 5.8.20; die Aussendung von Atrium im Volltext: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200805_OT0019/eans-news-atrimum-european-real-estate-ergebnisse-des-ersten-halbjahres-2020-und-trading-update-infolge-lockerung-der-covid-beschaerakungen).

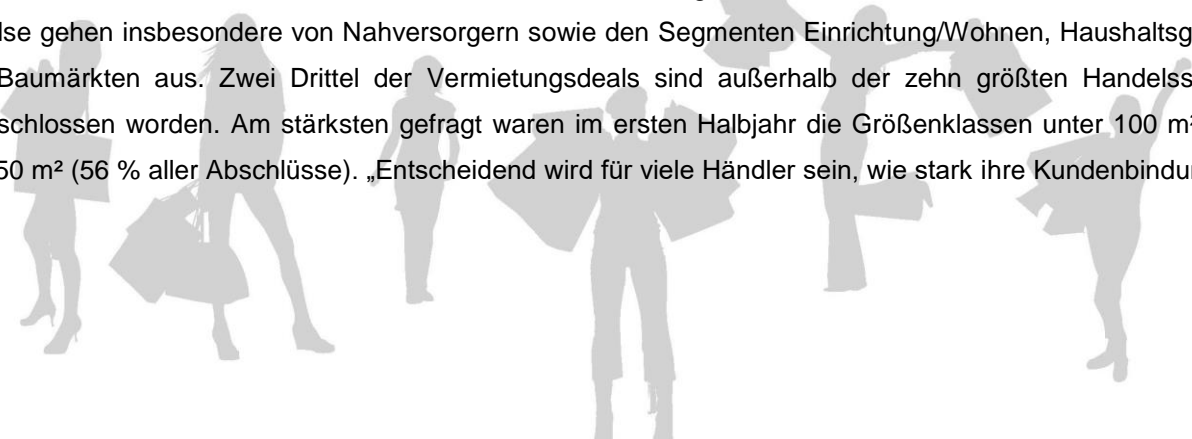
Deutschland

Einzelhandel erzielt stärkstes erstes Investmenthalbjahr seit 2015

Der deutsche Investmentmarkt für Einzelhandelsimmobilien hat 2020 das volumenstärkste erste Halbjahr seit 2015 abgeliefert. Zum starken ersten Quartal mit fast 4 Mrd. € Transaktionsvolumen kam ein solides zweites Quartal mit etwas mehr als 2 Mrd. € hinzu. Mit insgesamt mehr als 6 Mrd. € wurde der Vorjahreswert um 23 % übertroffen, ebenso der Zehnjahresschnitt. Nur die Jahre 2015 (9,3 Mrd. €) und 2011 (6,1 Mrd. €) liefen noch besser. Für das zweite Halbjahr prognostiziert JLL Germany ein solides Ergebnis auf dem Niveau der vergangenen Jahre. 58 % des Transaktionsvolumens steuerten Fachmarktprodukte (Fachmärkte, Fachmarktzentren und Supermärkte) bei. Warenhäuser kamen auf 30 %, 8 % blieben für Geschäftshäuser und 5 % für Shopping Center. „Der nochmals gestiegene Anteil an Fachmarktprodukten belegt die hohe Nachfrage nach dieser online-resilienten Nutzungsklasse und zeigt, dass Covid-19 dieses Segment kaum berührt hat. Im Gegenteil: Die Nachfrage steigt weiter an“, analysiert Sandra Ludwig, Head of Retail Investment bei JLL Germany (deal-magazin.com 27.7.20).

Nahversorger treiben die Einzelhandelsvermietung an

Laut dem JLL-Einzelhandelsmarktüberblick fiel der Flächenumsatz im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 24 % auf 191.900 m². Die Anzahl der Anmietungen lag bei 383, ein Rückgang von fast einem Drittel im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019. Dirk Wichner, Head of Retail Leasing JLL Germany: „Diese Werte liegen aber immer noch über denen, die während der Finanzkrise 2008/09 zu verzeichnen waren. Zudem registrieren wir wieder eine steigende Nachfrage nach Verkaufsflächen. Auch wenn viele Händler und Gastronomen noch herausfordernde Monate vor sich haben, gibt es Licht am Ende des Tunnels.“ Positive Impulse gehen insbesondere von Nahversorgern sowie den Segmenten Einrichtung/Wohnen, Haushaltsgeräte und Baumärkten aus. Zwei Drittel der Vermietungsdeals sind außerhalb der zehn größten Handelsstädte abgeschlossen worden. Am stärksten gefragt waren im ersten Halbjahr die Größenklassen unter 100 m² und bis 250 m² (56 % aller Abschlüsse). „Entscheidend wird für viele Händler sein, wie stark ihre Kundenbindung ist



und welches Erlebnis sie anbieten können, das die Kunden während des Lockdowns vermisst haben“, sagt Wichner. Nach Branchen bestätigte Lebensmittel/Gastronomie im ersten Halbjahr 2020 die Führungsposition. Mit 31 % (+ 6 Prozentpunkte) lag die Branche deutlich von der Textilsparte, die 24 % verbuchte (deal-magazin.com 29.7.20; weitere Details im Volltext: <http://www.deal-magazin.com/news/93705/Nahversorger-treiben-die-Einzelhandelsvermietung-an>).

Unibail-Rodamco-Westfield: Die Lage in Deutschland

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) betreibt in Deutschland fünf der zehn größten Shopping Center, insgesamt 23 Einkaufszentren. „Während die Gastronomen und Kinobetreiber immer noch stark durch die Auflagen beeinträchtigt sind, läuft es in den Bereichen Lebensmittel, Drogerie, Haushalt, Einrichtung und Do-it-yourself sehr gut“, beschreibt URW-Germany-Chef Andreas Hohlmann den aktuellen Status Quo in seinen Zentren. „In der Unterhaltungselektronik gibt es einen großen Nachholeffekt mit bis zu 40 % höheren Umsätzen pro Kunde.“ Im Fashion-Segment sei man nach einem Minus von 20 % im Juni schon fast wieder bei normalen Umsätzen. Innerstädtische Center hätten „weniger gelitten als unsere außerstädtischen, so genannten Destination Center wie der Ruhr Park in Bochum und das Centro in Oberhausen. Seit dem Beginn der Ferien bemerken wir allerdings auch dort eine deutliche Belegung und sind wieder fast auf Vorjahresniveau.“ Durch ein Mietenmoratorium sind Mieter in Deutschland geschützt, die in den Monaten April bis Juni keine Miete gezahlt haben. Die Miete gilt bis Juli 2022 als gestundet. Die Collection Rate von URW für diesen Zeitraum liegt bei ungefähr 30 %. „Für den Juli liegen wir schon fast auf Vertragsniveau“, so Hohlmann. „Andererseits haben wir in vielen Bereichen höhere Kosten, weil wir z. B. deutlich mehr Sicherheitsmitarbeiter und Reinigungskräfte beschäftigen.“ Mietreduzierungen würden je nach Unternehmen sehr individuell vereinbart, für die Shutdown-Phase liege man „im Durchschnitt bei über 50 %“, sagt Hohlmann. „Grundsätzlich erhöht sich der Verhandlungsspielraum, wenn der Mieter beispielsweise seinen Vertrag vorzeitig verlängert oder seinen Shop modernisiert, auf eine größere Fläche wechseln will oder bspw. zusagt, die innovativsten Konzepte der Marke im Shop zu implementieren.“ Auch bei Marken mit starkem Online-Geschäft falle die Reduktion weniger stark aus, „weil sie das Online-Wachstum auch der Präsenz in unseren Centern zu verdanken haben. Diese Interdependenzen zwischen Online und Offline sind ja eindeutig belegt.“ Von der beginnenden Insolvenzwelle sind bereits über 100 Geschäfte in den von URW betriebenen Centern betroffen, etwa 3 % des Bestandes. „Ich rechne damit, dass zwei Drittel der Geschäfte uns langfristig erhalten bleiben.“ Möglichst schnell angehen müsse man nun eine Liberalisierung der Sonntagsöffnung. „Nur so kommen wir aus der Krise wieder raus. Corona hat die Regeln auf einmal so schnell verändert, dass wir jetzt ebenfalls mit hoher Geschwindigkeit reagieren müssen.“ Die Zukunft gehört aus der Sicht des Landeschefs gemischt genutzten Quartieren. „Früher war es üblich, Wohnen, Arbeit und Freizeit räumlich zu trennen. Das ist vorbei. Heute geht es um integrierte Standorte, die Raum zum Leben und Arbeiten mit Kultur- und Freizeitangeboten sowie innovativen Einkaufs- und Entertainmentkonzepten verbinden.“ (textilwirtschaft.de 30.7.20)

