

# Pressemitteilung

10. Februar 2026

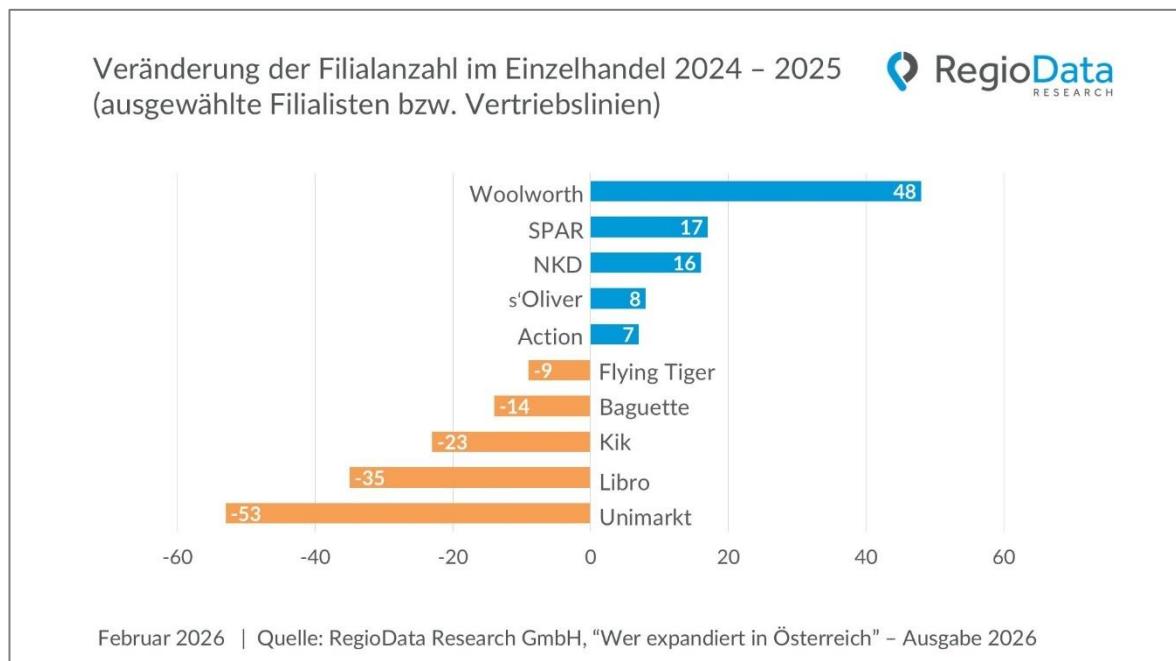
RegioData Research GmbH  
Mag. Tanya Hahn

Theobaldgasse 8, 1060 Wien  
+43 1 585 76 27-50  
[t.hahn@regiodata.eu](mailto:t.hahn@regiodata.eu)

<https://www.regiodata.eu/>

## Handelsstandorte 2026: Expansion vs. Rückzug - Selbstbedienung boomt, klassische Formate verlieren

*Die jährliche Expansionsanalyse von RegioData Research zeigt: Die Handelslandschaft in Österreich befindet sich weiter im Umbruch, teilweise sogar sichtbar widersprüchlich. Während einzelne Unternehmen ihre Präsenz deutlich ausbauen, reduzieren andere ihre Standorte oder verschwinden zunehmend aus dem Stadtbild.*



## Handelsstandorte im Wandel: Wer expandiert, wer schließt – und wer bleibt stabil?

Der österreichische Einzelhandel befindet sich weiterhin in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Die jährliche Expansionsanalyse von RegioData Research zeigt auf Basis von über 680 aktiven Vertriebslinien, wie sich die Handelslandschaft durch verändertes Konsumverhalten, Kostendruck und neue Konzepte verändert. Während einzelne Unternehmen ihre Standortnetze deutlich ausbauen, ziehen sich andere massiv zurück.

