

## TEXTILDISCOUNTER

**Stefan Forsbach  
verlässt KiK**

WIEN. Nach weniger als zwei Jahren gehen KiK und der aktuelle Österreich-Chef Stefan Forsbach per Oktober getrennte Wege. Und das, obwohl Forsbach beinahe so etwas wie ein Tengelmann-Urgestein ist: Schon vor seinem KiK-Engagement war er zehn Jahre lang bei der Tengelmann-Tochter Obi, auch als Expansionsleiter, tätig. Später trieb er die Expansionsaktivitäten von Takko voran.

Die Leitung der Geschäfte in Österreich übernimmt nun Petar Burazin. Burazin ist seit 2015 Vertriebsleiter Ausland bei KiK. Von 2003 bis 2006 war er Expansionsleiter bei Lidl in Kroatien, danach Property Director bei Aldi Süd. Seit 2008 ist er in verschiedenen Positionen bei KiK Textilien und Non Food tätig. (red)



© KiK Leoben

## KFZ-FACHHANDEL

**Forstinger wieder  
im Rennen**

TRAISMAUER. Der Verkauf aller Anteile an Forstinger wurde diese Woche finalisiert. Forstinger, seit 1962 führender Anbieter von Autozubehör, Ersatzteilen, Mopeds, Fahrrädern, Anhängern, Reifen und Felgen, bekommt mit Christoph Kurtz und Walter Karger neue Eigentümer. (red)

© Peter Gugereit/Wikipedia/CC0 1.0



## Lagebericht

Einkaufsstraßen wie die Mariahilfer Straße in Wien werden weiter prosperieren, in schlechteren Lagen geht es indes mehr in Richtung Verödung.

# Wer nicht top ist, wird schnell flop

Der nach wie vor boomende Digital Retail sorgt vor allem in kleineren Städten für hohe Leerstandsrate.

WIEN. Laut einer aktuellen Erhebung des Beratungsunternehmens RegioPlan bringt das Online-Shopping die innerstädtischen Handelszonen immer stärker unter Druck. Vor allem in kleineren Städten und in schwächeren Lagen verstärkt sich das Problem: Leerstände steigen und erreichten mancherorts bis zu 25% oder mehr.

Auch zahlreiche andere elektronische Services bremsen die Expansionslust der stationären Händler – etwa der Umstand, dass Bankgeschäfte oder Behördenwege auf Internetpfaden beschränkt werden. „Das alles spiegelt sich in den Frequenzahlen wider, und die zumeist üppigen Verkaufsflächen in den Einkaufszentren am Stadtrand tun ihr übriges“, erklärt RegioPlan-Chef Wolfgang Richter.

Knapp 13% der Konsumausgaben in Österreich würden bereits online getätigt; ohne den wenig onlineaffinen Lebensmittelhan-

del sind es sogar mehr als 18%. Ergo gehen die Verkaufsflächen zurück, ergo steigen die Leerstände. Werte von bis zu 25% und mehr werden häufiger.

**Die Schwachen trifft's stark**

„Während wir bei den Top-Geschäftsstraßen noch kaum über längere Zeit Leerstände sehen, ist die Situation in klei-

neren Städten oder generell in schwächeren Handelszonen mit Leerstandsquoten von 15 Prozent oder mehr oft dramatisch“, sagt Richter. Er warnt: „Die Abwärtsspirale dreht sich immer schneller, und es besteht dringend Handlungsbedarf!“

**Sinkende Verkaufsflächen**

Die Verkaufsfläche geht – ausgenommen im Lebensmittel- und Drogeriehandel – laut RegioPlan seit fünf Jahren um rund zwei Prozent pro Jahr zurück. Betroffen davon sind nicht nur B- oder C-Lagen, sondern gleichfalls die stärksten Handelszonen. Die Expansionslust der Einzelhändler sei stark zurückgegangen.

Vor wenigen Jahren hätten sich viele Unternehmen um die besten Standorte gestritten, im Moment expandierten nur wenige und dies vorwiegend im Diskontbereich. Viele Händler wollen auch Geschäftsflächen verkleinern. (red)



© Regio Data

RegioPlan-Chef Wolfgang Richter.