

Inhalt

In eigener Sache.....	1
Österreich.....	2
Shopping Center & Retail Parks.....	2
Stadt & Handel.....	5
Immobilien & Entwickler	7
Marken.....	10
Märkte.....	15
Europa.....	17
Shopping Center & Retail Parks.....	17
Stadt & Handel.....	18
Immobilien & Entwickler	20
Marken.....	24
Märkte.....	25
Welt.....	28
Marken.....	28
Märkte.....	29

In eigener Sache

ACSP-Studienreise nach London

Die nächste Studienreise des ACSP nach London wird von 15. bis 16. September stattfinden. Es haben sich bereits 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer registriert, damit wurde die Mindestanzahl deutlich überschritten. Anmeldungen sind weiterhin möglich – doch da der offizielle Anmeldeschluss bereits vorbei ist, womöglich zu veränderten Konditionen. Der Verband versucht zusätzliche Kontingente zu buchen. Details zum Programm:

https://site-928225.mozfiles.com/files/928225/ACSP_Studienreise_London_2022_30_6_2022.pdf



Österreich

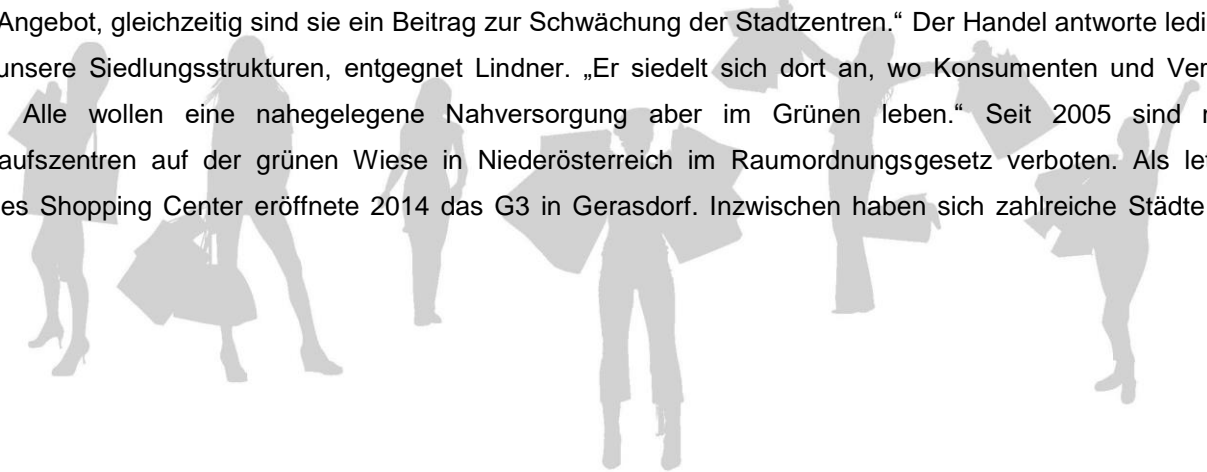
Shopping Center & Retail Parks

Lugner City mit Umsätzen über 2019

Die Lugner City in Wien konnte im Mai und Juni die Umsätze von 2019 deutlich übertreffen, berichtet Hausherr Richard Lugner. Das Center hätte die Corona-Zeit fast ohne Leerstände durchgestanden und Mieterverluste rasch und besser nachbesetzt. „Derzeit tauschen wir einige Gastronomiebetriebe aus, von denen wir bessere Ergebnisse erwarten.“ In den letzten Jahren verlor das Einkaufszentrum vor allem Marken aus dem Textilbereich (Colloiseum, Dressmann, Bik Bok, Pimkie, Orsay). Im Gegenzug wurde etwa Action mit 900 m² dazugewonnen, der „tolle Umsätze macht“, so Lugner. Im bisherigen Geschäftsjahr 2022 (einschließlich KW27) konnte ein Umsatz von 60,4 Mio. € erwirtschaftet werden, gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres bedeutet das einen Zuwachs von 30 %. „Wir profitieren davon, dass die Zentren am Stadtrand nur mit dem Auto erreichbar sind, das Benzin aktuell sehr teuer ist und die Leute auf Öffis sowie auf das Fahrrad umsteigen“, meint Lugner, der für das Gesamtjahr einem Umsatz von ca. 135 Mio. € erwartet (2021: 103,6 Mio. €; 2018: 129 Mio. €) (cash.at 6.7.22).

Rückblick auf eine „neue Einkaufsstadt“

Zum aktuellen Schwerpunkt „100 Jahre NÖ“ bringt der ORF online einen ausführlichen Artikel über die 1976 eröffnete Shopping City Süd (SCS) als „erste Einkaufsstadt in Österreich“. Besonders interessant sind zeitgenössische TV-Berichte zu diesem „Beginn einer neuen Ära“, die in den Artikel eingebettet sind. Das neue Konzept schlug ein: 1977 wurden bereits an die 7,5 Mio. Besucherinnen und Besucher in der SCS gezählt, der Jahresumsatz erreichte bald 3 Mrd. Schilling. Das nahegelegene Mödling hatte über Jahre mit massivem Leerständen zu kämpfen, auch Städte wie Baden spürten die Auswirkungen. Doch der Hypermarkt Carrefour als Ankermieter wurde nicht so gut angenommen wie gedacht und musste nach einigen Jahren die Segel streichen. Die Eröffnung fiel in eine Zeit, in der Wohlstand und Kaufkraft massiv wuchsen. „Die Leute haben begonnen, richtig zu konsumieren“, analysiert Hannes Lindner von Standort + Markt. In den folgenden Jahrzehnten entstanden im Umkreis weitere Einkaufs- und Fachmarktzentren wie der Fischapark (Wiener Neustadt) oder der Panoramapark (Neunkirchen). „Der Boom der Einkaufszentren ist Fluch und Segen zugleich“, sagt Thomas Knoll, Experte für Raumordnung und Regionalentwicklung. „Für die Menschen stieg das Angebot, gleichzeitig sind sie ein Beitrag zur Schwächung der Stadtzentren.“ Der Handel antwortete lediglich auf unsere Siedlungsstrukturen, entgegnet Lindner. „Er siedelt sich dort an, wo Konsumenten und Verkehr sind. Alle wollen eine nahegelegene Nahversorgung aber im Grünen leben.“ Seit 2005 sind neue Einkaufszentren auf der grünen Wiese in Niederösterreich im Raumordnungsgesetz verboten. Als letztes großes Shopping Center eröffnete 2014 das G3 in Gerasdorf. Inzwischen haben sich zahlreiche Städte neu



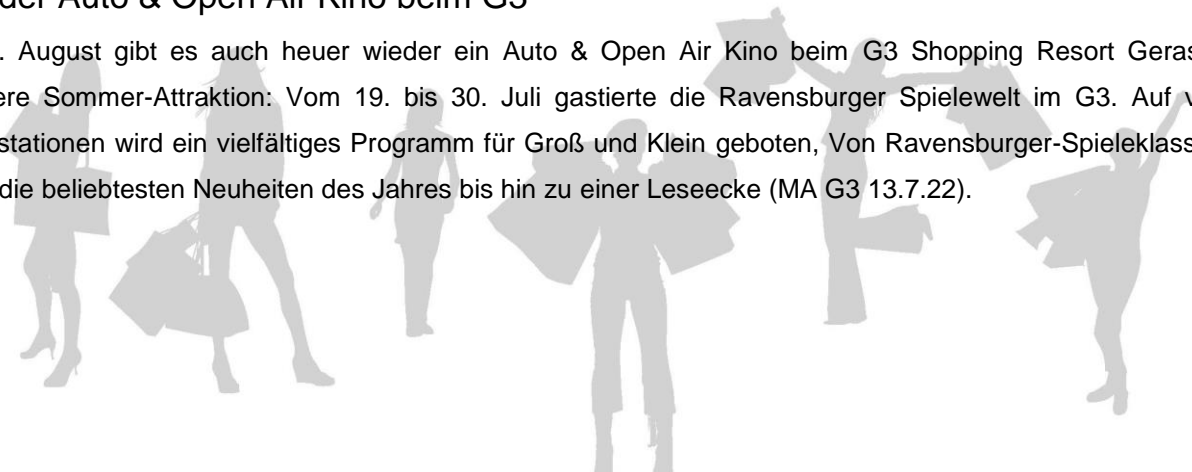
und erfolgreich positioniert – in Mödling liegt der Leerstand heute bei nur 2 %. Für Lindner befinden wir uns nun an einer Zeitenwende: „Wir waren Konsumhelden. Von 1970 bis 2015 haben wir uns sehr stark treiben lassen und jetzt sind wir gezwungen umzudenken.“ Was brauchen wir wirklich? Wo müssen wir uns zurückentwickeln oder Dinge anders nutzen? Welchen Stellenwert darf Konsum in Zukunft haben? Und wie stellt sich das auf der Fläche dar? Antworten bringen die nächsten Jahre (orf.at 11.7.22; der ausführliche Artikel im Volltext, mit vielen historischen Bildern und Videos: <https://noe.orf.at/magazin/stories/3163675/>).

Fachmarkt-Agglomerationen weiter im Aufwind

Die Fläche der Fachmarkt-Agglomerationen (= Fachmarktgebiete plus Retail Parks) in Österreich ist in den letzten drei Jahren um 300.000 m² gewachsen – und das, obwohl der Handel insgesamt in dieser Zeit klar an Verkaufsfläche verloren hat. Das zeigt die jüngste Analyse von Standort + Markt. Geschäftsführer Hannes Lindner: „Seit der Jahrtausendwende hat sich sowohl die Fläche als auch die Anzahl der Fachmarkt-Agglomerationen mehr als verdoppelt. Heute halten wir bei 280 dieser Handelszentren mit 6,4 Mio. m² Verkaufsfläche, die insgesamt 8.200 Geschäfte umfassen. Dadurch ist der Marktanteil von 17 % auf 27,5 % nach oben geklettert.“ Bereits mehr als jeder vierte Euro wird in Fachmarkt-Agglomerationen ausgegeben. Umsatzstärkster Betriebstyp dieser Standortkategorie ist der Lebensmitteldiskont mit 3,1 Mrd. € Umsatz, gefolgt von Verbrauchermärkten mit 2,2 Mrd. € sowie Einrichtungshäusern (2,0 Mrd. €), Baumärkten (1,8 Mrd. €) und Supermärkten (1,0 Mrd. €). Nimmt man die Anzahl der Shops als Maßstab, liegen Bekleidungsdiskonter mit 425 Geschäften gleichauf mit den Lebensmitteldiskontern an der Spitze. Interessant ist auch der Bundesländer-Vergleich: Im Burgenland kommen Fachmärkte bereits auf einen Marktanteil von mehr als 50 %, konkret 50,3 %. Mit deutlichem Abstand folgt Kärnten mit 37,3 %, während in Vorarlberg, wo seit langem restriktiv mit Flächenwidmungen umgegangen wird, nur 16,6 % der lokalen Kaufkraft in Fachmarkt-Agglomerationen fließt. Schlusslicht im Bundesländer-Ranking ist Wien mit nur 13,3 % Fachmarkt-Marktanteil. Der Erfolg dieser Vertriebsform zeigt sich auch in der vergleichsweise geringen Leerstandsquote von 3,8 % (textilzeitung.at 12.7.22; weitere Details im Volltext – Registrierung erforderlich: <https://www.textilzeitung.at/business/handel/standort--markt-fachmarktzentren-weiter-im-aufwind-14742/>; ein weiterer Artikel zum Thema mit Schwerpunkt Burgenland: <https://kurier.at/chronik/burgenland/neue-studie-fachmarktzentren-wachsen-weiter/402071896/>).

Wieder Auto & Open Air Kino beim G3

Ab 3. August gibt es auch heuer wieder ein Auto & Open Air Kino beim G3 Shopping Resort Gerasdorf. Weitere Sommer-Attraktion: Vom 19. bis 30. Juli gastierte die Ravensburger Spielewelt im G3. Auf vielen Spielstationen wird ein vielfältiges Programm für Groß und Klein geboten, Von Ravensburger-Spieleklassikern über die beliebtesten Neuheiten des Jahres bis hin zu einer Lesecke (MA G3 13.7.22).



Dachgleiche beim Power Center Stoob

Bei dem am Stadtrand von Oberpullendorf gelegenen Power Center wurde die Dachgleiche gefeiert. Die Eröffnung soll am 1. September über die Bühne gehen. Das Investorentrio Andreas Koptik, Harald Aichberger und Eduard Halmschlagler hat das ehemalige EKZ Stoob Süd erworben, das Areal wird derzeit renoviert und attraktiviert. Fix ist die Neuansiedelung von Action, Tedi und Pepco. Jysk wird seinen Standort von der Wiener Straße ins Center verlegen und seine Fläche verdoppeln. NKD wird einen zusätzlichen Standort zum Oberpullendorfer Geschäft eröffnen (bvz.at 14.7.22).

Konzertreihe „Sunset Sound“ in der SCS

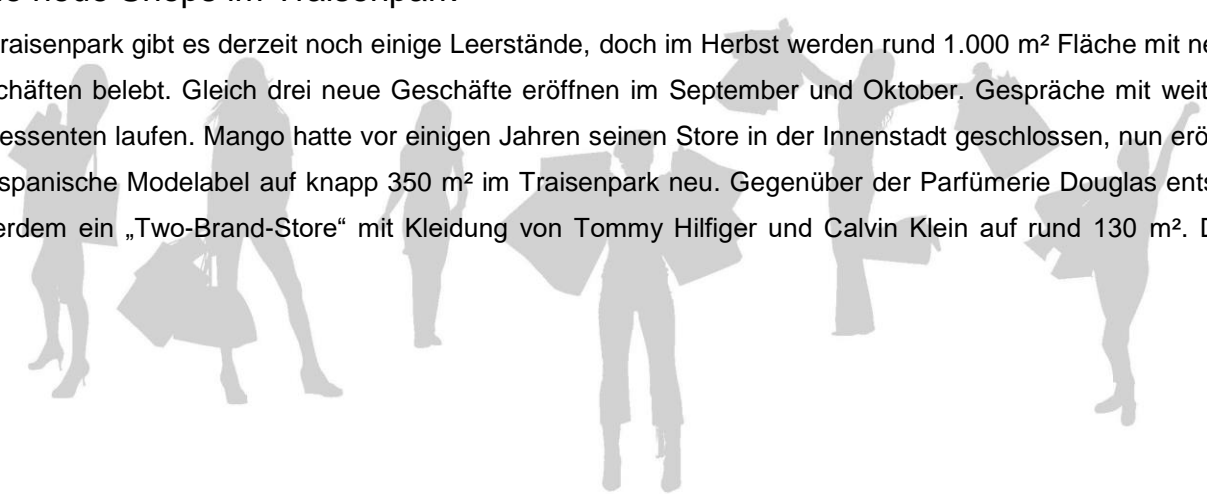
Am 16. Juli startete die siebenteilige Konzertreihe „Sunset Sound“ mit der Kult-Band „Wiener Wahnsinn“. Bis Ende August sorgen namhafte Künstler und Bands jeden Samstag um 19 Uhr für Stimmung auf den Multiplex-Terrassen der SCS – bei freiem Eintritt. Fortgesetzt wird die Reihe u. a. mit dem aus „The Voice of Germany“ bekannten österreichischen Songwriter Alexander Eder, der Soul-Funk Band The Horny Funk Brothers feat. Hubert Tubbs, der Coverband ABBAoriginal und dem Popsänger James Cottriall. Zum Auftakt-Konzert kamen rund 500 Gäste. Die Multiplex-Terrassen sind die 2.000 m² große Outdoor-Fläche der SCS, die Freizeit- und Entertainmentangebote mit Kulinarik vereint (MA Westfield SCS 18.7.22).

BREEAM-Zertifizierung für PlusCity

Als erstes Bestandsgebäude in der DACH-Region hat die PlusCity in Pasching bei Linz fünf Sterne bzw. die Bewertung „Exzellent“ nach dem neuen BREEAM DE/AT/CH Bestand V6.0 erreicht. Ausgestellt wurde das Zertifikat von TÜV SÜD, der Systemvertretung für den BREEAM-Nachhaltigkeitsstandard in der DACH-Region. Für die Zertifizierung wurde die Gebäudeperformance auf Basis der baulichen und anlagentechnischen Gebäudemerkmale bewertet. Der ganzheitliche Bewertungsansatz von BREEAM umfasst Aspekte wie Energie, Transport, Wasser, Emissionen sowie Gesundheit und Wohlbefinden. Der Audit wurde von CBRE durchgeführt. Die Bedeutung von Nachhaltigkeitszertifizierungen nimmt auf dem Immobilienmarkt kontinuierlich zu. Mit mehr als 600.000 Zertifizierungen in 93 Ländern ist der BREEAM-Standard europa- und weltweit führend (deal-magazin.com 19.7.22).