Center-Branche bleibt verhalten zuversichtlich

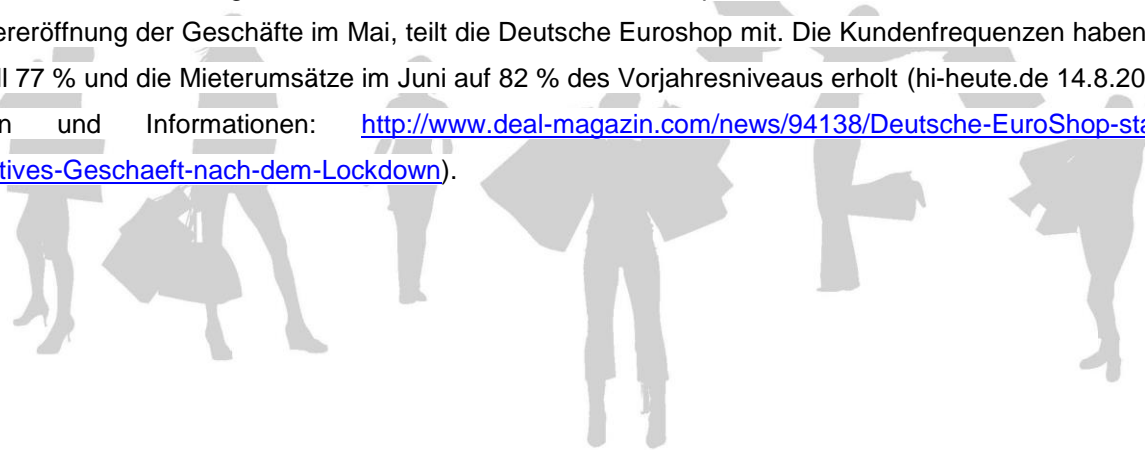
Der German Council of Shopping Places (GCSP) hat im Juni unter seinen Mitgliedsunternehmen eine Branchenumfrage durchgeführt. Die 140 teilnehmenden Verbandsmitglieder haben das laufende Jahr zwar gedanklich bereits abgeschrieben, sind aber dennoch überwiegend zuversichtlich. Im Ergebnis erwarten für das laufende Geschäftsjahr 58 % der Befragten einen „eher negativen bis sehr negativen Verlauf“. Allerdings sieht auch ein Viertel der Befragten das Geschäftsergebnis in diesem Jahr „eher positiv bis sehr positiv“. Ein Blick in die Branchenverteilung zeigt, dass der positive Ausblick insbesondere bei den Projektentwicklern vorherrscht. Besonders negative Erwartungen haben die Einzelhändler, die zu 90 % mit einem negativen Verlauf rechnen. Für 2021 erwarten bereits 56 % der Befragten wieder einen „eher positiven bis sehr positiven“ und nur 24 % einen „eher negativen bis sehr negativen Verlauf“. Während die meisten Branchen optimistisch auf das Jahr 2021 schauen, sind die Erwartungen der Einzelhändler und Investoren/Banken weiterhin verhalten bis negativ. Weitere Erkenntnis der Befragung: Die Corona-bedingte Unsicherheit erschwert die Planung und verlangsamt Entscheidungen und letztendlich Investitionen (hi-heute.3.8.20).

Logistikumsätze gehen im ersten Halbjahr zurück

Zu Beginn der Corona-Krise war die nahezu einstimmige Expertenmeinung, dass der Markt für Logistikflächen einer der großen Gewinner der Krise sein wird. Basis dafür war die (zutreffende) Annahme, dass der Online-Handel angesichts der temporären Schließungen im stationären Handel massiv an Fahrt gewinnt. Ungeachtet dessen analysiert Aengevelt im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum rückläufige Logistikflächenumsätze in Deutschland. Ausschlaggebend dafür ist insbesondere eine sinkende Flächennachfrage seitens des produzierenden Gewerbes und der Industrie. Im ersten Halbjahr 2020 wurden in Deutschland knapp 2,6 Mio. m² Logistikfläche kontrahiert. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum bedeutet dies einen Rückgang um rund 18 % (hi-heute.de 4.8.20).

Deutsche Euroshop: 129 Mio. Euro Verlust im Halbjahr

Für die Deutsche Euroshop ging das erste Halbjahr mit einem Verlust von 129,3 Mio. € (VJ: + 66,2 Mio. €) zu Ende. Das lag vor allem an der Abwertung des Immobilienvermögens aufgrund von Corona um 217,9 Mio. € bzw. 5,5 %. Der operative Gewinn (FFO) sank um 21,1 % auf 59,9 Mio. €. Hier schlagen Wertberichtigungen auf Mietforderungen von 19 Mio. € (VJ: 0,9 Mio. €) zu Buche, während sich der Umsatzrückgang mit 2,2 % auf 109,4 Mio. € noch vergleichsweise milde ausnimmt. Das operative Geschäft stabilisierte sich seit der Wiedereröffnung der Geschäfte im Mai, teilt die Deutsche Euroshop mit. Die Kundenfrequenzen haben sich auf aktuell 77 % und die Mieterumsätze im Juni auf 82 % des Vorjahresniveaus erholt (hi-heute.de 14.8.20; weitere Zahlen und Informationen: <http://www.deal-magazin.com/news/94138/Deutsche-EuroShop-stabilisiert-operatives-Geschaef-t-nach-dem-Lockdown>).



