

NEUE SHOPPINGCENTER-STUDIE JEDES FÜNFTE EKZ IN ÖSTERREICH FLOPPT

# „Der Profi erkennt den Flop am Plan“

Laut einer Studie des Consultingunternehmens RegioPlan ist jedes fünfte EKZ in Österreich ein Flop. Geschäftsführerin **Hanna Bomba-Wilhelmi** erklärte **Wojciech Czaja** die wichtigsten ausschlaggebenden Faktoren.

**STANDARD:** Der Umsatz in österreichischen Shoppingcentern variiert zwischen 1600 und 8800 Euro pro Quadratmeter. Wie kommt diese breite Streuung zustande?

**Bomba:** Es gibt in Österreich derzeit 141 Shoppingcenter. Dazu zählen Objekte ab 5000 Quadratmeter Verkaufsfläche. In unserer Studie haben wir die 100 flächen größten Center untersucht. Darunter befinden sich Märkte mit sehr guten Lagen und einem nahezu perfekten Center-Management, aber auch solche mit groben strukturellen Mängeln. Ich denke, dass der Umsatz in vielen Fällen Aufschluss darüber gibt, wie clever ein Shoppingprojekt entwickelt wurde und wie hochwertig das Management ist.

**STANDARD:** Wie haben sich die Umsätze im Vergleich zu den Vorjahren verändert?

**Bomba:** Die Zahlen variieren von Jahr zu Jahr. Eines kann man aber

mit Sicherheit sagen: Die Shoppingcenter haben sich seit 2005 deutlich besser entwickelt als der gesamte Einzelhandel. So sind die Umsätze der 100 größten Zentren seit 2005 um rund 18 Prozent gestiegen, während die Steigerungen für den gesamten Einzelhandel – also die Summe aller Umsätze in allen Handelszonen – bei circa sieben Prozent lagen.

**STANDARD:** Welche Faktoren versprechen den größten Erfolg?

**Bomba:** Das wichtigste Kriterium ist, das Konzept dem jeweiligen Standort haargenau anzupassen. Das umfasst den Branchenmix, die Verkehrsanbindung, die Parkmöglichkeiten mit dem eigenen Pkw sowie die Architektur des Gebäudes, und da meine ich vor allem Atmosphäre und Funktionalität. Das Design selbst spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle. Einer der wichtigsten Faktoren ist jedoch die EKZ-Größe. Es hat sich gezeigt, dass es vier unterschiedliche Größen von Verkaufsflächen gibt, die gut funktionieren. Die erste sind Geschäftsflächen mit 500 bis 1500 Quadratmeter, die zweite sind Stadtteilzentren mit 5000 bis 10.000 Quadratmeter Verkaufsfläche, die dritte sind regionale Zentren mit 25.000 bis 40.000 Quadratmetern und die vierte überregionale Objekte mit 40.000 Quadratmetern und mehr. Erfahrungsgemäß haben es Objekte, die dazwischen liegen, schwer.

**STANDARD:** Warum?

**Bomba:** Das hat etwas mit der Erwartungshaltung des Kunden zu tun. Bei einer gewissen Größe erwartet man sich einen ganz bestimmten Mix mit ganz bestimmten Geschäften darin. Wenn diese Erwartungshaltungen nicht erfüllt sind, schaut's schlecht aus. Beispiele dafür gibt es zur Genüge.

**STANDARD:** Inwiefern unterscheidet sich der Mietermix zwischen städtischen und ländlichen Lagen?

**Bomba:** Es gibt eher einen Unterschied zwischen innerstädtischen und peripheren Lagen. Innerstädtische Objekte weisen einen höheren Modeanteil auf, periphere Ob-



RegioPlan-Chefin **Hanna Bomba-Wilhelmi**: „Ganz ehrlich: Es ist keine Überraschung, ob ein Einkaufszentrum funktioniert oder floppt. Ein Profi kann das schon am Plan erkennen.“ *Foto: RegioPlan*

jekte bieten auch langfristige Branchen wie Möbelhandel und Baumärkte an. Auffällig ist, dass sich der Branchenmix insgesamt in den letzten Jahren verändert hat. Stark zugenommen haben vor allem die beiden Branchen Bekleidung und Gastronomie.

**STANDARD:** Wie viel Prozent der Verkaufsfläche sollte man idealerweise für die Ansiedelung von Anchor-Stores zur Verfügung stellen?

**Bomba:** Das lässt sich nicht genau sagen. Wir wissen aber, dass es gewisse Branchen gibt, die als Anchor unbedingt vertreten sein müssen: ein großer Lebensmittelmarkt einer bekannten Kette, ein Elektrohändler, ein Sportartikelhändler und eine Textilkette. Der restliche Mietermix kann in Form von Studien und Analysen ermittelt werden.