Viele neue Shops im Traisenpark

Im Traisenpark gibt es derzeit noch einige Leerstände, doch im Herbst werden rund 1.000 m² Fläche mit neuen Geschäften belebt. Gleich drei neue Geschäfte eröffnen im September und Oktober. Gespräche mit weiteren Interessenten laufen. Mango hatte vor einigen Jahren seinen Store in der Innenstadt geschlossen, nun eröffnet das spanische Modelabel auf knapp 350 m² im Traisenpark neu. Gegenüber der Parfümerie Douglas entsteht außerdem ein „Two-Brand-Store“ mit Kleidung von Tommy Hilfiger und Calvin Klein auf rund 130 m². Dazu



eröffnet der „Schwarzmarkt“ im Bereich des Haupteingangs, ein rund 500 m² großer Schnäppchenmarkt für Haushalt, Garten und Heimwerkerbedarf (NÖN 20.7.22).

Stadt & Handel

Kameras bei Einfahrt in die Wiener City mit Datenschutz vereinbar

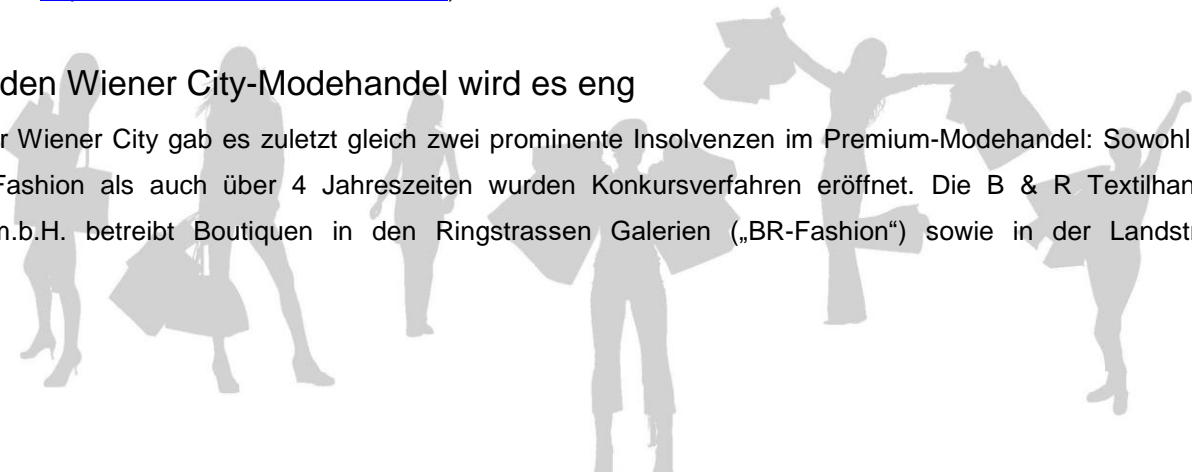
Die Stadt Wien will die Ein- und Ausfahrten in die Innenstadt deutlich reduzieren und frei gewordene Parkplätze umgestalten. Überwacht werden sollen die Einfahrten mittels Kameras bei den Zufahrten vom Ring. Neben Anrainern sollen künftig nur Taxis, Zulieferer, Müllabfuhr oder Einsatzfahrzeuge in die Innenstadt einfahren dürfen. Für alle anderen Fahrzeuge ist die Einfahrt in die City nur gestattet, wenn sie Parkgaragen ansteuern. Überwacht werden soll das mit dem Scan der Kfz-Kennzeichen bei der Einfahrt in die City und einem Abgleich bei der Einfahrt in die Parkgarage. Ein Datenschutz-Gutachten stellte nun fest, dass ein solches automatisiertes Zufahrtsmanagement grundsätzlich datenschutzkonform möglich ist. Wiens Verkehrsstadträtin Ulli Sima (SPÖ) verwies darauf, dass eine derartige Lösung in vielen europäischen Städten funktioniere, beispielsweise in Turin und Bologna. Trotzdem muss noch die StVO novelliert werden. Das Verkehrsplanungsbüro geht von einer Umsetzung nicht vor Mitte 2024 aus (derstandard.at 8.7.22).

Rund 390 Wiener Geschäftslokale stehen leer

Rund 390 Geschäftslokale stehen in Wien im Moment leer – die meisten davon im ersten Bezirk. Grund dürfte laut Wirtschaftskammer vor allem der hohe Mietpreis sein. Gegensteuern will die Stadt unter anderem mit Förderungen. „Sehr viele Leerstehungen rühren daher, dass die Hausbesitzer viele Lokale nicht hergeben wollen“, meint ein alteingesessener Geschäftsmann in Wien-Hernals. „Die wollen keine fremden Leute im Haus haben und lassen es lieber leer stehen.“ Das wird vonseiten der Wiener Wirtschaftskammer bestätigt. Ein weiteres großes Hindernis ist laut dem Geschäftsführer der Wirtschaftsagentur Wien, Gerhard Hirczi, „dass diese Geschäftslokale oft nicht in einem Zustand sind, dass man da jetzt sofort auch ein attraktives Lokal eröffnen kann“. Deshalb wurde die Förderschiene „Geschäftsbelebung Jetzt!“ ins Leben gerufen. Die Förderquote von 50 % sei sehr attraktiv, betont Hirczi. „Das heißt, dass jeder Euro, den ein Unternehmen in eine Adaption eines leerstehenden Lokals investiert, von uns verdoppelt wird.“ Die Förderung ist allerdings mit 25.000 € gedeckelt. Bis Ende Mai wurden 216 Einreichungen registriert (orf.at 10.7.22; mehr Details im Volltext: <https://wien.orf.at/stories/3164271/>).

Für den Wiener City-Modehandel wird es eng

In der Wiener City gab es zuletzt gleich zwei prominente Insolvenzen im Premium-Modehandel: Sowohl über BR Fashion als auch über 4 Jahreszeiten wurden Konkursverfahren eröffnet. Die B & R Textilhandels-ges.m.b.H. betreibt Boutiquen in den Ringstrassen Galerien („BR-Fashion“) sowie in der Landstraßer



Hauptstraße („Farone by BR-Fashion“). Die 4JZ Handels GmbH betreibt unter der Marke 4 Jahreszeiten ebenfalls ein Store in den Ringstrassen Galerien, ein weiteres Geschäft in der Habsburgergasse sowie ein Outlet. Unter dem Label Simon's werden weitere zwei Stores in den Ringstrassen Galerien und in der Landstraßer Hauptstraße geführt. Zum Unternehmen zählt auch der Online-Store firusas.com. „Das Zielpublikum war einerseits eine gehobene Käuferschicht in Wien sowie vor allem auch finanziell gut gestellte ausländische Käuferschichten aus bspw. Russland, der Ukraine, China und aus Übersee“, heißt es vom KSV1870 zur 4JZ-Insolvenz. In den letzten beiden Jahren führten die Corona-Pandemie mit ihren Betretungsverboten und Reisebeschränkungen zu erheblichen Umsatzeinbußen. Darauf folgte ein weiterer Einbruch durch ausbleibende Touristen aus der Ukraine und aus Russland (textilzeitung.at 12.7.22).

Neunkirchen plant City-App

Mit einem einstimmigen Beschluss wurde in der Gemeinderatssitzung grünes Licht für die geplante City-App Neunkirchen gegeben. Sie soll sowohl Bürgerinnen und Bürgern wie auch Unternehmen und Vereinen eine digitale Plattform bieten, sich zu präsentieren und zu informieren. Umsetzen wird das Projekt die Joloo Technologies GmbH. „Es handelt sich bei der App um ein Werkzeug, mit dem für Kunden leicht ersichtlich ist, welche Betriebe es in der Stadt gibt, welche Produkte angeboten werden und ob es derzeit irgendwelche Rabattaktionen gibt“, erklärt ÖVP-Wirtschaftsstadtrat Peter Teix. Kunden können Rechnungen einscannen, Bonuspunkte sammeln und diese wieder einlösen. Unternehmen können ihre Zielgruppe per Push-Nachricht oder SMS über Aktionen oder neue Produkte informieren. Die Preise sind für Unternehmer gestaffelt bis zum Vollzugang mit 79 € pro Monat, wobei die Gemeinde zumindest im ersten Jahr die Hälfte dieses Betrags übernimmt. Auch Vereine und Schulen können die App als Kommunikationsplattform nutzen, ebenso informiert die Verwaltung über ihre Leistungen, etwa die Müllabfuhr-Termine. Die App soll spätestens im ersten Quartal 2023 funktionieren (noen.at 13.7.22; weitere Details im Volltext: <https://www.noen.at/neunkirchen/digitale-plattform-neunkirchen-city-app-nimmt-formen-an-neunkirchen-city-app-peter-teix-print-gemeinderatsbeschluss-plattform-projektplanung-328932091>).

Fußgängerzone St. Pölten wird ausgeweitet

Im Zuge der Öffnung des Alumnatsgartens für die Bevölkerung und die Anbindung an die Innenstadt sowie der Umgestaltung und Verkehrsberuhigung des Domplatzes soll in diesem Bereich die Fußgängerzone erweitert und dadurch die Innenstadt aufgewertet werden. Die neuen Regelungen treten mit 29. Juli in Kraft. Gänzlich für Autofahrer gesperrt werden die Wiener Straße (beginnend ab der Lederergasse bis zum Domplatz) und der gesamte Domplatz. Darüber hinaus werden die Ranzonigasse, die Alumnatsgasse und die Grenzgasse autofrei (st-poelten.at 14.7.22; alle Details: <https://www.st-poelten.at/news/presse/17302-fussgaengerzone-wird-ausgeweitet>).



Linzer Post City wird umgesetzt

Unmittelbar neben dem Linzer Hauptbahnhof sollen auf dem Areal des ehemaligen Postverteilerzentrums bald die Abbrucharbeiten für das geplante Bauprojekt der Österreichischen Post beginnen. Elf Hochhäuser sollen gebaut werden, 5.000 hochqualifizierte Arbeitsplätze entstehen. „Baubeginn wird 2024 mit den ersten Objekten sein. Ich bin sehr froh darüber, denn das ist ein enormer Beitrag für die Weiterentwicklung der gesamten Stadt“, so Bürgermeister Klaus Luger (SPÖ). „Es wird ein Stadtteil werden, auch mit Gastronomie, der Abends belebt ist. Keine Schlafstätte, auch keine reine Bürostätte. Das ist ein Musterbeispiel, wie sich Städte in der Größenordnung von Linz in den nächsten Jahrzehnten entwickeln werden“, so Luger. Von der Österreichischen Post heißt es jedoch, vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen und geopolitischen Veränderungen in der Baubranche würden nun die verschiedenen Realisierungsvarianten geprüft (orf.at 17.7.22).

Stadtmarketing Mödling: Claudia Rehberger als neue Obfrau gewählt

Claudia Rehberger ist in Mödling in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen – der Malerei Lang – und hat in eine Unternehmerfamilie – die Dachdeckerei Rehberger – hineingeheiratet. „Ich habe immer in Mödling gelebt und kann es mir anders gar nicht vorstellen. Jetzt möchte ich der Stadt wieder etwas zurückgeben“, sagt die frisch gewählte Obfrau des Stadtmarketingvereins Mödling, der mehr als 2.000 Unternehmern aus Handel, Gastronomie, Gewerbe und Dienstleistungen vertritt. Die Stadt Mödling hat erstmalig den geringsten Leerstand aller Einkaufsstädte in Niederösterreich. „Wir haben im Moment nur drei leere Geschäftslokale, die zu vergeben sind“, freut sich die Unternehmerin (noen.at 20.7.22).

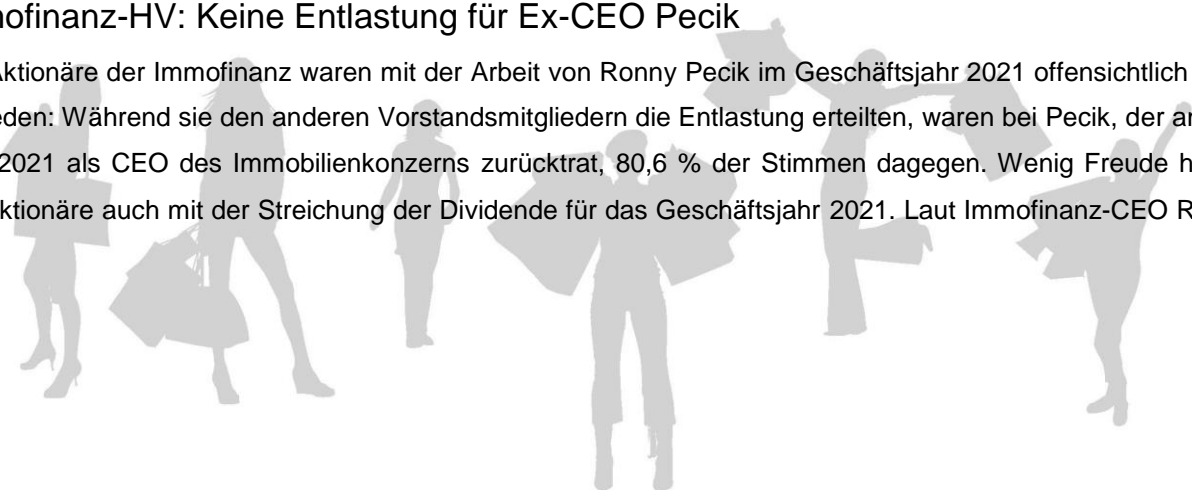
Dornbirn sucht Ideen für „Wohnzimmer Innenstadt“

Die Stadt Dornbirn startet einen Ideenwettbewerb, um das „Wohnzimmer Innenstadt“ lebenswerter und attraktiver zu gestalten. Aufenthaltsqualität, Mobilität, Nachhaltigkeit, Einzelhandel, Kultur/Veranstaltungen und Wochenmarkt sind die Kategorien, in denen Vorschläge gesammelt und von einer Jury bewertet werden. Ideenpostkarten liegen an vielen Orten auf, Ideen können aber auch online eingebracht werden. Die besten Anregungen werden mit Einkaufsgutscheinen belohnt (orf.at 20.7.22).

Immobilien & Entwickler

Immofinanz-HV: Keine Entlastung für Ex-CEO Pecik

Die Aktionäre der Immofinanz waren mit der Arbeit von Ronny Pecik im Geschäftsjahr 2021 offensichtlich nicht zufrieden: Während sie den anderen Vorstandsmitgliedern die Entlastung erteilten, waren bei Pecik, der am 29. Juni 2021 als CEO des Immobilienkonzerns zurücktrat, 80,6 % der Stimmen dagegen. Wenig Freude hatten die Aktionäre auch mit der Streichung der Dividende für das Geschäftsjahr 2021. Laut Immofinanz-CEO Radka



Doehring hat sich die Mehrheitsaktionärin CPI Property Group (CPI) aufgrund des aktuell unsicheren Umfelds und mit Hinblick auf anstehende Anleiherückkäufe dagegen ausgesprochen. Angesichts der starken Bilanz und ausreichend liquider Mittel sei das nicht notwendig, lautete hingegen der Grundtenor unter den anwesenden Aktionären. Heftig kritisiert wurde auch, dass die Hauptversammlung virtuell und nicht als Präsenzveranstaltung abgehalten wurde. „CPI hat nicht den Mut den Kleinaktionären ins Auge zu schauen“, so ein Aktionär. Ein weiterer Anteilseigner beantragte, dass die Aufsichtsratsvergütungen für die Geschäftsjahre 2019, 2020 und 2021 zurückgezahlt werden. Begründung: Dass der Aufsichtsrat Ronny Pecik ohne Ausschreibung zum CEO bestellt habe, sei eigentlich ein Rücktrittsgrund. Aufsichtsratschefin Miroslava Grestikova kündigte an, den Antrag zu prüfen und dann eine Stellungnahme abzugeben (immo-timeline.at 12.7.22).

Baukosten im Juni weiter gestiegen

Im Juni stieg der Baukostenindex für den Wohnhaus- und Siedlungsbau gegenüber dem Vorjahr um 10,7 %. Im selben Zeitraum stiegen die Baukostenindizes für den Straßenbau um 19,5 %, den Brückenbau um 12,8 % sowie den Siedlungswasserbau um 14,2 %, teilt die Statistik Austria mit. Starke Kostenanstiege verzeichneten die durch Stahlprodukte geprägten Warengruppen, auch Kunststoffwaren wurden weiter erheblich teurer. Auch Holz, Polystyrol und Schaumstoffplatten waren erneut Kostentreiber (MA Statistik Austria 15.7.22).