Großbritannien

Shopping-Center-Branche im Umbruch

Nach dem Restart kommen die Kunden nur langsam in die Malls zurück. Die von der Krise hart getroffenen Retailer eröffnen viele ihrer Stores nicht mehr und die Center-Betreiber kassieren nur noch einen Bruchteil der vereinbarten Mieten. Ende Juni, als für britische Retailer Zahltag für die Mieten für die drei Monate Juli bis September war, waren nur 13,8 % der insgesamt fälligen 2,5 Mrd. Pfund gezahlt. Der Center-Eigentümer, -Entwickler und -Manager Intu Properties musste nach dem Einbruch der Mieteinnahmen und dem Wertverfall seiner Immobilien bereits Ende Juni Insolvenz anmelden. Mit 14 eigenen sowie drei im Joint Venture betriebenen Einkaufszentren ist Intu der größte britische Center-Eigentümer. Fraglich, ob es in der gegenwärtigen Lage Käufer für die Handelsimmobilien gibt. Zudem geht in der Branche die Furcht um, dass ein Verkauf unter Druck einen Domino-Effekt auslösen und die Preise für den gesamten Sektor nach unten schicken könnte. Mit Shopping Malls wie Bullring in Birmingham, Brent Cross in London, Victoria Gate in Leeds, Cabot Circus in Bristol und Westquay in Southampton ist Hammerson Intus größter Konkurrent. Gerade wurde bekannt, dass der geplante Verkauf von Hammersons Retail-Park-Portfolio an Orion European Real Estate Fund V geplatzt ist. Dieser hätte 400 Mio. Pfund einbringen sollen. Nun will Hammerson seine 50-prozentige Beteiligung am Outlet-Betreiber Via Outlets an APG verkaufen, um die Krise zu überstehen. Für den Via-Deal soll Hammerson gut 300 Mio. € bekommen. In den eigenen Zentren will Hammerson nun ein neues Miet-Modell einführen, das flexiblere und vor allem erschwinglichere Mieten vorsieht, die bis zu 15 % unter dem derzeitigen Niveau liegen. Zudem könnten Mietzahlungen mit Click-&-Collect-Verkäufen gekoppelt werden, um Centerbetreibern einen Anteil an den Internet-Einnahmen zu sichern. Langfristigen Wert sieht Hammerson vor allem in seinen innerstädtischen Flagship-Standorten (across-magazine.com 7.8., textilwirtschaft.de 10.8.20).

Polen

Atrium verkauft fünf Convenience Center an Metropol Group

Atrium European Real Estate hat das aus fünf Retail-Immobilien bestehende Tyrion-Portfolio an die Metropol Group verkauft. Es handelt sich dabei um die Convenience Center Atrium Olkusz, Atrium Świętochłowice, Atrium Siemianowice und Atrium Gama in Radom sowie um das Gebäude des Media Markts in Gdynia. Zu den Mietern der Immobilien zählen Brands wie Bricomarche, Obi, Carrefour, CCC, Rossmann und Media Expert. Die Mietfläche (GLA) liegt bei insgesamt ca. 45.000 m² (across-magazine.com 6.8.20).



Türkei

Frequenzen immer noch um 40 % unter Vorjahr

Nach zwei Monaten Lockdown durften Einkaufszentren am 11. Mai wieder ihre Türen öffnen. Im Juni stiegen die Besucherzahlen auf 50 % des üblichen Niveaus, erklärte Hüseyin Altas, Präsident der Vereinigung der Shopping-Center und Investoren (AYD). Für Juli erwartet er eine Quote von 55 bis 60 %. Altas erinnerte daran, dass die Menschen in diesem Jahr nicht in den Urlaub gefahren seien, sondern in den Großstädten geblieben sind und Einkaufszentren als Urlaubersatz nutzen. Noch nicht die gewünschte Frequenz erreicht haben Food Courts: „Die Auslastung der Food Courts liegt immer noch bei 30 %. Die Umsätze sind ebenfalls niedrig. Wir bereiten weitere Mietrabatte für diese Bereiche in Einkaufszentren vor. Die Kinos sind auch nicht sehr voll“, berichtete Altas (hurriyet.de 24.7.20).

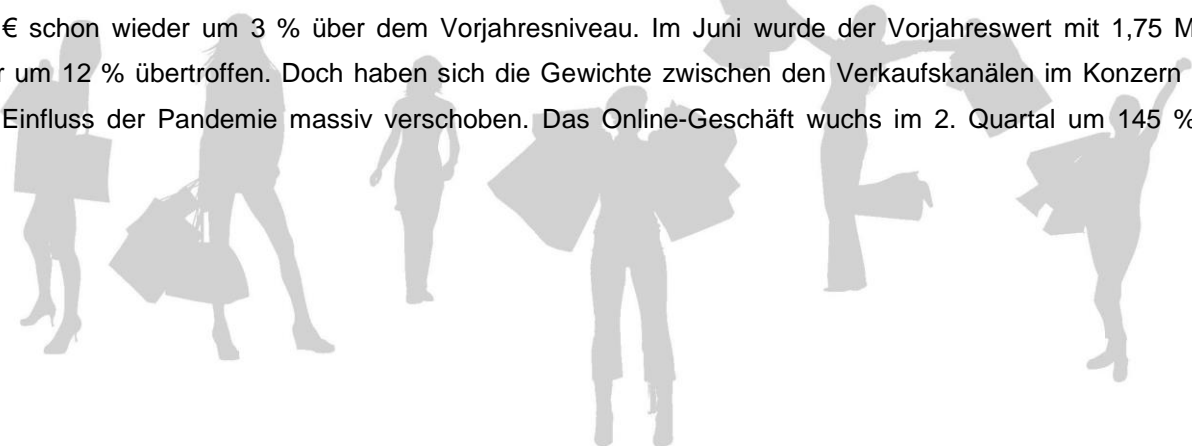
Marken

Lidl und Kaufland machen Rekordumsätze

Die Schwarz-Gruppe mit ihren Supermarktketten Lidl und Kaufland hat im abgelaufenen Geschäftsjahr (per 29. Februar) deutlich zugelegt. Der Gesamtumsatz von Europas größtem Handelskonzern kletterte um 8,6 % auf 113,3 Mrd. €. Corona spielte im Geschäftsjahr 2019/20 noch keine Rolle. Lidl steigerte den Umsatz um fast 10 % auf 89 Mrd. €. Kaufland legte um 4,5 % auf 23,7 Mrd. € zu. Die beiden Supermarktketten sind mit mehr als 12.500 Filialen in 33 Ländern aktiv (spiegel.de 31.7.20).

MediaMarkt und Saturn vor radikalem Umbau

Conconomy, der Mutterkonzern der Elektronikketten MediaMarkt und Saturn, hat einen massiven Einschnitt in die beiden Unternehmen angekündigt. CEO Bernhard Düttmann will so jährlich rund 100 Mio. € an laufenden Kosten einsparen. Defizitäre Geschäfte sollen geschlossen, der Mitarbeiterstand von 55.000 Vollzeitstellen um 3.500 reduziert werden. Betroffen wären vorwiegend Arbeitsplätze außerhalb Deutschlands. In Österreich gibt es aktuell noch 37 MediaMarkt-Filialen und 15 Saturn-Standorte, doch die Marke Saturn soll hierzulande mit Oktober aufgegeben werden. Wie viele Märkte bzw. Stellen in Österreich betroffen sind ist noch offen. Hintergrund sind Pläne der Konzernführung, in dem lange Zeit sehr dezentral geführten Unternehmen eine konzernweit einheitliche Organisationsstruktur einzuführen. Dabei konnten MediaMarkt und Saturn nach dem Ende der coronabedingten Ladenschließungen schnell wieder Tritt fassen: Im Mai lagen die Umsätze mit 1,55 Mrd. € schon wieder um 3 % über dem Vorjahresniveau. Im Juni wurde der Vorjahreswert mit 1,75 Mrd. € sogar um 12 % übertroffen. Doch haben sich die Gewichte zwischen den Verkaufskanälen im Konzern unter dem Einfluss der Pandemie massiv verschoben. Das Online-Geschäft wuchs im 2. Quartal um 145 % und



machte mehr als ein Drittel des Gesamtumsatzes aus. „Wir müssen und werden uns an das veränderte Kundenverhalten anpassen“, kündigt Ceconomy-Chef Bernhard Düttmann an (trend.at, orf.at 5.8.20).

