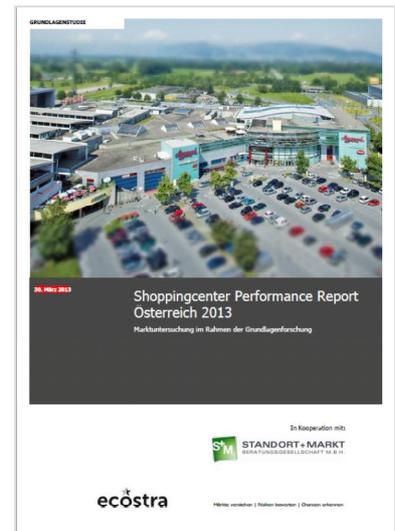


SHOPPINGCENTER PERFORMANCE REPORT ÖSTERREICH 2013 (S+M in Kooperation mit ecostra)

Österreichweit einzige Bewertung der Shoppingcenter aus der Sicht der Mieter

Der "Shoppingcenter Performance Report Österreich 2013" stellt in einer Gesamtschau sowie in diversen Sonderauswertungen einen umfassenden Überblick zur wirtschaftlichen Performance der 129 bedeutendsten Shopping Center und Retail Parks in Österreich dar. Die Ergebnisse basieren auf Angaben, Bewertungen und Einschätzungen von Mietern in diesen Shopping Center. Anhand eines Online-Fragebogens hatten die Entscheidungsträger (Expansionsleiter, Geschäftsführer) der entsprechenden Unternehmen des Einzelhandels, der Gastronomie und der konsumnahen Dienstleistungen die Möglichkeit, u.a. die Umsatzleistung ihrer Stores in den jeweiligen Zentren zu bewerten. Eine Rücklaufquote von 45 % bei den angesprochenen Retailern zeigt das außerordentlich hohe Interesse der Mieter an den Ergebnissen dieses Reports.



Der „Shopping Center Performance Report Österreich 2013“ umfasst:

- Darstellung der wirtschaftlichen Performance einer Auswahl von 129 österreichischen Shopping Center aus Mietersicht
- Ranking durch Überführung der Bewertungen der einzelnen Center in eine gereihte Gesamtschau
- Schaffung einer Möglichkeit zum Benchmarking für Handelsunternehmen bzw. Mieter in Shopping Center z.B. durch den Vergleich der eigenen Stores mit der Gesamtleistung der jeweiligen Shopping Centers
- Allgemeine Einschätzungen und Bewertungen der Retailer zu Standort- und Marktfragen des österreichischen Shopping Center-Marktes

Der Report beinhaltet drei Themenblöcke:

- Bewertung der wirtschaftlichen Performance der Stores der Mieter im jeweiligen Shopping Center
- Bewertung der Bedeutung der Shopping Center innerhalb der Einzelhandelsstruktur Österreichs sowie der Shops innerhalb dieser Center für den betrieblichen Erfolg des eigenen Unternehmens
- Bewertung ausgewählter Standortkriterien bei der Anmietung eines Shops in einem Shopping Center

Shoppingcenter Performance Report Österreich 2013

Welche Shoppingcenter in Österreich sind aus der Sicht der Mieter die wirtschaftlich erfolgreichsten?

Banale Frage – schwierige Antwort. Welche Shoppingcenter "gut" und welche "weniger gut" sind wurde bislang nur über die "Buschtrommeln" der Branche kommuniziert. Eine systematisierte Gesamtschau einer größeren Anzahl von Objekten basierend auf einer neutralen Umfrage fehlte völlig. Seit der Ersterscheinung des "Shoppingcenter Performance Report Österreich" im Vorjahr (2012) ist das anders: Die größten Einkaufszentren des Landes wurden 2012 erstmals auf Basis von Angaben der Mieter hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Performance bewertet und in einem Ranking zusammengefasst.

