

**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**                      20. Februar 2020

**Presseaussendung**      **HANDELSEXPANSION IN ÖSTERREICH: INNOVATION UND  
VIELFALT STATT NOCH MEHR FILIALSTANDORTE**

**Während der klassische filialisierte Einzelhandel in Österreich nur mehr selten expandiert und immer öfter auch Standorte schließt oder verkleinert, suchen viele völlig neue Konzepte die besten Flächen. Bekleidungs-, Lebensmittelhandel und Gastronomie sind nach wie vor am expansivsten.**

**→ Standortangebot übertrifft Nachfrage**

Laut einer aktuellen und jährlich durchgeführten Erhebung von RegioData Research bei über 800 Filialisten und Franchisesystemen planen heuer ca. 420 österreichische Handels- und handelsnahe Unternehmen eine Expansion. Insgesamt suchen diese Unternehmen jedoch nur ca. 1.100 Standorte – deutlich weniger als noch vor wenigen Jahren. Dem gegenüber steht ein Angebot in Österreich an derzeit leerstehenden potenziell geeigneten Flächen von grob geschätzt etwa 5.000. Doch was die expandierenden Unternehmen suchen, sind fast ausschließlich frequentierte Bestlagen – und die sind kaum oder nur sehr teuer zu bekommen. Und das bedeutet auch schlechte Karten für alle Nebenlagen mit geringer Frequenz.

**→ Österreich bleibt für internationale Filialisten sehr interessant**

Immer wieder kommen neue, internationale Handels- und Dienstleistungsunternehmen nach Österreich, doch im Gegensatz zu früher begnügen sich diese Unternehmen mit wenigen oder gar nur einen einzigen Standort, der dann als sogenannter Flagship Store zumeist in der Wiener City, im Donauzentrum oder der Shopping City Süd eröffnet wird. Beispiele aus den letzten Jahren sind etwa Manufaktur, Tods, HEMA, Urban Outfitters, Blockhouse, Wagamama und einige exklusive Bekleidungslabels. Eine flächendeckende Expansion mit neuen Betriebstypen ist sehr selten geworden. Viele Unternehmen haben auch ihre ursprünglichen Planungen diesbezüglich deutlich reduziert und konzentrieren ihre Aktivitäten auf den Onlinehandel.

## → **Expandierende Branchen: Bekleidung, Gastronomie, Lebensmittelhandel**

Wie auch schon in den Jahren zuvor zeigen sich der Bekleidungs-, der Lebensmittelhandel und die Gastronomie am expansivsten. Obwohl insbesondere der stationäre Bekleidungshandel vom weiterhin aufstrebenden Onlinehandel massiv attackiert wird, planen fast 100 Vertriebslinien eine Standortexpansion. Doch es sind nicht mehr die großen „klassischen“ Filialisten – viele von Ihnen schließen oder verkleinern eher ihre Standorte – sondern oft sehr spezialisierte Geschäftstypen: sehr exklusiv, sehr innovativ, sehr cool. Ähnlich ist die Situation in der Systemgastronomie, die auch heuer die insgesamt meisten Standorte sucht, allerdings ist die Welle an neu in den österreichischen Markt eintretenden Unternehmen deutlich abgeflacht. Die aktuellen Gastronomietrends sind weiterhin Hamburger, Asia-Food, mexican und vegan – und das alles möglichst emotional aufgeladen. Auch im Lebensmittelhandel drängen signifikant mehr neue, spezialisierte Betriebstypen auf den Markt, die den aktuellen Trends zu veganen, biologischen, umweltbewussten und regionalen Produkten folgen.

## → **Diskonter expandieren weiter**

Während die klassischen Lebensmitteldiskonter Lidl, Hofer und Penny aktuell ihr Expansions-tempo etwas gedrosselt haben, expandieren Vertriebslinien wie Action, Tedi, NKD oder KiK munter weiter. Und diese Diskonter profitieren auch von den über 300 freigewordenen Standorten der letzten Jahre (z.B. durch Filialschließungen von Charles Vögele, Vögele Schuhe, C&A, Zielpunkt, Mister\*Lady, Syndikat, Tally Weijl etc.). Diese „Nachnutzer“ zahlen zumeist weniger Miete als ihre Vorgänger.

## → **Die Handelsstandorte werden vielfältiger**

Wertewandel, verändertes Kundenverhalten und Onlineeinkauf verändern die Handelsstandorte. Oft sind es nicht oder noch nicht filialisierte Konzepte, die auf einen speziellen Kundennutzen abzielen: Sei es Yoghurt- oder Müslishops, Vintage-Kleidung, Food-Coops oder Dekostores. Ein ganz großer Trend ist die Kombination von Gastro und Retail. Es gibt Buchhandlungen mit ausführlicher Speisekarte und Lesungen, Fahrradgeschäfte mit Kaffeehausatmosphäre, Friseure mit Whiskydegustation, Restaurants mit sofort kaufbaren Einrichtungsgegenständen, Boutiquen mit nur schwarzer und grauer Kleidung und viele kreativen Ideen mehr. Künftig ist eine Expansion vor allem in den Bereichen Beauty/Fitness – inkl. Botox-to-go, E-Gaming und Virtual Reality-Shops zu rechnen.



Quelle: RegioData Research, Wer expandiert in Österreich – Ausgabe 2020

---

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 2020**" ist aktuell zum Preis von € 360,- (zzgl. 20% MwSt.) bei RegioData erhältlich. Nähere Informationen unter [www.regiodata.eu](http://www.regiodata.eu)