

Geschäftsflächen



Marktbericht | Österreich 2024/2025



© Real Agency

Vorwort

Konjunkturschwäche und Inflation sorgten seit 2022 für ein herausforderndes Umfeld im österreichischen Einzelhandel und die Insolvenz der SIGMA Holding brachte dem Markt für Einzelhandelsimmobilien zusätzlich negative Schlagzeilen. Doch die Stimmung ist düsterer als die Realität.

Das starke Bevölkerungswachstum und der Boom des Städtetourismus bringen im großstädtischen Bereich wichtige positive Impulse. Die geringe Neufächenproduktion und Flächenreduktionen an schwächeren Standorten führen zu einer sinkenden Gesamtverkaufsfläche sowie niedrigen Leerstandsdaten.

Erfreuliche Nachrichten kommen aus unerwarteten Bereichen: Nachdem jahrelang nur Verkaufsflächen reduziert wurden, expandieren jetzt wieder mehr Unternehmen aus der Modebranche.

Herausforderungen gibt es dennoch: In vielen Lagen sind die Mieten unter Druck geraten, die Nutzer erwarten Flexibilität bei Laufzeiten und Konditionen sowie ein positives Einkaufserlebnis. Es sind spannende und herausfordernde Zeiten mit Risiken und Chancen, durch die Sie das erfahrene EHL Einzelhandelsteam sehr gerne begleitet.



Mag. Michael Ehmaier FRICS

Geschäftsführender Gesellschafter
EHL Immobilien GmbH



Mag. Stefan Wernhart MRICS

Geschäftsführer
EHL Gewerbeimmobilien GmbH



Mag. Mario Schwaiger

Einzelhandelsimmobilien | Bereichsleiter
EHL Gewerbeimmobilien GmbH



DI Alexandra Bauer MRICS

Büroimmobilien | Bereichsleiterin
EHL Gewerbeimmobilien GmbH

Herausforderndes Umfeld für den Handel

Die Erholung im österreichischen Einzelhandel verläuft schleppend. Konjunkturschwäche, steigende Arbeitslosigkeit und ein langsamer Rückgang der Inflation bremsen das Wachstum. Trotz steigender Kaufkraft und positiven Entwicklungen im Tourismus bleibt das Marktumfeld herausfordernd.

Beim Blick auf das Marktumfeld für den österreichischen Einzelhandel kann man sich sowohl dafür entscheiden, das Glas als halbvoll zu betrachten, als auch als halbleer. Für die optimistische Sichtweise spricht, dass das Konsumklima – die

wichtigste Kennzahl für den Einzelhandel, in der die wesentlichen Einflussfaktoren aggregiert sind – seit seinem Tiefpunkt vor mehr als zwei Jahren wieder deutlich gestiegen ist. Vom desaströsen Wert von minus 34 Prozentpunkten im Juli 2022 hat sich der Konsumklimaindex laut Medienspiegel des ACSP auf minus 13 Prozentpunkte verbessert und liegt damit nur noch wenig unter dem Wert von minus acht Prozent vor Beginn der Teuerungswelle.

Für die Sichtweise „halbleer“ sprechen hingegen das schleppende Tempo der Erholung und eine Reihe gesamtwirt-

schaftlicher Entwicklungen, die darauf hindeuten, dass die Situation noch länger angespannt bleiben wird. So liegt etwa die Arbeitslosenquote 2024 in den meisten Monaten um rund zehn Prozent über den Vorjahreswerten und die Prognosen für

Die wirtschaftliche Entwicklung wird durch die Konjunkturschwäche, die steigende Arbeitslosigkeit, den nur langsam abnehmenden Inflationsdruck und den Wandel der Konsumgewohnheiten belastet.

das Wirtschaftswachstum mussten bereits mehrfach nach unten korrigiert werden.

Mittlerweile gehen die Konjunkturforscher für 2024 von einem Nullwachstum aus und auch für 2025 werden nur magere 1,5 Prozent erwartet, im Durchschnitt der Jahre 2024 bis 2028 lediglich 1,25 Prozent. Die Inflation erweist sich zudem als hartnäckig,

was die Befürchtung verstärkt, dass auch die Zinsen nur in gemächlichem Tempo sinken werden.

Ebenfalls zu beachten ist eine schleichende Verschiebung des Konsumverhaltens. Insbesondere Ausgaben für Urlaube gewinnen zu Lasten klassischer Einzelhandelsumsätze; auch Dienstleistungen wie z.B. Fitness entwickeln sich besser als der Handel. Insgesamt führte dies im ersten Halbjahr 2024 zu einem inflationsbereinigt um 0,8 Prozent gesunkenen Einzelhandelsumsatz. Eine negative Überraschung war dabei, dass sogar der traditionell sehr stabile Lebensmittelhandel mit minus 0,1 Prozent real in den negativen Bereich rutschte; das Nonfood-Segment lag sogar mit 2,2 Prozent im Minus.

Die Schwierigkeiten der Branche lassen sich auch in der Insolvenzstatistik ablesen. Die Zahl der Insolvenzen lag im ersten Halbjahr 2024 auf dem höchsten Stand seit 15 Jahren und mehr als ein Viertel davon entfiel auf den Handel, der damit den unerfreulichen Spitzenplatz noch vor der

Bauwirtschaft einnahm. Auch hier rechnet etwa das WIFO bis mindestens Frühjahr 2025 mit keiner Besserung.

Doch es gibt auch Lichtblicke: Eindeutig positiv für den stationären Einzelhandel ist beispielsweise, dass der Trend zur Abwanderung von Umsätzen zur Onlinekonkurrenz stark gebremst wurde. Darüber hinaus gewinnen hybride Formen, bei denen online und offline verknüpft werden, an Bedeutung. Ein Beispiel dafür ist die Nutzung von Filialen als attraktive Showrooms, in denen Waren präsentiert und Beratung geboten werden, vor allem aber auch Click & Collect-Konzepte in verschiedenen Ausprägungen.

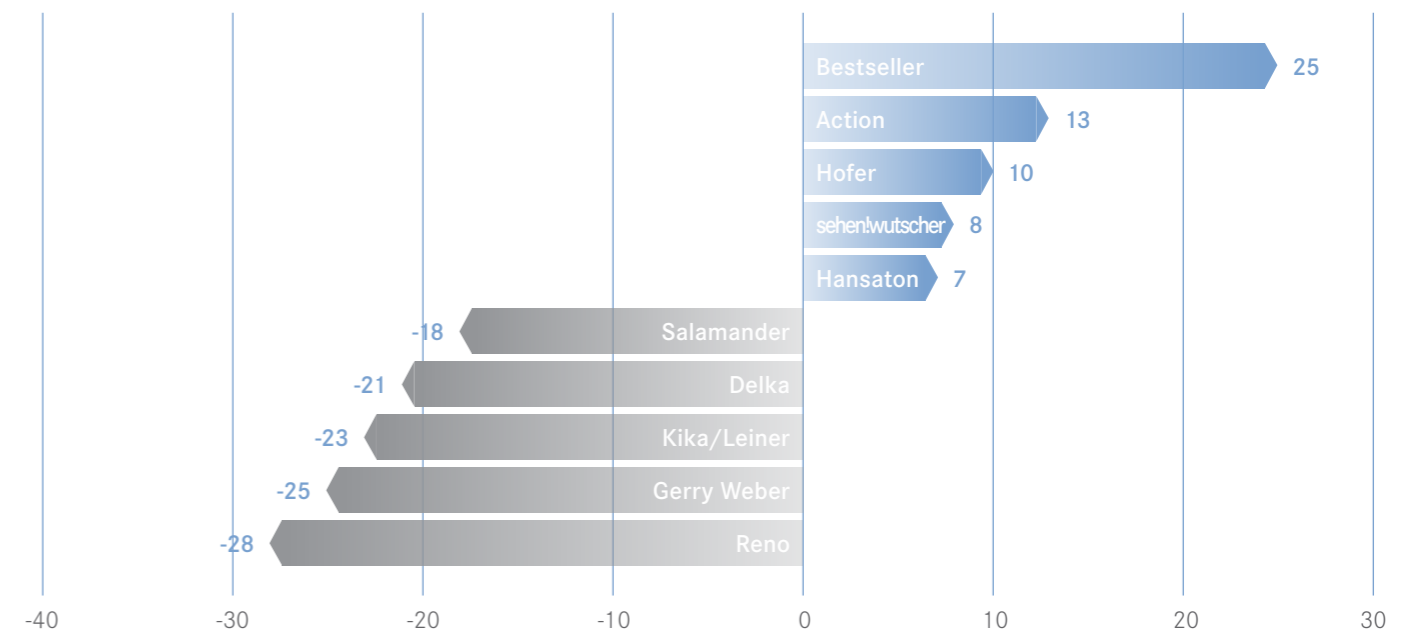
Bemerkenswert ist, dass die Kaufkraft trotz aller gesamtwirtschaftlichen Probleme in

diesem Jahr wieder deutlich steigt.

Das nominelle Plus von 6,7 Prozent ist auch real eine beachtliche Steigerung und fällt mehr als doppelt so hoch aus, wie in den Nachbarländern Deutschland und Schweiz.

Nicht zuletzt ist auch die deutlich über den Erwartungen liegende Entwicklung des Tourismus ein Pluspunkt. Insbesondere der für den Handel besonders wichtige Städtetourismus verzeichnet starke Zuwächse. Die Bundeshauptstadt Wien schaffte im ersten Halbjahr ein Nächtigungsplus von zehn Prozent, wobei die Zuwächse bei Gästen aus den USA und asiatischen Herkunftsländern noch höher ausfielen.

Veränderung der Filialanzahl im österreichischen Einzelhandel 2023 -2024



Quelle: RegioData Research GmbH | April 2024

Viel Bewegung in den Wiener Einkaufsstraßen

Nach einer Flaute zieht die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen wieder an. Neben Bestlagen profitieren auch weniger beachtete Standorte. Discounter und Luxussegmente suchen verstärkt Flächen, während kürzere Mietverträge und strategische Anpassungen den Markt prägen.

Nach einem schwachen Jahr 2023 und einem ebenso schwachen ersten Quartal 2024 ist das Interesse an Einzelhandelsflächen in Wien ab dem 2. Quartal 2024 wieder deutlich gestiegen. Insbesondere der Rückgang der Inflation und das damit verbundene Nachlassen der Dynamik bei Indexierungen und Betriebskosten haben zu einer verstärkten Flächennachfrage geführt. Bemerkenswert ist, dass davon nicht nur die Bestlagen in der Innenstadt oder der Mariahilfer Straße profitieren. Auch oft weniger beachtete Standorte wie die Alserstraße, Neubaugasse, Währinger Straße, Taborstraße oder Praterstraße erfreuen sich steigender Beliebtheit.

Neben in Österreich bereits etablierten Ketten suchen auch wieder verstärkt neue, internationale Konzepte nach Einstiegsmöglichkeiten in dem im europäischen Vergleich durchaus attraktiven heimischen Markt.

Zusätzlichen Bedarf gibt es insbesondere aus den Segmenten Discount und Luxus. Neben in Österreich bereits etablierten Ketten suchen auch wieder verstärkt neue, internationale Konzepte nach Einstiegsmöglichkeiten in dem im europäischen

Vergleich durchaus attraktiven heimischen Markt.