## **Selbstbedienung und Discount als klare Gewinner**

Ein zentrales Ergebnis der Analyse ist der anhaltende Boom effizienter, standardisierter und häufig selbstbedienter Konzepte. Immer mehr Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungsangebote setzen auf reduzierte Personalkonzepte, automatisierte Abläufe und eigenständige Nutzung durch die Kundinnen und Kunden. Selbstbedienungsläden, teilautomatisierte Gastronomieformate, SB-Bäckereien, Abholstationen sowie digitale Serviceangebote gewinnen deutlich an Bedeutung. Selbstbedienung entwickelt sich damit von einer Nische zum neuen Standard vieler moderner Handels- und Servicekonzepte.

Besonders dynamisch zeigt sich außerdem weiterhin der Bereich der Non-Food-Discounter, in dem mehrere Anbieter deutliche Expansionssignale zeigen. Mehrere Ketten bauen ihr Filialnetz kontinuierlich aus und profitieren von preisorientierter Nachfrage sowie standardisierten Standortkonzepten. Neue Standorte entstehen dabei nicht nur in Ballungsräumen, sondern zunehmend auch in kleineren Städten und peripheren Lagen. So baute etwa Woolworth sein Filialnetz im Beobachtungszeitraum um 48 Standorte aus und zählt damit zu den stärksten Expandierern am österreichischen Markt. Ebenfalls expandierend zeigen sich NKD (+16 Standorte) sowie Action. Dieser setzte seinen Markteintrittskurs fort und verzeichnete ein Plus von 7 Standorten.

## **Große werden größer – Marktkonzentration nimmt weiter zu**

Die Expansionszahlen unterstreichen einen zentralen Trend: Wachstum findet zunehmend bei großen, kapitalstarken Handelsgruppen statt, konzentriert sich demnach auf wenige große Unternehmen, während kleinere und mittlere Anbieter zunehmen Marktanteile und Standorte verlieren. Besonders im Lebensmittelhandel verstärken zusätzliche Filialen und Netzverdichtungen die bereits hohe Marktkonzentration. Hier ist Wachstum vor allem bei SPAR sichtbar. Die Handelsgruppe eröffnete netto 17 neue Standorte, was die bereits starke Marktposition weiter festigt. Der gleichzeitige Rückzug kleinerer Ketten beschleunigt diese Entwicklung zusätzlich.

## **Deutlicher Rückbau bei einigen traditionellen Konzepten**

Auf der Verliererseite zeigt sich ein klares Bild. Besonders betroffen sind klassische Non-Food-Formate, Buch- und Medienhandel sowie regionale Lebensmittelkonzepte.

Die Expansionsanalyse verdeutlicht erhebliche Standortverluste bei mehreren etablierten Ketten. Vorrangig fällt der Rückzug von Unimarkt auf, dessen Filialnetz im Beobachtungszeitraum um 53 Standorte reduziert wurde.

Auch der Buch- und Medienhändler LIBRO verzeichnete einen starken Rückbau mit 35 geschlossenen Filialen. Im Non-Food-Discountsegment verlor KiK netto 23 Standorte, während

Flying Tiger (–9 Standorte) ebenfalls seine Präsenz deutlich reduzierte. Die Bäckerei Baguette (MPreis) ließ 14 ihrer Standorte schließen.

Diese Zahlen zeigen deutlich: Nicht jedes etablierte oder ehemals erfolgreiche Konzept ist unter den aktuellen Marktbedingungen langfristig tragfähig. Austauschbare Konzepte ohne klare Differenzierung geraten zunehmend unter Druck, selbst dann, wenn sie in der Vergangenheit stark vertreten waren.

## **Kurzlebige Hypes verlieren an Bedeutung**

Neben den strukturellen Verschiebungen zeigt die Analyse auch eine zunehmende Ernüchterung bei kurzfristigen Trend- und Hypekonzepten. Formate wie Bubble-Tea-Stores oder Food Trend Pop-Ups, die in den vergangenen Jahren rasch expandierten, bauen ihre Standortnetze nun wieder ab oder verschwinden zunehmend vom Markt.

Die Entwicklung unterstreicht: Nicht jeder Hype lässt sich dauerhaft in ein tragfähiges Geschäftsmodell überführen.