Nun liegt die Neuauflage, der **Shoppingcenter Performance Österreich 2013**, vor. Es nahmen an der Online-Befragung 54 Expansionsmanager jener 120 Filialketten teil, die am häufigsten in Shoppingcenter vertretenen sind (2012: 43 Teilnehmer). Damit liegt eine Rücklaufquote von ca. 45 % vor, für eine empirische Untersuchung dieser Art geradezu sensationell guter Wert - offenkundig sehnen sich auch die Mieter von Shoppingcenter nach einer höheren Markttransparenz. Das **Ranking für 2013** umfasst nun **129 Shoppingcenter** (87 Shopping Malls und 42 Retail Parks). Der **Report** zum Ranking beinhaltet **drei Themenblöcke**:

1. Ranking der Performance ausgewählter Shoppingcenter in Österreich aus der Sicht der Mieter
2. Bewertung der Bedeutung der Shoppingcenter für den betrieblichen Erfolg des eigenen Unternehmens
3. Bewertung ausgewählter Standortkriterien bei der Anmietung eines Shops in einem Shoppingcenter

Welche Datengrundlage stand zur Verfügung?

- Datengrundlage für die **Auswahl der Shoppingcenter** bildete die „S+M Dokumentation Shoppingcenter Österreich 2011/2012“ der Standort und Markt, die umfassendste, lückenlose EKZ-Branchen-Dokumentation, in der insgesamt 209 Shoppingcenter (Shopping Malls und Retail Parks) in Österreich mit einer Geschäftsfläche (GLA/gross leasable area/gesamte vermietbare Fläche) von mehr als 4.000 m² aufgelistet sind.
- Da davon auszugehen war, dass der Arbeitsaufwand der Fragenbeantwortung Mieter möglicherweise von einer Teilnahme an der Befragung abhalten würde und andererseits kleine Zentren mit wenigen Mietern aufgrund einer zu geringen Meldungszahl aus der Bewertung ohnedies ausgeschieden wären, **wurde die Zahl der befragten Center auf insgesamt 129 beschränkt**. Diese selektierten Zentren wiesen überwiegend eine Größe von mehr als 6.500 m² GLA auf.
- **Außer Ansatz** blieben mitten im Relaunch-Prozess befindliche Zentren ebenso wie Shoppingcenter-Sonderformen (Factory Outlet Center, Airport-Shopping Center), des Weiteren auch Hypermarkt-dominierte Shoppingcenter sowie als Shoppingcenter umfunktionierte ehemalige Warenhäuser.
- Den Expansionsmanagern der 120 führenden Handelsunternehmen wurden somit 129 Shoppingcenter zur Bewertung vorgelegt. Diese 129 Shoppingcenter in Österreich umfassten die **87 größten klassischen Einkaufszentren** (Shopping Malls) sowie die **42 größten Fachmarktzentren** (Retail Parks). Die beiden Agglomerationstypen wurden in der diesjährigen Auswertung erstmals getrennt behandelt, da die Mieterstruktur, Standortlogik und Funktionalität dieser beiden Agglomerationsformen zu unterschiedlich ist.
- 54 Filialketten, die insgesamt 1.568 Shops in diesen Einkaufszentren führen, haben ihr „Voting“ für insgesamt 129 österreichische Shoppingcenter abgegeben. Die Daten sind nun ausgewertet und liegen vor. Für insgesamt 75 Shopping Malls und 33 Retail Parks aus dem Befragungsportfolio von insgesamt 129 Centern gingen mindestens 5 Bewertungen von Mietern ein, so dass diese insgesamt 108 **Objekte in das Ranking aufgenommen** werden konnten. Die Anzahl der Bewertungen je Objekt schwankt dabei zwischen 5 (als definierte untere Schwelle) und 34 als höchsten Wert.

1. Performance-Ranking der Shopping Malls

„Wie zufriedenstellend ist die Umsatzleistung Ihres Stores in den folgenden Centern im Vergleich zu anderen Shopping Centern, in denen Sie vertreten sind?“

Bitte gehen Sie bei Ihrer Bewertung nicht allein von der absoluten Umsatzhöhe aus, sondern berücksichtigen Sie auch die jeweiligen Standortkosten (insbesondere die Miethöhe) Bitte bewerten Sie die Performance des entsprechenden Stores in dem jeweiligen Center mit Hilfe nachfolgender Auflistung von 1 (= sehr gut) bis 5 (= mangelhaft).

