



tionellen Händlern die Erträge wegnähme.

Innovatoren: Fashion & Sport

Mit 32 Neueintritten in 2017 hat sich die Zahl leicht verringert (2016: 37 Neueintritte, Details siehe Fact Box). „Die Newcomer sind stark von der Fashion- und Sportbranche getrieben; hier gibt es offensichtlich noch Potenzial in Österreich. Wobei die Neueintritte für ihre ersten Stores entweder auf die Wiener Innenstadt oder eines der großen Shopping Center setzen“, so Wölfler. Für Wirbel sorgte die norwegische Marke XXL Sports, deren Manager angekündigt hatten, in fünf Jahren die Nummer 1 im heimischen Sporthandel sein zu wollen. Das Unternehmen betreibt hierzulande bereits zwei Standorte, einen in der Shopping City Süd, den zweiten im Wiener Donauzentrum. Außerdem vielbeachtet ist der neue Flagship-Store von asics in der Mariahilferstraße.

bauMaxe wurden zu FMZ

Insgesamt wurden im Vorjahr knapp 80.000 m² neue Retailflächen fertiggestellt; der Großteil entfiel dabei auf Erweiterungen, etwa das Designer Outlet Parnsdorf, das um 5.500 m² bzw. 20 Shops aufgestockt hatte, und die Phase zwei des Huma eleven, das im September gleich um 20.000 m² neue Fläche zubekommen hatte. Last not least: das Post am Rochus, in dem vor allem die Gastrobetriebe vom Start weg äußerst gut laufen.

Heuer erwarten uns Neueröffnungen und Erweiterungen in der LCS Leoben City Shopping, das neue Intro Shopping Center in Siegendorf und um 6.500 m² mehr Fläche im Murpark in Graz. Einige ehemalige bauMax-Standorte sind indes zu Fachmarktzentren umgebaut worden, zum Beispiel das FMZ Inzersdorf, das FMZ Stadlau und jenes in Spittal an der Drau.

”

Nicht alles, was hinkt, ist ein Vergleich. Bei uns ist die Situation eine ganz andere als in den USA.

Walter Wölfler

Head of Retail,
CBRE Austria/CEE

“

Bezüglich der Mieten in der Handelsbranche lagen die Spitzenwerte für High Street Retail in Wien zum Jahresende 2017 bei 310 € pro m² im Monat, in den Einkaufszentren betrug der Wert 120 €, in Fachmarktzentren 14 €.

Nicht viel hält Wölfler vom Alarmismus vieler Schwarzmalerei, die das Einkaufszentrensterben in den USA nach Europa „herüberschwappen“ sehen: „Nicht alles, was hinkt, ist ein Vergleich“, sagt der Experte und betont, dass die Situation dort eine ganz andere ist als bei uns. Die Dichte an Shoppingcentern ist in den Staaten wesentlich höher. Die Formate verfügen dort über einen Marktanteil von 76%, hierzulande sind es 27%, ergo könne nicht von einer Überversorgung gesprochen werden. Zudem sei ein Großteil der Zentren in den USA in den Boomjahren der 70er gebaut worden und daher veraltet. Ebenso wenig gibt es in Europa so viele Department Stores: Sie machen in den USA 46% aus, bei uns kommen sie auf 14%. Ebendiese großen Stores sperren dort der Reihe nach zu.

Head of Retail Austria & CEE, die Ergebnisse zusammen. Die Konjunktur sei gut gewesen, die Umsätze seien leicht gestiegen. Dennoch habe es die üblichen Unkenrufe gegeben, Stichwort Onlinehandel, der den konven-



Walter Wölfler, Head of Retail bei CBRE.



© XXL Sports Outdoor

Neue Player im heimischen Handel

37 Neueintritte 2016

u.a.: Mephisto, Skechers, Fendi, MaxMara, Hans im Glück, NYX, Ikea Kompakt, Monki, Liu Jo, Weekday, Rituals, Tesla, Slowear, Saxoo London, Dsqared2, Viu, Nail & Go, Vorwerk.

32 Neueintritte 2017

u.a.: xyz, Urban Outfitters, Tod's, asics, XXL Sports & Outdoor, Under Armour, ShoePassion, OVS, Tezyo, Lisca, Karl Karl Lagerfeld, Jamie's Italian, Edited, Domino's, Fleurs de Paris, Allude, Change Lingerie, Aesop.