Der steigenden Nachfrage steht aber weiterhin eine überdurchschnittlich hohe Zahl an freiwerdenden Einzelhandelsflächen gegenüber. Das ist nur teilweise auf die diversen Insolvenzen und Geschäftsaufgaben zurückzuführen. Mindestens ebenso

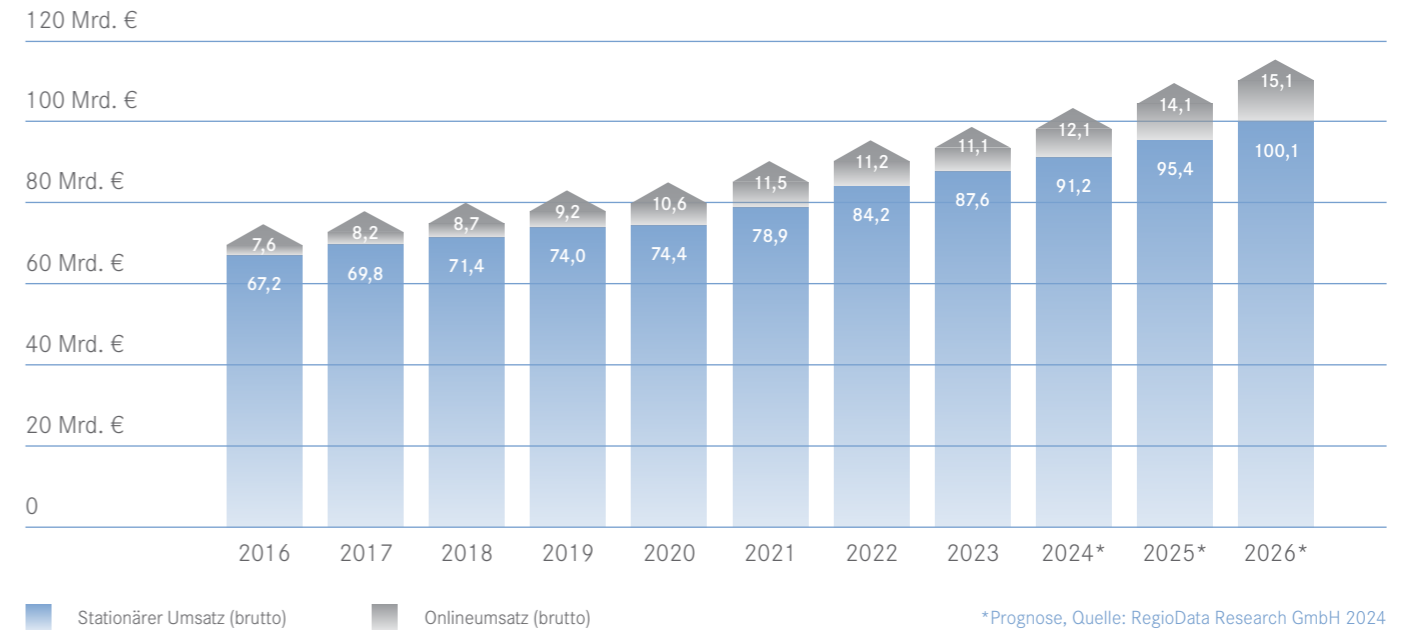
wichtig sind geänderte Anforderungen der Mieter an ihre Filialstandorte, also z.B. zusätzlicher oder geringerer Flächenbedarf. In den meisten Branchen, allen voran Mode und Schuhe, geht der Flächenbedarf pro Filiale tendenziell zurück. Einen gegen-

läufigen Trend gibt es hingegen bei den Discountern, die durchwegs größere Filialen planen als in den vergangenen Jahren. Ein Beispiel dafür ist die stark expansive Kette Action, die aktuell vordringlich Standorte mit 700 bis 1.000 m² reiner Verkaufsfläche sucht. Auch TEDI und Woolworth sind auf großem Expansionskurs, wobei Woolworth bis April 2025 sogar noch 30 neue Standorte plant.

Zusätzlicher Veränderungsdruck resultiert aus neuen strategischen Ausrichtungen wichtiger Einzelhändler, die sich an das gesamtwirtschaftliche Umfeld anzupassen versuchen. Die neuen und oft auch kostenintensiven Umgestaltungen von Filialen werden dann gerne mit Optimierungen der Filialgrößen und der Standorte verbunden.

Die große Zahl von Nichtverlängerungen von Mietverträgen und gleichzeitig steigender Nachfrage durch Neumieter sorgt für viel Bewegung in den Wiener Einkaufsstraßen und – etwas abgeschwächt – Einkaufszentren. Daran wird man sich auch längerfristig gewöhnen müssen, denn

Umsätze im Einzelhandel in Österreich



*Prognose, Quelle: RegioData Research GmbH 2024

der Trend geht klar in Richtung kürzerer Vertragslaufzeiten. Neumieter streben in der Regel nur noch Bindungen von drei bis fünf Jahren an. Früher übliche und von den Vermietern bevorzugte Laufzeiten von sieben bis zehn Jahren sind zur Ausnahme geworden.

Sicherheit ist Trumpf

Die divergierenden Laufzeitwünsche sind aber nur ein Aspekt der sich deutlich ändernden Usancen bei Einzelhandelsmietverträgen. Beide Seiten versuchen, Risiken zu vermeiden: Die Vermieter durch möglichst lange gesicherte Einnahmenströme, die Mieter durch kurze Bindung, möglichst noch verbunden mit Ausstiegsklauseln etwa beim Verfehlen von Umsatzzielen. Weitere Konsequenzen dieses Sicherheitsdenkens sind höhere Kautionen (teilweise bis zu sechs bis zwölf Monatsmieten) und die deutlich sinkende Bereitschaft der Eigentümer, mieterspezifische Umbauten zu bezahlen.

Bei den Miethöhen setzt vermehrt die Mieterseite ihre Vorstellungen durch. Bei Neuvermietungen werden fast immer maximal die Werte der Altmietler plus Indexierung erzielt, oft genug liegen die Abschlüsse aber sogar spürbar darunter (ausgenommen absolute Top-Standorte mit hoher Nachfrage – vor allem in der Wiener Innenstadt).

Viel Nachfrage, wenig Angebot für Gastro

Überraschend stark ist die Nachfrage nach Gastronomie, vor allem seitens internationaler Ketten. Dem steht ein recht überschaubares Angebot gegenüber, da viele Eigentümer die hohen Investitionen (Umwelt-, Hygiene- und Emissionsvorschriften) nicht tätigen wollen. Bei bestehenden Gastronomieflächen erschweren hingegen oft überzogene Ablösevorstellungen der Bestandsmieter sinnvolle Mieterwechsel. Generell werden auch kaum mehr Gastroflächen ohne Schanigarten vermietet. Ein Trend, der sich seit Corona verstärkt hat.

Ebenfalls anhaltend gut ist die Nachfrage aus dem Dienstleistungssektor: Fitness, Gesundheit, Beauty, etc. nutzen insbesondere freiwerdende Flächen an schwächeren Standorten, die für den klassischen Einzelhandel nicht mehr oder nur sehr eingeschränkt nutzbar sind.

Einkaufsfläche geht zurück

Neue Einzelhandelsflächen werden aktuell nur in homöopathischen Mengen geschaffen. Da gleichzeitig (teilweise ausgelöst durch Insolvenzen) laufend Flächen aus dem Markt genommen werden, geht die gesamte Verkaufsfläche weiter zurück. Insgesamt aber entwickelt sich der Einzelhandelsstandort Wien etwas besser als der gesamtösterreichische Schnitt, verantwortlich dafür sind der boomende Städtetourismus und der nachhaltige Anstieg der Einwohnerzahl, die für wichtige Impulse sorgen.

Wien | Innenstadt: Die Nebenlagen holen weiter auf

Die Wiener Innenstadt erlebt dank des boomenden Städtetourismus und attraktiver Neugestaltungen ein bemerkenswertes Wachstum und holt gegenüber der Mariahilfer Straße deutlich auf. Besonders die steigende Beliebtheit der B-Lagen sorgt für positive Impulse im Einzelhandelsmarkt.

Die Wiener Innenstadt ist mit rund 210.000 m² Verkaufsfläche (plus 2,7 Prozent im Zehnjahresvergleich), verteilt auf 1.428 Geschäftslokale in mehr als 10 km Straßenlänge, bereits knapp an die noch führende Mariahilfer Straße herangerückt. In absehbarer Zukunft wird sie diese wohl überholen, auch weil das Stadtzentrum weiterhin deutlich besser performt als der Gesamtmarkt in Wien.

Hauptverantwortlich für diese Entwicklung ist das bemerkenswerte Comeback des Städtetourismus, der für Luxuslabels und Gastronomie starke Impulse bringt. Damit einher geht auch ein deutlicher Rückgang der Leerstandsquote, die 2023 um 0,7 Prozentpunkte auf 3,4 Prozent gefallen ist. Die Toplagen des Goldenen U (Kärntner Straße – Graben – Kohlmarkt) weisen mit

1,7 Prozent zwar einen noch besseren Wert auf, liegen damit jedoch etwas über dem langjährigen Durchschnitt. Diese Verbesserung ist vor allem der positiven Entwicklung der etwas schwächeren B-Lagen geschuldet.

Hauptverantwortlich für diese Entwicklung ist das bemerkenswerte Comeback des Städtetourismus, der für Luxuslabels und Gastronomie starke Impulse bringt, was auch zu einem deutlichen Rückgang der Leerstandsquote beigetragen hat.

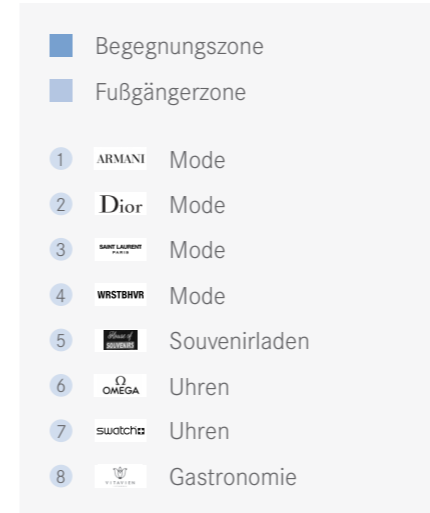
Hintergrund dafür sind zum einen die sehr ambitionierten Mietvorstellungen der Eigentümer in den Toplagen von bis zu 800

Euro /m² für Kleinflächen und 200-300 Euro /m² für große Geschäftslokale, bei denen selbst viele finanzstarke Luxusmarken bei Abschlüssen zögern. Zum anderen wurden aber auch viele der Nebenlagen durch Verkehrsberuhigung, Begrünung und ansprechendere Gestaltung attraktiver gemacht. Beispiele dafür sind die Rotenturmstraße, Neuer Markt und Petersplatz; in naher Zukunft sollen Michaelerplatz und Schwedenplatz folgen.

Einziger Wiener Teilmarkt mit leicht steigenden Mieten

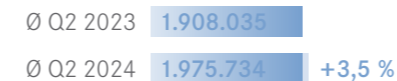
Der Erfolg der Innenstadt spiegelt sich auch in der Mietentwicklung wider: Als einziger Teilmarkt in Wien weist diese aktuell eine leicht steigende Tendenz auf. Das betrifft zwar nicht die Spitzenmieten, die offenbar vorerst an ihre Obergrenzen stoßen, aber bei den Mieten für gute B-Lagen gibt es noch ein gewisses Potenzial.

Auszug an Neuvermietungen Innenstadt 2023/24



Nichtsdestoweniger ist auch hier die Fluktuationsrate mit 12,4 Prozent derzeit ungewöhnlich hoch. Selbst in den traditionell sehr stabilen A-Lagen liegt diese Kennzahl mit 11,2 Prozent nur geringfügig niedriger. Zudem wurden beachtliche 61 Shops 2023 gleichzeitig umgestaltet, wobei die Luxuslabels in Bestlagen besonders intensiv an neuen Auftritten arbeiten. Einige wenige Toplabels haben ihre Präsenz in der Innenstadt beendet, unter anderem Gerry Weber, Salamander, MANZ und Versace. Neu gestartet sind hingegen Emporio Armani, Swatch Store, VitaVien und einige weitere.