Adler Modemärkte mit mehr als 40 % Umsatzminus im 1. Halbjahr

Der auch in Österreich mit 24 Großflächen stark vertretene Bekleidungsfilialist Adler hat im 1. Halbjahr 2020 41,5 % seines Umsatzes verloren und nur noch 138,1 Mio. € Erlöst. Grund dafür war die temporäre Schließung aller 171 Filialen sowie die darauf folgende Kaufzurückhaltung der Adler-Kunden, die aufgrund der Altersstruktur zu einem großen Teil der Corona-Risikogruppe angehören. Das operative Ergebnis EBITDA drehte von + 25,0 Mio. € im Vorjahreszeitraum auf nunmehr - 19,7 Mio. €, der Konzernverlust erhöhte sich von 4,9 Mio. (1. HJ 2019) auf nunmehr 49,4 Mio. €. Das Eigenkapital ist aufgrund des hohen Verlustes nahezu aufgezehrt, die Liquidität ist laut Unternehmensaussagen trotzdem gesichert (textilzeitung.at 10.8.20).

CCC verliert dank Online-Booms nur 21 % Umsatz im 2. Quartal

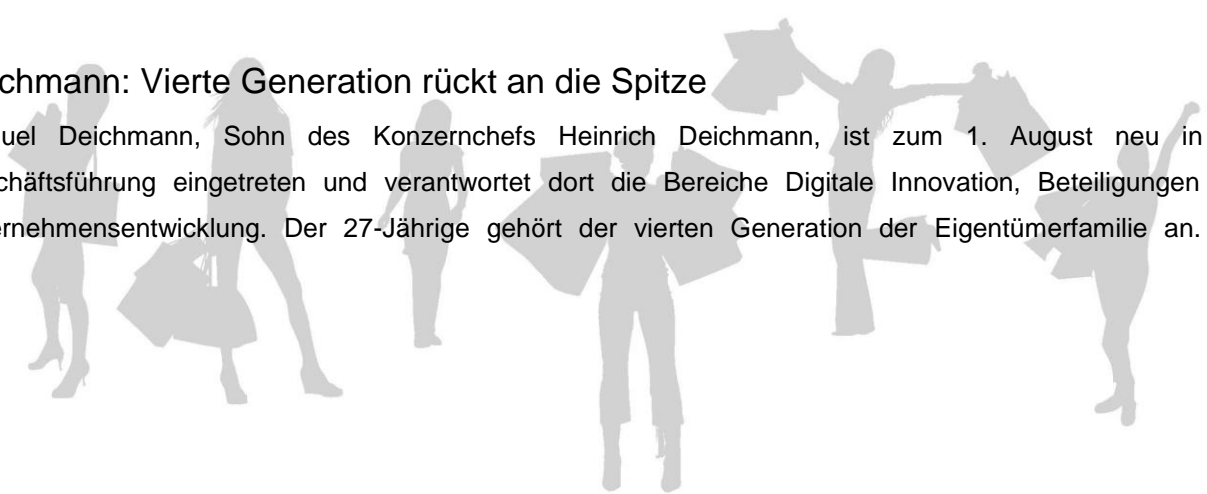
Der in 29 Ländern tätige Schuhhändler CCC mit Sitz in Polen hat sich angesichts der Corona-Pandemie verhältnismäßig gut geschlagen. Zwar brachen die Umsätze im stationären Ladennetz im 2. Quartal um gleich 47 % ein, doch dank eines formidablen E-Commerce-Geschäfts konnte dieser Rückgang deutlich abgefedert werden: Mit einem Wachstum um 79 % auf 626 Mio. Zloty zog das Online-Geschäft nahezu gleich mit den stationären Umsätzen (656 Mio. Zloty). Auch für österreichische Kunden wurde der Online-Shop ccc.eu im 2. Quartal erstmals geöffnet. Mit einem EBITDA von 187 Mio. Zloty (Q2 2019: 213 Mio. Zloty) blieb der Konzern zumindest operativ deutlich in der Gewinnzone. Auf EBIT-Ebene schrieb CCC jedoch einen Quartalsverlust in Höhe von 112 Mio. Zloty (textilzeitung.at 13.8.20).

Online-Boom bei Parfümeriekette Douglas

„Wir bewegen uns mit schnellem Schritt auf dem Weg zur Umsatz-Milliarde im E-Commerce“, sagte Douglas-Chefin Tina Müller. „Möglicherweise erreichen wir sie im kommenden Geschäftsjahr.“ Das Geschäft über das Internet legte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2019/20 um 40 % auf 640 Mio. € zu – bei einem Gesamtumsatz von rund 2,5 Mrd. €. Die wieder geöffneten Filialen erreichten im Juni Müller zufolge fast wieder das Umsatzniveau des Vorjahres. Die Douglas-Chefin hat das Filialnetz auf den Prüfstand gestellt, Ergebnisse sollen Anfang kommenden Jahres vorgestellt werden (medianet.at 17.8.20).

Deichmann: Vierte Generation rückt an die Spitze

Samuel Deichmann, Sohn des Konzernchefs Heinrich Deichmann, ist zum 1. August neu in die Geschäftsführung eingetreten und verantwortet dort die Bereiche Digitale Innovation, Beteiligungen und Unternehmensentwicklung. Der 27-Jährige gehört der vierten Generation der Eigentümerfamilie an. Der



Essener Schuhhändler erzielte 2019 nach eigenen Angaben weltweit einen Bruttoumsatz von 6,5 Mrd. € – ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 9,1 %. „In der Coronakrise haben wir niemanden entlassen. Wir planen auch nicht, wegen der Coronakrise Standorte aufzugeben“, sagte Firmenchef Heinrich Deichmann vor Kurzem (textilzeitung.at 17.8.20).

C&A bekommt eine neue Chefin

Abermals Führungswechsel bei C&A Europe: Ab Mitte September leitet Giny Boer die Geschicke des Bekleidungshändlers. Die Niederländerin war zuvor langjährige Managerin bei Ikea und wird nun die erste Frau an der Spitze von C&A. Seit dem Vorjahr leitete Edward Brenninkmeijer die Geschäfte von C&A. Er folgte auf Alain Caparros, der aus gesundheitlichen Gründen nach nicht einmal zwei Jahren zurücktreten musste. Bis Jahreswechsel besteht die Geschäftsführung nun aus Boer und Brenninkmeijer, mit 1. Jänner 2021 wird Brenninkmeijer, Mitglied der Eigentümerfamilie, als normales Mitglied in den Verwaltungsrat der C&A AG wechseln. Auch die Stelle des CFO wird neu mit einer Frau besetzt: Neu an Bord kommt Birgit Kretschmer, derzeit noch Senior Vice President bei Adidas. Kretschmer folgt am 1. Jänner auf Ralf Senden, der C&A Europe auf eigenen Wunsch verlässt (textilzeitung.at 18.8.20).

