



werden in Österreich mehr Flächen vom Markt genommen als hinzukommen“, sagt Jörg Bitzer, Leiter der Abteilung Einzelhandelsimmobilien bei EHL.

Parallel dazu verläuft die Verstärkung des Trends in Richtung Online-Shopping. Bei erfolg-

reichen Einkaufszentren wird es indes immer wieder Erweiterungen geben – allerdings nur dann, wenn die zusätzlichen Flächen bereits vorab verwertet werden können. „Flächenproduktion ohne umfangreiche Vorverwertungen wird es kaum mehr geben“, ist Bitzer sicher.

Zurückhaltung am Markt

Der Handelsimmobilienmarkt war heuer im ersten Halbjahr dem EHL-Marktbericht zufolge „vor allem von der spürbaren Zurückhaltung von Investoren und Entwicklern“ geprägt. Eine spekulative Erweiterung der Shopping Center „kommt de facto nicht mehr vor“.

Derzeit ausgebaut werden etwa das Auhof Center in Wien (von 140 auf 200 Geschäfte) und der Murpark in Graz (um 6.500 m²), der – angekündigt per 22. August – seine „neue Größe zeigen wird“.

In anderen etablierten Einkaufszentren ist man um Attraktivität bemüht: Es wird auf Hochtouren umgebaut und revitalisiert; die besten Beispiele dafür sind die SCS in Vösendorf bei Wien und die Shopping City in Seiersberg bei Graz. Der Wert der architektonischen Gestaltung steigt in beiden Fällen; gleichfalls wird das Gastronomie-Angebot im gehobeneren Segment ausgeweitet. Damit soll die Verweildauer der Besucher in den Malls steigen, um letztlich mit weniger Kunden die Umsätze stabil zu halten.

Die Verschiebung der Flächenanteile hin zu Gastronomie soll in den kommenden Jahren ein bestimmender Faktor bleiben – darin stimmt EHL mit dem Immobiliendienstleister CBRE, der ebenfalls eine Marktperspektive publiziert hat, überein. Mittelfristig erscheint je nach Stand-

”

Der tiefgreifende Wandel im Einzelhandel bedeutet auch eine Chance, mit attraktiven Angeboten aus Gastro und Entertainment neue Kundengruppen anzusprechen.

Jörg F. Bitzer

Leitung Einzelhandel
EHL Immobilien

“

ort ein Anteil von 15 bis 25% für Gastro-Flächen in Shopping-Malls realistisch.

Neue Player unterwegs

Für Belebung im etwas eingeschlafenen Einzelhandel sorgen derzeit die zahlreichen Markteintritte neuer internationaler Marken: Die holländische Warenhauskette Hema eröffnete heuer einen Shop auf der Wiener Mariahilfer Straße und am Westbahnhof, weitere Filialen in den Bundesländern sind geplant. Auf der Kärntner Straße startete das Feinkostunternehmen Cheese & More. Auf Expansionskurs sind Apple mit dem neuen Flagship-Store auf der Kärntner Straße und die Amsterdamer Modekette Scotch & Soda, deren zweite

Wiener Filiale auf der Mariahilfer Straße geplant ist.

Spitzenmieten bis zu 400 € pro Quadratmeter und Monat sind aber an immer weniger Standorten zu berappen – etwa in den von Luxuslabels dominierten Top-Lagen Goldenes Quartier, Kohlmarkt und Graben in der Wiener Innenstadt. In den vier bestbesuchten Wiener Einkaufszentren – SCS, Donauzentrum, Auhof Center und Wien Mitte – blieben die Mieten zuletzt mit 40 bis 120 € pro Quadratmeter und Monat stabil.

Miete Einkaufsstraßen

Wien	Nettomiete
Kohlmarkt	250–400
Graben	190–300
Kärntner Straße	130–290
Innere Mariahilfer Straße	35–120
Rotenturmstraße	35–130
Favoritenstraße	15–65
Neubaugasse	15–55
Landstraßer Hauptstraße	10–50
Meidlinger Hauptstraße	10–30

monatliche €/m²; Quelle: EHL Market Research | H1 2018

Facts & Figures

Expansionsziel

Wien bleibt gemeinsam mit London, Paris, Moskau und Berlin weiterhin unter den fünf beliebtesten Expansionszielen internationaler Einzelhändler in Europa; weltweit rangiert die Stadt auf Platz zehn.

Top-Lagen

Die Flächenumsuche konzentriert sich stärker auf Top-Lagen. Dabei wird die Definition von Spitzenlagen strenger: zahlreiche Standorte, die lang als sehr gut galten, entsprechen heute nicht mehr den Kriterien.



Die (gehobene) Gastronomie in Einkaufszentren boomt, aber idealerweise sollte ihr Flächenanteil 15 bis 25% nicht übersteigen.