Die besten 10 und schlechtesten 5 Shopping Malls in Österreich aus Mietersicht

Tab. 1: Ranking der **Shopping Malls** aus Mietersicht – die besten 10 und schlechtesten 3

Rang	Center	Durchschnittsbewertung	Anzahl der Bewertungen
1	Dornbirn (V) - Messepark	1,47	17
2	Spittal/Drau (K) – neukauf EKZ	1,57	7
3	Salzburg (S) - Europark	1,59	27
4	Innsbruck (T) - dez	1,62	29
5	Wien (W) - Millennium City	1,71	17
6	Oberwart (B) - EO Oberwart	1,78	27
7	Innsbruck (T) – Rathaus Galerien	1,80	5
8	Pasching (OÖ) - PlusCity	1,96	28
9*	Ottensheim (OÖ) - Donautreff	2,00	6
9*	Kapfenberg (ST) – Euromarkt Kapfenberg	2,00	6
9*	Bürs/Bludenz (V) - Zimbapark	2,00	14
73*	Wolfsberg (K) - Tenorio	4,00	10
73*	Salzburg (S) - ZIB Zentrum im Berg	4,00	8
75	Innsbruck (T) – west	4,67	6

* Die identische Bewertung mit einem anderen Shoppingcenter führte zu einer mehrfachen Belegung der entsprechenden Platzierung

Tab. 2: Ranking der **Retail Parks** aus Mietersicht - die besten 5

Rang	Center	Durchschnittsbewertung	Anzahl der Bewertungen
1	Neunkirchen (NÖ) – Panoramapark	1,40	5
2	Leobersdorf (NÖ) - Einkaufspark Leo	1,50	6
3	Brunn/Geb. (NÖ) - Shopping Center 17	1,60	5
4*	Baden (NÖ) - FMZ Baden	1,67	6
4*	Ybbs/Donau (NÖ) - B 1 Center	1,67	6
4*	Perg (OÖ) - FMZ Perg	1,67	6

* Die identische Bewertung mit einem anderen Shoppingcenter führte zu einer mehrfachen Belegung der entsprechenden Platzierung

Fazit - Shopping Malls:

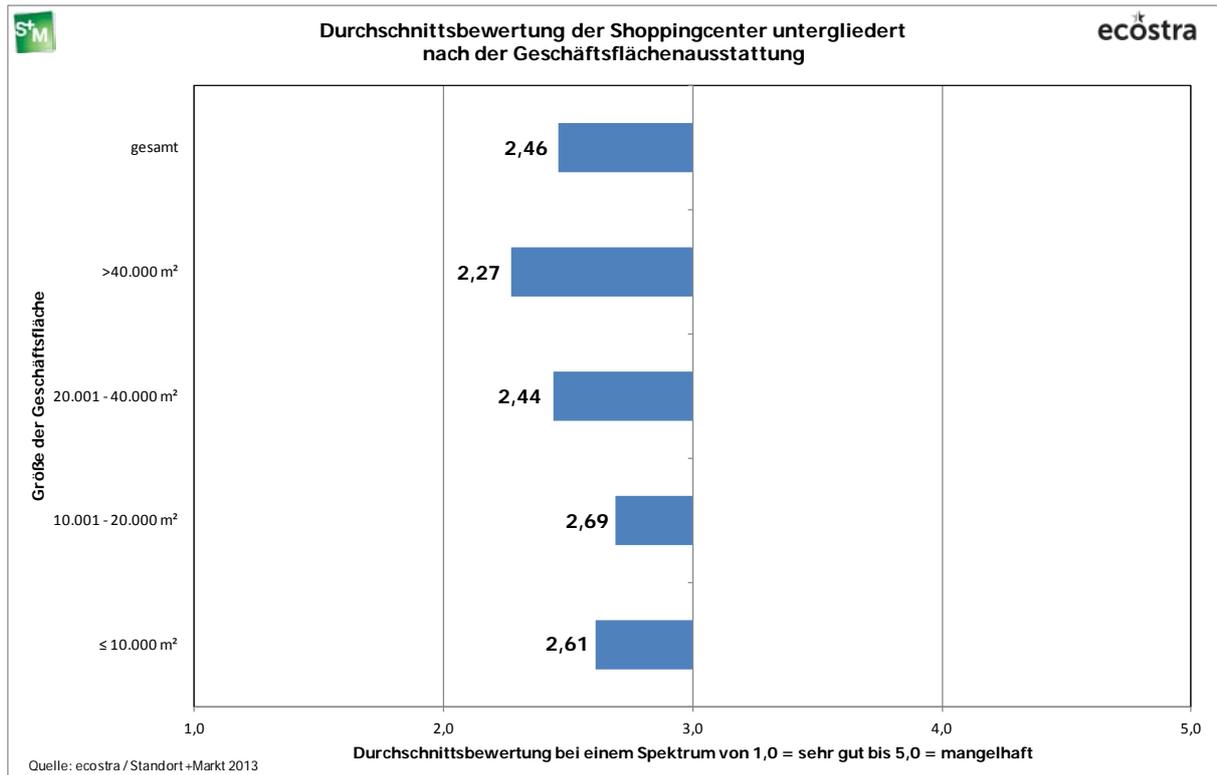
- Insgesamt zeigen die Angaben der Mieter zur Performance ihrer Stores in den ausgewählten österreichischen Shoppingcentern in der überwiegenden Mehrzahl einen hohen Zufriedenheitsgrad. Bei 66 von 75 Centern, welche in die Rangliste aufgenommen werden konnten, ist lt. Angaben der Mieter im Mittel die Performance der Stores durchschnittlich (d.h. Ø 3,00) oder besser. 11 Center erreichen einen Durchschnittswert von 2,00 oder besser. Nur für 9 Center wird eine nicht mehr befriedigende Performance angegeben, wobei lediglich 3 Center eine im Durchschnitt deutlich unzufriedene Umsatzleistung (Ø 3,50 oder schlechter) erreichten.
- Der Mittelwert der Bewertungen für alle 87 Center liegt bei ca. 2,46. Damit wird durch die befragten Mieter für die österreichischen Shoppingcenter im Durchschnitt eine bessere Performance konstatiert als beim Nachbarn Deutschland; im Zuge des „Shoppingcenter Performance Report Deutschland 2012“ wurde für die 400 bewerteten Center ein Durchschnittswert von insgesamt ca. 2,78 ermittelt.
- Mit einem Mittelwert von ca. 1,47 wird das Gesamtranking aller Shopping-Malls im Befragungsportfolio vom Messepark in Dornbirn im Vorarlberg angeführt. Der Messepark hatte bereits im Vorjahr mit einer Durchschnittsbewertung von ca. 1,25 den 1. Rang im Gesamtranking belegt und hat somit den Spitzenplatz verteidigt. Das Ergebnis des Messepark ist mit 17 Meldungen sehr gut abgesichert. An zweiter Stelle (Ø ca. 1,57) rangiert etwas überraschend der „Neukauf“ in Spittal an der Drau in Kärnten, welcher im letzten Jahr noch im Mittelfeld des Gesamtranking (Ø ca. 2,57) zu finden war. „Neukauf“ wurde mit 7 Bewertungen zwar nur von relativ wenigen Mietern eingeschätzt, allerdings verfügt das Center insgesamt nur über 14 Ladeneinheiten, so dass exakt 50 % der Gesamtmieterzahl an der Befragung teilgenommen haben, was wiederum dazu führt, dass das Ergebnis ebenfalls als sehr valide angesehen werden kann. Mit dem „Europark“ in Salzburg (Ø ca. 1,59) folgt auf dem 3. Rangplatz ein Center, dessen sehr hohe Umsatzperformance österreichweit bereits bekannt ist. Angesichts der kolportierten hohen Mietpreise im „Europark“ ist die Spitzen-Platzierung jedoch nicht selbstverständlich, die überragende Standortqualität rechtfertigt aber offenkundig ohne wenn und aber die Standortkosten. Ähnliches gilt für das langjährig etablierte dez in Innsbruck (Ø ca. 1,62), auch hier honorieren die Mieter mehr oder weniger einhellig die überragende Standortqualität. Den sehr guten 5. Platz konnte sich die Millennium City in Wien (Ø ca. 1,71) sichern. Auch dieses Ergebnis verwundert wenig, übernimmt dieses Shoppingcenter zwischenzeitlich die Funktion des Bezirkszentrums von Wien-Brigittenau. Mit Ausnahme des „Neukauf“ in Spittal ist die Top 5 der Shoppingcenter identisch zum Ergebnis im Gesamtranking des Jahres 2012, so dass die Vorjahresergebnisse mit dem aktuellen Update bestätigt werden konnten.
- An der Spitze des Gesamtranking dominieren die größer dimensionierten Shoppingcenter; 15 Center in den Top 20 weisen eine Gesamtmietfläche von mehr als 20.000 m² GLA auf, wie etwa die PlusCity in Pasching, das Donauzentrum in Wien oder die SCS in Vösendorf. Bemerkenswert ist jedoch, dass die 5 kleiner dimensionierten Center, von denen 4 sogar weniger als 10.000 m² GLA aufweisen, alle-samt Plätze in den Top 10 belegen.
- Am unteren Ende des Ranking befinden sich 9 Shoppingcenter, für die eine unterdurchschnittliche Performance von schlechter als 3,00 festgestellt wurde. Insbesondere auf den letzten drei Plätzen zeigen das Tenorio in Wolfsberg, das „Zentrum im Berg (ZIB)“ in Salzburg (Ø je ca. 4,00) und das „west“ in Innsbruck (Ø ca. 4,67) deutlich unzufriedene Mieterbewertungen. Das Tenorio und das ZIB lagen auch bereits im Vorjahr auf den hinteren Plätzen. Das „west“ in Innsbruck ist ein im Jahre 2010 relativ neu eröffnetes Center, das durchaus ansprechend gestaltet und mit einem attraktiven Einzelhandelsbesatz ausgestattet ist.