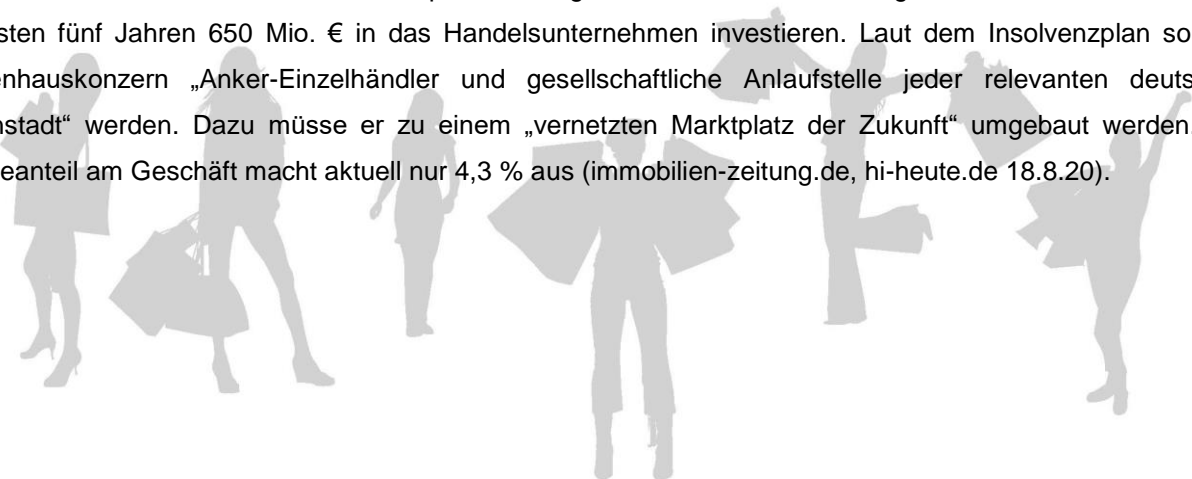
Deutschland

Berlin: Weniger Karstadt-Schließungen als erwartet

Der Berliner Senat hat mit Signa eine Absichtserklärung zum Erhalt weiterer Karstadt-Filialen geschlossen. Die Häuser in Wedding, Charlottenburg und Tempelhof sollen weitergeführt werden können, die Zahl der zu schließenden Berliner Standorte reduziert sich damit auf zwei. Signa soll außerdem garantiert haben, 45 Mio. € in die vorhandenen Kaufhäuser zu investieren. Laut Senat hätten auch die Vermieter Zugeständnisse gemacht (hi-heute.de 4.8.20).

Warenhaus-Rettung kostet Signa eine halbe Milliarde

Für die geplante Sanierung von Galeria Karstadt Kaufhof muss der Eigentümer Signa erhebliche Mittel aufwenden. Der Insolvenzplan sehe vor, dass Signa 366 Mio. € einbringt, schreibt das Manager Magazin, dem das 40-seitige Papier vorliegt. Dazu kämen 162 Mio. €, die Signa im März habe bereitstellen müssen, um das aktuelle Schutzschirmverfahren überhaupt zu ermöglichen. In Summe will Signa laut dem Bericht in den nächsten fünf Jahren 650 Mio. € in das Handelsunternehmen investieren. Laut dem Insolvenzplan soll der Warenhauskonzern „Anker-Einzelhändler und gesellschaftliche Anlaufstelle jeder relevanten deutschen Innenstadt“ werden. Dazu müsse er zu einem „vernetzten Marktplatz der Zukunft“ umgebaut werden. Der Onlineanteil am Geschäft macht aktuell nur 4,3 % aus (immobilien-zeitung.de, hi-heute.de 18.8.20).



Schweiz

Doppel-Premiere für Mömax

Nach der Übernahme von sechs Interio-Filialen durch die Lutz-Gruppe haben am 4. August in Spreitenbach und Emmen die ersten beiden Mömax-Möbelhäuser in der Schweiz eröffnet. Bis Ende November folgen vier weitere Eröffnungen, und zwar in Düberdorf, Schönbühl, Abtwil und Pratteln. Der Schweizer Möbelmarkt sei besonders interessant, berichtet Unternehmenssprecher Thomas Saliger. Neben der idealen logistischen Anbindung sind die Schweizer Kunden kaufkräftig. Die Zentrale für Mömax in der Schweiz befindet sich in Suhr. Der Großteil der rund 200 ehemaligen Interio-Mitarbeitenden hat das Stellenangebot von Mömax angenommen und wird weiterbeschäftigt. Das Mömax-Konzept wurde 2002 in Österreich entwickelt, seither wurden 83 Mömax-Möbelhäuser in 8 Ländern eröffnet (MA Mömax 3.8.20).

Tschechien

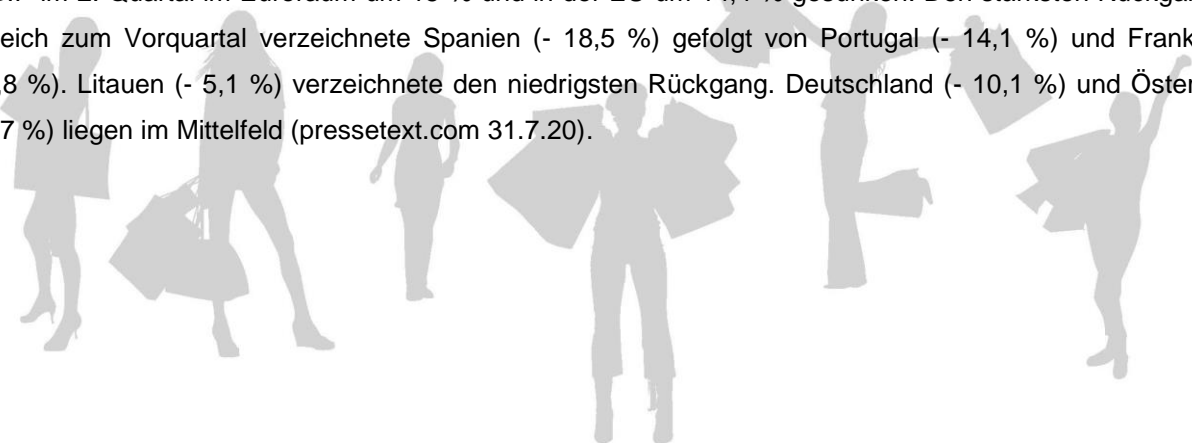
XXXLutz eröffnet sieben Ex-Kikas neu

XXXLutz eröffnet am 17. August zusätzlich zu den bereits bestehenden drei Einrichtungshäusern sieben neue XXXLutz-Filialen in Tschechien. Es handelt sich um im Vorjahr übernommene ehemalige Kika-Filialen in Cestlice, Pilsen, Ostrava, Liberec, Budweis, Olomouc und Letnany. Bisher betrieb XXXLutz Standorte in Prag-Stodulky, Prag-Cerny Most und Brunn. „Wir sind somit in allen Regionen Tschechiens vertreten“, kommentiert Unternehmenssprecher Thomas Saliger. „Nach dem Markteintritt mit Mömax in der Schweiz vor zwei Wochen, haben wir ein weiteres Jahresziel für 2020 erfolgreich ab“, so Saliger. „Im September geht es mit dem Markteintritt von XXXLutz in der Slowakei weiter. Im Oktober folgt dann bereits der Markteintritt mit XXXLutz in Ungarn. Ende des Jahres erfolgt dann noch der XXXLutz-Eintritt in Rumänien. Hinzu kommen noch mindestens zehn neue Einrichtungshäuser in den bestehenden Märkten.“ (MA XXXLutz 17.8.20)

Märkte

BIP im Euroraum rasselt um 15 % hinunter

Das BIP im Euroraum ist im 2. Quartal 2020 bedingt durch die Corona-Krise im Vergleich zum Vorquartal um 12,1 % und in der EU um 11,9 % gesunken, berichtet Eurostat. Im ersten Quartal 2020 war das BIP im Euroraum um 3,6 % und in der EU um 3,2 % gesunken. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal ist das BIP im 2. Quartal im Euroraum um 15 % und in der EU um 14,4 % gesunken. Den stärksten Rückgang im Vergleich zum Vorquartal verzeichnete Spanien (- 18,5 %) gefolgt von Portugal (- 14,1 %) und Frankreich (- 13,8 %). Litauen (- 5,1 %) verzeichnete den niedrigsten Rückgang. Deutschland (- 10,1 %) und Österreich (- 10,7 %) liegen im Mittelfeld (presstext.com 31.7.20).