EHL: Retail-Nachfrage krisenbedingt stark gebremst

Laut EHL ist die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen wieder „sehr deutlich zurückgegangen“. Standorte für neue Filialen suchen weiterhin Non-Food-Diskonter wie Action, NKD oder Tedi sowie der Lebensmittelhandel – und auch hier vor allem die Diskonter. Interesse an innerstädtischen Standorten gibt es auch vom Möbelhandel und neuen Showroom-Konzepten. Auch Luxusmarken mieten in Spitzenlagen neue Flächen an, zuletzt etwa Bulgari am Kohlmarkt. „In diesem Marktsegment gibt es weiterhin einen Nachfrageüberhang und freiwerdende Flächen können in kürzester Zeit neu verwertet werden“, heißt es von Mario Schwaiger, Retail-Experte bei EHL. In breiten Marktsegmenten ist hingegen ein deutlicher Nachfragerückgang zu verzeichnen: „Zusätzliche Flächen werden nur vereinzelt angemietet, zahlreiche bereits weit fortgeschrittene Mietverhandlungen werden ‚on hold‘ gestellt, um die weitere Entwicklung abzuwarten. Zudem werden auslaufende Mietverträge in durchaus nennenswertem Maße nicht verlängert und Flächen zurückgegeben.“ Jüngstes Beispiel dafür ist die Schließung des Benetton-Megastores auf der Mariahilfer Straße. Auch aufgrund der deutlich steigenden Betriebskosten geraten die Mieten immer mehr unter Druck. In einigen Fällen werde es erforderlich sein, bei anstehenden Mietsteigerungen durch die Indexierung Kompromisse zu akzeptieren, um Ausfälle zu vermeiden, glaubt Schwaiger, der außerdem mit Mietanpassungen bei Neuvermietungen und Vertragsverlängerungen unterhalb der Inflationsrate rechnet (MA EHL 19.7.22; der Bericht im Volltext: <https://www.ehl.at/blog/einzelhandelsimmobilienmarkt-update-h1-2022>).

VfGH zu Corona: Pächter haben es schlechter als Mieter

Der Verfassungsgerichtshof (VfGH) hält es für sachlich gerechtfertigt, dass Mieter von Geschäftsräumen anders behandelt werden als Unternehmenspächter. Während Mieter von Geschäftsräumen für die Zeit, in der sie während der Lockdowns ihr Objekt nur eingeschränkt nutzen konnten und dem Vermieter auch nur einen reduzierten Mietzins zahlen mussten, gibt es so eine Regelung für Unternehmenspächter nicht. Erleichterungen gibt es in diesem Fall lediglich für jene, die den Pachtgegenstand nur für ein einziges Jahr gepachtet haben. Diese haben Anspruch auf einen Nachlass, wenn der Ertrag durch die Seuche um mehr als die Hälfte gefallen ist. Im Anlassfall ging es um einen Gastronomiebetrieb in einem Bürogebäude. Die Verpächterinnen forderten die Pächterin auf, für den Zeitraum von April 2020 bis Jänner 2021 den Zins zu zahlen. Das lehnte Letztere aber ab, weil sie den Pachtgegenstand wegen behördlicher Covid-Maßnahmen nicht bzw. nur eingeschränkt nutzen habe können. Der VfGH (G 279/2021-15) aber befand laut Bericht der „Presse“, dass sich der wirtschaftliche Gehalt von Miete und Pacht „maßgeblich voneinander unterscheiden“. Gehe es bei der Miete nur um die Überlassung einer Sache zum bloßen Gebrauch, umfasse die Pacht auch die Fruchtziehung. Der Ertrag eines Pächters hänge daher insbesondere von dessen „Fleiß und Mühe“ und dessen wirtschaftlichem Geschick ab. Im Unterschied zum Mieter solle der Pächter daher auch stärker das wirtschaftliche Risiko tragen, sagte der VfGH (stammgast.online 19.7.22; der Artikel im Volltext: <https://stammgast.online/news/detail/vfgh-entscheidung-gegen-paechter.html>).

Signa veröffentlicht Nachhaltigkeitsberichte

Die Signa-Gruppe hat die Nachhaltigkeitsberichte der Signa Prime Selection AG und der Signa Development Selection AG für 2021 publiziert. Wie daraus hervorgeht, konnten im Rahmen der ESG-Strategie „Our sustainable SIGNature“ wieder wesentliche Maßnahmen umgesetzt werden. Der Erfüllungsgrad des Nachhaltigkeitsprogramms liegt bereits bei rund zwei Drittel der geplanten Vorhaben bis 2025. Wichtige Meilensteine waren u. a. die Einführung von Green-Lease-Klauseln bei gewerblichen Mietverträgen, der Start der Nachzertifizierungen von Bestandsgebäuden und die Selbstverpflichtung, bei allen Projektentwicklungen Green-Building-Zertifizierungen durchführen zu lassen. Für den sukzessiven Übergang in einen emissionsarmen Betrieb der Immobilien arbeitet Signa Real Estate an der Umstellung auf Grünstrom. Derzeit werden schon 51 % der Bestandsimmobilien (2020: 38 %) mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen versorgt. Das Gesamtvolumen der im Geschäftsjahr 2021 erstmals begebenen grünen Finanzierungen von Signa Prime und Signa Development belief sich auf insgesamt 570 Mio. €. Die Erlöse wurden ausschließlich für nachhaltige Projekte verwendet (MA Signa 19.7.22; die Nachhaltigkeitsberichte zum Download: <https://www.signa.at/de/realestate/nachhaltigkeit/>).



Marken

Billa: „Stand-alone-Supermarkt auf der grünen Wiese ist Geschichte“

Die Rewe hat sich aktuell allein bei Billa und Billa Plus 30 neue Projekte pro Jahr vorgenommen, berichtet Robert Nagele, Vorstand für das Ressort Immobilien. Netto bedeutet das eine Expansion von 15 Geschäften jährlich. Fokus-Markt ist dabei weiterhin Wien, doch auch in den Bundesländern sieht Nagele weiteres Potenzial. Eines der aktuellen Highlights ist der Billa Plus in Wien-Siemensstraße, mit 2.000 m² Verkaufsfläche eine Besonderheit in der derzeitigen Marktsituation. „Eines ist klar: Der eingeschobene Supermarkt als Stand-alone auf der grünen Wiese ist Geschichte. Die Themen der Flächenversiegelung und des Flächenfraßes sind mittlerweile allgegenwärtig“, sagt der Expansionsmanager. „Wir sind mittlerweile beinahe bei jedem Projekt auch mit einer Bürgerliste und damit mit Widerstand konfrontiert. Es wird dementsprechend immer schwieriger entsprechende Standorte zu entwickeln.“ Neue Supermärkte im Verbund mit anderen Bauträgern werden deshalb der neue Regelfall werden (Regal 06 - 07/2022).

Neue Billa-Filiale im FMZ Kufstein

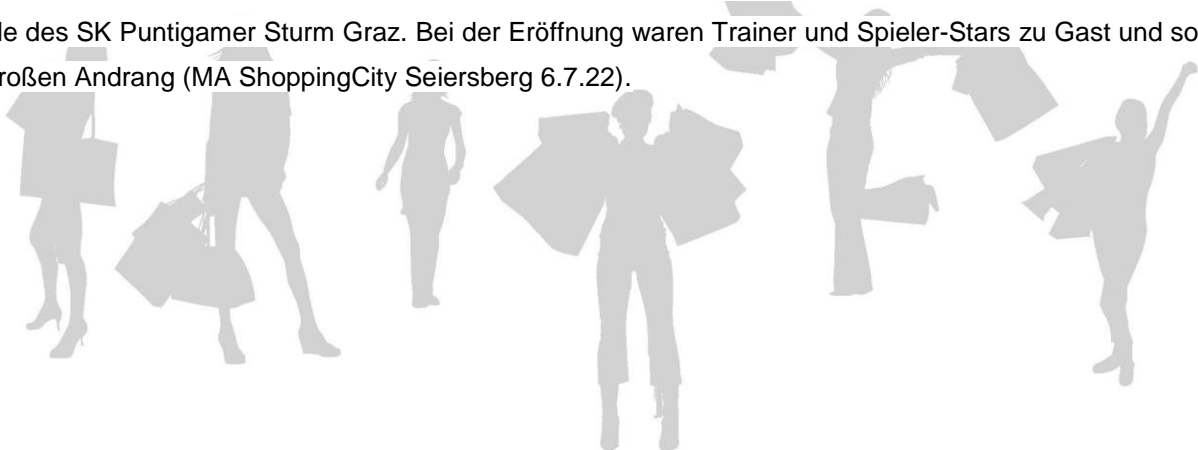
In dem von Unterberger Immobilien im Jahr 2005 eröffneten Fachmarktzentrum Kufstein befindet sich seit 30. Juni 2022 ein neuer Billa-Standort. Die Verkaufsfläche beträgt 600 m² (meinbezirk.at 1.7.22).

Podcast-Tipp: Wie Otto und ECE im G3 Online- und Offline-Welt verbinden

Vor zwei Monaten öffnete im G3 Shopping Resort in Gerasdorf der erste stationäre Otto-Showroom Österreichs seine Pforten. Dort finden Kunden damit das gesamte Sortiment von Österreichs erfolgreichstem Online-Händler – von Möbeln über Mode bis hin zu Haushaltstechnik. G3-Center-Managerin Funda Caglar und Arno Kerschbaumer, Leiter der Marke Otto Österreich, erklären im Podcast „UNgeniert“ (von der UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH), wie Offline und Online erfolgreich zusammengeführt werden (unito.at 6.7.22; der Podcast zum anhören: <https://www.unito.at/podcast/>).

Shop von Sturm Graz in Seiersberg

Nach der Eröffnung des Sportartikel-Riesen Decathlon im benachbarten Gewerbepark Seiersberg-Pirka geht es sportlich weiter: Am 5. Juli eröffnete ein neuer Fanshop des SK Sturm Graz in der ShoppingCity Seiersberg (Haus 9, Ebene 1). Im neuen „SturmShop“ gibt es nicht nur Fanartikel sondern auch den Ticketverkauf für Spiele des SK Puntigamer Sturm Graz. Bei der Eröffnung waren Trainer und Spieler-Stars zu Gast und sorgten für großen Andrang (MA ShoppingCity Seiersberg 6.7.22).



The Italian folgt auf Vapiano in Parndorf

Noch ist das ehemalige Vapiano im Entertainment Center Parndorf im Umbau. Am 4. August soll es als The Italian neu eröffnet werden. Betreiber des Standorts unweit des Cineplex-Kinos ist Norbert Pillinger. Es wird das sechste The-Italian-Lokal in Österreich, dazu gibt es zwei in Deutschland und eines in Armenien. Franchisegeber ist die Familie Schärf. Für Parndorf als Standort hat man sich schon vor mehreren Jahren entschieden, bereits 2019 kam die Ankündigung, dass man sich im „Parndorf Petrol“ zwischen Jet-Tankstelle und Pannonia Tower einmieten möchte, dieser Plan zerschlug sich. Die nunmehrige Location bietet aufgrund ihrer Größe von 1.200 m² auf zwei Ebenen auch die Möglichkeit, Schulungen für den internationalen Aufbau des „Italian“-Konzepts bzw. der Firma Schärf oder Firmen der Umgebung zu organisieren (bvz.at 7.7.22).

Fussl neu in SCN

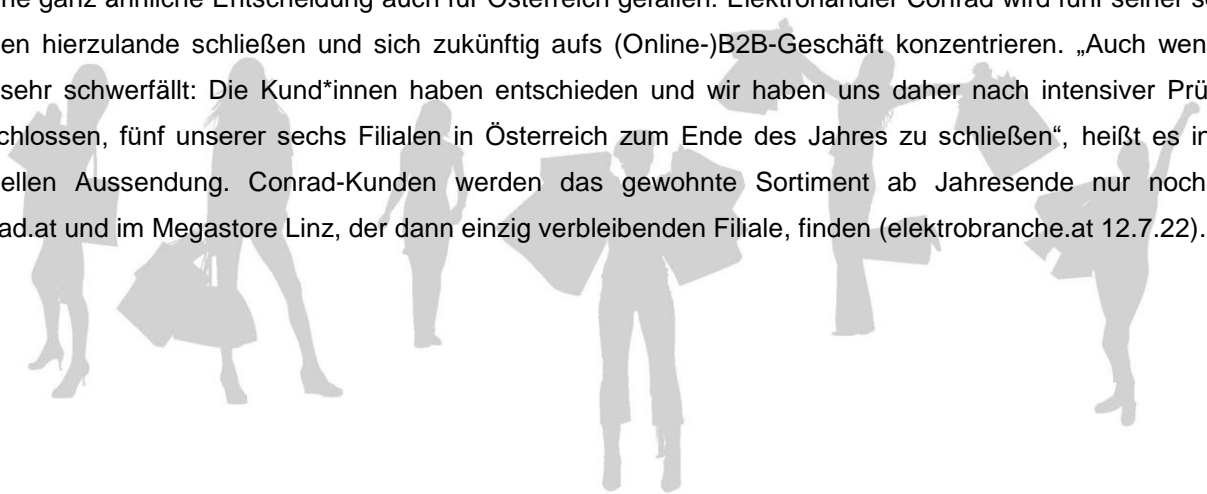
Die Fussl Modestraße eröffnet am 1. September eine neue, 490 m² große Filiale im Wiener Shopping Center Nord (SCN) (MA SCN 7.7.22).

Hofer errichtet PV-Anlagen auf 230 Fildächern

Im Kampf gegen die Klimakrise will Österreich im Jahr 2030 100 % des Strombedarfs aus erneuerbaren Energien produzieren. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, ist ein gemeinsamer Kraftakt von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft notwendig. Der größte Ausbau soll dabei im Bereich Photovoltaik (PV) erfolgen, die Leistung bis 2030 um elf Terrawattstunden (TWh) gesteigert werden. Um dazu einen Beitrag zu leisten, startet Hofer nun eine große PV-Offensive: Bis Ende 2026 werde auf jedem Fildach, das technisch dafür geeignet ist, eine PV-Anlage errichtet, verspricht der Lebensmitteldiskonter. Im Schnitt soll eine Anlage pro Woche errichtet werden – am Ende der Offensive wären das rund 230 Photovoltaikanlagen. Mit ins Boot hat sich Hofer das Unternehmen one2zero, ein grünes Startup der Salzburg AG, geholt, das für die Errichtung, den Betrieb und die Wartung der Anlagen verantwortlich ist (leadersnet.at 10.7.22; mehr Details im Volltext: <https://www.leadersnet.at/news/60561,hofer-errichtet-mit-one2zero-pv-anlagen-auf-230-fildachern.html>).

Elektrohändler Conrad behält nur eine Filiale

In Deutschland hat man den Beinahe-Rückzug aus dem stationären Handel bereits im April angekündigt, jetzt ist eine ganz ähnliche Entscheidung auch für Österreich gefallen: Elektrohändler Conrad wird fünf seiner sechs Filialen hierzulande schließen und sich zukünftig aufs (Online-)B2B-Geschäft konzentrieren. „Auch wenn es uns sehr schwerfällt: Die Kund*innen haben entschieden und wir haben uns daher nach intensiver Prüfung entschlossen, fünf unserer sechs Filialen in Österreich zum Ende des Jahres zu schließen“, heißt es in der offiziellen Aussendung. Conrad-Kunden werden das gewohnte Sortiment ab Jahresende nur noch auf conrad.at und im Megastore Linz, der dann einzig verbleibenden Filiale, finden (elektrobranche.at 12.7.22).



Hofer weitet Lieferservice aus

Nach dem Testbetrieb in Wien beliefert Hofer nun auch in das umliegende Niederösterreich. Der Discounter erweitert seinen Lieferservice auf die Gebiete Klosterneuburg, Mödling, Brunn am Gebirge, Maria Enzersdorf, Vösendorf und Perchtoldsdorf. Die Lieferungen erfolgen Montag bis Samstag im Rahmen der Öffnungszeiten der Hofer-Filialen, die Gebühren belaufen sich dabei zwischen 2,90 und 6,90 € (cash.at 12.7.22).

Blue Tomato jetzt auch in Schweden

Erst kürzlich hat der Schladminger Boardsport- und Lifestyle-Spezialist seinen 70. Store aufgesperrt. Nun folgt ein weiterer Meilenstein: Am 11. August eröffnet Blue Tomato sein erstes Geschäft in Schweden. Nach Österreich, Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden, Norwegen und Finnland ist es der siebte Markt für die Marke (textilzeitung.at 13.7.22).