Allgemein ist auch darauf hinzuweisen, dass sich bei den meisten Shopping Centern eine relativ breite Spreizung von Einzelbewertungen findet. Das bedeutet, dass es selbst in den offensichtlich hervorragend performenden Centern der Spitzengruppe dieses Ranking einzelne Mieter gibt, welche an diesen Standorten nur unterdurchschnittliche Umsätze erzielen. Dies ist u.U. auf die konkrete Filialnetzstruktur (z.B. regional zu hohe Filialnetzdichte und daher unterdurchschnittliche Performance an einem spezifischen Standort) zurückzuführen.

2. Bewertung nach Größenklassen (Shopping Malls)

Auch die diesjährige Untersuchung zeigt, dass Shoppingcenter mit zunehmender Flächendimensionierung tendenziell eine bessere Performance aufweisen. Der letztjährige Report für Österreich sowie die vergleichbaren Studien für den deutschen Markt waren hier zu identischen Ergebnissen gekommen. Mit einem Mittelwert von 2,27 sind die Mieter in Shoppingcentern mit einer Geschäftsfläche von mehr als 40.000 m² am zufriedensten. Entsprechend abgestuft folgen die Center mit einer Geschäftsfläche von 20.001 bis 40.000 m² mit einer Durchschnittsbewertung von 2,44 und zuletzt die Standorte mit einer Geschäftsfläche von bis zu 20.000 m², welche mit einem Mittelwert von 2,69 die schwächste Performance zeigen, noch kleiner Center schneiden nur um Nuancen besser ab.