Einzelhandelsumsätze liegen wieder über dem Vorjahr

Die EU-Statistikbehörde Eurostat meldet für Juni erstmals seit Ausbruch der Corona-Pandemie wieder Einzelhandelsumsätze über dem Vorjahresniveau. Im Vergleich zum Juni 2019 sind die Umsätze sowohl in der gesamten EU als auch in der Eurozone real um 1,3 % gewachsen. Dabei übertraf das Wachstum im Nonfood-Sektor mit real 3,9 % (Eurozone; EU gesamt: + 4,2 %) jenes im LEH (+ 1,2 %; EU: + 0,7 %). Das Handelsvolumen der Tankstellen war hingegen um 13,6 % (EU: - 12,7 %) rückläufig. Österreich hat ein inflationsbereinigtes Wachstum der Einzelhandelsumsätze um 2,2 % gemeldet. Nach Branchen betrachtet ist der Spitzenreiter innerhalb der Eurozone mit großem Abstand der Distanzhandel (+ 23,7 %). Das Schlusslicht ist – fast schon traditionell – der Bekleidungs- und Schuhhandel (- 27,3 %) (MA Eurostat 5.8.20).

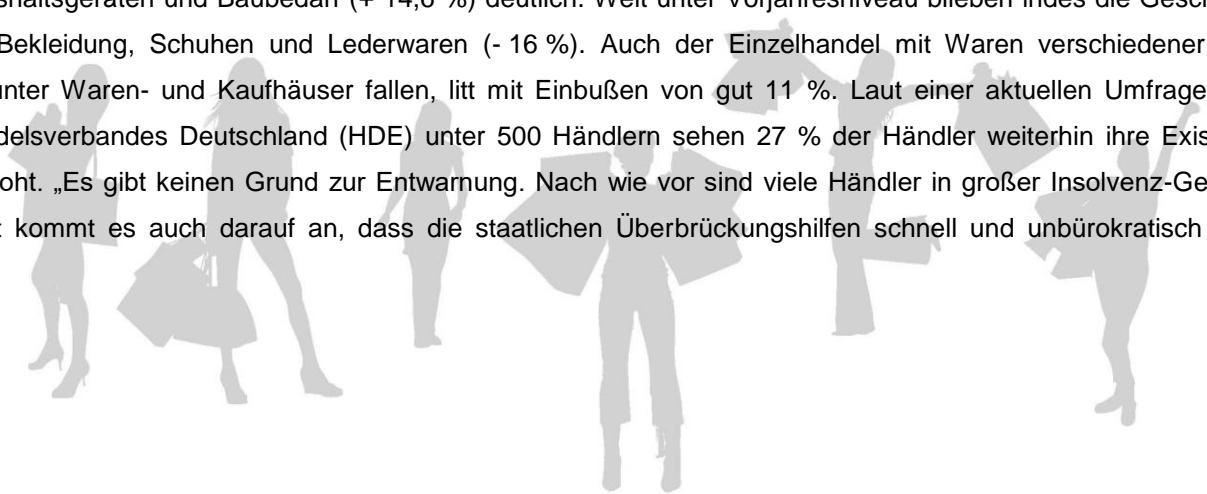
Deutschland

Städtebund fordert Lockerung des Sonntagsverkaufsverbots

Der deutsche Städte- und Gemeindebund fordert wegen der Coronakrise eine Lockerung des Verkaufsverbots am Sonntag. „Ein verkaufsoffener Sonntag führt regelmäßig zu einer deutlichen Belebung in den Innenstädten und auch der Einzelhandel profitiert davon deutlich“, so Geschäftsführer Gerd Landsberg. „Besondere Zeiten erfordern besondere Maßnahmen und auch den Mut, jedenfalls zeitlich beschränkt neue Wege zu gehen.“ Daher sollten die Kommunen die Möglichkeit bekommen, in der Corona-Krise „in größerem Umfang auch am Sonntag die Geschäfte zu öffnen“. Die damit verbundene zusätzliche Belastung für die Verkäufer sollte an anderen Tagen ausgeglichen werden, schlug Landsberg vor. Die Gewerkschaft Verdi lehnt den Vorstoß strikt ab. Zuvor hatte FDP-Chef Christian Lindner für eine Lockerung plädiert. „Mir würde schon reichen, wenn die Kommunen an zwölf Sonntagen im Jahr die Geschäfte öffnen könnten“, sagte er (kurier.at 24.7.20).

Starker Schub für Online-Handel, Nonfoodhandel bleibt existenzgefährdet

Der Trend zum Einkaufen im Internet hat in Deutschland in der Coronakrise an Fahrt gewonnen. Im Juni stieg der Umsatz im Online- und Versandhandel um fast ein Drittel (30,7 %) gemessen am Vorjahresmonat, teilte das Statistische Bundesamt mit. Ein Wachstum dieser Größenordnung sei selbst in dieser sehr dynamischen Branche ungewöhnlich und „zu einem erheblichen Teil auf einen Sondereinfluss der Pandemie zurückzuführen“. Der Einzelhandel insgesamt legte im Juni um 5,9 % zu. Dabei wuchs auch die Branche Einrichtung, Haushaltsgeräten und Baubedarf (+ 14,6 %) deutlich. Weit unter Vorjahresniveau blieben indes die Geschäfte mit Bekleidung, Schuhen und Lederwaren (- 16 %). Auch der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, worunter Waren- und Kaufhäuser fallen, litt mit Einbußen von gut 11 %. Laut einer aktuellen Umfrage des Handelsverbandes Deutschland (HDE) unter 500 Händlern sehen 27 % der Händler weiterhin ihre Existenz bedroht. „Es gibt keinen Grund zur Entwarnung. Nach wie vor sind viele Händler in großer Insolvenz-Gefahr. Jetzt kommt es auch darauf an, dass die staatlichen Überbrückungshilfen schnell und unbürokratisch dort



ankommen, wo sie gebraucht werden“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Zwei Drittel der Nicht-Lebensmittelhändler kalkulieren auch im zweiten Halbjahr mit einem Umsatzminus (finanzen.at 31.7., hi-heute.de 3.8.20).