**STANDARD:** Wie aussagekräftig sind solche Studien erfahrungsgemäß?

**Bomba:** Ganz ehrlich: Es ist keine Überraschung, ob ein EKZ funktioniert oder floppt. Ein Profi kann

das schon am Plan erkennen. Anhand von Standort, Flächenanordnung und Mietermix wird zuerst das Einzugsgebiet analysiert, danach werden die nötigen Potenzialberechnungen durchgeführt.

**STANDARD:** Welche Standorte sind bereits gesättigt?

**Bomba:** In Österreich? Sehr viele! Wobei man bedenken muss, dass Österreich auch ein Land der alten Einkaufszentren ist. Das heißt: Wenn die Konkurrenz mit neuen und sehr professionell gemanagten Objekten auftaucht, werden schwächere Konzepte vom Markt verdrängt. So weit, dass Einkaufszentren in Österreich gesperrt werden, wie mancherorts in Südosteuropa, wird es nicht kommen. Dafür gibt es hier viel zu strenge Raumordnungsgesetze, die eine rapide Verbreitung verhindern.

**STANDARD:** Wie groß ist der durchschnittliche Lokallerstand?

**Bomba:** In den 100 größten Shoppingcentern hatten wir im Frühjahr 2010 rund sechs Prozent Leer-

stand. Das ist gar nicht so wenig, doch dafür sind die leer gewordenen Flächen durch die Cosmos-Pleite bereits miteinberechnet. Gerade einige dieser Cosmos-Flächen wurden aber schon wieder vermietet oder befinden sich gerade in Umbau, sodass der Leerstand aktuell etwas geringer ist.

**STANDARD:** Welche nachträglichen Optimierungen kann man vornehmen, falls ein EKZ eines Tages nicht mehr funktioniert?

**Bomba:** Man kann das Center verkleinern. Man kann darüber nachdenken, ein paar Mieter, vor allem die Anchors, auszutauschen. Und man kann über eine Neunutzung der Flächen nachdenken, zum Beispiel in Form von Büro- und Dienstleistungsflächen, aber auch in Form von Arztpraxen, Kindergärten und Sportzentren. Das alles ist Alltag und wird in Europa bereits erfolgreich praktiziert.

**HANNA BOMBA-WILHELMI** (32) ist seit 1999 bei der RegioPlan Consulting tätig. Seit 2007 ist sie Geschäftsführerin.

## WISSEN

### Sättigungsgrad ist erreicht

Laut einer Studie der RegioPlan Consult GmbH ist jedes fünfte Einkaufszentrum in Österreich ein Flop. Während der durchschnittliche Umsatz zwischen 3500 und 5500 Euro pro Quadratmeter beträgt, werden in den umsatzschwächsten EKZs 2000 Euro und weniger umgesetzt. Schuld daran sind schlechte Verkehrsanbindung, Mietermix und meist auch die falsche Shoppingcentergröße. Stadtteilzentren schneiden tendenziell schlechter ab als etwa EKZs in Einkaufsstraßen oder an der Peripherie. Der Markt ist gesättigt: Mit 1,5 Quadratmetern Einzelhandelsverkaufsfläche pro Einwohner liegt Österreich europaweit auf Platz zwei. Die Shoppingcenter nehmen davon 0,3 Quadratmeter ein. (woj)

## STANDARD EXKLUSIV

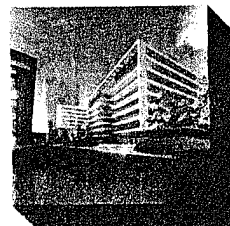
### SICHERN SIE SICH IHR BÜRO AM SEE!

Kein Wunder, dass schon über 70% aller Büros im **VIERTEL ZWEI** vermietet sind, denn die unmittelbaren Nachbarn sind weitläufige Grünflächen, ein 5.000m<sup>2</sup> großer See, und international renommierte Unternehmen, die sich schon von dieser neuen Art der Arbeitsqualität überzeugen ließen. Nur 4 U-Bahnstationen in die Wiener City und 15 Minuten zum Flughafen, reichlich Tiefgaragenstellplätze und Urlaubsstimmung in der Mittagspause – und das Beste daran: im **BIZ ZWEI** kann man auch Büros ab 300m<sup>2</sup> mieten. **NOCH!**

**BIZ ZWEI**, 1020 Wien, Vorgartenstraße 206



Mehr Informationen von Mag. Marta Redlova unter  
Tel: 01/217 121, vermietung@icprojektentwicklung.at  
oder auf [www.viertelzwei.at](http://www.viertelzwei.at)



**BIZ  
ZWEI**



**VIERTEL  
ZWEI**