

Pressekontakt **RegioData Research GmbH**
Ekaterine Nikolaeva, MA
Theobaldgasse 8, A-1060 Wien
T: +43 1 585 76 27-50
e.nikolaeva@regiodata.eu, www.regiodata.eu

Datum 18. Februar 2019

Presseaussendung **HANDELSEXPANSION 2019 IN Ö: ERSTMALS MEHR
SCHLIEßUNGEN ALS ERÖFFNUNGEN**

Der filialisierte Einzelhandel reagiert auf Amazon & Co: Nachdem der Onlineanteil in einzelnen Branchen schon ein Drittel des Marktvolumens erreicht hat, ist die Expansion im stationären Einzelhandel zwischenzeitlich extrem verhalten geworden. Standortoptimierung und Flächenverkleinerungen stehen im Vordergrund.

→ **Die großen Namen fehlen**

Laut einer aktuellen und jährlich durchgeführten Erhebung von RegioData Research bei über 800 Filialisten und Franchisesystemen planen heuer ca. 460 österreichische Handels- und handelsnahe Unternehmen eine Expansion, das sind um ca. 15 % weniger als im Vorjahr und um ca. 40 % weniger als noch vor 5 Jahren. Doch während es vor einigen Jahren noch die großen Filialisten im Bekleidungshandel, Schuhhandel, Möbelhandel etc. waren, die neue Standorte gesucht haben, sind es nun eher kleine Unternehmen. Eine Ausnahme ist lediglich der Lebensmittelhandel: Hier wird heftig weiter expandiert.

→ **Flächenangebot übertrifft Nachfrage**

Bilanziert man die für 2019 genannten Expansionswünsche mit den zu erwartenden Filialschließungen, wird heuer bei den Filialsystemen aus Handel und handelsnahen Dienstleistungen (Systemgastronomie, Banken, Reisebüros, Friseure, etc) erstmals seit 10 Jahren mehr aufgegeben Standorte als Neueröffnungen geben. Während es damals noch die Auswirkungen der Wirtschaftskrise waren, ist es jetzt der Onlinehandel, der zu Standortschließungen führt. Dementsprechend gilt dieser Trend nicht für jene Branchen, die vom Onlinehandel nicht oder kaum betroffen sind: Lebensmittel, Drogerien und Systemgastronomie.

→ **Systemgastronomie im Höhenflug**

Die meisten Standorte sucht die Systemgastronomie. Nachdem die Österreicher und die Touristen Jahr für Jahr mehr Geld für die Gastronomie ausgeben, steigt das Potenzial stark und dementsprechend die Möglichkeit der Expansion. Aber auch hier sind es nicht mehr nur die Großen, sondern sehr viele neue, kleine Unternehmen, die mit innovativen Konzepten ihr Glück versuchen. Insgesamt 76 Gastronomiekonzepte suchen heuer neue Standorte.

→ Franchise am Vormarsch

Während über die letzten Jahrzehnte die Filialsysteme oder Marketingorganisationen bzw. Verbundgruppen (z.B. Intersport, Red Zac, Garant Möbel, RingSchuh) die Handelslandschaft geprägt haben, erlangen nun Franchisesysteme eine immer größere Bedeutung. Vor allem im Bekleidungshandel und in der Systemgastronomie steigt der von Franchisenehmern betriebene Anteil der Standorte ständig. Sowohl große Unternehmen wie New Yorker, Mango, Tom Tailor, McDonald´s, Burger King oder Starbucks, als auch die vielen teilweise sehr kleinen, neuen Unternehmen setzen auf diese Vertriebsform.

→ Bekleidungshandel mit den meisten expansionswilligen Vertriebslinien

Obwohl der stationäre Bekleidungshandel massiv vom Onlinehandel der „Pure Player“ wie Amazon, Zalando, Universal, Otto etc. betroffen ist, planen doch auch heuer noch über 100 Vertriebslinien eine Expansion (2017 waren es noch 162!). Allerdings sind es hier nicht die großen, bekannten Filialisten, sondern entweder sehr kleine, spezialisierte Labels oder sehr diskontorientierte Formen (z.B. Kik, Takko).