Thomas Philipps: Nächster Halt Oberwart

Nach den ersten Eröffnungen im steirischen Köflach und in Enns (OÖ) steht bereits die dritte Dependence des deutschen Discounters Thomas Philipps in den Startlöchern. Im September 2022 soll in Oberwart in der Steinamangerer Straße 189 eröffnet werden. Ziel sind 30 Märkte in Österreich in den nächsten fünf Jahren (medianet.at 14.7.22).

Levi's eröffnet im Zimbapark

Am 29. Juli eröffnet im Zimbapark in Bludenz/Bürs im Erdgeschoß ein Markenstore von Levi's (vol.at 14.7.22).

Eurospar in Wien-Pragerstraße ist wieder da

Der neue Eurospar in der Prager Straße im 21. Wiener Gemeindebezirk ist einer der modernsten und nachhaltigsten Supermärkte im Land. Durch den Umbau konnte die verbaute Fläche um fast 1.500 m² reduziert und neue Grünflächen geschaffen werden. Mit 1.400 m² Verkaufsfläche bleibt für die Kunden kein Wunsch offen. Die benötigte Energie kommt durch eine vergrößerte PV-Anlage am Dach, das senkt den CO₂-Ausstoß um mehrere Tonnen pro Jahr. Dazu gibt es 124 extra breite Parkplätze sowie mehrere E-Ladestationen (retailreport.at 15.7.22).

Textilmarkt: P&C hat C&A überholt

Laut RegioData hat der österreichische Gesamtmarkt Bekleidung 2021 einen Bruttoumsatz von rund 5,7 Mrd. € erzielt – das wäre ein Zuwachs von 6,8 %. Davon entfallen 4,3 Mrd. € (+ 5,0 %) auf den Bekleidungshandel im engeren Sinne (also in Österreich ansässige Einzelhandelsunternehmen mit Schwerpunkt Bekleidung, die auch



stationäre Geschäfte betreiben). Damit betrug der Rückstand auf das Jahr 2019 nur noch 12 %. Zwar bleibt H&M (inkl. aller Töchter wie COS oder Monki) mit großem Abstand Marktführer und konnte als solcher 2021 bereits etwa die Hälfte des Umsatzeinbruchs von 2020 wieder aufholen. Noch besser geschlagen hat sich aber Peek & Cloppenburg als mittlerweile zweitgrößter Marktteilnehmer mit einer deutlich überdurchschnittlichen Erholung im Jahr 2021. Vom zweiten auf den dritten Platz abgerutscht ist hingegen C&A. Darin spiegelt sich vor allem die seit Jahren rückläufige Filialzahl. Näher an die Top 3 herangerückt ist die Inditex-Gruppe (Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti u.a.), die sich im Vorjahr mit einem Plus von 11,3 % ebenfalls überdurchschnittlich steigern konnte. Dahinter folgen Kastner & Öhler und Kik (textilzeitung.at 18.7.22; mehr Details im Volltext: <https://www.textilzeitung.at/business/handel/regiodata-analyse-pc-hat-ca-ueberholt-14764>).

BackWerk auf 130 m² im Donau Zentrum

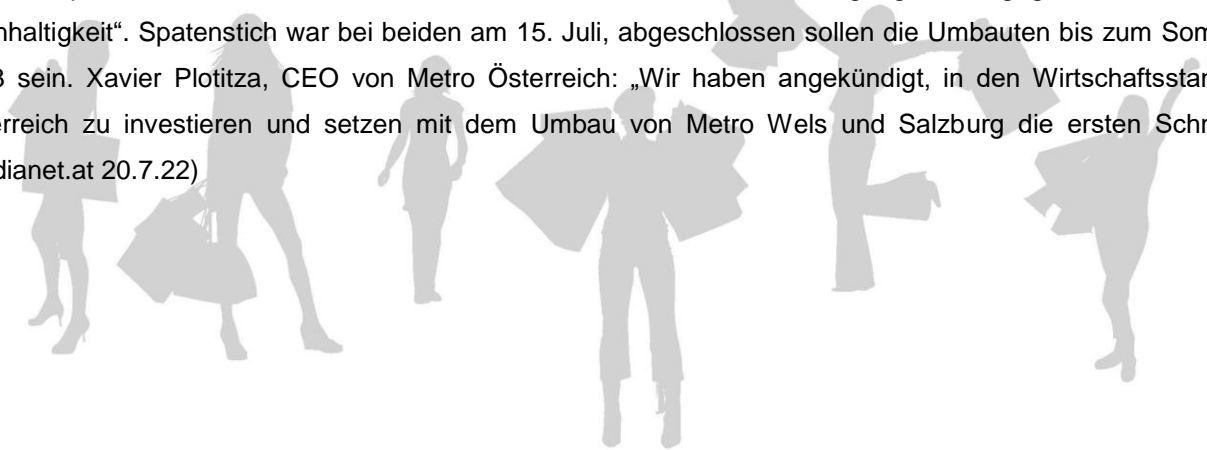
Aktuell gibt es in Österreich 25 BackWerk-Stores. Der jüngste davon befindet sich im Westfield Donau Zentrum in Wien und wird von Franchise-Partner Mohammed Reza Davoudi betrieben. Der Standort verfügt über rund 130 m² Verkaufsfläche und 22 Sitzplätze. BackWerk hat sich in den letzten Jahren von einer SB-Bäckerei-Kette hin zu einem „backgastronomischen“ Konzept entwickelt. Neben Backwaren und Snacks sind mittlerweile auch frisch zubereitete Säfte und Smoothies ein Aushängeschild. Am neuen Standort werden auch frische Suppen in Selbstbedienung angeboten und die Snacks werden an der Kassa auf Wunsch frisch gegrillt. Laut Marcus Gamauf, Geschäftsführer von BackWerk in Österreich, befindet sich das Unternehmen weiter auf Expansion und sucht daher ständig neue Geschäftslokale in den Landeshauptstädten sowie weitere Franchise-Partner. Insgesamt zählt das zur Valora-Gruppe gehörende Shopkonzept europaweit 430 Geschäfte (cash.at 18.7.22).

Burger King eröffnet erstes 100 % veganes Restaurant am Westbahnhof

Am 19. Juli eröffnete Burger King am Wiener Westbahnhof sein erstes 100 % veganes Restaurant hierzulande. Im neuen Restaurant serviert die Restaurantkette die gleiche Produktvielfalt wie an allen anderen Standorten – nur eben zu 100 % vegan. Möglich machen das die veganen Produkte der innovativen Marke The Vegetarian Butcher. Alle Produkte werden vor Ort frisch und auf Bestellung zubereitet (MA Burger King 19.7.22).

Metro investiert in die Standorte Salzburg und Wels

Metro Österreich baut seine Großmärkte in Salzburg und Wels um. Beide erhalten eine attraktive Gebäudeoptik und werden moderner und übersichtlicher sowie laut Ankündigung „Vorzeigegebäude in Sachen Nachhaltigkeit“. Spatenstich war bei beiden am 15. Juli, abgeschlossen sollen die Umbauten bis zum Sommer 2023 sein. Xavier Plotitza, CEO von Metro Österreich: „Wir haben angekündigt, in den Wirtschaftsstandort Österreich zu investieren und setzen mit dem Umbau von Metro Wels und Salzburg die ersten Schritte.“ (medianet.at 20.7.22)



Aiola Living neu in Graz

Eine besonders erwähnenswerte Neueröffnung gab es Mitte Juli in Graz. Die Grazer Unternehmerfamilie Schwarz hat im ehemaligen Brühl-Haus einen internationalen Concept Store eröffnet, wie er auch in Paris oder London stehen könnte. Schon seit 2019 betreiben die beiden nebenan das Boutiquehotel „Aiola Living“, dieses wurde nun durch einen gleichnamigen Store ergänzt. Dafür wurde das Haus in der Schmidgasse komplett umgebaut. Store, Hotel und Bar gehen dabei fließend ineinander über, Kunden und Gäste können sich auf insgesamt über 4.000 m², davon 1.600 m² Verkaufsfläche für den Handel, inspirieren lassen. Hinter jeder Ecke wartet eine neue Welt darauf, entdeckt zu werden. „Der Aiola Living Concept Store vereint das Schöne, das Schmackhafte, das Besondere, das Aufregende und das Neue unter einem Dach“, fassen die beiden Unternehmer ihr Konzept zusammen. Das Angebot umfasst vor allem Möbel und Interieur, aber auch Mode, Bücher, Geschenk- und Dekorationsartikel u.v.m. (textilzeitung.at 20.7.22; weitere Details und Bilder: <https://www.textilzeitung.at/business/handel/aiola-living-graz-schoen-besonders-aufregend-neu-14772>).

Lidl: Schon mehr als 80 PV-Anlagen

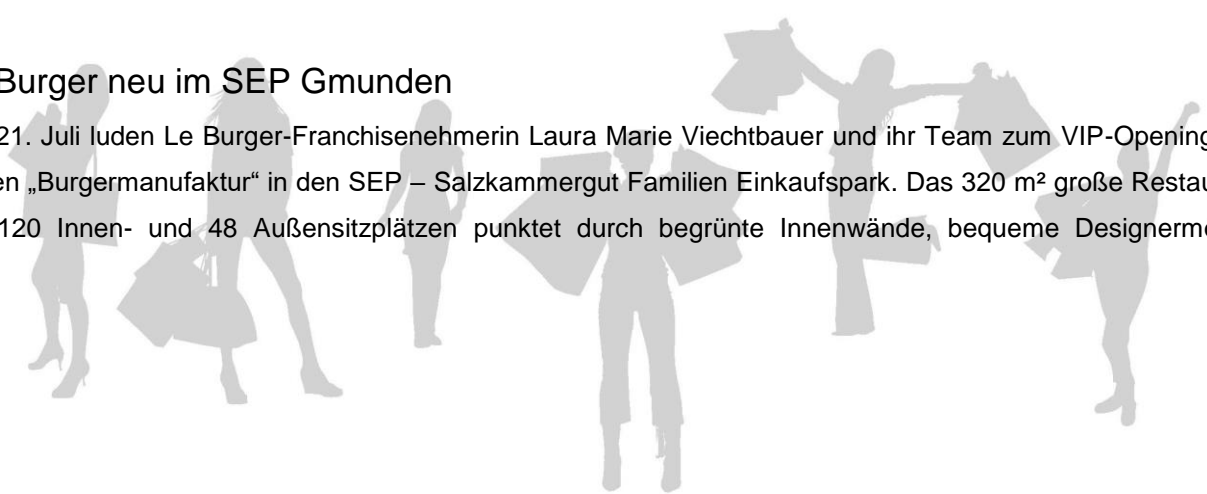
Rund 6 Mio. € hat Lidl Österreich allein im vergangenen Jahr in den Ausbau von Photovoltaikanlagen investiert. Mehr als 60 neue Flächen sind auf Dächern von Filialen und Logistikzentren entstanden. 2022 steckt Lidl weitere 4 Mio. € in den Ausbau. Pro Jahr sollen künftig über 9 Mio. Kilowattstunden Grünstrom produziert werden. „Noch heuer wird mehr als jede dritte Filiale und jedes unserer Logistikzentren eine Photovoltaikanlage haben“, kündigt Hannes Teschl, Geschäftsführer bei Lidl Österreich, an. Aktuell beträgt die Gesamtfläche über 30.000 m². „Den gewonnenen Strom nutzen wir direkt an unseren Standorten, zum Beispiel für die LED-Beleuchtung oder für E-Tankstellen“, erklärt Teschl. Knapp 60 Filialen sind bereits mit E-Ladestationen ausgestattet. Bis 2025 bekommt mindestens jede zweite Filiale mit Parkplatz eine E-Tankstelle. „Unser Ziel ist auch, dass wir bis 2030 alle unsere Filialen mit 100 % alternativ angetriebenen Fahrzeugen beliefern“, so Teschl (medianet.at 21.7.22).

Nike-Store in der Westfield Shopping City Süd eröffnet

Österreichs größtes Einkaufszentrum baut sein Angebot an Sport- und Outdoor-Marken weiter aus und holt mit Nike die weltweit führende Sportmarke ins Center. Auf mehr als 800 m² präsentiert Nike sein Multisport-Sortiment für Männer, Frauen und Kinder (MA Westfield Shopping City Süd 21.7.22).

Le Burger neu im SEP Gmunden

Am 21. Juli luden Le Burger-Franchisenehmerin Laura Marie Viechtbauer und ihr Team zum VIP-Opening der neuen „Burgermanufaktur“ in den SEP – Salzkammergut Familien Einkaufspark. Das 320 m² große Restaurant mit 120 Innen- und 48 Außensitzplätzen punktet durch begrünte Innenwände, bequeme Designermöbel,



Schaukelbänke im Industrial-Style, eine große Outdoor-Lounge und unzählige liebevolle Details. Die Burgerunikate werden aus selbstgebackenen Buns, handgemachten Patties mit täglich frisch vor Ort faschierem Fleisch aus Österreich hergestellt, dazu gibt es 20 regionale Zutaten zum Garnieren, Bowls, Premium-Steaks und die selbstgemachten Saucen zum Selberzapfen. Mehr als 1 Mio. € wurden in den Umbau investiert. Der neue Le Burger ist das 13. Restaurant der Franchise-Marke (MA Le Burger 22.7.22).

Märkte

Ernüchterung im Onlinehandel

Nachdem der Onlinehandel in Österreich von 2019 auf 2020 coronabedingt mit fast + 20 % einen enormen Sprung gemacht hat, fiel die Steigerung von 2020 auf 2021 mit + 4 % wesentlich geringer aus. Aktuell fließen von den österreichischen Haushalten 11,3 Mrd. € pro Jahr ins Internet, das sind 16,2 % aller einzelhandels-relevanten Konsumausgaben. Den höchsten Sprung in puncto Onlineanteil konnten 2021 die Baumärkte mit einer Steigerung von 1,6 Prozentpunkten zum Vorjahr auf aktuell 14,5 % hinlegen. Auch der Möbel- sowie der Schuhmarkt konnten jeweils um über 1 Prozentpunkt zulegen. Für 2022 ist hingegen mit einer Steigerung von lediglich 4,3 % zu rechnen. Die zu erwartende höhere Inflation wird jedoch letztlich zu einem deutlichen realen Rückgang führen – erstmals seit der Eröffnung des ersten Onlineshops. Mittel- und langfristig ist aber wieder mit Steigerungen zu rechnen. Innerhalb der nächsten drei Jahre wird der Onlineanteil in Österreich bereits zwischen 20 und 22 % liegen (MA RegioData 6.7.22; die Medienaussendung im Volltext: <https://www.regiodata.eu/de/presse/1210-ernuechterung-im-onlinehandel>).

OeNB-Prognose: Inflation bleibt hoch

Die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) rechnet in ihrer aktuellen Prognose mit einer Inflation für das gesamte Jahr 2022 von 7,6 %. Eine höhere Jahresinflation wurde zuletzt zurzeit der Ölkrise in den 1970er-Jahren erreicht. 2023 soll die Inflationsrate noch bei 5,0 % und 2024 bei 3,2 % liegen. Die Nahrungsmittelpreise werden heuer mit etwa 8 % stärker steigen als die allgemeine Inflation. Auch 2023 wird mit einer überdurchschnittlichen Nahrungsmittelinflationsrate von 6,2 % gerechnet (orf.at 11.7.22; die Prognose im Volltext: <https://www.oenb.at/Presse/20220711.html>).

Ein Fünftel weniger Pkw-Neuzulassungen im ersten Halbjahr

Im ersten Halbjahr 2022 wurden laut Statistik Austria 108.606 Pkw neu zugelassen, ein Minus von 19,2 % im Vergleich zum ersten Halbjahr 2021. „Die Pkw-Neuzulassungen haben im ersten Halbjahr 2022 den tiefsten Wert seit 44 Jahren erreicht. Damit wurden auch um 3,7 % weniger als in dem durch Covid-19 geprägten ersten Halbjahr 2020 und um 38,3 % weniger Zulassungen als 2019 registriert“, heißt es. Insgesamt waren 38,4 % der neu zugelassenen Pkw mit einem alternativen Antriebssystem ausgestattet. Dem gegenüber

standen 39,4 % Pkw mit Benzin-Antrieb, 22,2 % mit Diesel. VW blieb mit einem Anteil von 14,0 % Marktführer. Dahinter folgten Skoda (8,7 %), BMW (7,1 %) und Audi (6,5 %). Zuwächse im Vergleich zu 2021 konnten unter den zehn Top-Marken nur Toyota (+ 41,9 %), Kia (+ 12,3 %) und Hyundai (+ 1,4 %) erzielen. Die stärksten Rückgänge gab es bei Seat (- 42,1 %), VW (- 30,2 %) und Skoda (- 24,5 %) (MA Statistik Austria 11.7.22; für weitere Details die Medienaussendung im Volltext: <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/07/20220711KfzNeuzulassungenJuni2022.pdf>).

