

Pressekontakt **RegioPlan Consulting GmbH**
Vanja Ban, MA
Theobaldgasse 8, A-1060 Wien
M: +43 699 1586 0422
v.ban@regioplan.eu
www.regioplan.eu

Datum 30.04.2021

Presseaussendung zum Thema:
**RegioPlan Analyse: Corona verändert Handel und Innenstädte
für immer**

Trotz Pandemie kaufen die Österreicher noch mehr ein als sonst – aber ganz anders, nämlich online. Und das wird so bleiben. Obwohl derzeit deutlich weniger Geschäfte schließen als vor der Pandemie, werden innerhalb der nächsten zwei Jahre bei etwa 5.000 Geschäften die Rollbalken für immer unten bleiben. Die Konsequenzen für den Einzelhandel und die Innenstädte sind dramatisch.

Der Handel verzeichnete 2020 Zuwächse!

Trotz Umsatzausfällen durch fehlenden Tourismus, Geschäftsschließungen, dem unbequemen Maskentragen und der ständigen Ansteckungsgefahr, sind auch 2020 die Umsätze im Einzelhandel gestiegen, etwa um 1,7 %, und das liegt sogar leicht über der Inflationsrate.

Doch innerhalb des Einzelhandels ist es zu drastischen Veränderungen gekommen: Während etwa der Lebensmittelhandel – natürlich bedingt durch die Schließungen in der Gastronomie und dem blitzartigen Anstieg des Home-Office – mit knapp 10 % massiv zulegen konnte, fie-

len die Umsätze für Waren, die man zwar gerne haben möchte, aber meistens nicht wirklich braucht, etwa Bekleidung, Schuhe oder Accessoires, mit Rückgängen von über 20 % in den Keller. Hinzu kommt, dass der Onlineeinkauf, der in einzelnen Branchen (etwa im Bekleidungshandel) schon auf knapp 30 % der gesamten Konsumausgaben kletterte, weiterhin gestiegen ist.

Das neue Einkaufsverhalten – gekommen um zu bleiben

Dass die Pandemie das Verhalten der Konsumenten nachhaltig beeinflusst, ist allgemein bekannt, aber es hat auch im Einzelhandel keine neuen Trends gebracht, sondern lediglich bestehende Trends verstärkt. Die Auswirkungen des veränderten Einkaufsverhaltens sind jedoch nachhaltig und bedrohlich – für den Einzelhandel, die Shopping Center und die Innenstädte.

Wenn in einzelnen Branchen, z.B. Bekleidung, etwa ein Drittel der Umsätze bereits ins Internet abwandern, lohnt es sich für die Händler oft nicht, die teure stationäre Fläche weiter zu betreiben. Flächenreduktionen und Standortschließungen sind die notwendige betriebswirtschaftliche Folge.

Schockstarre auf der Verkaufsfläche

In einem „normalen“ Jahr gehen deswegen etwa 2 % der Verkaufsfläche verloren, 2020 hat sich allerdings – bedingt durch die in Einzelfällen durchaus üppigen Förderungen der Regierung – dieser Prozess eingebremst, in Summe ist die Verkaufsfläche fast gleich geblieben. Es scheint momentan eine Schockstarre zu sein, die wohl nach Auslaufen der finanziellen Zuschüsse beendet sein wird. Auch die Insolvenzstatistik zeigt in eine ähnliche Richtung: deutliche Rückgänge der Insolvenzfälle im Einzelhandel. Für die nächsten Jahre ist jedoch mit einem Aufholprozess zu rechnen, insbesondere auch durch die – nicht nur pandemiebedingte – sprunghaft gestiegene Bedeutung des Onlinehandels.

Geschäftsschließungen: Ruhe vor dem Sturm!