Abb. 1: Bewertung der Shopping Malls nach Kategorien der Geschäftsflächengröße



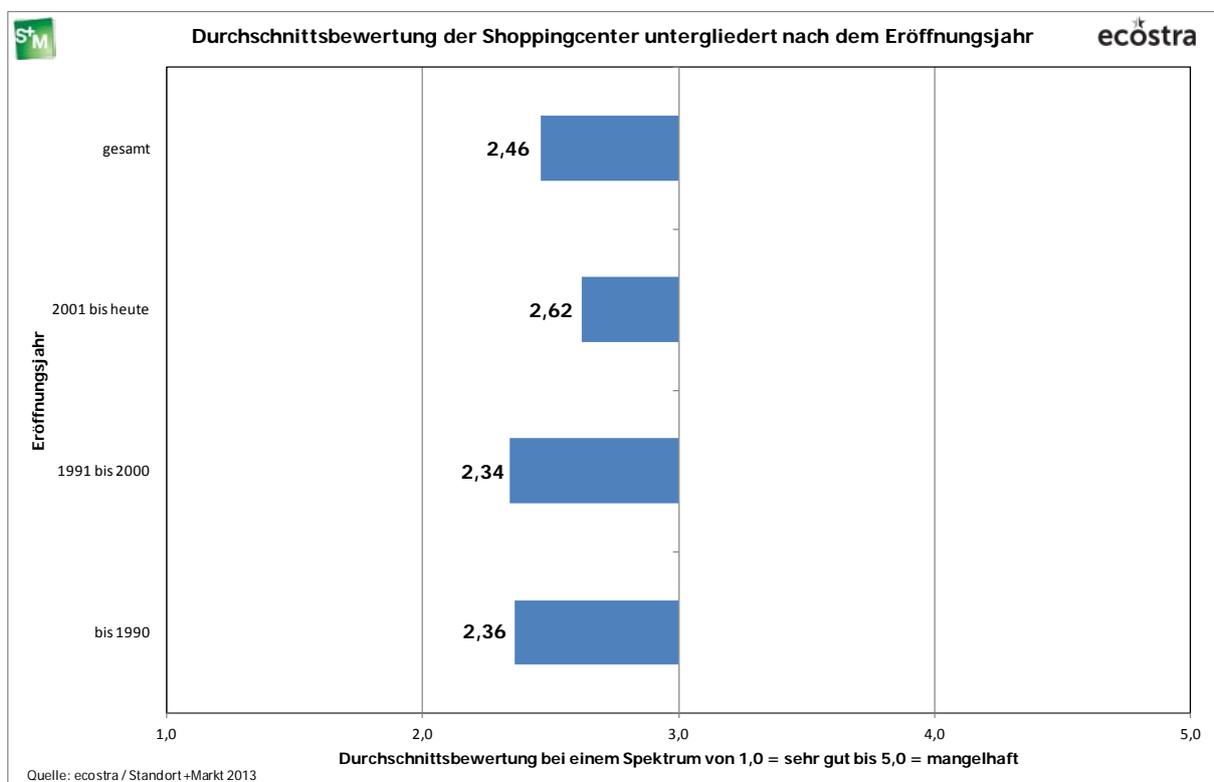
Fazit:

- Analog zu den Ergebnissen des letztjährigen „Shoppingcenter Performance Report Österreich“ und den entsprechenden Veröffentlichungen für den deutschen Markt zeigt auch die aktuelle Auswertung, dass Stores in Shoppingcentern mit einer Geschäftsfläche von mehr als 40.000 m² nach Angaben der Mieter im Mittel die beste Performance bieten. Mit abnehmender Flächengröße des Centers verschlechtert sich auch tendenziell die wirtschaftliche Performance.
- Damit findet die merkliche Häufung von groß dimensionierten Shoppingcentern mit über 20.000 m² Geschäftsfläche in den Top 20 des Gesamtranking in der Detailauswertung seine Bestätigung.
- Bemerkenswert ist, dass die Gruppe der kleinsten Center mit maximal 10.000 m² Geschäftsfläche leicht besser abschneidet als die nächstgrößere Kategorie und damit 4 Plätze in den Top 10 des Gesamtranking erobern konnte.
- Wie die Beispiele der Center „west“ in Innsbruck (Rang 75), „Center West“ in Graz (Rang 72) und „Stadion Center“ Wien (Rang 71) beweisen, führt Flächengröße jedoch nicht automatisch zu einer überzeugenden Performance, sondern einzelne großdimensionierte Standorte können aufgrund spezifischer Standortvoraussetzungen oder konzeptioneller Schwächen durchaus unterdurchschnittlich performen.