Handel fordert Überarbeitung der Quarantäneregeln

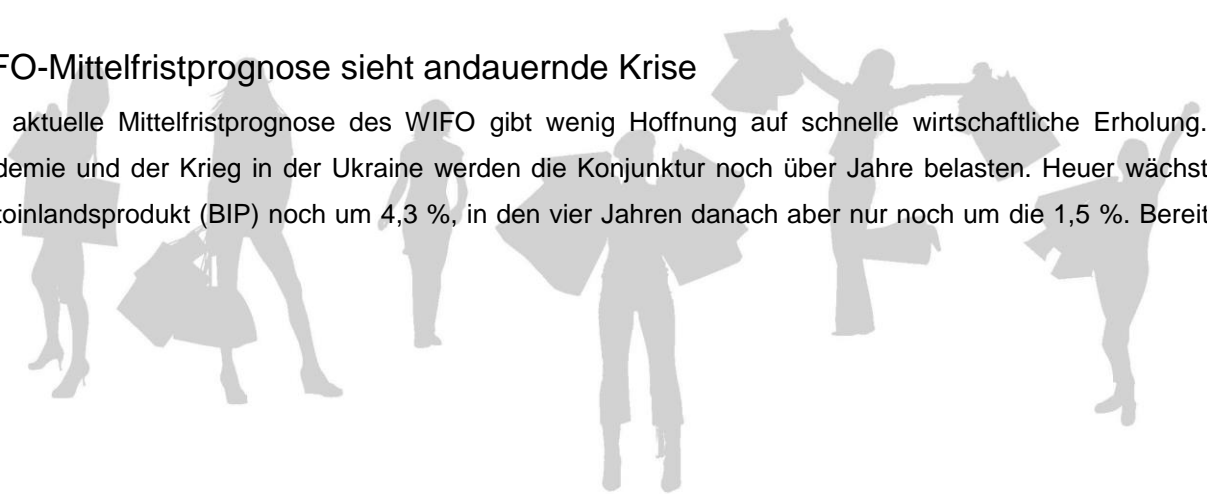
Die hohen Corona-Infektionszahlen machen derzeit auch dem Handel zu schaffen – Personalausfälle stehen an der Tagesordnung. Wirtschaftskammer (WKÖ) und Handelsverband sehen das Problem u. a. darin, dass viele positiv getestete Personen in Quarantäne sind, obwohl sie keine oder kaum Symptome haben und fordern schnell praxisnahe Regelungen. „Angesichts der Tatsache, dass viele Corona-infizierte Personen über einen nur leichten Krankheitsverlauf ohne Symptome berichten, ist es angebracht, die Quarantäne-Verpflichtung fallen zu lassen“, betont Iris Thalbauer, Geschäftsführerin der Sparte Handel in der WKÖ. Bei symptomlosen Verläufen reichen Verkehrsbeschränkungen aus, ist sich auch Handelsverbandsgeschäftsführer Rainer Will sicher, „etwa die Vermeidung von größeren Zusammenkünften oder die Pflicht, eine Maske am Arbeitsort zu tragen“. Es brauche „eine Evaluierung der gesetzten Covid-Maßnahmen, eine nachvollziehbarere Differenzierung nach Branchen und mehr Eigenverantwortung“, so Will. Meldungen zufolge soll Gesundheitsminister Johannes Rauch dazu demnächst eine Verordnung mit entsprechenden neuen Vorgaben liefern. Experten sehen das Ende der Quarantäneregeln zwiespalten (cash.at 15.7.22).

Inflation auf höchstem Stand seit 1975

Neue Preisschübe bei Treibstoffen, Nahrungsmitteln, Haushaltsenergie und in der Gastronomie ließen die Inflation im Juni auf 8,7 % hinaufschnellen. Das ist die höchste Teuerungsrate seit September 1975. Besonders spürbar war der Preisanstieg beim wöchentlichen Einkauf: Der Miniwarenkorb, der neben Nahrungsmitteln und Dienstleistungen auch Treibstoffe enthält, wurde im Jahresvergleich um fast 19 % teurer. Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke verteuerten sich durchschnittlich um 11 %. In Lokalen und Hotels wurden die Preise im Juni um durchschnittlich 9 % angehoben (orf.at 19.7.22; alle Details in der Medienaussendung der Statistik Austria: <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/07/20220719VPIJuni2022.pdf>).

WIFO-Mittelfristprognose sieht andauernde Krise

Eine aktuelle Mittelfristprognose des WIFO gibt wenig Hoffnung auf schnelle wirtschaftliche Erholung. Die Pandemie und der Krieg in der Ukraine werden die Konjunktur noch über Jahre belasten. Heuer wächst das Bruttoinlandsprodukt (BIP) noch um 4,3 %, in den vier Jahren danach aber nur noch um die 1,5 %. Bereits für



2023 wird ein Zuwachs von nur 1,6 % prognostiziert. Die Jahresinflation springt heuer aus Sicht der Fachleute auf knapp 8 %. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind deshalb mit einem Reallohnverlust von fast 4 % konfrontiert. Eine noch wesentlich höhere Inflation könnte es laut WIFO-Chef Gabriel Felbermayr dann geben, wenn im Winter nicht genug Gas zur Verfügung steht. 2023 sollte die Inflationsrate dann auf 5,3 % zurückgehen (orf.at 19.7.22; die Prognose im Volltext: <https://www.wifo.ac.at/main.jart?rel=de&content-id=1487278189573&j-cc-node=news&j-cc-id=1658118027792>).

Leere Regale in Sozialmärkten

Immer mehr Kundinnen und Kunden, aber weniger Waren beschäftigen die Sozialmärkte. Dort können sozial bedürftige Menschen Lebensmittel, deren Haltbarkeit bald abläuft oder gerade abgelaufen ist, billig einkaufen. Inzwischen stehen sie aber manchmal vor leeren Regalen. Bei den beiden Sozialmärkten der Volkshilfe Oberösterreich ist die Kundenzahl seit April um gut 30 % gestiegen. Der Rotkreuz-Markt in Eferding hat allein in den vergangenen Wochen mehr als 100 neue Berechtigungskarten für den Einkauf ausgestellt, sagt der Bezirksgeschäftsführer des Roten Kreuzes. Immer mehr Menschen komme der Einkauf im Supermarkt zu teuer. Dem stehe in den Sozialmärkten aber immer weniger Ware gegenüber: „Momentan schaut es leider etwas düster aus. Wir haben teilweise wirklich leere Regale.“ (orf.at 21.7.22)

Europa

Shopping Center & Retail Parks

Deutschland

Main-Taunus-Zentrum bekommt 7.000 m² großen „Foodgarden“

Das Main-Taunus-Zentrum, mit über 170 Shops und über 90.000 m² Verkaufsfläche eines der größten und umsatzstärksten Einkaufszentren Deutschlands, soll um ein neues Highlight ergänzt werden: Inmitten des offen gestalteten Freiluft-Centers in Sulzbach bei Frankfurt/Main ist ein neues Zentrum mit einem hochwertigen, abwechslungsreichen Gastronomie- und Food-Angebot geplant. Neu entstehen sollen fünf freistehende Restaurantgebäude mit teils überdachten, teils offenen Terrassen, attraktiven begrünten Außenflächen und anspruchsvoller Architektur. Die Deutsche EuroShop sowie ein geschlossener Immobilienfonds investieren als Eigentümer rund 20 Mio. €. Die Planung und Umsetzung des Projekts verantwortet die ECE Marketplaces, die das Center betreibt und vermietet. Die Umsetzung ist für 2024 geplant. Der neue „Foodgarden“ wird auf einer Fläche von rund 7.000 m² im Herzen des Shoppingcenters anstelle eines ehemaligen Warenhausgebäudes entstehen. Aktuell bieten insgesamt zehn Food-Trucks und Verkaufsstände auf über 1.000 m² abwechslungsreiche Speisen und Getränke unter freiem Himmel an (MA ECE 14.7.22; weitere Details und Visualisierungen: https://www.deutsche-euroshop.de/Newsroom/Pressemitteilungen-Detail?news_id=100016).

Slowakei

Eurovea II eröffnet im April 2023

Die Bauarbeiten zur Eurovea-Erweiterung sind in vollem Gange. Die Shopping Mall wird im April 2023 in voller Größe eröffnet. Die Entwicklungsgesellschaft J&T Real Estate erweitert den neuen Stadtteil Eurovea City am Donauufer schrittweise. Die Mall wird um 25.000 m² auf über 85.000 m² Geschäfte, Dienstleistungen, Unterhaltungsangebote und Gastronomie vergrößert, weiters entstehen zwei neue Bürogebäude und der Wohnblock Eurovea Riverside. Das erste slowakische Wohnhochhaus namens Eurovea Tower mit 45 Stockwerken und 168 Metern wird ein neues Wahrzeichen in der Skyline von Bratislava sein. Die gesamte Erweiterung des Eurovea-Komplexes erfordert eine Investition von einer halben Milliarde Euro. Für das Einkaufszentrum werden künftig rund 65.000 Besucher pro Tag erwartet, zu den neuen Mietern zählt Primark mit seinem ersten, 3.360 m² großen Store in der Slowakei. Auch das Multiplex-Kino wird erweitert. Die Gastronomiefläche verdoppelt sich auf 3.700 m² und bietet den Kunden dann insgesamt 1.156 Sitzplätze und 35 Gastronomiekonzepte. Mit seiner beliebten Grünpromenade bindet Eurovea auch die Donau ein ([across-magazine.com](https://www.across-magazine.com) 14.7.22; alle Details und Bilder: <https://www.across-magazine.com/development-update-bratislavas-eurovea-ii-heading-to-the-finish-line/>).

Stadt & Handel

Europas Einkaufsmeilen locken nach Krise wieder viele Touristen

Auf dem Pariser Champs-Élysées liegt die Frequenz bereits um 23 % über Vorkrisenniveau, auf dem Kurfürstendamm in Berlin noch um 12 % darunter, wie die Mytraffic-Untersuchung von Besucherströmen ergab. Von Juni 2021 bis Mai 2022 lag die Frequenz auf der Pariser Prunkallee demnach um 102 % über dem Vorjahreszeitraum, auf der Leidsestraat in Amsterdam um 55 % darüber. Der Kurfürstendamm in Berlin und die Oxford Street in London verbuchten ein Plus von gut 30 %. Einkaufsstraßen in Österreich wurden in dem Mytraffic-Bericht nicht untersucht. Einkäufer und Touristen kehren trotz Ukraine-Krieg und Inflation also schneller als erwartet zurück, das bereits befürchtete Ende des stationären Handels sei nicht eingetreten, heißt es in der Studie. Der Immobilienmarkt auf den großen Einkaufsstraßen habe sich stabilisiert, internationale Ketten investierten dort in große Flagship-Stores. Bezahlt mache sich die Kooperation privater Investoren mit den Kommunen zur Entwicklung des öffentlichen Raums. Gesteigerte Attraktivität werde etwa über Kulturveranstaltungen, Sicherheit, Sauberkeit oder Gratis-WLAN erreicht ([immo-timeline.at](https://www.immo-timeline.at) 6.7.22; der Mytraffic-Report zum Download: <https://www.mytraffic.io/en/european-high-streets-ranking-2022>).



Deutschland

Eine Stadt muss mehr bieten als Konsum

„Fußgängerzonen und Plätze machen wenig Lust darauf, länger im Zentrum zu bleiben als unbedingt nötig. Weil kaum mehr jemand in der Innenstadt wohnt, wird sie abends zur Geistermeile. Wenn keiner mehr dorthin muss und keiner mehr dort sein will, werden sich Menschen irgendwann die Frage stellen: Ist das Stadt – oder kann das weg?“ Das schreibt die deutsche Immobilienzeitung in ihrer Titelgeschichte der Ausgabe 27/2022. In wichtigen Handelsbranchen wie Mode oder Elektronik nähert sich der Online-Anteil den 50 %. Schwer haben es daher Städte, die in ihren Zentren lediglich auf Shopping gesetzt haben, meint Tobias Just, Geschäftsführer und wissenschaftliche Leiter der Irebs Immobilienakademie. Im Vorteil seien hingegen Städte, die mit Kreativität und Schönheit hervorstechen. Wasser, wenn es genutzt wird, zahlt sich ebenfalls aus. Ricarda Pätzold, Wissenschaftlerin am Deutschen Institut für Urbanistik (Difu) sieht auch jene Städte gut durch die Pandemie gekommen, die „stark im Alltag verankert sind und nicht nur auf Hochglanz setzen“. Sie meint damit Orte, an denen es auch zu normalen Begegnungen kommt, sei es auf der Skateranlage am Rand der Fußgängerzone, im Caritas-Laden, im Biergarten oder am Schachtisch und dem Bouleplatz im Park. „Es kann nicht alles Hotspot sein“, glaubt Pätzold. Im Vorteil sieht sie kompakte Innenstädte, wo Begegnungen auf konzentriertem Raum leichter möglich sind. In dieser Logik ergibt auch der Wunsch nach mehr Wohnen in der bislang von Handel geprägten Stadtmitte Sinn. „Das hat 1.000 Jahre lang funktioniert, kurze Wege waren den Menschen immer wichtig“, weiß Just. Stadtforscher Volker Eichener von der Hochschule Düsseldorf plädiert dringend dafür, Kooperationen und Kompromisse mit Eigentümern von leerstehenden Objekten zu suchen: Die Stadt könne beispielsweise die Lücke zwischen der vom Eigentümer verlangten und der für Gründer verbilligten Miete schließen. Auch in Business Improvement Districts (BID) sieht Pätzold Chancen, allerdings müssten Hauseigentümer verpflichtend mitmachen. „Wer nur auf Freiwilligkeit setzt, hat nicht den Hebel, Quartiere wirklich weiterzuentwickeln“, meint sie. Ökonom Just wiederum betont den gerade aus der Wirtschaft kommenden Wunsch nach schnelleren Genehmigungsprozessen und weniger Regulierung. Die Politik müsse ein Umfeld etablieren, das das Ausprobieren ermöglicht und toleriert. „Wir brauchen das Verändernwollen“. Rathauschefs und Stadträte brauchten den Mut, auch auf den ersten Blick unpopuläre Entscheidungen durchzusetzen. Das kann bedeuten, ein Start-up in die Fußgängerzone einziehen zu lassen, eine Industriebrache in einer alternden Kleinstadt zum Skaterpark umzuwandeln oder eine sich wegduckende Erbergemeinschaft bei der Nutzung ihres Erdgeschosses konsequent in die Pflicht zu nehmen. Und den Mut zuzulassen, dass Experimente auch einmal scheitern (iz.de 8.7.22; die ausführliche Coverstory mit vielen Beispielen im Volltext – Registrierung erforderlich: <https://www.iz.de/politik/news/-die-stadt-muss-mehr-bieten-als-konsum-2000008249>).