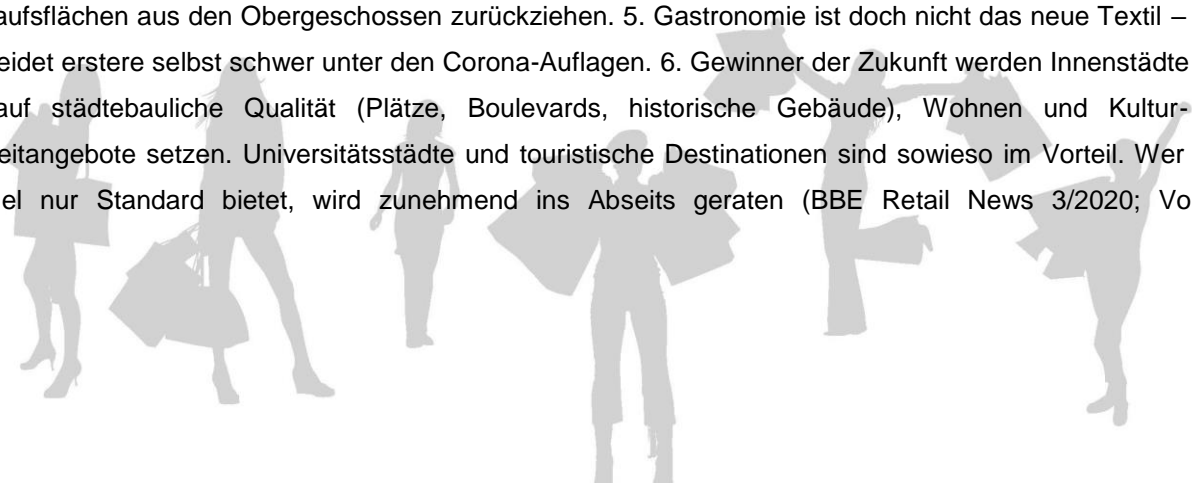
Einzelhandel muss sich neu erfinden

Zwischen 2009 und 2019 stieg der Einzelhandelsumsatz in Deutschland laut HDE um 138 Mrd. auf 558 Mrd. €. Davon entfielen zuletzt 69 Mrd. € auf den Online-Handel. Durch Covid-19 ist für 2020 von einem deutlichen Umsatzeinbruch im stationären Einzelhandel auszugehen, während das Online-Geschäft weiterwächst. Seit Jahren sichtbare Entwicklungen beschleunigen sich nun. Mehrwöchige Ladenschließungen haben bereits angeschlagene Einzelhändler endgültig in die Insolvenz getrieben. Häufig handelt es sich dabei um Unternehmen, die ausschließlich stationär aufgestellt waren. Gastronomie-Konzepte übernehmen zunehmend die zuvor von Textilfilialisten genutzten Ladenlokale in den Innenstädten. Auch Online-Händler drängen in die Innenstadt, bestes Beispiel ist Zalando als Nachfolger von H&M auf der Düsseldorfer Kö. Auch Erlebnis-Shopping wird als Lösungsansatz genannt. So gut die Ansätze (digitale Umkleidekabinen, Touchscreens, digitale Menükarten, Individualisierung von Produkten, z.B. durch das persönliche Monogramm auf Turnschuh oder der Reisetasche) auch sein mögen: In der Corona-Krise können sie nur eingeschränkt ihre Wirkung entfalten. Gewinner – zumindest in diesem Jahr – ist der Online-Handel. Das wiederum erschwert Investitionen in neue Konzepte und den Aufbau notwendiger Multi-Channel-Strukturen (MA Aengevelt 5.8.20).

Die Learnings aus der Corona-Krise

Aus Sicht der BBE Handelsberatung ergeben sich für Handelsstätten folgende Learnings aus dem Lockdown:

1. Eine leistungsfähige Nahversorgung war und bleibt der Stabilitätsanker.
2. Qualität zahlt sich in der Krise besonders aus: Wer mit verlässlichem Service und persönlicher Ansprache Kundenbindung aufgebaut hat, konnte auf die Loyalität der Stammkunden zählen.
3. In der Lockdown-Phase haben die Kunden mehr online gekauft, aber auch gespürt, was ihnen dabei im Vergleich zum realen Einkaufserlebnis fehlte. Zukunftsfähige Shoppingstandorte werden beiden Ansprüchen genügen und das stationäre Einkaufserlebnis mit der Auswahl und dem Komfort des Online-Handels verbinden müssen.
4. Die Neupositionierung schwächelnder Shopping Center und prominenter City-Immobilien muss über den Tellerrand des Einzelhandels und des eigenen Grundstücks hinaus als Mixed-Use-Quartiersentwicklung gedacht werden. In Großstädten werden sich Verkaufsflächen aus den Obergeschossen zurückziehen.
5. Gastronomie ist doch nicht das neue Textil – denn nun leidet erstere selbst schwer unter den Corona-Auflagen.
6. Gewinner der Zukunft werden Innenstädte sein, die auf städtebauliche Qualität (Plätze, Boulevards, historische Gebäude), Wohnen und Kultur- und Freizeitangebote setzen. Universitätsstädte und touristische Destinationen sind sowieso im Vorteil. Wer beim Handel nur Standard bietet, wird zunehmend ins Abseits geraten (BBE Retail News 3/2020; Volltext:



<https://www.bbe.de/de/news/nachrichten/corona-krise-learnings-fuer-kommunen>; am 17. September hält BBE ein kostenloses Webinar für die Zielgruppe Innenstädte ab; die Details finden Sie hier: <https://www.bbe.de/de/news/nachrichten/ein-weiterleben-nach-corona-die-top-10-strategien-fuer-ihre-innenstadt>).

Großbritannien

Amazon nimmt Supermärkte ins Visier

Seit Beginn der Pandemie haben sich in Großbritannien die Online-Bestellungen von Lebensmitteln fast verdoppelt, wobei der stationäre Handel große Schwierigkeiten hatte, die Nachfrage überhaupt zu befriedigen. Das hat den Internet-Giganten Amazon auf den Plan gerufen, der sich mit kostenlosen Lebensmittellieferungen ein massives Stück des Kuchens sichern und bis Ende des Jahres Millionen von Konsumenten erreichen will. „Dieser Schritt ist von riesiger Bedeutung“, erklärt Retail-Analyst Richard Hyman in einem BBC-Interview. Amazon Fresh bot bisher die Lieferung von Lebensmitteln am selben oder nächsten Tag für Kunden in London und Teilen Südost-Englands an – allerdings nur für Amazon-Prime-Abonnenten und für eine zusätzliche Liefergebühr. Zukünftig ist diese Dienstleistung jedoch gratis. Bis zum Jahresende soll der Roll-out in mehreren britischen Städten erfolgen. Hyman ist überzeugt, dass sich Amazon so zu einem der größten Player im Lebensmittelhandel hinauf spielen könnte (cash.at 3.8.20).

Schweiz

Einzelhandel im ersten Halbjahr trotz Corona mit Plus

Der Schweizer Einzelhandel hat das erste Halbjahr trotz der Coronakrise mit einem klaren Plus von 5,5 % abgeschlossen. Besonders die positive Entwicklung der Lebensmittel- und „Nearfood“-Märkte habe geholfen, heißt es im GfK Markt Monitor Schweiz. Sogar einige Nonfood-Bereiche hätten so stark aufgeholt, dass sie das erste Halbjahr positiv abschlossen. Unterm Strich war im Nonfood-Segment aber ein Minus von 5,2 % zu verkräften. Der große Gewinner im Nonfood-Bereich ist die Heimelektronik. Im Freizeitbereich legten Gartenbedarf, E-Bikes und der gesamte Radsport sowie Sportschuhe und Fitnesskleingeräte deutlich zu. Ebenfalls markante Zuwächse habe es bei Gartenmöbeln gegeben. Modegeschäfte hätten das Vorjahresniveau hingegen noch nicht erreicht. Und: Der verstärkte Online-Trend halte trotz der Geschäftsöffnungen weiterhin an (medianet.at 7.8.20).



Welt

Immobilien & Entwickler

Kommen jetzt die Drive-in-Shopping-Center?

Während der Covid-19-Pandemie haben immer mehr Konsumenten die Möglichkeit von Click & Collect genutzt: Online bestellen, vor Ort abholen und gegebenenfalls auch gleich wieder umtauschen. Speziell in den USA und Kanada hat sich während des Lockdowns auch das Drive-in-Modell etabliert. Beim Discounter Target etwa können Kunden Waren des täglichen Bedarfs online ordern und auf einem ihnen zugewiesenen Parkplatz abholen. Angeboten wird das Service bereits bei 1.500 Target-Filialen. Im brasilianischen Sao Paulo gibt es sogar ein Einkaufszentrum, das man mit dem Auto durchfahren kann. Das erspart Warteschlangen, man kann die Kinder am Rücksitz angeschnallt lassen und am wichtigsten: Es reduziert die Corona-Ansteckungsgefahr gegen Null. „Diesen Geist bekommen wir nicht mehr in die Flasche zurück“, meint Matt Katz vom Consulter SSA & Company und fügt hinzu: „Und es ist eine hervorragende Dienstleistung am Kunden.“ Für jene Konsumenten, die sich zurzeit in Läden unsicher fühlen, werden sich die Retailer wohl innovative Wege überlegen müssen. Ideen gibt es viele, etwa Open-Air-Umkleiden. Einige der internationalen Top-Center entwickeln gebrandete Pick-up-Bereiche. Viele Konsumenten stellen sich mittlerweile die Frage, warum sie in einen Laden gehen sollen, wenn sie nicht müssen (textilzeitung.at 28.7., leadersnet.at 30.7.20).