3. Bewertung nach Alter (Shopping Malls)

Eine Gegenüberstellung der Durchschnittswerte der Center, die im Ranking aufgeführt sind, mit dem jeweiligen Eröffnungsjahr zeigt ein fast identisches Bild zum Vorjahres-stand. Kein einziges der vor dem Jahr 1985 eröffneten Shoppingcenter – also der „alten“ Objekte – wurde schlechter als 3,00 bewertet. Dies bedeutet in der Konsequenz, dass die Mieter in allen diesen „alten“ Centern im Mittel durchschnittliche oder bessere Umsätze als in vielen jüngeren Centern erzielen. In der Kategorie der neueren, ab 2000 eröffneten Center performen die meisten Objekte zwar in einem durchaus zu-friedenstellenden Bereich, jedoch findet sich hier auch eine gewisse Häufung an Centern mit nur unterdurchschnittlicher Performance. Es ist davon auszugehen, dass bei dieser Häufigkeitsverteilung durchaus der Umstand eine Rolle gespielt haben wird, dass ein Shoppingcenter zumindest in der mittel- bis langfristigen Perspektive für die Mieter zufriedenstellende Umsätze ermöglichen muss, da sich dieses ansonsten kaum am Markt behaupten kann. Entsprechend wird bei schlecht konzipierten Centern mit ggf. auch noch wenig optimalen Standortbedingungen über die Jahre bereits eine Marktberäumung stattgefunden haben.

Abb. 2: Bewertung der Shopping Malls nach Alterskategorien



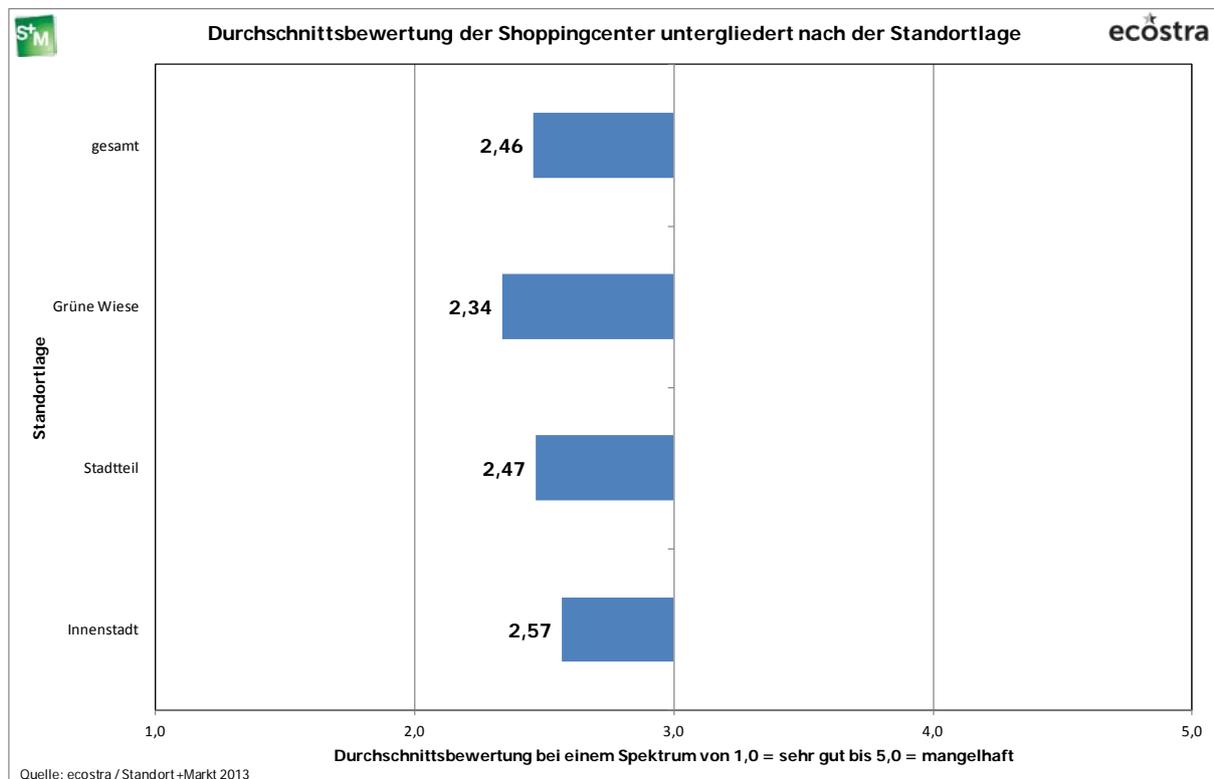
Fazit:

- Die Auswertung nach Alterskategorien der Center zeigt, dass Shops in älteren Centern, also Center, die bis zum Jahr 2000 eröffnet wurden, aus Sicht der Mieter in der Tendenz eine deutlich bessere wirtschaftliche Performance aufweisen. Dies steht einerseits damit im Zusammenhang, dass jüngere Zentren häufig noch nicht ihre Anlaufphase beendet haben, andererseits haben es jüngere Zentren im laufend an Konkurrenzdichte gewinnenden Markt schwer, eine dominante Marktposition aufzubauen.
- Immerhin sind mit dem „EO Oberwart“ und den „Rathaus Galerien“ in Innsbruck jedoch zwei erst in den letzten Jahren auf den Markt getretene Shoppingcenter in den Top 10 des Gesamtranking zu finden. Die übrigen Plätze in den Top 10 gehen jedoch an ältere Center; darunter „Messepark“ in Dornbirn, „dez“ in Innsbruck, „Neukauf“ in Spittal und „Zimbapark“ in Bürs – die mit Eröffnung in den 1970er Jahren zu den ältesten Shoppingcentern Österreichs zählen. Durch laufende Modernisierung bzw. durch gänzlichen Neubau ist die Mehrheit der „älteren“ Objekte „up-to-date“, lediglich die ohnedies für ein Refurbishment vorgesehenen Zentren („Center West“ in Graz, „huma Einkaufspark“ in Wien) rangieren als Schlusslichter in der ältesten Einkaufszentren-Klasse.

4. Bewertung nach Standortlagen (Shopping Malls)

Vor dem Hintergrund einer zunehmend restriktiven Genehmigungssituation in Österreich liegen die Bemühungen zur Centerentwicklungen jüngst in Innenstadtlagen. Von einem eindeutigen Trend „zurück in die Innenstadt“ kann man in Österreich aber nicht sprechen. Auf Seiten der Investoren wurden dennoch frühzeitig innerstädtische Center häufig besser bewertet, da sie als risikoärmer und nachhaltiger eingestuft wurden. Die Detailauswertung nach Standortlagen im Rahmen dieser Untersuchung kommt jedoch – wie bereits im Vorjahr – zu einem diametral anderen Ergebnis: Mit \bar{x} ca. 2,34 wurde die Performance der Stores in Shoppingcentern auf der „Grünen Wiese“ von den Umfrageteilnehmern am besten bewertet. Die Center in Stadtteillage liegen mit \bar{x} ca. 2,47 etwas schlechter. Die Innenstadtstandorte erhalten mit \bar{x} ca. 2,57 zwar eine ebenfalls noch über dem Durchschnitt liegende Bewertung, fallen gegenüber den anderen Standortlagen aber nochmals zurück. Damit spiegelt die Auswertung fast exakt die Vorjahresergebnisse für alle bewerteten Center wieder („Grüne Wiese“: \bar{x} ca. 2,35; Stadtteillage: \bar{x} ca. 2,45, Innenstadtlage: \bar{x} ca. 2,61 im Jahr 2012)

Abb. 3: Durchschnittsbewertung der Shopping Malls nach der Standortlage



Fazit:

- Auch in diesem Jahr weisen „Grüne Wiese“-Standorte in Österreich nach Einschätzung der befragten Mieter im Mittel eine bessere Performance auf als Center in Stadtteillage oder in der Innenstadt; tendenziell lassen sich an autokundenorientierten Standorten also die besten Umsatzeleistungen erzielen. Selbstverständlich kommt es dabei aber auf die konkrete Marktsituation und die generelle Logik des Standortes an; ein peripherer Standort ist – ebenso wie die möglichst große Geschäftsflächenausstattung eines Centers – jedenfalls noch kein alleiniger Garant für den Erfolg eines Centers.
- Auffallend ist, dass neben den dezentralen Standorten einige Center in Stadtteillagen ein besonders hohes Potenzial aufweisen: 5 Center aus den Top 10 den Gesamtranking (das aufgrund einer Bewertungsgleichheit von 3 Centern auf Platz 9 insgesamt 11 Center enthält) befinden sich in Stadtteillage. Ein Zufall? Mitnichten, denn diese Lagen sind häufig prädestiniert dafür, dass sie einerseits perfekt das Stadtkerngebiet ansprechen können, andererseits durch ihre autokundenorientierte Lage das Hinterland noch sehr effizient erfassen können. Weder reine Innenstadtlagen noch reine Peripheriestandorte sind zu diesem „Spagat“ in der Lage.