



Weniger Händler kamen ins Land

Von 25 Neueintritten nach 32 im Jahr 2017 berichtet Immobiliendienstleister CBRE. Der Trend hält an.

WIEN. In 2018 hat es weniger internationale Händler nach Österreich gezogen als in den Jahren davor. Wagten 2017 noch 32 ausländische Labels erstmals den Markteintritt in Österreich, so waren es im Vorjahr um sieben weniger, also 25. Auch in 2019 dürften sich die Neueintritte auf einem ähnlichen Niveau bewegen, erwartet Immobiliendienstleister CBRE.

„Die Händler investieren gerade sehr viel in das Onlinegeschäft; da ist viel Kapital gebunden“, berichtet Walter Wölfler, Handelsexperte von CBRE Österreich. Er begründet: „Außerdem gehen viele noch selektiver vor, schauen sich Standorte sehr genau an und verhandeln lange.“ 2019 dürften mithin mehr als 20 neue internationale Handelsfirmen den Weg nach Österreich finden.

Vor der Tür stünden Unternehmen in den Bereichen Fashion, Sportmode und aus dem elektronischen Bereich sowie

kleinere Marken, die bisher nur online verfügbar waren und nun Standorte suchen.

Online wird stationär

Dass reine Onlinehändler vermehrt stationäre Geschäfte aufmachen bzw. damit experimentieren, dieses Geschäftsmodell ist via Amazon und Zalando bestens bekannt. „Jedes physische Geschäft hat auch positive Auswirkungen auf das Onlinegeschäft“, so Wölfler.

Im vergangenen Jahr eröffnete u.a. die Modekette & Other Stories aus dem Hause H&M den ersten Österreich-Standort. Auch der US-Technologieriese Apple sowie der französische Sporthandelsdiscounter Decathlon schafften nach langen Ankündigungsphasen den Sprung nach Österreich.

Weitere Neueintritte waren das zur Otto Group zählende Warenhaus Manufactum und die niederländische Handelskette Hema. Letztere hat das

Prolongieren der Expansion hierzulande angekündigt.

Die Schuhbranche in Österreich wurde um die Firmen Toms und New Balance erweitert, der Haushaltsbereich um das französische Kochgeschirr-Unternehmen Le Creuset. In Innsbruck machte der erste eigene Store der Outdoor-Bekleidungsfirma Patagonia auf.

Zielgebiet Wien

Die Mehrheit der Firmen hat sich in Wien oder Umgebung (SCS) niedergelassen; die Bundesländer verzeichneten nur sieben Neuzugänge. Im Fokus internationaler Brands stünden in Wien die Kärntner Straße und Mariahilfer Straße, die Einkaufszentren sowie gute Nebenlagen im 1. Bezirk. „Es gibt aber auch Firmen, die trendigere Lagen suchen oder auffallende Gebäude abseits der bekannten Trampelpfade“, sagte Wölfler. Ein Beispiel sei der Manufactum-Standort Am Hof.

Glanzlicht

Vielleicht nicht der prominenteste, aber wahrscheinlich der gediegenste Neueinstieg in Österreich 2018: Manufactum-Store im 1. Wiener Bezirk.



© CBRE

„Die Händler investieren gerade sehr viel in das Onlinegeschäft; da ist viel Kapital gebunden. Außerdem gehen viele noch selektiver vor.“

Walter Wölfler
CBRE Österreich

“