Ø Passantenfrequenz Kärntner Straße



Quelle: hystreet.com

Interview: Internationale Trends in der Wiener Innenstadt

Frau Dubreu, die schwierige Situation des Einzelhandels scheint am Luxussegment spurlos vorüberzugehen. Sehen Sie angesichts globaler wirtschaftlicher Unsicherheiten auch mögliche Auswirkungen auf den europäischen Luxusmarkt?

Bis vor kurzem war der Luxusmarkt sehr stabil, was sich in konstanten oder sogar leicht steigenden Mieten widerspiegelte. Aufgrund der globalen wirtschaftlichen Unsicherheiten, insbesondere der in China beobachteten Abschwächung, könnte sich jedoch die Frage stellen, ob und wie diese Entwicklung den europäischen Luxusmarkt beeinflussen wird. Dennoch sehen wir weiterhin eine starke Nachfrage nach Luxusflächen in europäischen Premiumlagen, besonders von den etablierten internationalen Luxusmarken.

Welchen Stellenwert hat Wien im globalen, vor allem im europäischen Vergleich als Einzelhandelsdestination im Topsegment? Was sind die Stärken und die Schwächen der Stadt? Mit welchen anderen Metropolen spielt Wien in etwa in einer Liga?

Wien steht immer auf der „Wunschliste“ vieler internationaler Marken. Besonders in der Innenstadt fällt mir bei meinen Besuchen die beeindruckend hohe Passantenfrequenz auf. Hier spielt Wien in einer Liga mit anderen führenden Städten wie Rom, Mailand, Barcelona und München. Wien hat eine tolle Auswahl an Hotels, sowie ein reiches kulturelles Angebot. Allerdings wird die hohe Passantenfrequenz stark von Touristen geprägt, was sowohl als Stärke als auch als potenzielle Schwäche gesehen werden kann. Trotz

dieser touristischen Prägung zieht Wien dank seiner wirtschaftlichen Vitalität weiterhin neue internationale Investoren und Marken an. Zudem stärkt der städtische Revitalisierungsplan den Einzelhandelsmarkt.

Ein weiterer starker Indikator für Wiens Attraktivität ist die Kaufkraft: Österreich belegt im EU-27-Vergleich Platz 4 im Ranking der Kaufkraft, was die starke Positionierung Wiens als Einzelhandelsdestination in Europa zusätzlich untermauert.

Sie analysieren laufend die globalen Trends, die die führenden Einzelhandelsstandorte der Welt prägen. Gibt es internationale Entwicklungen, die in den kommenden Jahren auch die Destination Wien wesentlich verändern werden?

Eine wichtige internationale Entwicklung ist die zunehmende physische Präsenz von führenden E-Commerce-Marken. Diese Unternehmen planen immer häufiger, stationäre Geschäfte zu eröffnen, um neue Märkte zu testen, was möglicherweise zu flexibleren Mietvertragsmodellen führen könnte. Ein weiterer Trend, der auch in Wien an Bedeutung gewinnen könnte, sind neue Konzepte im Bereich Second-Hand und nachhaltiger Konsum.

Wie sehen Sie die Entwicklung von Geschäftsflächen für Top- und Luxusmarken in den kommenden Jahren: Werden Flagship-Stores ihre Attraktivität behalten? Wird die verstärkte Flächennachfrage primär von bereits etablierten Labels kommen oder werden eher neue Marken den Markt betreten?

Hier sehe ich bei allen drei Ansätzen eine parallele Entwicklungen. Einerseits nutzen bekannte Luxusmarken ihre Flagship-Stores, um ihre Position am Markt zu festigen. Andererseits sehen wir auch, dass neue Marken Flagship-Stores als Möglichkeit nutzen, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Ein gutes Beispiel dafür ist Tesla, das durch seine Stores stark an Markenbekanntheit gewonnen hat. Auch Marken wie Zara und Uniqlo betrachten ihre Geschäfte als wichtigen Werbeträger, wobei besonders die Schaufenster als zentrales Kommunikationsmittel mit ihren Zielgruppen dienen.

Ein weiterer Trend ist das perfekte Multichanneling, wie es Marken wie Polène umsetzen, die sowohl auf Online-Präsenz als auch auf Flagship-Stores in Top-Lagen setzen. Dabei muss ein Flagship-Store nicht zwangsläufig eine große Fläche haben – viel wichtiger ist, dass er ein Erlebnisort ist, der die Marke und den Kunden emotional miteinander verbindet.

Flagship-Stores werden weiterhin ein fester Bestandteil des Einzelhandels sein, solange sie den Kunden einen Mehrwert bieten und die Authentizität der Marke fördern. Eine spannende Entwicklung sehe ich in der zunehmenden Integration von Community- und Erlebniskonzepten. Marken wie Coach New York setzen beispielsweise auf „Play Shophouses“ oder Café-Konzepte. Andere, wie NIO oder Lynk&Co, integrieren Co-Working-Plätze in ihre Stores und schaffen so Orte der Begegnung für ihre Community.

SIGNA-Insolvenz: Viele Schlagzeilen, überschaubare Folgen

Die Insolvenz der Immobilien- und Einzelhandelsgruppe SIGNA war zweifellos die spektakulärste Pleite der österreichischen Wirtschaftsgeschichte. Ihre Auswirkungen auf den Markt für Einzelhandelsimmobilien in Österreich blieben – im Gegensatz zu Deutschland – recht überschaubar bzw. beschränkten sich auf die unmittelbare Umgebung von SIGNA-Objekten.

Schon die Insolvenz der KikaLeiner-Gruppe unmittelbar nach ihrem Verkauf durch SIGNA in der ersten Jahreshälfte 2023 hatte nur geringe Folgen, da die Filialen entweder weiterbetrieben oder rasch neu genutzt werden konnten. Zum Zeitpunkt der ersten Insolvenzen im SIGNA-Konzern selbst verfügte dieser dann nur noch über drei große Einzelhandelsinvestments in Österreich, darunter das Entwicklungsprojekt Lamarr in der Mariahilfer Straße. Die Probleme rund um das Kaufhausprojekt Lamarr, bei dem es Anfang 2024 zu einem Baustopp gekommen ist, stellen eine Belastung für den gesamten Straßenzug dar, da sie

möglicherweise dazu führen, dass unschöne Bauzäune das Einkaufserlebnis noch lange beeinträchtigen.

Die Probleme rund um das Kaufhausprojekt Lamarr, bei dem es Anfang 2024 zu einem Baustopp gekommen ist, stellen eine Belastung für den gesamten Straßenzug dar, da sie möglicherweise dazu führen, dass unschöne Bauzäune das Einkaufserlebnis noch lange beeinträchtigen.

Vor allem aber ist die Perspektive, dass das ehrgeizig angelegte Prestigeobjekt die Mariahilfer Straße zu einer Art zweitem Luxusstandort neben dem Goldenen U

machen könnte, nach dem kürzlichen Kauf durch die Stumpf Development GmbH noch ungewiss – die Entwicklung des Projekts bleibt jedenfalls spannend. Keinerlei Auswirkungen sind hingegen beim Goldenen Quartier zu verzeichnen. Dieses ist bestens vermietet und nach wie vor eine Topadresse für Luxuslabels auf der Suche nach einem Standort in Österreich. Auch ein über kurz oder lang anstehender Eigentümerwechsel wird daran wohl nichts ändern.

Nicht ohne Herausforderungen präsentiert sich die Vermietungssituation beim wichtigsten Objekt in der SIGNA-Heimat Tirol, dem Kaufhaus Tyrol. Der für 2025 anstehende Auszug des Frequenzbringers Media Markt steht zwar in keinem Zusammenhang mit der SIGNA-Insolvenz, wird die Verwertung des an sich gut funktionierenden Kaufhauses aber deutlich erschweren.



Nathalie Dubreu

European Retail Leasing Coordination
Senior Director
BNP Paribas Real Estate

Wien | Mariahilfer Straße: Flächenrückgang und Trend zu mehr Gastro

Die Innere Mariahilfer Straße, Österreichs größte Einkaufsstraße, spiegelt den Wandel der Shoppinglandschaft wider. Trotz Herausforderungen wie Baustellen und einem schwierigen Einzelhandelsumfeld zeigt sie eine bemerkenswerte Anpassungsfähigkeit mit wachsender Bedeutung von Gastronomie und Dienstleistungen.

Die Innere Mariahilfer Straße ist die bekannteste und, mit knapp über 210.000 m² Verkaufsfläche (inklusive angrenzender Bereiche in Seitenstraßen), größte Einkaufsstraße Österreichs. In ihr spiegelt sich der generelle Wandel der heimischen Shoppinglandschaft wider – dies gilt sowohl im Hinblick auf den Branchenmix als auch für den Trend weg von großen Kaufhäusern hin zur verstärkten Nutzung von Einzelhandelsflächen für Gastronomie und Dienstleistungen.

2023 und 2024 hat die traditionsreiche Shoppingmeile jedoch nicht nur mit dem generell schwierigen Einzelhandelsumfeld zu kämpfen, sondern auch mit dem Baustopp beim SIGNA-Großprojekt Lamarr. Von diesem Projekt war eine starke Aufwertung des gesamten Umfelds erwartet

worden (siehe Beitrag „SIGNA-Insolvenz“ auf Seite 11), doch nun stellt es eine erhebliche Belastung dar, auch weil damit wohl für längere Zeit mit einer störenden Baustelle zu rechnen ist. Auch die bereits seit Jahren andauernden Bauarbeiten bei der U-Bahn-Station Neubaugasse stellen eine Beeinträchtigung für die angrenzenden Straßenabschnitte dar.

Immer öfter werden Flächen im 1. und 2. Obergeschoss aus dem Markt genommen und eine Neunutzung für Büros, Hotels oder Wohnen angestrebt.

In der Mariahilfer Straße fällt die Reduktion der Verkaufsfläche stärker als im

Gesamtschnitt aus. Das liegt primär daran, dass sich das Interesse potenzieller Mieter massiv auf die Erdgeschosse konzentriert. Immer öfter werden Flächen im 1. und 2. Obergeschoss aus dem Markt genommen und eine Neunutzung für Büros, Hotels oder Wohnen angestrebt. Hintergrund sind die hohen Kosten mehrgeschossiger Geschäftslokale (Treppen, Rolltreppen, zusätzlicher Personalbedarf, höhere Diebstahlfahr aufgrund schlechterer Überwachung/Sichtbarkeit), die bei der aktuellen Ertragslage immer öfter nicht mehr zu verkraften sind.

Auffällig ist auch die kontinuierlich steigende Bedeutung von Gastronomie und Dienstleistungsangeboten. Der Einzelhandelsanteil beträgt nur noch 67 Prozent (dieser Wert ist durch die Schließung von Leiner und der Verzögerung des

Auszug an Neuvermietungen und Konzeptanpassungen* Mariahilfer Straße 2023/24

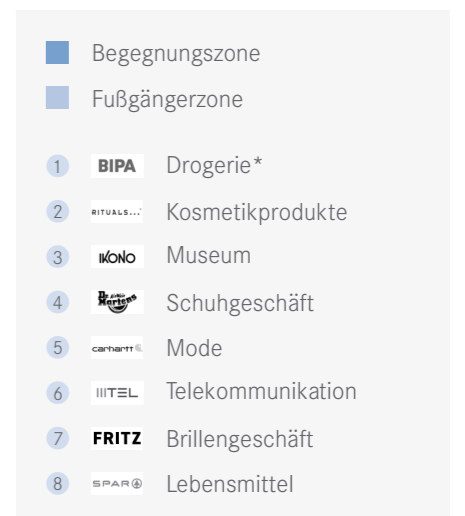


Lamarr-Projekts nach unten verzerrt), wobei der mit Abstand größte Rückgang auf die Bekleidungsbranche entfällt. Die Gastronomie hat hingegen um zwei Prozentpunkte zugelegt und die Mariahilfer Straße wird auch immer mehr zu einer Ausgehzone.