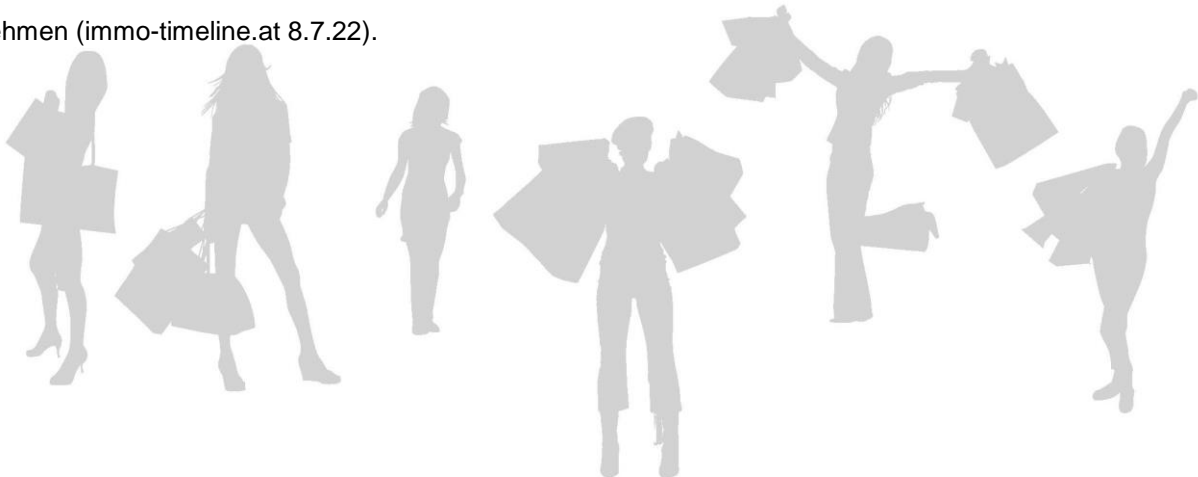
„Innenstadt von morgen soll multifunktional, resilient und kooperativ sein“

Mit der Übernahme des Vorsitzes des „Beirats Innenstadt“ hat Bundesbauministerin Klara Geywitz die Innenstadtentwicklung zur Chefsache gemacht. Sie sieht das Zentrum als „Visitenkarte einer Stadt“, als „sozialen, politischen und kulturellen Nukleus“, wie sie im Interview sagt. „Da will ich wieder hin. Wir brauchen Orte, wo man auf Nachbarn, Freunde und Bekannte treffen kann, ohne gleich groß Geld auszugeben. Jedes einzelne Innentadtgewerk, so will ich es mal nennen, bereitet durch sein Angebot die Grundlage für andere Nutzungen. Das Stichwort lautet multifunktionale Innenstadtentwicklung oder Nutzungsmischung. Da ist das Café neben dem Reparaturladen, der Elektrohandel neben der Musikschule usw.“ Auch Werkstätten sollte man wieder in die Mitte der Stadt holen – selbst wenn sie Lärm machen. Laut der Strategie des Ministeriums solle die Innenstadt von morgen „multifunktional, resilient und kooperativ“ sein. Resilient bedeute dabei „nicht nur, das Überleben des Einzelhandels, das in normalen Zeiten schon nicht einfach ist, zu sichern, sondern das Überstehen von Krisen beispielsweise in Pandemien oder bei der Anpassung an den Klimawandel. Auch das müssen wir viel stärker bei der Planung von Innenstädten berücksichtigen.“ (handelsjournal.de 20.7.22; das Interview im Volltext: <https://www.handelsjournal.de/zentren-sind-die-reallabore-unserer-gesellschaft.html>)

Immobilien & Entwickler

BNP-Analyse: Inflation verändert Investorenverhalten

Immobilien sind eine der besten Anlageklassen, um die Inflation durch Mietwachstum bzw. Indexierung auszugleichen. „Die Perspektiven für den Immobilienmarkt haben sich aufgrund der starken Inflation verändert. Wichtigster Renditetreiber wird unserer Einschätzung nach das Mietwachstum sein“, meint Claus Thomas, CEO bei BNP Paribas REIM Deutschland. „Wir sehen derzeit eine deutliche Veränderung bei den Investoren. Zum einen haben sich ihre Aktivitäten spürbar verlangsamt, zum anderen justieren sie ihre Prioritäten, und die Maßstäbe und Investitionskriterien werden strenger. Anforderungen an ESG-Kriterien wachsen und die Nachfrage nach energieeffizienten Immobilien steigt. Im Blickpunkt stehen alternative Assetklassen wie Gesundheits- und Logistikkimmobilien aber auch Core-Bürogebäude“, so Thomas. Das sind die wichtigsten Ergebnisse des von BNP Paribas REIM veröffentlichten Reports „The Lighthouse H1 2022 – A European Property Market Outlook“. Aufgrund der hohen Nachfrage dürfte das Mietwachstum in den Marktsegmenten Wohnen, Logistik, Gesundheit und erstklassige Büroobjekte voraussichtlich am größten ausfallen. Andererseits könnte die Zurückhaltung unter Investoren aufgrund der höheren Finanzierungskosten und des Nennereffekts zunehmen (immo-timeline.at 8.7.22).



Otto und Oaktree sichern sich 71 % an der Deutschen Euroshop

Der US-Finanzinvestor Oaktree und der Hamburger Milliardär und ECE-Chef Alexander Otto haben sich eine satte Mehrheit am Einkaufszentren-Investor Deutsche Euroshop gesichert. 51 % der Euroshop-Aktionäre haben das Offert des Bieterkonsortiums angenommen. Dazu kommen 20 %, die Ottos Vermögensverwaltung Cura bereits gehalten hatte, sodass das Konsortium nun über 71,03 % der Euroshop-Anteile verfügt. Für die restlichen Aktionäre läuft eine Nachfrist, in der sie ihre Papiere noch bis 26. Juli für 21,50 € verkaufen können. Die Deutsche Euroshop besitzt 21 Einkaufszentren in Deutschland, Österreich, Tschechien, Ungarn und Polen. Alle Center werden von der ECE gemanagt. Otto/Oaktree wollen das Unternehmen neu ausrichten und u. a. den Fokus auf Deutschland legen (textilwirtschaft.de 11.7., immo-timeline.at 12.7.22).

Ungewöhnlich viele Bauprojekte werden storniert

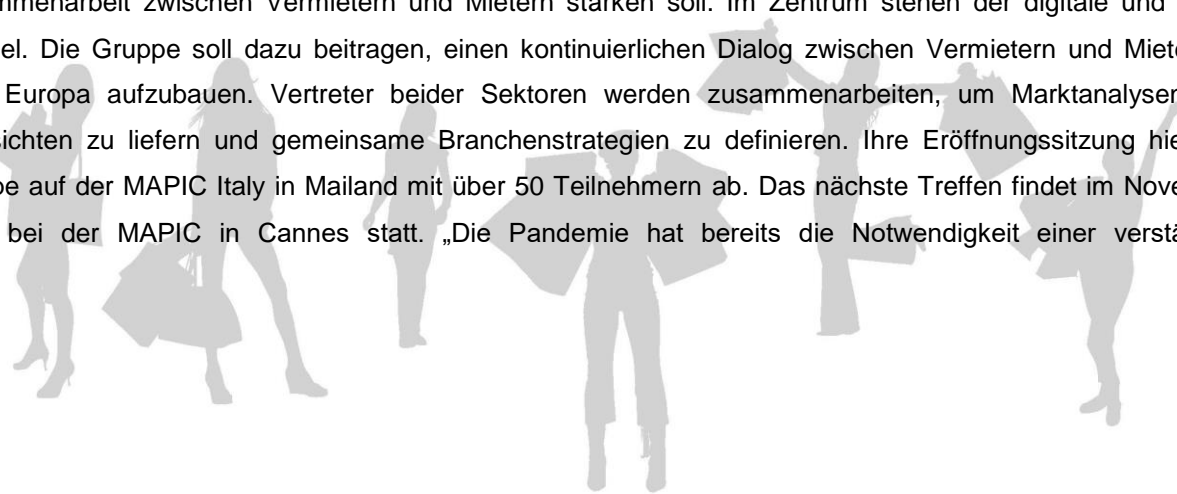
In Deutschlands Baubranche werden einer Ifo-Umfrage zufolge momentan ungewöhnlich viele Projekte storniert. „Auf dem Hochbau betrug der Anteil der betroffenen Unternehmen im Juni 11,5 %, im Mai waren es sogar 13,4 %“, teilte das Forschungsinstitut mit. „Die Größenordnung ist vergleichbar mit dem Coronaschock im Frühjahr 2020.“ Die Ifo-Forscher verwiesen auf weiterhin fehlendes Material. So meldeten im Juni 47,1 % der Hochbauunternehmen Lieferengpässe, nach 56,6 % im Vormonat. Im Mittel erwarteten die Betriebe, dass die Engpässe noch neun Monate andauern. „Die Unternehmen müssen die höheren Preise für Material und auch Kraftstoff an die Kunden weitergeben, und so steigen die Baupreise weiter rasch. Die Bauherren müssen aber auch die höheren Zinsen tragen. Dies führt dazu, dass einige Projekte überdacht werden müssen.“ (immo-timeline.at 15.7.22)

Deutsche Euroshop: Vorstand geht

Nach der Übernahme der Deutschen Euroshop haben sich der wegen Krankheit vorübergehend aus dem Vorstand ausgeschiedene Wilhelm Wellner und der derzeitige Alleinvorstand Olaf Borkers dazu entschieden, aus der Gesellschaft auszuscheiden. Die Nachfolger-Suche wurde aufgenommen (deal-magazin.com 19.7.22).

European Council of Shopping Places: Neue Arbeitsgruppe für Retail und Leasing

Im European Council of Shopping Places (ECSP) wurde eine neue Arbeitsgruppe eingesetzt, die die Zusammenarbeit zwischen Vermietern und Mietern stärken soll. Im Zentrum stehen der digitale und grüne Wandel. Die Gruppe soll dazu beitragen, einen kontinuierlichen Dialog zwischen Vermietern und Mietern in ganz Europa aufzubauen. Vertreter beider Sektoren werden zusammenarbeiten, um Marktanalysen und Übersichten zu liefern und gemeinsame Branchenstrategien zu definieren. Ihre Eröffnungssitzung hielt die Gruppe auf der MAPIC Italy in Mailand mit über 50 Teilnehmern ab. Das nächste Treffen findet im November 2022 bei der MAPIC in Cannes statt. „Die Pandemie hat bereits die Notwendigkeit einer verstärkten



Zusammenarbeit zwischen Vermietern und Mietern deutlich gemacht“, sagte Peter Wilhelm, Vorsitzender des ECSP. „Ob es darum geht, unsere Einkaufsstätten energieeffizienter zu machen, gleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen Offline- und Online-Handel anzustreben oder sich an veränderte Konsumgewohnheiten anzupassen: Der Einzelhandel und die Einzelhandelsimmobilienbranche müssen Hand in Hand arbeiten, um gemeinsame Lösungen für gemeinsame Herausforderungen zu finden.“ Vorsitzender der Arbeitsgruppe ist Klaus Striebich (across-magazine.com 20.7.22).

Expo Real wächst wieder: Deutlich mehr Aussteller als im Vorjahr

Das Interesse an der Expo Real, die vom 4. bis 6. Oktober in München stattfindet, ist hoch. „Die Anmeldephase ist noch nicht abgeschlossen, aber wir sehen eine deutlich gestiegene Beteiligung gegenüber dem Vorjahr – international und aus allen Bereichen der Branche“, sagt Messe-Geschäftsführer Stefan Rummel. „Deshalb werden wir nach zuletzt fünf wieder sieben Hallen öffnen. Der starke Zuspruch zeigt, wie wertvoll die Expo Real für die Immobilienwirtschaft ist, um angesichts der vielfältigen Herausforderungen unternehmerisch auf Erfolgskurs zu bleiben. Mit dabei sind auch wieder traditionelle Gemeinschaftsstände beispielsweise aus Holland, Österreich und Frankreich, die USA sind ebenfalls vertreten – und erstmals die Region Madrid.“ Die Grand Plaza wird dem Handel und seinen Partnern wieder einen zentralen Anlaufpunkt bieten – und die Tech Alley mit ihren Start-ups sowie davon mittlerweile unabhängige Grown-ups werden digitale Innovationen in die Branche tragen (deal-magazin.com 21.7.22).

Energie-Krise wird Immobilienmarkt noch stärker teilen

Die aktuelle Energie-Krise wird den Immobilienmarkt noch stärker teilen. Die DAVE-Partner gehen davon aus, dass bei energieeffizienten Neubauten die Kauf- und Mietpreise auf einem hohen Niveau verharren werden oder sogar noch steigen könnten. Im Gegensatz dazu würden nicht revitalisierte Bestandsimmobilien noch stärker unter Druck geraten. Sie seien aufgrund der aktuellen Entwicklungen vorsichtiger zu bewerten und weisen demnach einen höheren Prüfungs- sowie Beratungsbedarf auf. Perspektivisch rechnet DAVE mit einer stark erhöhten Nachfrage nach energetischen Revitalisierungen von Bestandsgebäuden. Zudem werde sich der Immobilienmarkt der Zinsentwicklung anpassen, Nachsehen dabei hätten weniger eigenkapitalstarke Investoren. Die Zeiten, in denen es eine Aussage zu dem „einen“ Immobilienmarkt gebe, seien vorbei, sind sich die DAVE-Partner einig (deal-magazin.com 21.7.22).

Immobilienmarkt von Ukraine-Konflikt und Energiekrise hart getroffen

Die Wertentwicklung von Immobilienaktien ist im zweiten Quartal 2022 stark eingebrochen, geht aus dem Quarterly Commercial Real Estate Market Monitor der Bayes Business School (ehemals Cass) hervor. Angesichts des immer stärkeren Gegenwinds durch die sich verschärfende Energiekrise, den Krieg in der



Ukraine und die steigenden Zinssätze wurden Immobilien stärker als andere Sektoren getroffen: Der Index der European Real Estate Association (EPRA) verlor 24 %, während europäische Aktien im Schnitt um 10 % fielen. „Gleichzeitig zwingen die hohen Kosten für zusätzliche Schulden die Unternehmen dazu, ihre Geschäftsmodelle von einem kreditfinanzierten Akquisitionsmodell auf ein kapitalschonendes Eigentümer-/Betreibermodell umzustellen“, sagt Alex Moss, Direktor des Real Estate Research Centre bei Bayes. „Indexgebundene Mieterhöhungen können den Druck auf die Immobilienwerte etwas mindern, aber nur, wenn diese neuen Mieten von den Mietern auch tatsächlich gezahlt werden können. Viele deutsche Unternehmen sehen sich zum Beispiel mit Forderungen von Mietern konfrontiert, die Mieten zu senken.“ (deal-magazin.com 21.7.22)

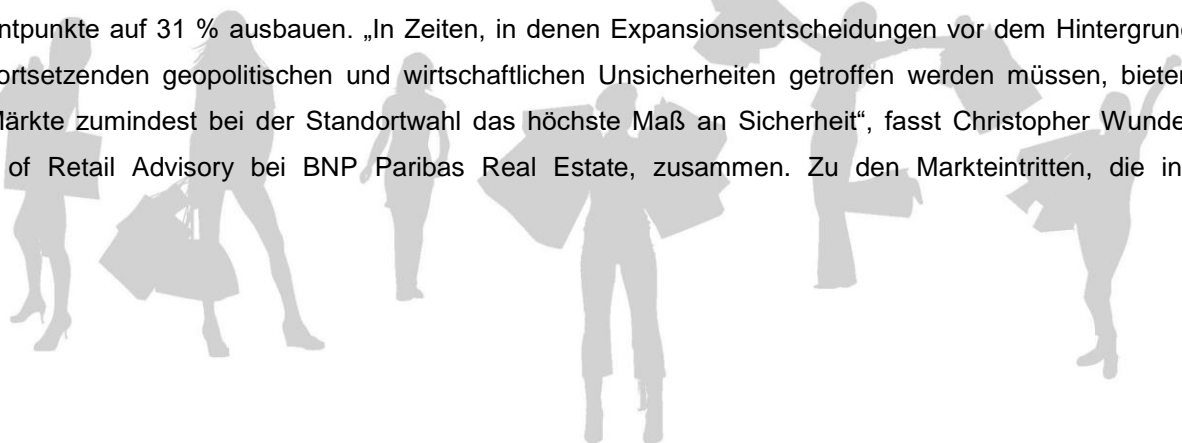
Deutschland

Gewerbeimmobilieninvestments verlieren durch Zinswende deutlich an Schwung

Der deutsche Investmentmarkt für Gewerbeimmobilien trübt sich ein. Wechselten im 1. Quartal noch Immobilien für mehr als 20 Mrd. € den Eigentümer, betrug das Transaktionsvolumen im 2. Quartal nur noch 8 Mrd. €. Nach Auffassung von Savills ist der außergewöhnlich lange Aufschwung am deutschen Investmentmarkt, der die letzten zwölf Jahre sinkende Renditen und steigende bzw. anhaltend hohe Transaktionsvolumina mit sich brachte, damit beendet. Die jetzige Anpassungsphase ist der Beginn eines neuen Zyklus. „Obwohl die Marktteilnehmer die Zinswende und damit eine mögliche Korrektur an den Immobilienmärkten seit Längerem erwartet haben, wurden sie von der Geschwindigkeit, mit der sich diese Transformation nun vollzog, überrascht“, kommentiert Marcus Lemli, CEO Germany und Head of Investment Europe. Das Kapitalmarktumfeld habe sich innerhalb weniger Monate vollkommen gewandelt. Hingegen sei der Anlagedruck vieler Investoren nach wie vor hoch „und in einer Welt mit höherer Inflation könnte die Immobilie als Anlageklasse sogar noch an Attraktivität gewinnen“. Aktuell sei die Zahlungsbereitschaft der Käufer spürbar gesunken. Beim Gesamtjahresumsatz geht Savills nun von unter 50 Mrd. € aus (2021: 60,7 Mrd. €) (deal-magazin.com 6.7.22; mehr Details im Volltext: <http://www.deal-magazin.com/news/115700/Gewerbeimmobilieninvestments-verlieren-deutlich-an-Schwung>).