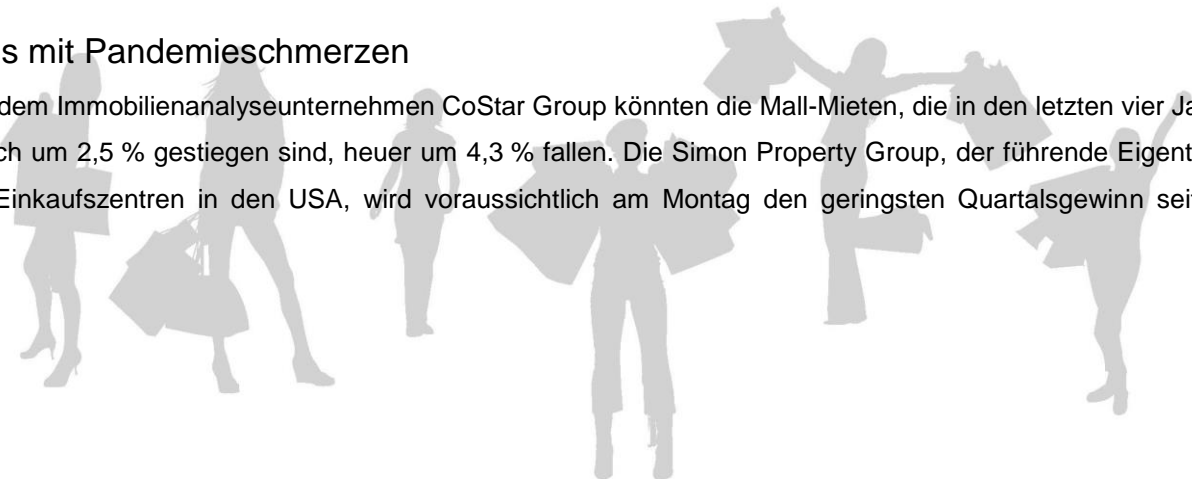
USA

Amazon will in Einkaufszentren einziehen

Der Versandriese Amazon will offenbar in die ehemaligen Ladenflächen von insolventen Warenhausketten einziehen. Wie das Wall Street Journal berichtet, steht das Unternehmen in Verhandlungen mit der Simon Property Group, der größten Betreiberin von Einkaufszentren in den USA. Die Einkaufszentren haben mit hohem Leerstand zu kämpfen, vor allem durch die Insolvenzen der beiden großen Warenhausketten J.C. Penney und Sears, die vielerorts Ankermieter waren. Deren vormalige Ladenflächen würde Amazon gerne in Distributionszentren umwandeln. Durch die Lage der Einkaufszentren in den Vorstädten wäre man so näher an den Kunden und könnte die Lieferzeiten verringern (bluewin.ch 10.8.20; ein ausführlicher Artikel zum Thema: <https://fortune.com/2020/08/10/amazon-simon-property-mall-deal/>).

Malls mit Pandemieschmerzen

Laut dem Immobilienanalyseunternehmen CoStar Group könnten die Mall-Mieten, die in den letzten vier Jahren jährlich um 2,5 % gestiegen sind, heuer um 4,3 % fallen. Die Simon Property Group, der führende Eigentümer von Einkaufszentren in den USA, wird voraussichtlich am Montag den geringsten Quartalsgewinn seit fast



sechs Jahren bekanntgeben, da die Mieter nicht in der Lage oder nicht bereit waren, die volle Miete zu zahlen. Dazu kommen eine Reihe von großen Insolvenzen im Einzelhandel, darunter Neiman Marcus und Brooks Brothers, sowie hunderte von Ladenschließungen etwa bei Ketten wie Macy's und Nordstrom. Simon ist an sieben der zehn umsatzstärksten Einkaufszentren des Landes beteiligt. Im umsatzstärksten US-Center, dem Outlet Center Sawgrass Mills in Florida, lag die Frequenz Mitte Juli um 37 % unter dem üblichen Niveau. In der gehobenen Galleria in Houston und in der Aventura Mall in Miami lag man sogar um mehr als 50 % zurück. In den Woodbury Common Premium Outlets in New York, wo man die Neuinfektionen bereits gut in Schach hält, betrug der Rückgang nur noch 8 %. Unterdessen arbeitet Simon und Mitbewerber Brookfield Property Partners an einem gemeinsamen Übernahmeangebot für JC Penney, einen wichtigen Kaufhaus-Anker vieler Einkaufszentren, der im Mai Insolvenz angemeldet hatte. „Wenn du anfangen musst, deine Mieter zu kaufen, hast du ein großes Problem“, sagte Scott Crowe, Chief Investment Strategist bei CenterSquare Investment Management. „Es ist das völlige Gegenteil davon, ein Vermieter zu sein. Der einzige Grund, warum man einen Einzelhändler kaufen würde, ist, dass es die am wenigsten schlechte Option wäre und sie wissen, dass sie keine anderen Mieter finden werden“, sagte er. Es ist nicht Simons erster Versuch, einen Einzelhändler zu kaufen. Simon und Brookfield haben im vergangenen Februar zusammen mit einem dritten Unternehmen die Bekleidungskette Forever 21 übernommen, und Simon war 2016 Teil eines Konsortiums, das einen weiteren Einzelhändler für Teenager-Bekleidung, Aeropostale, gekauft hat (finance.yahoo.com 10.8.20).

Marken

Coronakrise beflügelt Amazon

Amazon hat in der Corona-Pandemie stark vom Shopping-Boom im Internet profitiert. Im zweiten Quartal schoss der Umsatz verglichen mit dem Vorjahreswert um 40 % auf 88,9 Mrd. Dollar (75,7 Mrd. €) in die Höhe, der Gewinn betrug 5,2 Mrd. Dollar, was im Jahresvergleich in etwa einer Verdopplung entspricht. Dass Amazon mit seinen Lieferdiensten zu den großen Profiteuren der Coronakrise zählt, hatte sich bereits im Vorquartal gezeigt. Zudem floriert das Cloud-Geschäft mit IT-Services und Speicherplatz im Netz weiter. Angesichts einer Einstellungsoffensive und hoher Investitionen um den Kundenansturm zu bewältigen nahmen auch Amazons Kosten kräftig zu. Für das laufende dritte Quartal stellte das Unternehmen einen Umsatz zwischen 87 und 93 Mrd. Dollar in Aussicht, was einen starken Zuwachs von 24 bis 33 % im Jahresvergleich ergeben würde. Beim Betriebsgewinn rechnet Amazon mit 2,0 bis 5,0 Mrd. Dollar. Im entsprechenden Vorjahreszeitraum hatte das Unternehmen 3,2 Mrd. Dollar verdient. Mit einem Kursplus von rund 65 % seit Jahresbeginn ist der weltgrößte Onlinehändler einer der größten Gewinner am Aktienmarkt (textilzeitung.at 10.8.20).