Überdurchschnittlich hohe Leerstandsquote

Das herausfordernde Umfeld schlägt sich wenig überraschend auch in der Leerstandsquote nieder. Diese betrug zuletzt 6,2 Prozent und in der A-Lage (Zentralbereich der Inneren Mariahilfer Straße, ohne Seitenstraßen) sogar 7,7 Prozent. Damit rangiert sie im Vergleich mit anderen führenden Einzelhandelsstandorten in Wien und den Landeshauptstädten ganz weit oben.

Zu den meistbeachteten Abgängen zählten Esprit, RAG, Delka, Salamander, Asics, Desigual, Geox, MisterSpex; erfreuliche Zugänge waren unter anderem IKONO, Rituals, Dr. Martens, Carhartt, Fritz Eyewear und viele mehr.



Ø Passantenfrequenz Mariahilfer Straße

Ø Q2 2024 **1.376.353**

Quelle: hystreet.com


Top Shoppingstandorte

Goldenes Quartier — 01



Bezirk	1010
Nutzfläche	11.500 m ²

Wien Mitte The Mall — 02




Bezirk	1030
Nutzfläche	30.300 m ²

BahnhofCity Wien Hbf — 03



Bezirk	1100
Nutzfläche	23.000 m ²

Auhof Center — 04



Bezirk	1140
Nutzfläche	51.000 m ²

BahnhofCity Wien West — 05



Bezirk	1150
Nutzfläche	22.000 m ²

Westfield Donau Zentrum — 6




Bezirk	1220
Nutzfläche	120.000 m ²

Gewerbepark Stadlau — 07




Bezirk	1220
Nutzfläche	66.000 m ²

Center Alterlaa — 08



Bezirk	1230
Nutzfläche	20.000 m ²

G3 Shopping Resort Gerasdorf — 09



Bezirk	2201
Nutzfläche	70.000 m ²

Westfield SCS — 10




Bezirk	2334
Nutzfläche	192.500 m ²

Weitere Shopping Center


1010	STEFFL	1150	Lugner City
1010	Ringstraßen Galerien	1190	Q19
1020	Stadion Center	1200	Millennium City
1030	GALLERIA	1210	Citygate
1070	Gerngross	1210	Shopping Center Nord
1100	1100 Columbus	1230	Riverside
1110	Gasometer Shopping		
1110	Huma Eleven		
1110	ZS Zentum Simmering		
1120	VIO Plaza		

Kärntner Straße — 01




Bezirk	1010
Verkaufsfläche	35.000 m ²

Graben — 02



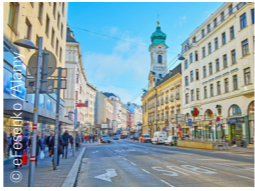
Bezirk	1010
Verkaufsfläche	18.000 m ²

Kohlmarkt — 03



Bezirk	1010
Verkaufsfläche	7.500 m ²

Landstraßer Hauptstraße — 04




Bezirk	1030
Verkaufsfläche	82.300 m ²

Innere Mariahilfer Straße — 05



Bezirk	1060/1070
Verkaufsfläche	127.400 m ²

Favoritenstraße — 06



Bezirk	1100
Verkaufsfläche	72.400 m ²

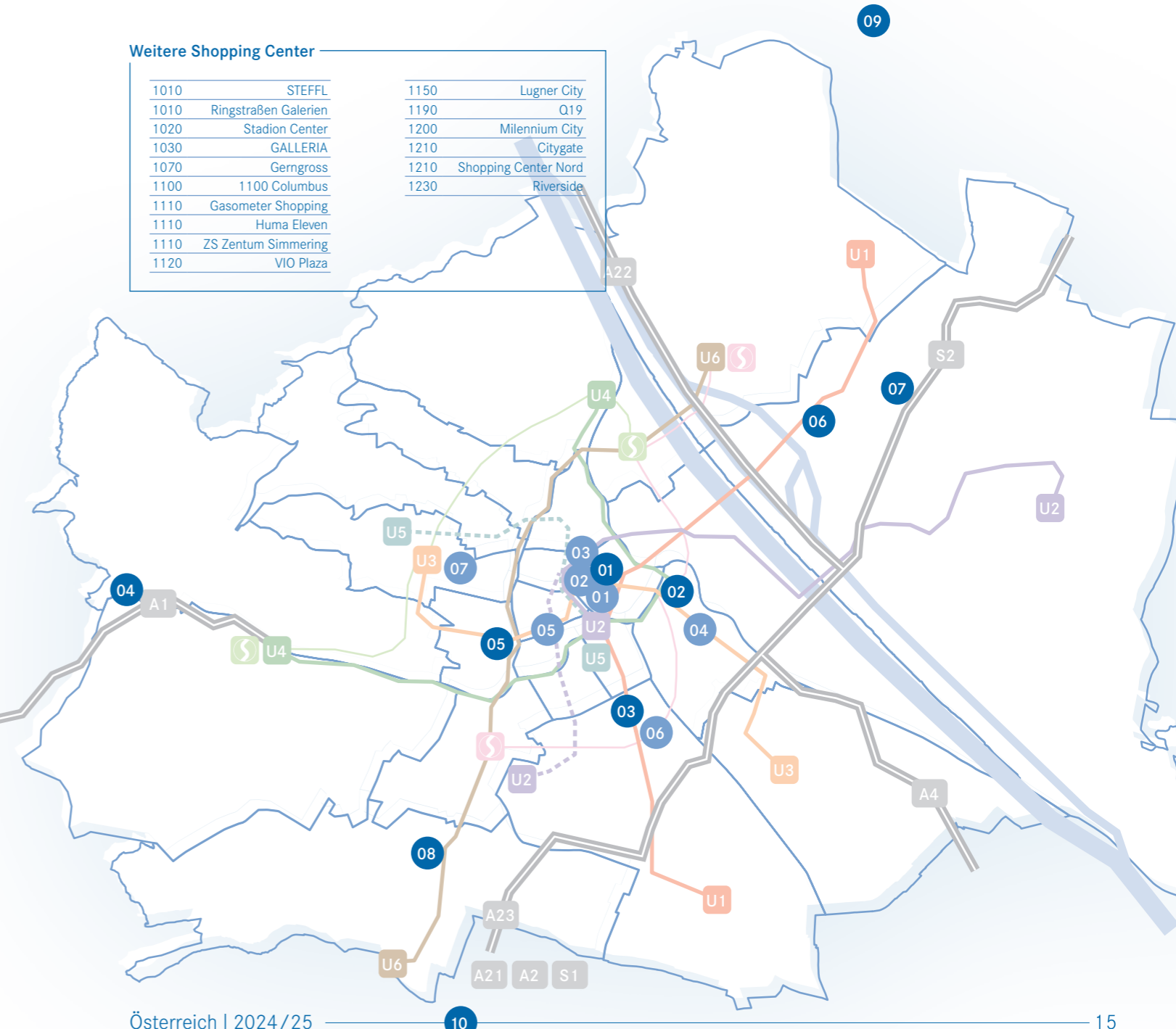
Meidlinger Hauptstraße — 07



Bezirk	1120
Verkaufsfläche	40.700 m ²

Weitere Einkaufsstraßen

1010	Kohlmarkt
1010	Rotenturmstraße
1010	Wollzeile
1020	Tabornstraße
1020	Praterstraße
1070	Neubaugasse
1080	Alserstraße
1150	Äußere Mariahilfer Straße
1160	Thaliastraße



Wachstumsstrategien gegen den Abwärtstrend

Trotz herausfordernder wirtschaftlicher Bedingungen gibt es Wachstumsstrategien für den Einzelhandel, die Erfolg versprechen. Branchen wie der Buchhandel und die Mode zeigen, dass durch gezielte Standortwahl und innovative Konzepte solide Erträge möglich sind.

Die unerfreulichen Kennzahlen für den filialgebundenen Einzelhandel verdecken oft die Tatsache, dass auch in einer insgesamt herausfordernden wirtschaftlichen Situation Wachstum und solide Erträge möglich sind. Dies gilt sowohl für einzelne Unternehmen als auch für ganze Handelsbranchen, die gegen den Gesamttrend wieder verstärkt Standorte suchen und für die das Angebot an freiwerdenden Flächen tatsächlich eine große Chance darstellt.

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür liefert der Buchhandel, die Branche, mit der der Onlinehandel seinen globalen Siegeszug begonnen hat. Nach einer langen Periode von Schließungen und Marktrückzügen steigt der Flächenbedarf der Branche jetzt wieder kontinuierlich an. „Der Buchhandel hat sich nach der Coronapandemie durchgängig positiv entwickelt. Die Menschen haben regelrecht das stationäre Einkaufserlebnis gesucht und sich darüber gefreut, wieder die Atmosphäre vor Ort in

den Buchhandlungen zu genießen“, erklärt Andrea Heumann, Geschäftsführerin des Branchenprimus Thalia. „Aktuell sehen wir den Bedarf vor allem in kleineren, nahversorgergeprägten Standorten, in denen wir mit Filialen von 300 bis 400 m² als Frequenzbringer fungieren und Aufenthaltsqualität schaffen.“

Mit Qualität, Innovationen und sorgfältigem Standortmanagement sind auch in schwierigem Umfeld bemerkenswerte Erfolge möglich.

Hierfür ist jedoch die kontinuierliche Weiterentwicklung des Filialkonzepts unerlässlich: „Dazu gehören die Regionalisierung des Angebots, Zusatzservices wie Abholstationen oder Selbstbedienungskassen und in den größeren Filialen Gastrozonen. Grundsätzlich schaffen wir in allen Buchhandlungen Verweilzonen, um das Stöbern und Inspirieren zu ermöglichen.“

Zurückhaltender fällt die Einschätzung beim heimischen Traditionsunternehmen Morawa aus. Geschäftsführer Klaus Magele erwartet nicht, dass der klassische Buchhandel Online-Marktanteile zurückgewinnen kann. „Mit einem gut an den regionalen Bedarf angepassten Angebot kann man sich aber behaupten. Ein Buchhändler, der die Kunden in seiner Region kennt, hat immer einen Vorteil gegenüber internationalen Ketten, die zentral beliefert werden. Wir belassen die Hoheit über das Sortiment in den Regionen und in Verbindung mit guten Geschenkartikeln ergibt das einen sympathischen und regionalen Mehrwert.“

Ein entscheidender Erfolgsfaktor ist für Magele das Umfeld der Filialen: „Zum Beispiel ist ein Mode-Discounter definitiv kein guter Nachbar für den Buchhandel und wenn die Flächenstrategie in einem Einkaufszentrum auf die Bedürfnisse unserer Branche keine Rücksicht nimmt, ist das für uns äußerst nachteilig. Wir brauchen nicht nur eine hohe Frequenz, sondern die Qualität der Frequenz ist ausschlaggebend.“



Auch in der Modebranche, die seit Jahren den Spitzenrang bei der Flächenreduktion einnimmt, gibt es Erfolgsbeispiele, die gegen den Trend expandieren. Aktuell ist es vor allem die Bestseller-Gruppe, die mit ihrem Markenportfolio (u.a. ONLY, Jack&Jones, Vero Moda, Name It) in Österreich auf Wachstumskurs ist und in diesem Jahr bereits 16 Shops, darunter zwei Flagship-Stores in der ShoppingCity Seiersberg und der Plus City eröffnet hat und neun Relocations im Zusammenhang mit Vergrößerungen umsetzen konnte.