Retail-Vermietungen stagnieren auf Corona-Niveau

Mit einem Flächenumsatz von rund 200.000 m² schafft der Retail-Vermietungsmarkt in Innenstadtlagen nach den ersten sechs Monaten ein Resultat im Bereich der beiden Vorjahreszeiträume 2021 (215.000 m²) und 2020 (knapp 200.000 m²), berichtet BNP Paribas Real Estate. Dabei konnten die A-Städte ihre Umsatzanteile um 4 Prozentpunkte auf 31 % ausbauen. „In Zeiten, in denen Expansionsentscheidungen vor dem Hintergrund der sich fortsetzenden geopolitischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten getroffen werden müssen, bieten die Top-Märkte zumindest bei der Standortwahl das höchste Maß an Sicherheit“, fasst Christopher Wunderlich, Head of Retail Advisory bei BNP Paribas Real Estate, zusammen. Zu den Markteintritten, die in den



vergangenen 12 Monaten verzeichnet wurden, gehören u. a. der Online-Elektronik-Filialist Coolblue, die Lebensmittelmarke Waterdrop, das Fashion-Konzept Armani Exchange, der Gastronomiefilialist Big Easy und der Outdoor-Spezialist Norrøna. „Auch wenn in puncto Leerstandsabbau noch ein weiter Weg zu gehen ist, vergrößert sich aktuell die Bandbreite in- und ausländischer Einzelhändler, die auf den stationären Markt setzen und bei sinkenden Mieten und vergrößertem Angebot die Gunst der Stunde nutzen wollen“, beschreibt Christoph Scharf, Geschäftsführer der BNP Paribas Real Estate GmbH und Head of Retail Services, die Lage am Retailmarkt (deal-magazin.com 18.7.22).

Großbritannien

Investments springen wieder an

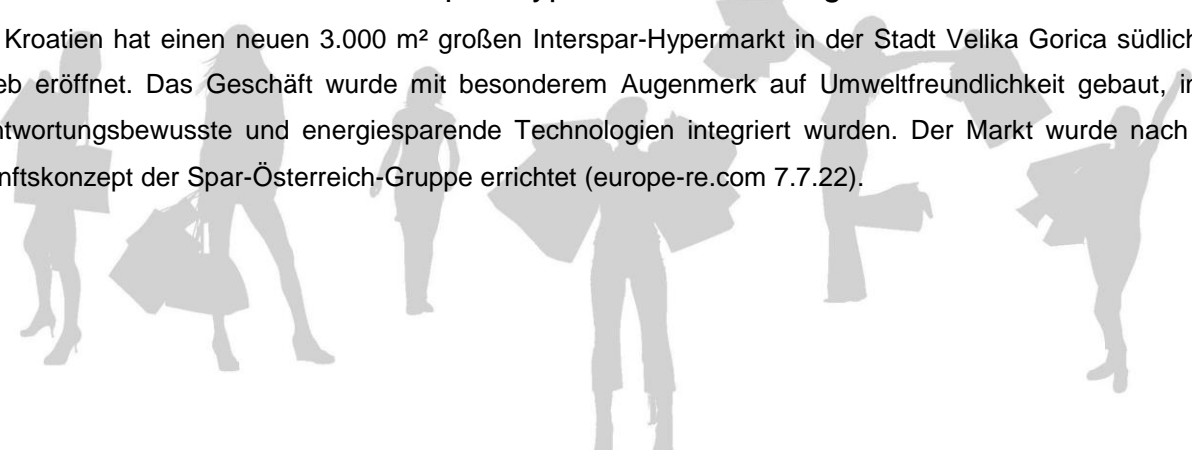
Der neue Retail Investment Report von Knight Frank zeigt, dass die Investitionen in britische Einkaufszentren im Jahresvergleich um 169 % gestiegen sind. Einerseits wollen Investoren von den attraktiven Preisen für Shopping Center profitieren, andererseits erwarten sie eine Rückkehr zu den Einkaufsgewohnheiten vor Covid. Demnach wurden im ersten Halbjahr 2022 insgesamt 1,47 Mrd. € in Shopping Center investiert, gegenüber 546 Mio. € im gleichen Zeitraum 2021. Für das Gesamtjahr wird eine Rückkehr der Investitionen auf den 10-Jahres-Schnitt gerechnet. Der Analyse zufolge konzentrierte sich die Investorennachfrage auf kleinere innerstädtische Einkaufszentren sowie auf eine Handvoll größerer „Ziel“-Einkaufszentren. Es wird erwartet, dass in der zweiten Jahreshälfte eine Reihe größerer Vermögenswerte auf den Markt kommen werden. Die Nachfrage hat zum ersten Mal seit 2015 zu einem Rückgang der Renditen geführt, wobei größere regionale Einkaufszentren jetzt zu 7,5 % und lokale Einkaufszentren zu 9 % gehandelt werden. Insgesamt wurden im ersten Halbjahr über 3,7 Mrd. € in Einzelhandelsimmobilien investiert, wobei die starke Nachfrage im Bereich Retail-Logistik weiter anhält. Will Lund von Knight Frank sagte: „Nach Jahren mit sinkenden Bewertungen sehen wir einen Stimmungsumschwung. Angesichts der sich jetzt stabilisierenden Preise und Mieten beginnen Investoren, die langfristige Attraktivität und Widerstandsfähigkeit von Einkaufszentren als Schlüsselement des modernen Multichannel-Einzelhandels zu sehen.“ (across-magazine.com 13.7.22)

Marken

Kroatien

Spar investiert 20 Mio. € in Interspar-Hypermarkt nahe Zagreb

Spar Kroatien hat einen neuen 3.000 m² großen Interspar-Hypermarkt in der Stadt Velika Gorica südlich von Zagreb eröffnet. Das Geschäft wurde mit besonderem Augenmerk auf Umweltfreundlichkeit gebaut, indem verantwortungsbewusste und energiesparende Technologien integriert wurden. Der Markt wurde nach dem Zukunftskonzept der Spar-Österreich-Gruppe errichtet (europe-re.com 7.7.22).



Tschechien

15 neue Brands am Markt

In den ersten sechs Monaten dieses Jahres sind 15 Marken neu in den tschechischen Einzelhandelsmarkt eingetreten. Dies ist der höchste Wert für ein erstes Halbjahr seit 2018. Die Zahl der neu hinzukommenden Marken ist im zweiten Halbjahr traditionell höher als im ersten Halbjahr. Tatsächlich ist davon auszugehen, dass die Zahl der Neuankömmlinge in diesem Jahr mit 38 ähnlich hoch sein wird wie im Vorjahr. „Der tschechische Einzelhandelsmarkt bleibt attraktiv für internationale Marken; er ist oft das erste im CEE-Raum, wo sie ihre Performance testen“, sagt Jan Kotrbáček von Cushman & Wakefield. „Nach Aufhebung der Corona-Beschränkungen kehren die Kunden weitgehend zum stationären Einkauf zurück und die lokale Kaufkraft ist für die Marken attraktiv.“ Die große Mehrheit der Newcomer hat ihr erstes Geschäft in Prag eröffnet. Einem langfristigen Trend folgend sind Mode- und Accessoires-Händler am weitesten verbreitet, drei der neuen Marken sind im derzeit beliebten Segment Haushaltsgeräte und -zubehör und zwei im F&B-Segment angesiedelt. Kotrbáček sieht auch Auswirkungen des Russland-Krieges: „Viele Marken haben viele Geschäfte in Russland geschlossen, werden sich aber definitiv bemühen, diesen Markt auch in Tschechien und den umliegenden Ländern Mittel- und Osteuropas zu kompensieren.“ (across-magazine.com 18.7.22)

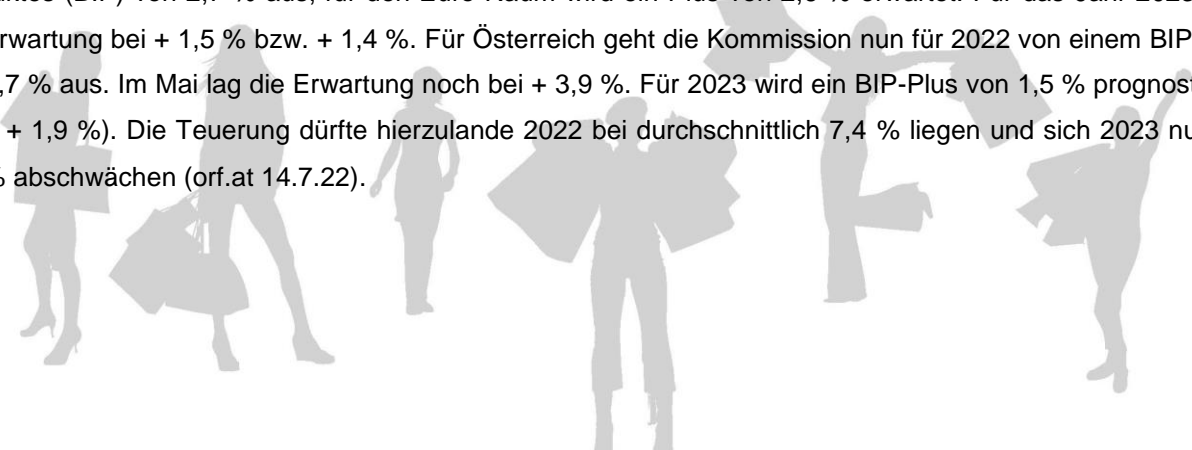
Märkte

Wie wird der Einzelhandel klimaneutral?

Die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands HDE hat einen Leitfaden zu Klimaneutralität im Einzelhandel veröffentlicht. Die Broschüre skizziert die erforderlichen Schritte bis zur Klimaneutralität und entstand im Rahmen eines Pilotprojekts in Zusammenarbeit mit der Ökotec Energiemanagement GmbH. Die kostenlose Broschüre unterstützt den Handel dabei, die Prozesse rund um die Klimaneutralität besser zu verstehen und umzusetzen (locationinsider.de 11.7.22; weitere Details und Download-Möglichkeit des Leitfadens: <https://www.hde-klimaschutzoffensive.de/de/Leitfaden-Klimaneutralitaet>).

EU-Prognose: Wachstum stark eingebremst

Die EU-Kommission hat ihre Wirtschaftsaussichten im Vergleich zur Frühjahrsprognose nach unten revidiert. Für die EU-Wirtschaft insgesamt geht die Kommission heuer von einem realen Anstieg des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 2,7 % aus, für den Euro-Raum wird ein Plus von 2,6 % erwartet. Für das Jahr 2023 liegt die Erwartung bei + 1,5 % bzw. + 1,4 %. Für Österreich geht die Kommission nun für 2022 von einem BIP-Plus um 3,7 % aus. Im Mai lag die Erwartung noch bei + 3,9 %. Für 2023 wird ein BIP-Plus von 1,5 % prognostiziert (statt + 1,9 %). Die Teuerung dürfte hierzulande 2022 bei durchschnittlich 7,4 % liegen und sich 2023 nur auf 4,4 % abschwächen (orf.at 14.7.22).



Pkw-Zulassungen in der EU stark gesunken

Lieferkettenprobleme beeinträchtigen nach wie vor die Fahrzeugproduktion in der EU. Trendwende ist keine in Sicht – im Gegenteil. In den ersten sechs Monaten sank die Zahl der Pkw-Neuzulassungen heuer um 14 % auf 4,61 Mio. Stück, wie der europäische Herstellerverband ACEA bekanntgab. In Österreich fiel der Rückgang der Neuwagenverkäufe mit 19,2 % auf 108.606 Fahrzeuge noch stärker aus (orf.at 15.7.22).

Rekord-Inflation in der Eurozone

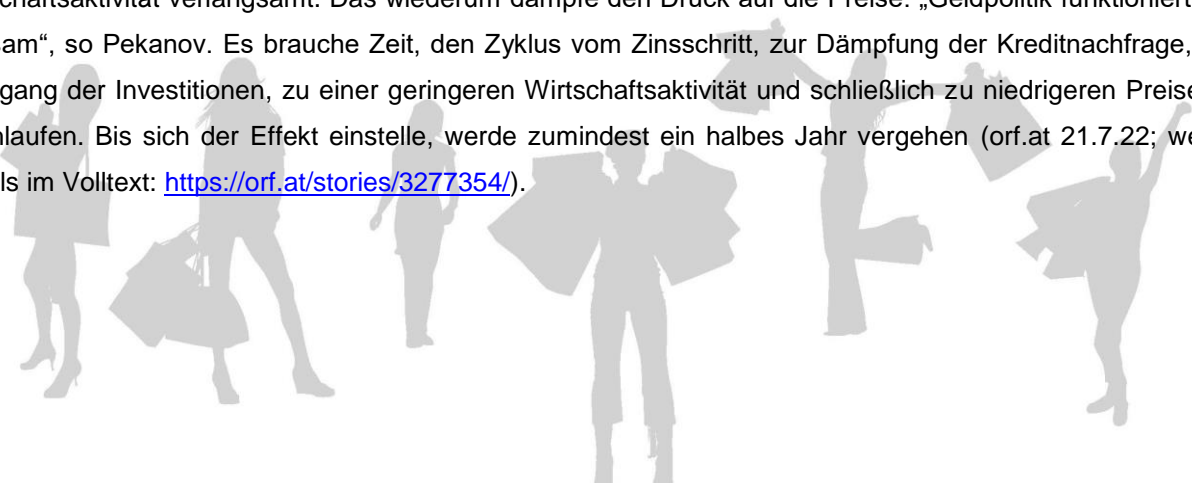
Die Inflation in der Eurozone hat sich im Juni weiter beschleunigt. Gegenüber dem Vorjahresmonat erhöhten sich die Verbraucherpreise um 8,6 %, teilte das Statistikamt Eurostat mit. Im Vormonat waren die Lebenshaltungskosten um 8,1 % gestiegen. Seit Einführung der Gemeinschaftswährung im Jahr 1999 war die Inflation im Euroraum noch nie so hoch. Energiepreise erhöhten sich zum Vorjahresmonat um 42 %. Lebens- und Genussmittel waren um 8,2 % teurer als vor einem Jahr (diepresse.com 19.7.22).

Verbraucherstimmung in Eurozone auf Rekordtief

Die Stimmung der Verbraucher in der Eurozone hat sich im Juli weiter eingetrübt und ist nun schlechter als beim Ausbruch der Corona-Pandemie. Das Barometer für das Konsumklima sank um 3,2 Punkte auf minus 27,0 Zähler, geht aus einer Umfrage der EU-Kommission hervor. Dies ist der tiefste Stand seit Beginn der Datenerhebung (derstandard.at 20.7.22).

EZB erhöht Leitzins auf 0,5 Prozent

Die Europäische Zentralbank (EZB) erhöht angesichts der Rekordinflation erstmals seit elf Jahren die Zinsen im Euro-Raum. Der Leitzins steigt kräftig von null auf 0,5 %, der Negativzins von - 0,5 % für geparkte Gelder von Geschäftsbanken entfällt. Die Wende nach einer Ära der ultralockeren Geldpolitik gilt als historisch. Für die nächsten Sitzungen kündigte die Zentralbank weitere Zinserhöhungen an. „Der EZB-Rat hielt es für angemessen, einen größeren ersten Schritt auf dem Weg zur Normalisierung der Leitzinsen zu tun, als er auf seiner letzten Sitzung angekündigt hatte“, teilte die Notenbank nun mit. Laut dem WIFO-Experten Atanas Pekanov handelt die EZB richtig. Sie zeige damit ihre Entschlossenheit, die Inflation zu bekämpfen, und stärke so auch ihre Glaubwürdigkeit. Der höhere Leitzins werde dazu führen, dass weniger investiert wird und sich die Wirtschaftsaktivität verlangsamt. Das wiederum dämpfe den Druck auf die Preise. „Geldpolitik funktioniert aber langsam“, so Pekanov. Es brauche Zeit, den Zyklus vom Zinsschritt, zur Dämpfung der Kreditnachfrage, zum Rückgang der Investitionen, zu einer geringeren Wirtschaftsaktivität und schließlich zu niedrigeren Preisen zu durchlaufen. Bis sich der Effekt einstelle, werde zumindest ein halbes Jahr vergehen (orf.at 21.7.22; weitere Details im Volltext: <https://orf.at/stories/3277354/>).