Seit 6 Jahren gehen die Verkaufsflächen in Österreich – bedingt durch den Onlinehandel – leicht zurück. Anders hat es im Seuchenjahr 2020 ausgesehen, wobei vor allem im Fashionbereich (Bekleidung, Schuhe und Accessoires) mit Umsatzrückgängen von 20 % und mehr eine massive Zunahme der Verkaufsflächenrückgänge zu erwarten wäre. So gesehen verhindern die Staatshilfen derzeit den Strukturwandel – jedoch nur kurzfristig. Spätestens im Jahr 2022 ist aus heutiger Sicht mit einem Nachholeffekt zu rechnen, der die Verkaufsflächen in Österreich innerhalb der nächsten zwei Jahre um 6 bis 7 % reduzieren wird. Etwa 5.000 Handelsstandorte werden in diesen beiden Jahren für immer verschwunden sein, entweder weil der Betrieb der Fläche für das Unternehmen zu teuer geworden ist, oder weil der Betriebstyp und/oder der Standort nicht mehr passend sind.

Der Handel verändert sich tiefgreifend

Der unaufhaltsame Trend zum Onlineeinkauf fordert den stationären Handel und die Handelszonen, denn ohne Gegenmaßnahmen werden die Leerstände steigen und eine Abwärts Spirale, wie sie schon jetzt in vielen kleineren Innenstädten zu beobachten ist, setzt ein. DI Romina Jenei, Geschäftsführerin von RegioPlan Consulting: „Wenn die Konsumenten nicht mehr in die Innenstädte oder Einkaufszentren kommen müssen, weil sie ohnehin alles im Internet kaufen können, muss sich der Handel andere Gründe überlegen, weshalb die Kunden trotzdem kommen sollen, und da stellt sich die entscheidende Frage: Was muss man anbieten, damit die Konsumenten einen zusätzlichen Nutzen haben? Die Antwort kann ganz unterschiedlich ausfallen, je nach Geschäft und je nach Handelszone. Entscheidend ist jedoch, ob ein zusätzliches Besuchsmotiv entsteht.“

Waren herzeigen wird zur Nebensache

Der stationäre Handel wird langfristig dort erfolgreich bleiben, wo das Internet weitgehend versagt und deswegen können wir verstärkt Betriebstypen erwarten, die Entertainment,

Service, Kommunikation, Schulungen, Kurse, Beratung, Problemlösungen, Imagebildung, Innovationen etc. in den Vordergrund stellen. Showrooms, PopUp-Stores, Vermischungen mit Gastronomie, Dienstleistungen und Entertainment werden einen massiven Aufschwung erleben.

Auch für die Handelszonen, egal ob Innenstädte oder Shopping Center, bedeutet es Veränderungen: Der Branchenmix, der derzeit noch zu knapp 70 % vom Einzelhandel dominiert wird, wird in fünf Jahren nur mehr weniger als 45 % der Fläche einnehmen. Fest steht jedenfalls, dass die Einkaufszonen generell kleiner werden, weil sie an den Randzonen die notwendige Passantenfrequenz nicht mehr erzeugen können und veröden.

Insgesamt gesehen ist die Pandemie wohl eine Schocktherapie für Einzelhandel und Innenstädte, doch obwohl eine Reihe von Unternehmen unter die Räder kommen werden, wird es aus der Sicht der Konsumenten zu vielen spannenden neuen und unerwarteten Angeboten kommen. DI Romina Jenei: „Immer mehr Hauseigentümer, Centerbetreiber und Stadtmarketing-Verantwortliche fragen, was man mit den leerstehenden Erdgeschoßflächen tun kann. Nicht immer gibt es eine Lösung – aber oft! Und diese Lösungen sind kreativ, unkonventionell und mutig.“

*Zur vereinfachten Lesbarkeit werden die personenbezogenen Bezeichnungen in der üblichen männlichen Form angeführt. Es handelt sich hierbei weder um eine Geschlechterdiskriminierung noch um eine Verletzung des Gleichheitsgrundsatzes.



RegioPlan Consulting berät Sie bei Standort- und Investitionsentscheidungen.

Wir stehen seit über 30 Jahren für fundiertes Consulting sowie zukunftsorientiertes Know-how und zählen europaweit zu den führenden Beratungsunternehmen mit Fokus auf Immobilien, Handel und Investment. Unsere abgesicherten Daten und Strategien bieten unseren Kunden eine optimale Grundlage für nachhaltigen Erfolg.

www.regioplan.eu