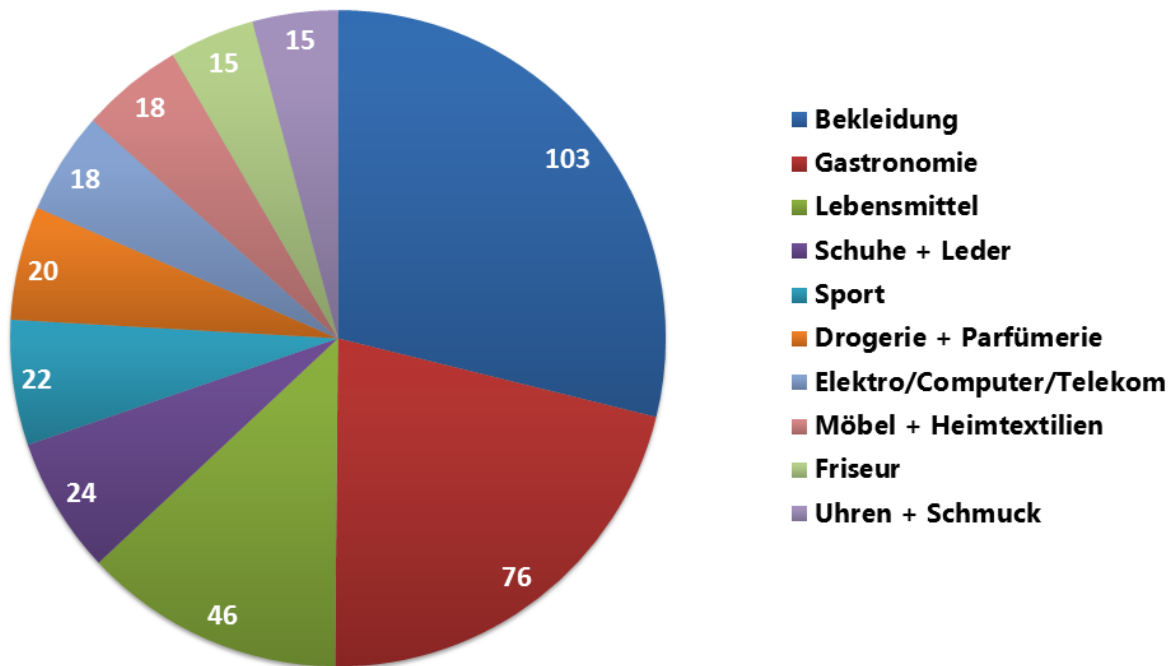
→ Expansion nur mehr in Shopping Malls und Geschäftsstraßen

93 % der expandierenden Unternehmen suchen einen Standort in einem Einkaufszentrum oder einer innerstädtischen Geschäftsstraße – also nur mehr in den allerbesten Lagen, alles andere wird kaum mehr gesucht. Und 35 % der untersuchten Vertriebslinien suchen Standorte mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche, das sind deutlich mehr als noch vor wenigen Jahren.

→ Lebensmittelhandel unbeeindruckt

Von den derzeit passierenden starken Veränderungen im Einzelhandel zeigt sich der Lebensmittelhandel völlig unbeeindruckt: Sowohl die alle Marktführer als auch die kleinen, spezialisierten Unternehmen expandieren, sei es großer Verbrauchermarkt, Supermarkt, Diskonter oder Bäcker – und das seit Jahren. Kein Wunder, das Marktvolumen im Lebensmittelhandel steigt seit vielen Jahren stärker als die Inflationsrate, die umwelt- und gesundheitsbewußten Konsumenten kaufen teurere Produkte und außerdem fühlt sich der Lebensmittelhandel gegen das Internet ziemlich immun. Ähnliches gilt übrigens auch für die Drogeriemärkte.

Anzahl der expandierenden Vertriebslinien in Österreich 2019



Ausgewählte Branchen

Quelle: RegioData Research, Wer expandiert in Österreich – Ausgabe 2019

Die **RegioData Research GmbH** mit Sitz in Wien ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Wir liefern Entscheidungsgrundlagen für Handel, Real Estate und Finanzierung. Aktuell, klar und sicher! RegioData Research erhebt und berechnet als Marktführer seit 20 Jahren Daten zur Kaufkraft in Österreich und allen anderen europäischen Ländern.

Die Studie "**Wer expandiert in Österreich – Ausgabe 2019**" ist aktuell zum Preis von € 360,- (zzgl. 20% MwSt.) bei RegioData erhältlich. Nähere Informationen unter www.regiodata.eu