„Wir konzentrieren uns stark auf die Bewertungen unserer Standorte, um die Potenziale bestmöglich auszuschöpfen“, erklärt Expansion Managerin Montana Seidler. „Das bedeutet einerseits permanente Optimierung und oft auch Vergrößerung der Filialen, andererseits scheuen wir uns auch nicht, wenig aussichtsreiche Standorte zu schließen.“

Seidler rechnet damit, dass der Online-Anteil in der Modebranche weiter steigen

wird, betrachtet das aber keinesfalls als Bedrohung, sondern als Chance: „Wir sind davon überzeugt, dass die Zukunft in der geschickten Kombination von stationärem Retail und Onlinehandel liegt. Wer auf Omnichannel-Strategien setzt und alle Kanäle effektiv vernetzt, wird langfristig erfolgreich sein. Für Bestseller ist diese Symbiose die treibende Kraft hinter unserem Wachstum.“

Im Filialgeschäft setzt Bestseller dabei voll auf ein ganzheitliches Einkaufserlebnis, daher werden Standorte mit anderen attraktiven Einzelhändlern, Gastronomie und Freizeitangeboten gesucht: „Ein belebtes Umfeld mit hoher Aufenthaltsqualität zieht mehr Kunden an und verlängert deren Verweildauer. Aber auch unsere Filiale selbst muss Kunden optimal ansprechen“, so Seidler. „Dafür brauchen wir ein großes und attraktiv präsentiertes Angebot und das wiederum erfordert oft mehr Fläche, möglichst auf einer Ebene.“

Personen im Gespräch



Andrea Heumann
Geschäftsführerin
Thalia



Klaus Magele
Geschäftsführer
Morawa



Montana Seidler
Expansion Managerin
Bestseller

Discounter weiter auf dem Vormarsch

Discounter setzen 2024 ihren Expansionskurs fort und erobern zunehmend auch teure Toplagen. Angetrieben von steigendem Kostenbewusstsein und günstigen Mietmöglichkeiten, sichern sie sich attraktive Flächen in begehrten Standorten.

Das Discount-Segment zeigt sich auch 2024 gegen den allgemeinen Trend expansiv und weitet seinen Flächenbestand aus. Quantitativ am bedeutendsten sind die Zuwächse an den klassischen Discountstandorten wie etwa in Fachmarktzentren, aber auch Vorstöße in teure Toplagen werden immer häufiger. Getrieben wird der Erfolgslauf der Discounter von der Verunsicherung vieler Konsumenten über die allgemeine Wirtschaftsentwicklung, die erfahrungsgemäß zu erhöhtem Kostenbewusstsein führt. Auch das breite Angebot an freierwerdenden Flächen an chancenreichen Standorten erleichtert die Expansion des Billigsegments.

Besonders bemerkenswert ist der Wachstumskurs von Woolworth, die nach langer Pause nach Österreich zurückgekehrt sind. Das „Discountkaufhaus“ hat ein breit gestreutes Sortiment und setzt auf deutlich größere Filialen als die meisten anderen

Discounter. Der angekündigte Aufbau eines Netzes mit rund 30 Standorten kommt gut voran. Im September wurde ein 1.837 m² großes Geschäftslokal in der Favoritenstraße eröffnet, im Gewerbepark Stadlau wurden 2.044 m² angemietet (Eröffnung Q1/2025) und noch heuer wird auf knapp 1.000 m² im StopShop Oberwart gestartet.

Getrieben wird der Erfolgslauf der Discounter von der Verunsicherung vieler Konsumenten über die allgemeine Wirtschaftsentwicklung, die erfahrungsgemäß zu erhöhtem Kostenbewusstsein führt.

Die drei Standorte im Ausmaß von rund 5.000 m² wurden von EHL Gewerbeimmobilien vermittelt. Mit seinen großen Filialen ist Woolworth ein attraktiver Nachmieter für Flächen, die davor von Einzelhändlern aus höheren Preissegmenten genutzt wurden. Ebenso erfolgreich verläuft der anhaltende

Expansionskurs der bereits seit längerem tonangebenden Ketten wie Action, TEDI oder NKD, die ihre Filialnetze kontinuierlich erweitern. So startete z.B. TEDI im Herbst 2024 in Spittal an der Drau.

Auch an prestigeträchtigen Standorten sind Eröffnungen von Discountfilialen 2024 alles andere als eine Seltenheit. Auf der Mariahilfer Straße startet heuer beispielsweise Action, Hofer ist dort bereits seit längerem mit zwei Märkten vertreten. Auch in der Innenstadt werden derzeit von mehreren Discountern Standorte gesucht, wobei dort eher gute Nebenlagen als absolute Spitzenlagen in Frage kommen. Discounter sind zwar auch in sehr guten Lagen oft nicht bereit, ebenso hohe Mieten wie klassische Einzelhändler zu bezahlen, aber der „Discount-Abschlag“ ist mittlerweile sehr gering und auch die meist über dem Einzelhandelsschnitt liegende Bonität macht sie zu sehr attraktiven Mietern.



Strukturwandel bei Fachmarktzentren

Auch Fachmarktzentren und Fachmarkttagglomerationen (nicht einheitlich gemanagte Flächen an einem Standort), die mit vergleichsweise niedrigen Quadratmetermieten als die Discounter unter den Anbietern von Einzelhandelsflächen betrachtet werden können, erleben derzeit einen beschleunigten Strukturwandel: Anbieter aus dem Segment Möbel und Wohnungseinrichtung verlieren ebenso Anteile wie Mode- und Schuhgeschäfte. Deutlich zulegen können hingegen Kurzfristbedarfe, unter anderem Lebensmittel und Drogerieprodukte.

Dieser Strukturwandel geht auch mit einem Anstieg des Leerstands einher. Die jüngsten vom Marktforschungsunternehmen Standort+Markt erhobenen Daten weisen eine Leerstandsrate von 7,7 Prozent aus. Das ist fast doppelt so hoch wie in den Jahren 2018 und 2022, aber noch niedriger als die Leerstandsrate in Citylagen mit 8,8 Prozent.

Die Miethöhen sind bei FMZ im Durchschnitt deutlich stabiler als in höherpreisigen Segmenten, ein genereller Rückgang ist nicht festzustellen. Abschläge sind aber insbesondere dann erforderlich, wenn die Besucherfrequenzen in einem Objekt sinken.

Signifikant zurückgegangen ist die Fertigstellung zusätzlicher Flächen. Dabei spielt auch der zunehmende Widerstand gegen Bodenversiegelung eine Rolle, der neue Widmungen sehr erschwert. Investitionen gehen daher aktuell fast ausschließlich in Qualitätsverbesserungen, wobei Nachhaltigkeitsmaßnahmen (E-Tankstellen, Beschattungen, Solaranlagen, Teilentsiegelungen von Parkflächen, etc.) besonders hohen Stellenwert haben.

Neue Retail-Chancen durch Neugestaltung von Straßenzügen

Die Neugestaltung von Straßenzügen zeigt signifikante Auswirkungen auf den Einzelhandel. Von der Förderung des Fußgängerverkehrs bis zur Schaffung neuer Grünflächen und Radwege – diese Maßnahmen spielen eine entscheidende Rolle in der Entwicklung innerstädtischer Retail-Chancen.



Was vor einem Jahrzehnt mit der Umgestaltung der Mariahilfer Straße begann, war die Einführung einer damals in Österreich noch weitgehend unbekanntem Hybridform: der Begegnungszone. Seither hat dieses Konzept kontinuierlich an Raum gewonnen. Es dient der Zurückdrängung des Autoverkehrs zugunsten besserer Nutzungsmöglichkeiten für Fußgänger und Radfahrer.

Regelmäßig damit verbunden sind Begrünungen sowie Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität.

Diese haben mittlerweile beachtlichen Einfluss auf die Entwicklung des Einzelhandels. Entwickler, Investoren und Mieter knüpfen an das in Wien unter dem Slogan „Raus aus dem Asphalt“ laufende Programm die Hoffnung auf steigende Besucherfrequenzen, höhere Umsätze und eine Imageaufwertung des Mikrostandorts. Gemeinsam ist den mehreren

Dutzend Einzelprojekten das Leitmotiv des Klimaschutzes, die tatsächliche Umsetzung ist dabei aber höchst unterschiedlich. Werden in dem einen Fall bloß einige zusätzliche Bäume gepflanzt, sind es im nächsten Sitzmöbel im öffentlichen Raum, dann wieder ein Austausch des Bodenbelags oder die Schaffung neuer Radwege.

Die bisher umgesetzten Neugestaltungen haben sich durchweg positiv auf die Einzelhandelsflächen ausgewirkt.

Die bisher umgesetzten Neugestaltungen haben sich durchweg positiv auf die Einzelhandelsflächen ausgewirkt; negative Folgen, etwa durch verschlechterte Zufahrtsmöglichkeiten mit PKW, beschränkten sich im Wesentlichen auf einzelne

Branchen, führten aber nirgends zu generell steigenden Leerständen. Wie stark Handel, Gastronomie und Dienstleistung von der Neugestaltung einer Straße profitieren, ist jedoch sehr unterschiedlich und hängt entscheidend davon ab, ob auch im Umfeld positive Entwicklungen zu verzeichnen sind, etwa die Schaffung neuer Wohnquartiere oder erfolgreiche Bürocluster. Einige Beispiele zeigen das Potenzial, das die Umgestaltung des öffentlichen Raums für Einzelhandelsflächen eröffnet.

Michaelerplatz

Eine Sondersituation stellt die Begrünung des touristischen Hotspots Michaelerplatz dar, bei der Klimaziele und denkmalgeschützte Vorgaben in Einklang gebracht werden müssen. Die geplanten Baumpflanzungen wurden verworfen, stattdessen sollen Teile des Platzes entsiegelt und für Grünflächen und Blumenbeete verwendet werden.

Auch eine attraktivere Bepflasterung ist vorgesehen. Da der Michaelerplatz bereits eine hohe Besucherfrequenz aufweist und täglich von zahlreichen Menschen frequentiert wird, bleibt abzuwarten, ob die Neugestaltung tatsächlich zu einer längeren Verweildauer führen wird.

Praterstraße

Die Praterstraße zählt zu den wichtigsten innerstädtischen Verkehrsachsen und verbindet das Zentrum über Praterstern und Reichsbrücke mit dem 22. Wiener Gemeindebezirk. Die massive Verbreiterung der vielgenutzten Radwege geht einher mit mehr Aufenthaltsmöglichkeiten und Grüninseln. Als verstärkender Faktor für den Aufschwung wirken die hochwertigen Büroprojekte im Bereich der Lassallestraße. Dass insbesondere die Gastronomie mit hippen Lokalen wie dem Balthasar oder dem Mochi trotz der noch laufenden Bauarbeiten einen beachtlichen Aufschwung

verzeichnet, liegt auch an der attraktiven Lokalszene am anderen Ende der Praterstraße im Bereich des Donaukanals.