## **Bekleidung, Schuhe und Möbel weiter unter Druck**

Besonders fällt der Standortabbau im Bekleidungs- und Schuhhandel aus. Diese Branchen zählen weiterhin zu den größeren Verlierern bei der Standortentwicklung. Auffällig ist auch die Entwicklung bei Monolabel-Konzepten: Während diese im Vorjahr noch punktuell expandierten, zeigt sich aktuell eine deutliche Gegenbewegung mit vermehrten Filialschließungen. Im Möbelhandel setzen sich bekannte Strukturveränderungen fort, ohne dass aktuell neue starke Expansionstendenzen erkennbar sind. Nach den Turbulenzen der vergangenen Jahre bleibt die Expansion in dieser Branche insgesamt verhalten.

Im preisorientierten Textil- und Modehandel zeigt sich ein differenziertes Bild. Während der Markt insgesamt unter Druck steht, gelingt es einzelnen Anbietern dennoch, gezielt zu expandieren. So baute NKD sein Filialnetz um 16 Standorte aus, während s'Oliver netto 8 neue Filialen eröffnete. Diese Entwicklungen zeigen, dass nicht das Segment an sich, sondern Positionierung, Sortimentsstrategie und weitere Standortfaktoren über Wachstum oder Rückzug entscheiden.

## **Gleiche Konzepte, unterschiedliche Realität**

Auffällig ist, dass es 2025 selbst innerhalb vergleichbarer Konzepte zu sehr unterschiedlichen Entwicklungen kommt. Während einzelne Anbieter mit ähnlichen Sortimenten und Zielgruppen expandieren, ziehen sich andere gleichzeitig aus dem Markt zurück. Besonders im Non-Food- und Bekleidungssegment zeigt sich diese Polarisierung deutlich: Expansionen bei Anbietern wie Woolworth, NKD oder s'Oliver stehen signifikanten Standortschließungen bei KiK, LIBRO oder Flying Tiger gegenüber.

Die Analyse macht klar, dass nicht das Konzept allein über Erfolg oder Misserfolg entscheidet, sondern Umsetzung, Kostenstruktur, Standortqualität und Markenstärke. Der Markt selektiert zunehmend und lässt immer weniger Raum für Mittelmaß.

## **Fazit: Effizienz schlägt Tradition**

Die Expansionsanalyse 2026 zeigt klar: Der österreichische Handel wird konzentrierter, effizienter und standardisierter. Wachstum findet vor allem dort statt, wo klare Konzepte und Kostenkontrolle gegeben sind, bei klar positionierten Unternehmen. Traditionelle, personalintensive oder wenig differenzierte Formate geraten hingegen zunehmend unter Druck und verlieren weiter an Boden.

Der Strukturwandel der Handelsstandorte ist damit längst kein kurzfristiges Phänomen mehr, sondern ein nachhaltiger Prozess, der sich fortsetzt.

### **Zur Studie**

Die jährlich publizierte RegioData Studie "Wer expandiert in Österreich?" gibt einen detaillierten Überblick über filialisierte Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen (inkl. Franchisesystemen und Marketing-/Vertriebskooperationen) sowie deren Vertriebslinien, die in der Vergangenheit expandiert hatten und möglicherweise weiter expandieren bzw. eine Standortoptimierung vornehmen wollen. Die Analyse stellt auf Basis von über 680 aktiven Vertriebslinien dar, wie sich die Standortstrategien aktuell entwickeln.

Die Studie „**Wer expandiert – Ausgabe 2026?**“ ist für € 420,- je Branche (zzgl. 20% MwSt.) bei RegioData erhältlich. Nähere Informationen unter <https://www.regiodata.eu/market-intelligence/wer-expandiert/>

**Pressekontakt:** Mag Tanya Hahn, T.: +43 1 585 76 27-50, [t.hahn@regiodata.eu](mailto:t.hahn@regiodata.eu)

### **RegioData Research GmbH**

Die RegioData Research GmbH mit Sitz in Wien und München ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Seit mehr als 20 Jahren widmen wir uns der Recherche, Berechnung und Analyse von Daten und Strukturen in den europäischen Consumer- und Real-Estate Märkten. Wir liefern fundierte Entscheidungsgrundlagen für Unternehmen im Handel, Immobilienwesen und Finanzsektor. Aktuell, klar und sicher.