CEE

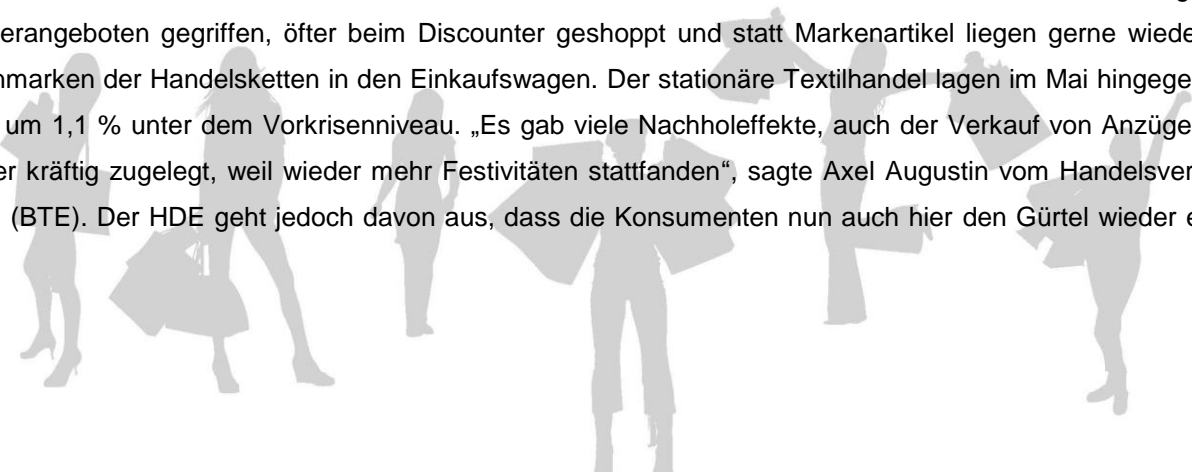
Inflation in Osteuropa fast überall im zweistelligen Bereich

Die Inflation in den Ländern Zentral-, Ost und Südosteuropas ist im Mai fast überall in den zweistelligen Bereich geklettert, einzige Ausnahme war Slowenien. Grund für die hohe Teuerungsrate war unter anderem der Ausfall von Agrar-Exporten aus Russland und der Ukraine, so das Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche (WIIW). In den osteuropäischen EU-Ländern lag die Teuerung durchschnittlich bei 11 %. Im ersten Quartal wurden in der Region noch hohe Wirtschaftswachstumsraten erzielt: Die slowenische Wirtschaft wuchs im Vergleich mit dem Vorjahresquartal um fast 10 %, Polens Wirtschaft wuchs um mehr als 9 %, und die ungarische Wirtschaft legte um mehr als 8 % zu. Auf's ganze Jahr gesehen erwartet das WIIW freilich etwas weniger spektakuläre Wachstumsraten. Am stärksten wächst demnach Slowenien mit 4,5 %, Polen liegt mit einem Plus von 4,2 % auf dem zweiten Rang. Im Schnitt sollten die Volkswirtschaften der elf EU-Länder der Region heuer trotz hoher Inflation, Energiekrise, Lieferketten-Problemen und nachlassender Dynamik in der Industrie durchschnittlich um 3,3 % wachsen. Auch für die Westbalkan-Staaten und die Türkei rechnet das WIIW mit Wachstum (2,9 bzw. 2,7 %). In der Ukraine, Russland, Belarus (Weißrussland) und der Republik Moldau werde die Wirtschaftsleistung hingegen zurückgehen. „Eines der größten Probleme ist die Blockade der Schwarzmeerhäfen. Sie verhindert den Export eines Großteils des ukrainischen Getreides, was die weltweiten Lebensmittelpreise weiter in die Höhe treiben wird“, so WIIW-Ökonomin Olga Pindyuk. (trend.at, diepresse.com 6.7.22).

Deutschland

Preisexplosion wirbelt Handel durcheinander

Die dramatisch steigenden Preise für Energie und Lebensmittel stellen immer mehr Menschen vor Probleme. Nach einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Handelsverbandes HDE hat inzwischen mehr als ein Viertel der Bevölkerung (27 %) große Angst, mit dem Geld nicht mehr auszukommen. Für dieses Jahr prognostiziert der HDE derzeit ein nominelles Umsatzplus um 3 % auf 607 Mrd. €. Real, also inflationsbereinigt, das aber ein Minus von 2 %. Fast die Hälfte der Händler (44 %) rechnet für das Gesamtjahr sogar mit sinkenden nominalen Umsätzen. Zu den Verlierern könnten große Teile des Lebensmittelhandels gehören. Hatte dieser in der Pandemie davon profitiert, dass man sich zuhause mehr gönnte, mussten die Supermärkte in den ersten fünf Monaten dieses Jahres Umsatzeinbußen von 4 % hinnehmen. Laut GfK wird häufiger zu Sonderangeboten gegriffen, öfter beim Discounter geshoppt und statt Markenartikel liegen gerne wieder die Eigenmarken der Handelsketten in den Einkaufswagen. Der stationäre Textilhandel lagen im Mai hingegen nur noch um 1,1 % unter dem Vorkrisenniveau. „Es gab viele Nachholeffekte, auch der Verkauf von Anzügen hat wieder kräftig zugelegt, weil wieder mehr Festivitäten stattfanden“, sagte Axel Augustin vom Handelsverband Textil (BTE). Der HDE geht jedoch davon aus, dass die Konsumenten nun auch hier den Gürtel wieder enger



schnallen. Und auch der Handel selbst leidet unter den steigenden Energiepreisen: Die Stromkosten für einen modernen Supermarkt mit 1.000 m² Verkaufsfläche seien innerhalb eines Jahres von 80.000 auf über 140.000 € gestiegen, berichtete HDE-Geschäftsführer Stefan Genth. „Wenn wir die Energiekostensituation nicht in den Griff bekommen, sind Standorte und Unternehmen gefährdet.“ (stern.de 5.7.22)

Einzelhändler befürchten noch ein Jahr Lieferengpässe

Der Einzelhandel befürchtet noch ein ganzes Jahr Lieferprobleme. Das geht aus einer Umfrage des ifo Instituts hervor. Gleichzeitig klagten 75,7 % der Einzelhändler im Juni, dass nicht alle bestellten Waren geliefert wurden. „Auch in diesem Jahr wird es zu Weihnachten wieder Lücken in den Regalen geben“, sagt der Leiter der ifo-Umfragen, Klaus Wohlrabe. „Die Lieferprobleme sind zu einem Dauerproblem für den Einzelhandel geworden.“ Die längste Dauer der Lieferprobleme mit 18 Monaten erwarten die Fahrradhändler. Auch die Autohändler gehen davon aus, dass die Engpässe noch mehr als ein Jahr andauern werden. Ähnliches gilt für die Möbelhändler. Ein schnelleres Ende der Lücken in den Regalen erwarten die Bekleidungsbranche (9 Monate) und die Supermärkte (8,2 Monate) (hi-heute.de 7.7.22).

Konsumflaute auch im E-Commerce

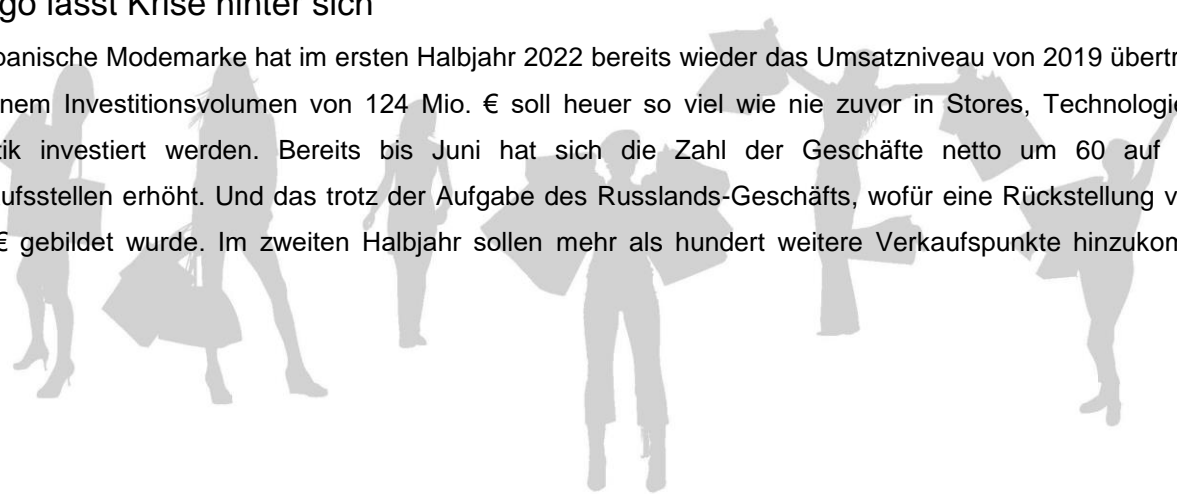
Das dürfte es noch nie gegeben haben: Der E-Commerce in Deutschland verzeichnete laut dem Branchenverband bevh im 2. Quartal einen drastischen Umsatzschwund von 9,6 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 21,8 Mrd. €, nachdem die Branche in den vergangenen Jahren an automatisches Wachstum gewöhnt war. Der bevh weist zugleich daraufhin, dass die Branche dennoch 25,8 % über dem Vergleichswert im Vor-Corona-Jahr 2019 liege. „Die Deutschen schränken sich angesichts steigender Lebenshaltungs- und Energiekosten bei nicht benötigten Waren oder Dienstleistungen deutlich ein“, erklärt der Verband die Ergebnisse (locationinsider.de 7.7.22; weitere Details in der Medienaussendung: <https://www.bevh.org/presse/pressemitteilungen/details/konsumschock-erfasst-auch-den-e-commerce.html>).

Welt

Marken

Mango lässt Krise hinter sich

Die spanische Modemarke hat im ersten Halbjahr 2022 bereits wieder das Umsatzniveau von 2019 übertroffen. Mit einem Investitionsvolumen von 124 Mio. € soll heuer so viel wie nie zuvor in Stores, Technologie und Logistik investiert werden. Bereits bis Juni hat sich die Zahl der Geschäfte netto um 60 auf 2.508 Verkaufsstellen erhöht. Und das trotz der Aufgabe des Russlands-Geschäfts, wofür eine Rückstellung von 20 Mio. € gebildet wurde. Im zweiten Halbjahr sollen mehr als hundert weitere Verkaufspunkte hinzukommen.



Investiert wird auch in die Erneuerung des Wiener Flagship-Stores auf der Kärntner Straße. Die Bauarbeiten haben bereits begonnen, im Oktober soll im neuen Design wiedereröffnet werden. Mango betreibt derzeit 33 Verkaufsstellen in Österreich, darunter eigene Läden, Franchisegeschäfte und Corner (textilzeitung.at 16.7.22).

Märkte

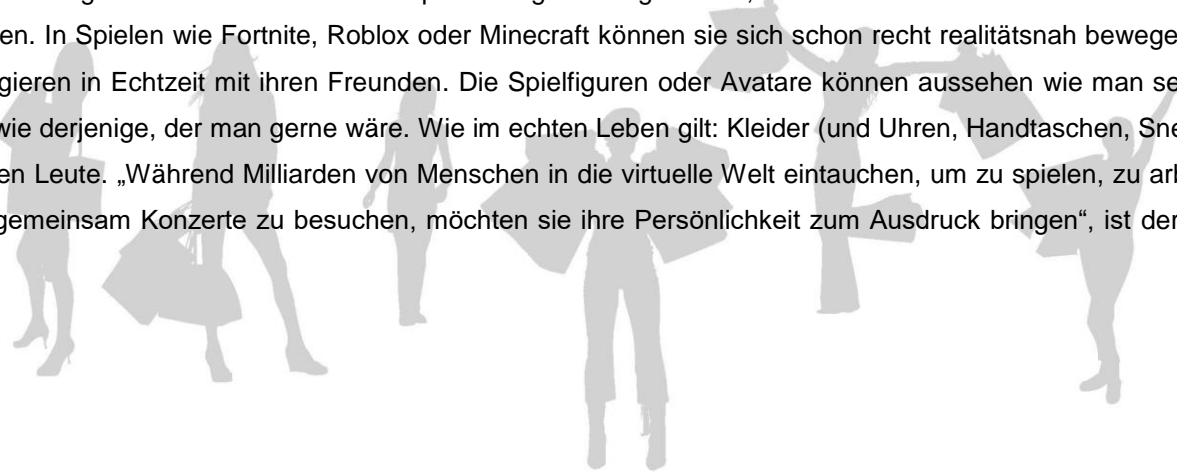
Luxus-Business boomt allen Krisen zum Trotz

Die Beratungsgesellschaft Bain & Co. verzeichnet hohes Wachstum im Luxus-Genre, insbesondere in Europa und den USA. 2021 haben die weltweiten Umsätze mit persönlichen Luxusgütern mit 288 Mrd. € schon über dem Vor-Corona Niveau gelegen. Im ersten Quartal 2022 habe die Branche nochmals einen „deutlichen Umsatzzuwachs“ von 13 bis 15 % (währungsbereinigt) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbuchen können, heißt es weiter. „Der Krieg Russlands gegen die Ukraine sowie die daraus resultierende hohe Inflationsrate samt Konjunkturabschwächung haben bislang kaum Auswirkung auf die Edelmarken“, schreibt das Beratungsunternehmen. In den nächsten Jahren dürfte das Umsatzvolumen noch einmal deutlich zunehmen: Bis 2025 rechnen die Marktexperten je nach Konjunktorentwicklung mit Branchenumsätzen von bis zu 380 Mrd. €. „Die Luxusgüterindustrie zeigt einmal mehr hohe Resilienz, was Krisen angeht“, sagt Bain-Partnerin und Branchenexpertin Marie-Therese Marek. Bis Ende 2022 sei in einem Basisszenario ein Plus von 5 bis 10 % gegenüber dem Vorjahr zu erwarten. Auch virtuelle Produkte dürften für weiteren Schwung im Luxus-Geschäft sorgen: „Der Verkauf digitaler Produkte in der virtuellen Welt wird für Brands in Zukunft immer wichtiger werden“, erklärt Bain-Partner Miltiadis Athanassiou. Seinen Angaben zufolge könnten digitale Produkte und das Metaverse bis Ende 2030 im Luxusgütermarkt auf einen Umsatzanteil von 5 bis 10 % kommen, so die Prognose (textilwirtschaft.de 20.7.22).

Metaverse

Shopping in der Parallelwelt

Das Metaversum wird das Internet um virtuelle Welten erweitern, die dem realen Leben nachempfunden sind und doch ein ganz neues Spektrum an Möglichkeiten eröffnen. Experten raten dem Einzelhandel, sich schon jetzt mit dem Kanal zu beschäftigen. Laut „manager magazin“ hat der Modedesigner Philipp Plein gerade 1,4 Mio. Dollar für ein Metaverse-Grundstück gezahlt. Man muss nur Jugendliche beobachten, die seit Pandemiebeginn kaum noch vom Computer wegzubewegen sind, um das Potenzial virtueller Welten zu erahnen. In Spielen wie Fortnite, Roblox oder Minecraft können sie sich schon recht realitätsnah bewegen und interagieren in Echtzeit mit ihren Freunden. Die Spielfiguren oder Avatare können aussehen wie man selbst – oder wie derjenige, der man gerne wäre. Wie im echten Leben gilt: Kleider (und Uhren, Handtaschen, Sneaker) machen Leute. „Während Milliarden von Menschen in die virtuelle Welt eintauchen, um zu spielen, zu arbeiten oder gemeinsam Konzerte zu besuchen, möchten sie ihre Persönlichkeit zum Ausdruck bringen“, ist der CEO



und Mitgründer des Grazer Software-Entwicklers Reactive Reality, Stefan Hauswiesner, überzeugt. Hier klingt bereits an, welche Chancen sich für den Einzelhandel eröffnen. Kaufland zum Beispiel hat bereits einen Laden im Nintendo-Game „Animal Crossing“ eröffnet. Aus Unternehmenssicht geht es darum, Menschen zu erreichen und sie auf sich aufmerksam zu machen, das eigene Image aufzubauen, Begehrlichkeit für physische Produkte zu wecken, aber eben auch virtuelle Produkte zu verkaufen. „Für die Generation Z haben digitale Güter und Assets schon jetzt den gleichen Wert wie physische Produkte“, so die Erfahrung von Alexander El-Meligi, CEO und Co-Founder der Digitalagentur Demodern. „Das Metaversum gehört aktuell zu den spannendsten Entwicklungen im Bereich Digital“, heißt es etwa auch von Adidas. „Unser Ziel ist es, unsere Marke dort sichtbar und wertvoll zu machen.“ (stores-shops.de 7.7.22)