Naschmarkt

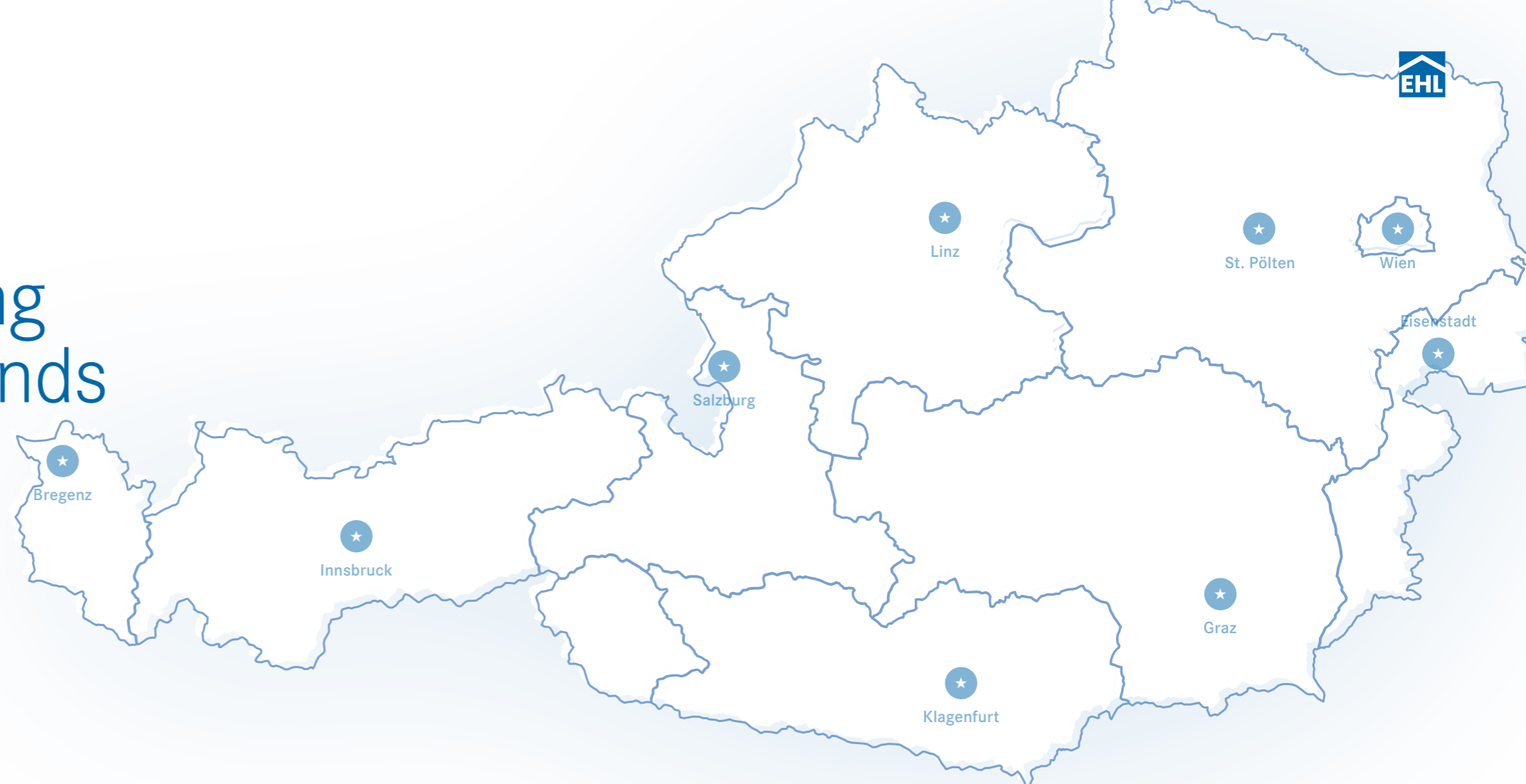
Etwas anders gelagert ist die Situation rund um den Naschmarkt. Hier wird es nach der bereits erfolgten Schaffung eines breiten Radwegs in der Linken Wienzeile im unmittelbaren Straßenbereich nur mehr zu geringfügigen Änderungen kommen. Dafür sollten die Begrünung und Attraktivierung der angrenzenden Freiflächen (bis jetzt ein großer Parkplatz) sowie die Ansiedlung weiterer gastronomischer Angebote auch neue Perspektiven für Einzelhandelskonzepte in der Linken und Rechten Wienzeile eröffnen.

Favoritenstraße

Die Favoritenstraße ist bereits seit langem eine Fußgängerzone. Attraktivierung durch mehr Grün, Wasserelemente und Aufent-

haltsbereiche hatte sie dennoch dringend nötig. Der Erfolg der dieses Jahr gestarteten Maßnahmen lässt sich naturgemäß noch nicht beurteilen, doch gibt es berechtigte Hoffnung, dass die Favoritenstraße zumindest im nördlichen Bereich an den Erfolg des angrenzenden Sonnwendviertels anknüpfen kann und für Gastronomie, Dienstleistung und Einzelhandel deutlich attraktiver als bisher wird.

Landeshauptstädte: Moderate Entwicklung ohne einheitliche Trends



Die Einzelhandelslandschaft in Österreichs Landeshauptstädten zeigt eine vielfältige Entwicklung ohne klare Trends. Von stabilen Märkten mit niedriger Leerstandsquote bis hin zu Herausforderungen durch sinkende Passantenfrequenzen und hohe Leerstände reicht das Spektrum der aktuellen Entwicklungen.

Die Einzelhandelsmärkte in den größeren österreichischen Landeshauptstädten haben sich 2023 und im ersten Halbjahr 2024 unspektakulär entwickelt. Im Vergleich zur weitaus größeren Destination Wien spielen internationale Player eine geringere Rolle und die stärker lokal bzw. regional geprägte Mieterschaft erweist sich in einem schwierigen Marktumfeld traditionell als stabilisierendes Element. Darüber hinaus lassen sich kaum einheitliche Tendenzen feststellen; lokale Faktoren dominieren das Marktgeschehen.

Überdurchschnittlich gut hat sich Graz entwickelt. Die steirische Hauptstadt verfügt über die nach Wien größte innerstädtische Einzelhandelsagglomeration und punktet mit einer sehr niedrigen Leerstandsquote und unterdurchschnittlicher Fluktuation. Besonders stark ist die Nachfrage aktuell in den Toplagen

wie der Herrngasse, Sporstraße und dem Jakominiplatz. Zu den Neuzugängen zählen zuletzt unter anderem Mei Shi, Motel a Mio, Douglas, Sehen Wutscher, Falconeri, Juliana Nails und Arthur Gelato. Positiv ist auch, dass sich die Bekleidungsbranche nach gravierenden Flächenreduktionen

Überdurchschnittlich gut hat sich Graz entwickelt. Die steirische Hauptstadt punktet mit einer sehr niedrigen Leerstandsquote und unterdurchschnittlicher Fluktuation.

2023 mit dem ersten Plus (1,3 Prozent) seit vielen Jahren stabilisiert hat. Deutlich schwieriger gestaltet sich die Situation in der zweiten Landeshauptstadt im Süden, dem weit kleineren Klagenfurt.

Die Leerstandsrate ist mehr als doppelt so hoch, das Mietniveau in den Nebenlagen weiter gesunken und mehrere Schließungen, vor allem im Bekleidungsbereich, belasten die Perspektiven. Die bisherigen Bemühungen zur Belebung der Innenstadt zeigen noch keine Wirkung und die Passantenfrequenz geht kontinuierlich zurück. Erst wenn hier eine Trendwende gelingt, kann auch der Einzelhandelsstandort wieder mit einem Aufschwung rechnen.

In Linz spielt das Stadtzentrum für den Einzelhandel keine so dominierende Rolle wie in anderen Landeshauptstädten. Große Einkaufszentren und Fachmarktagnomerationen in der Umgebung bzw. Peripherie haben einen überdurchschnittlichen Marktanteil. Die Leerstandsrate innerstädtisch liegt mit 4,1 Prozent zufriedenstellend, jedoch zeigt nur die zentrale Einkaufsachse Landstraße im Bereich zwischen Hauptplatz und Goethekreuzung eine beachtliche

Dynamik. Für den südlichen Abschnitt zwischen Goethekreuzung und Musiktheater/Bahnhof bestehen Hoffnungen auf einen Aufschwung durch ein millionenschweres städtisches Programm zur Straßenattraktivierung.

Der kleine, aber hochattraktive Einzelhandelsmarkt in der Salzburger Altstadt hat die Spätfolgen der Coronajahre noch nicht vollständig überwunden und weist weiterhin einen erhöhten Leerstand auf. Die starke touristische Komponente schlägt sich in einem hohen Anteil von Gastronomie und begleitenden Einzelhandelsnutzungen nieder. Diese Segmente entwickeln sich besser als der klassische Einzelhandel, der 2023 prominente

Schließungen wie Damn Plastic, Steiff, Northland, Alpha Tauri und Schneiders verzeichnete. Die Neuvermietung freier Flächen gestaltet sich langwierig, da die Mieten teilweise deutlich höher liegen als der Einzelhandel bereit ist, auf Basis der Besucherfrequenzen zu zahlen. Die nun genehmigte Erweiterung des EKZ Europark wird den Wettbewerb für die Innenstadt weiter verschärfen.

Die Märkte sind geprägt von einer starken touristischen Komponente, die sich in einem hohen Anteil von Gastronomie und begleitenden Einzelhandelsnutzungen in den historischen Altstädten widerspiegelt.

In Innsbruck gibt es derzeit eine bemerkenswerte Dynamik, mit einer außerge-

wöhnlich hohen Fluktuationsrate von 16 Prozent in der Innenstadt.

Der Leerstand ist von einem extrem niedrigen Niveau auf immer noch sehr zufriedenstellende vier Prozent gestiegen, und namhafte Neueröffnungen wie Max & Co., Peak Performance, Colmar und Montblanc zeigen, dass die Tiroler Landeshauptstadt weiterhin eine äußerst attraktive Destination ist. Eine Reihe geplanter Maßnahmen zur Förderung des Fußgänger- und Radverkehrs sowie zur Aufwertung innerstädtischer Plätze könnte in den kommenden Jahren zusätzliche Impulse bringen.

Quelle: Standort + Markt

Verhaltenes Interesse an Einzelhandelsobjekten



Mag. Franz Pörtl FRICS

Geschäftsführender Gesellschafter
EHL Investment Consulting GmbH

Das Kaufinteresse von Investoren an großvolumigen österreichischen Einzelhandelsimmobilien war bereits seit der Pandemie gering und hat sich nach wie vor nicht erholt. Weder bei Einkaufs- noch bei Fachmarktzentren kommt es derzeit zu erwähnenswerten Großtransaktionen. Dasselbe gilt für größere Objekte in den wichtigen Einkaufsstraßen Wiens und in den Landeshauptstädten. Eine Ausnahme bilden die Erdgeschoßflächen bei gemischt

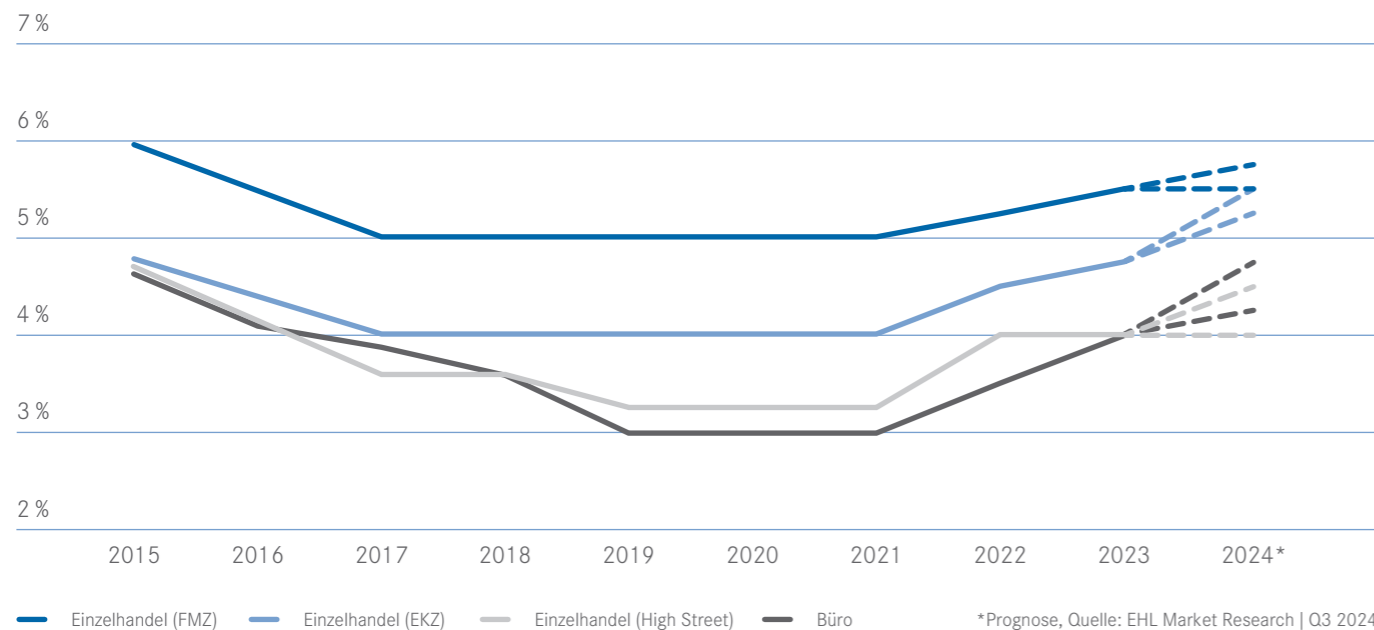
genutzten Immobilien, wenn diese beispielsweise langfristig an starke Lebensmittel Einzelhändler vermietet sind.

Ein deutlicher Rückgang des Transaktionsvolumens ist zwar auch in anderen Marktsegmenten spürbar, aber der Investmentmarkt für großvolumige Einzelhandelsimmobilien befindet sich insofern in einer ganz speziellen Situation, als nunmehr schon seit mehr als vier Jahren sehr

verhaltenes Interesse seitens der Investoren besteht und das Sentiment aufgrund der vielen Insolvenzen von international tätigen Ketten nach wie vor belastet bleibt. Hinzu kommen die gestiegenen Zinsen, die auch die Renditeerwartungen nach oben getrieben haben.

Aktuell liegen die Spitzenrenditen für Fachmarktzentren bei rund 5,75 Prozent, für Shoppingzentren bei ungefähr 5,5 Prozent.

Renditen Büro, Einzelhandel 2015 - 2024



Allerdings sind diese Werte kaum durch tatsächlich abgeschlossene Transaktionen belegt und reflektieren damit zumindest teilweise eher die Preisvorstellungen der Verkäufer als die Erwartungen potenzieller Käufer. Die generell schwierige Lage des Einzelhandels, die ein höheres Risiko von Mietausfällen zur Folge hat sowie die Verkürzung der durchschnittlichen Laufzeiten von Mietverträgen wirken ebenfalls als Hemmschuh für Investments.

Die andere Seite der Medaille ist, dass angesichts der bescheidenen Erfolgsaussichten nur wenige Eigentümer Verkaufsprozesse starten und tendenziell eher auf eine Erholung der Marktsituation warten. Einzelhandelsimmobilien liefern in der Regel einen etwas höheren Cash-Flow als beispielsweise Wohnimmobilien, sodass die Kredite überwiegend bedient werden können und Stresssituationen nicht so häufig auftreten wie in anderen Bereichen. Deshalb kommen selten attraktive Investmentgelegenheiten, die potenzielle Käufer motivieren könnten, ihre skeptische Grundhaltung zu überdenken, auf den Markt.

Interesse an Akquisitionen gibt es interessanterweise daher im Moment nicht primär bei Core-Objekten, sondern bei in die Jahre gekommenen oder nur unbefriedigend vermieteten Immobilien sowie Einkaufs- und Fachmarktzentren, bei denen Redvelopments anstehen. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass sich die Immobilien

Die generell schwierige Lage des Einzelhandels, die ein höheres Risiko von Mietausfällen zur Folge hat sowie die Verkürzung der durchschnittlichen Laufzeiten von Mietverträgen wirken ebenfalls als Hemmschuh für Investments.

an gut frequentierten Standorten befinden und bei richtiger Positionierung und gutem Management entsprechendes Interesse von Einzelhändlern vorhanden ist.

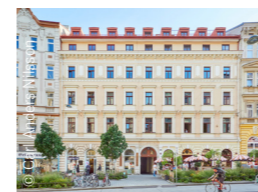
Auf die Stimmung der Investoren drücken zurzeit die vielen Meldungen über Insolvenzen nicht nur im Einzelhandelsbereich, sondern generell und vor allem im Immobilienbereich. Die Pleite der SIGNA ist zwar die mit Abstand größte Insolvenz, die hier zu erwähnen ist, aber leider nicht die Einzige.

Darüber hinaus ist zu befürchten, dass im zweiten Halbjahr 2024 noch einige große Namen aus dem Markt fallen werden.

Einen Silberstreif am Horizont stellt die Tatsache dar, dass der Umsatz im online Handel im vergangenen Jahr das erste Mal nicht gewachsen ist. Allerdings wird der Anteil der Onlineverkäufe bei Gütern wie Mode, Bücher oder Elektronik nicht mehr auf das Niveau von vor der Pandemie zurückgehen, sodass der stationäre Handel unter Druck bleiben wird. Da es wahrscheinlich in Summe zu viel stationäre Verkaufsfläche gibt, werden schwächere Standorte mittel- bis langfristig aus dem Markt fallen. Das bedeutet gleichzeitig, dass kontinuierlich auch in funktionierende Standorte investiert werden muss, diese dadurch aber langfristig abgesichert werden können. Entscheidend wird die Qualität und finanzielle Stärke der Mieter und die Convenience für den Kunden sein, damit die in der Regel indextierten Mieten auch nachhaltig erwirtschaftet werden können. Wenn hier neue Produkte im Zuge von Refurbishments mit Top-Mieten geschaffen werden, wird auch das Interesse der Investoren wieder zurückkehren, zumal Einkaufs- und Fachmarktzentren grundsätzlich einen etwas höheren Cash-Flow bieten als andere Assetklassen.

Referenzprojekte Investment

Adlerhof



Gesamtfläche 11.410 m²
Auftraggeber S IMMO AG

EHL Investment Consulting vermittelte den in der Siebensterngasse 46 im 7. Wiener Gemeindebezirk gelegenen „Adlerhof“ mit 161 Wohn- und neun Gewerbeeinheiten auf einer Gesamtfläche von 11.410 m² an Thalhof Immobilien.

FMZ Rosental



Gesamtfläche 10.120 m²
Auftraggeber Nuveen Global

Das FMZ Rosental von Nuveen Global in der Steiermark mit einer Fläche von 10.120 m² wurde von der EHL Investment Consulting an einen Privatinvestor/Family Office vermittelt.

Schlüsselgröße nachhaltige Miete



Mag. Astrid Grantner-Fuchs
MSc MRICS

Geschäftsführerin
EHL Immobilien Bewertung GmbH

Geschäftsflächen sind im Ertragswertverfahren oder DCF-Verfahren auf Basis von Liegenschaftszinssatz und Mietertrag zu bewerten. Zusätzlich ist aber die nachhaltig erzielbare Miete und damit ein möglicher Over- oder Underrent zu berücksichtigen. Diese Situation ist im Handel recht häufig und die Abweichung von der Istmiete schlägt sich fast 1:1 im Verkehrswert nieder.

der Faktorenmethode aber Teilflächen einzeln bewertet werden.

absteigende Qualität der Fläche wird in absteigenden Prozentsätzen der nachhaltig erzielbaren Nettomiete berücksichtigt.

In keinem anderen Immobiliensegment ist die Ermittlung der nachhaltigen Miete so wichtig für die korrekte Bewertung wie bei Geschäftsflächen – und nirgendwo ähnlich komplex.

Die Faktorenmethode kommt vorwiegend bei vom Standard stark abweichenden Flächen zum Einsatz, z.B. Mehrgeschoßigkeit oder bei vielfältigen Nutzungsarten wie Verkauf plus Werkstatt oder Büro. Entsprechend der Wertigkeit der Teilflächen für den Gesamtverwendungszweck kann sich die Bewertung der besten und der schwächsten Teilflächen mit einem Faktor von bis zu 1 zu 10 unterscheiden. Diese Bewertungsmethoden sind aber keine starren Modelle; Individualisierung und Einzelfallbetrachtung bleiben für die Ermittlung eines marktkonformen und nachhaltigen Mietzins unverzichtbar.

Ausgangspunkt sind wie in allen Assetklassen lokale Vergleichswerte unter Berücksichtigung von Lage, Art, Größe, Beschaffenheit, Ausstattungs- und Erhaltungszustand. Bei Einzelhandelsflächen müssen mittels der Zoning-Methode oder

Bei der Zoning-Methode wird ein Geschäftslokal in Zonen (entsprechend ihrer Umsatzstärke) eingeteilt. Faustregel: Je näher zum Eingang, desto wertvoller; je mehr Nischen und je unregelmäßiger der Grundriss, desto schlechter. Die

Referenzprojekte Bewertung

ShoppingCity Seiersberg



Das drittgrößte Einkaufszentrum Österreichs und das größte der Steiermark befindet sich rund 20 Fahrminuten vom Grazer Zentrum entfernt. Der Standort ist direkt an die A9 angeschlossen.

Gesamtfläche 88.400 m²
Auftraggeber Finanz. Bank.

EKZ City Arkaden Klagenfurt



Das EKZ City Arkaden befindet sich am nördlichen Rand der Klagenfurter Innenstadt. Nach dem EKZ Atrio in Villach handelt es sich um das flächenmäßig zweitgrößte Einkaufszentrum Kärntens.

Gesamtfläche 36.600 m²
Auftraggeber Finanz. Bank

Nachhaltig zum Erfolg



Georg Burgstaller, MA

Leitung | Asset Management
EHL Gewerbeimmobilien GmbH

Rechtliche Vorgaben können entweder nur minimal oder möglichst umfassend umgesetzt werden. Bei der Erfüllung der ESG-Kriterien tun Einkaufs- und Fachmarktzentren gut daran, sich nicht am Mindestmaß zu orientieren, sondern diese als hocheffiziente Investitionen in Kostensenkung und Qualitätssteigerungen aktiv voranzutreiben. Drei Maßnahmen sind hierfür entscheidend für ein gutes und zukunftsweisendes Center Managements.

immer günstiger als gekaufte und es ist ein sichtbarer Nachweis für Nachhaltigkeit.

Umwelt- und Klimaschutz im Center Management tragen entscheidend zur Kostensenkung und Attraktivitätssteigerung bei.

Solarpaneele: Geeignete Dach- und Fassadenflächen für die Stromerzeugung zu nutzen, ist heute ein betriebswirtschaftliches Muss. Die Herstellungskosten sind gesunken, die erzeugte Energie ist nahezu

Begrünung: Die (auch nachträgliche) Begrünung von Außenflächen wertet die Umgebung ästhetisch auf, schafft Rückzugsorte, verbessert das Mikroklima, reduziert die Kosten für Klimatisierung und führt zu längerer Verweildauer der Besucher. Als Maßnahme gegen Bodenversiegelung trägt sie auch zu mehr Akzeptanz eines Centers

bei politischen Entscheidungsträgern bei.

E-Ladestationen: Auch wenn sich der Vormarsch der E-Mobilität eingebremst hat, werden E-Ladestationen und die Möglichkeit des bequemen Ladens für Kunden während des Einkaufs in naher Zukunft entscheidend sein, um als Standort konkurrenzfähig zu bleiben und die Attraktivität hochzuhalten.

Mit diesen und je nach den örtlichen Gegebenheiten weiteren Nachhaltigkeitsmaßnahmen kann das Center Management, Shopping- und Fachmarktzentren attraktiver, zukunftssicher und effizienter gestalten. Letztlich stärken diese die Wettbewerbsfähigkeit der Zentren und bieten Besuchern und Eigentümern erhebliche Vorteile.

Referenzprojekte Center Management

Center Alterlaa



Das mit PKW und U-Bahn-Linie U6 perfekt angebundene Einkaufszentrum Center Alterlaa ist mit Shops wie Interspar, Libro, dm, Deichmann, uvm. ein wichtiger Nahversorger für den 23. Wiener Gemeindebezirk.

Gesamtfläche 18.700 m²
Auftraggeber LLB Immo KAG

Arena Mattersburg



Das Einkaufszentrum mit 30 Shops auf 18.000 m² Verkaufsfläche ist das bedeutendste Shopping Center des Bezirks Mattersburg und wird seit dem Jahr 2021 federführend von EHL gemanagt.

Gesamtfläche 18.000 m²
Auftraggeber LLB Immo KAG

Aktives Asset Management und neue Konzepte gefragt

Das Marktumfeld für Einzelhandelsflächen wird auch im Jahr 2025 und darüber hinaus herausfordernd bleiben, aber es werden sich dennoch interessante Chancen bieten.

In guten Lagen bleiben die Perspektiven weiterhin intakt. Die Nachfrage nach Standorten in gut frequentierten Einkaufsstraßen und zentral gelegenen Fachmarktzentren ist nach wie vor stabil und zufriedenstellend. In B- und C-Lagen gibt es zwar ebenfalls Nachfrage, jedoch wird es zunehmend schwieriger, das gewünschte und für die Erhaltung erforderliche Mietenniveau zu erreichen. Angesichts des anhaltenden Angebotsüberhangs bei durchschnittlichen Flächen sollten Vermietungsmöglichkeiten auch bei Mietpreisen, die unter den Erwartungen liegen, nicht leichtfertig ausgeschlagen werden.

Positiv ist, dass nach wie vor zahlreiche internationale Anfragen für einen Markteintritt in Österreich bestehen. Allerdings sind die Entscheidungsprozesse derzeit deutlich langwieriger als vor Beginn der Teuerungskrise, die den Einzelhandel generell sehr belastet.

Der beschleunigte Strukturwandel und das reichliche Angebot an guten Flächen erfordern von Investoren ein sehr aktives Asset Management, um ihre Objekte mittel-

und langfristig erfolgreich zu vermieten. Es ist unerlässlich, kontinuierlich Optimierungsmaßnahmen umzusetzen, beispielsweise durch die Modernisierung von Kühl- und Klimatisierungssystemen, die mittlerweile nahezu unverzichtbar geworden sind. Leerstandsflächen sollten bereits in einem guten Zustand sein, bevor Mietinteressenten gefunden werden, da die potenziellen Mieter in der Regel zahlreiche Alternativangebote haben. Die rasche Vermietbarkeit hängt daher auch von der Attraktivität der Flächen ab.

Der beschleunigte Strukturwandel und das reichliche Angebot an guten Flächen erfordern von Investoren ein sehr aktives Asset Management.

Darüber hinaus ist es oft notwendig, marktgerechte Konfigurationen zu schaffen, um die Vermietungschancen zu erhöhen. Die Trennung mehrgeschossiger Geschäftslokale, obwohl häufig kostenintensiv, erweist sich oftmals als Voraussetzung für erfolgreiche Vermietungsanstrengungen.

Auch bei Einheiten, die größer als 1.000 qm² sind, können bauliche Trennungen die Vermietbarkeit deutlich verbessern.

In der Neuvermietung wird die Verschiebung der Nachfrage von ehemals dominierenden Branchen wie Textil oder Einrichtung hin zu einem breiteren Nutzungsmix weiter fortschreiten. Dienstleistungen wie Gesundheit, Fitness und Entertainment gewinnen zunehmend an Bedeutung und kleinere Branchen wie der Buchhandel oder Vintage-Konzepte treten wieder offensiver am Markt auf.

Aufgrund der angespannten Ertragslage vieler Einzelhändler ist bei Neuvermietungen eine besonders sorgfältige Prüfung der Bonität sowie des Geschäftsmodells unerlässlich. Mieter, die mit hybriden Online-Offline-Konzepten arbeiten, bieten besonders gute Aussichten, da ihre Filialen nicht nur dem stationären Handel dienen, sondern auch eine wichtige Rolle für die Onlineumsätze spielen. Diese Filialen werden in der Regel länger angemietet als bei Konkurrenten, bei denen die Filiale mit dem Onlineangebot konkurriert.

Ausgewählte Markteintritte und Relocations

WRSTBHVR

Bauernmarkt 1
1010 Wien



Goldenes Quartier
1070 Wien

IITEL

Mariahilfer Straße 91
1060 Wien

FRITZ

Mariahilfer Straße 115
1060 Wien

IKONO

Mariahilfer Straße 54
1070 Wien



Mariahilfer Straße 64
1070 Wien



Westfield SCS
Vösendorfer Südring
2334 Vösendorf



Westfield SCS
Vösendorfer Südring
2334 Vösendorf



DEZ Innsbruck
Amraser-See-Straße 65a
6020 Innsbruck

RITUALS...

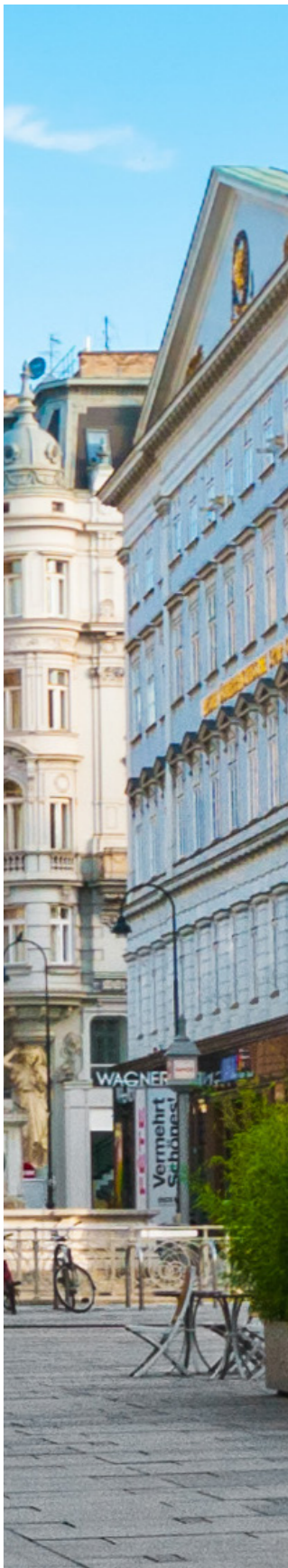
Mariahilfer Straße 55-57
1060 Wien

Umzug von
Mariahilfer Straße 88a
1060 Wien

carhartt

Neubaugasse 10
1070 Wien

Umzug von
Mariahilfer Straße 1
1060 Wien



Unsere Retail-Referenzprojekte

Erleben Sie unsere Expertise in Aktion mit einer kleinen Auswahl unserer Vermietungsmandate. Von exklusiven Einzelhandelsflächen in Innenstadtlage bis hin zu großzügigen Verkaufsflächen in Fachmarkt- oder Einkaufszentren – entdecken Sie, welche Projekte zu unserem Portfolio zählen.



SHIKKOSA



Gesamtfläche 362 m²
Bezirk 1010 Wien

Auf rund 362 m² entsteht in der Naglergasse 29, 1010 Wien der erste österreichische Flagship-store von SHIKKOSA, dem italienischen Einzelhändler für Luxusunterwäsche. Die Geschäftsfläche wurde von EHL Gewerbeimmobilien vermittelt.

Alza



Gesamtfläche 245 m²
Bezirk 1060 Wien

Der Elektronikgroßhändler Alza hat sich für eine 245 m² große Fläche am Getreidemarkt 1 in Wien Mariahilf entschieden, die von EHL vermittelt wurde. Der neue Standort soll im Herbst 2024 eröffnet werden.

Radatz



Gesamtfläche 492 m²
Bezirk 2103 Langenzersdorf

Der Wiener Fleischmeister Radatz eröffnete eine neue 492 m² große Filiale im FMZ Langenzersdorf. Die Geschäftsfläche wurde von EHL Gewerbeimmobilien vermittelt.

247GYM



Gesamtfläche 1.680 m²
Bezirk 7210 Mattersburg

Im FMZ Arena Mattersburg eröffnete das innovative Fitnessstudio 247GYM auf einer Fläche von 1.680 m², die von EHL vermittelt wurde. Das Personalfreie Fitnessstudio bietet den Mitgliedern erstklassige Fitnessmöglichkeiten.

TOM TAILOR



Gesamtfläche 636 m²
Bezirk 1090 Wien

Die Modekette TOM TAILOR erweiterte ihr Filialnetz und öffnete in der Alser Straße 20 im 9. Wiener Gemeindebezirk auf 636 m² ihre Pforten. Die Geschäftsfläche wurde von EHL Gewerbeimmobilien vermittelt.

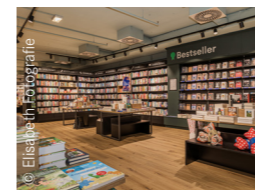
Woolworth



Gesamtfläche 3.880 m²
Bezirk 1100+1220 Wien

Auf Vermittlung von EHL mietete die Einzelhandelskette Woolworth zwei neue Flächen in Wien an: eine 1.837 m² große Fläche in der Favoritenstraße 91 im 10. Bezirk sowie eine 2.044 m² große Fläche im FMZ StopShop Stadlau in der Donaustadt.

Thalia



Gesamtfläche 374 m²
Bezirk 9800 Spittal a.d. Drau

EHL vermittelte der Buchhandlung Thalia einen neuen Standort mit 374 m² im EKZ Stadtpark Center in Spittal an der Drau in Zusammenarbeit mit COMFORT Austria.

TEDi



Gesamtfläche 770 m²
Bezirk 9800 Spittal a.d. Drau

Ebenso im EKZ Stadtpark Center eröffnete der Discounter TEDi eine neue Filiale mit 770 m². Die großzügige Geschäftsfläche wurde durch EHL vermittelt und bietet den Kunden ein umfangreiches Sortiment zu attraktiven Preisen.

Unser Blick ist immer nach vorne gerichtet.

Die EHL Immobilien Gruppe lebt ihre Unternehmenswerte.
Täglich. Kompetent. Engagiert. Leidenschaftlich.
In allen Dienstleistungsbereichen.

Vermittlung	Büroimmobilien	Anlageobjekte
Bewertung	Einzelhandelsobjekte	Zinshäuser
Investment	Logistikimmobilien	Betriebsliegenschaften
Asset Management	Wohnimmobilien	Grundstücke
Market Research	Vorsorgewohnungen	Hotels

EHL Gewerbeimmobilien GmbH

Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien

T +43 1 512 76 90-700

retail@ehl.at

www.ehl.at

Cover: Graben 17, 1010 Wien | © RealAgency

Die Angaben und Prognosen dieses Berichts erfolgen ohne Garantie, Gewähr oder Haftung.

Die elektronische Version des Berichts steht unter www.ehl.at/research zum Download zur Verfügung.