



# **Struktur im stationären Einzelhandel in Österreich**

## **Charakteristika der Strukturentwicklung des österreichischen stationären Einzelhandels:**

### ➤ **Rückläufige Zahl an Geschäften**

Im stationären Einzelhandel in Österreich standen Ende 2008 den KonsumentInnen rd. 51.520 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.015.000 m<sup>2</sup> für Ihren Einkauf zur Verfügung. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Zahl der Geschäfte (per Saldo – neueröffnete abzüglich geschlossene) um rd. 2,2 % bzw. rd. 1.170 Geschäften verringert.

### ➤ **Hohe und steigende Konzentration**

Während 2008 hauptsächlich nicht-filialisierte Geschäfte vom Markt ausschieden, expandierten filialisierte Unternehmen weiterhin. Diese unterschiedliche Entwicklung kennzeichnet den Strukturwandel im Einzelhandel und führt zu weiterhin steigenden Konzentrationstendenzen.

### ➤ **„Abflachung“ des Verkaufsflächenwachstums**

Da Geschäfte von filialisierten Unternehmen zumeist – im Vergleich zu nicht-filialisierten Geschäften – über eine höhere Verkaufsfläche verfügen, setzte sich das Verkaufsflächenwachstum (rd. +0,2 % bzw. rd. + 25.000 m<sup>2</sup> gegenüber dem Vorjahr) im heimischen Einzelhandel trotz (per Saldo) rückläufiger Zahl an Geschäften fort. Zurückzuführen ist das Verkaufsflächenwachstum im Jahr 2008 auf den Ausbau bestehender und insbesondere auf die Neueröffnung größerer Geschäfte (bei Schließung anderer Filialen). Das Verkaufsflächenwachstum „flachte“ – wie bereits in den letzten Jahren erkennbar – ab.

### ➤ **Steigende (nominelle) Verkaufsflächenproduktivität**

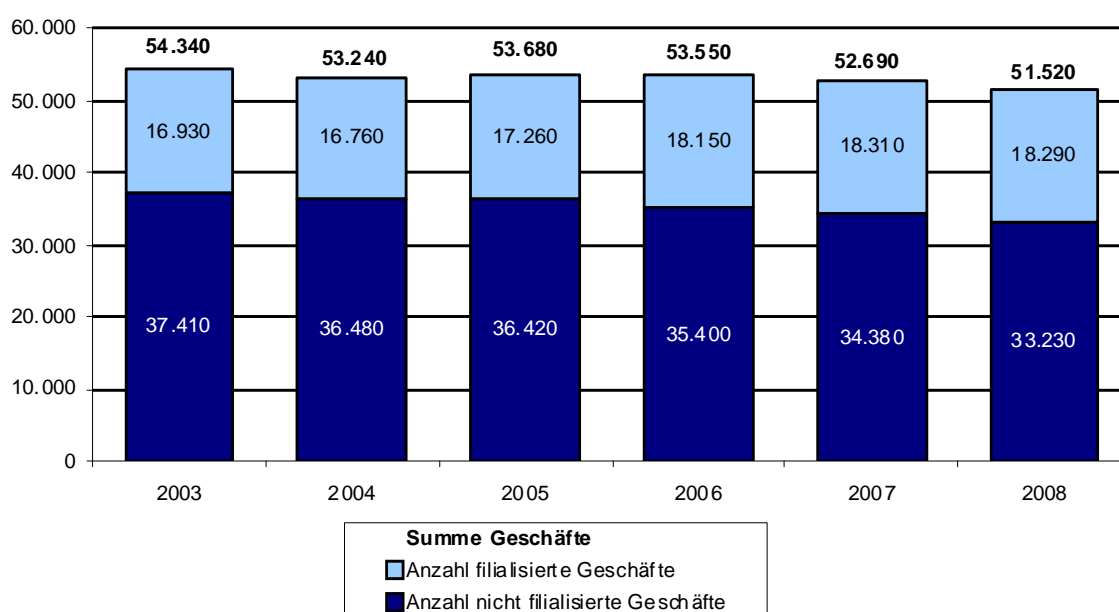
Das – im Vergleich zum Umsatzzuwachs - geringere Verkaufsflächenwachstum führte zu steigender nomineller Verkaufsflächenproduktivität (+2,0 %), die 2008 einen durchschnittlichen Brutto-Quadratmeterumsatz von rd. €3.370/m<sup>2</sup> erreichte.



<b>Zahl der Geschäfte 2008:</b>	<b>51.520 Geschäfte</b>
Veränderung gegenüber 2007:	-1.170 Geschäfte / -2,2 %
Veränderung im 5-Jahresvergleich 2003-2008 (per Saldo)	-2.820 Geschäfte / -5,2 %

Den KonsumentInnen standen Ende 2008 rd. **51.520 stationäre Einzelhandelsgeschäfte** in Österreich für Ihren Einkauf zur Verfügung. Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete die Zahl der Geschäfte (per Saldo – geschlossene abzüglich neu eröffneter Geschäfte) einen **Rückgang** um rd. **2,2 %** bzw. rd. 1.170 Geschäften.

**Grafik 1** Zahl der Geschäfte im stationären Einzelhandel, 2003 - 2008

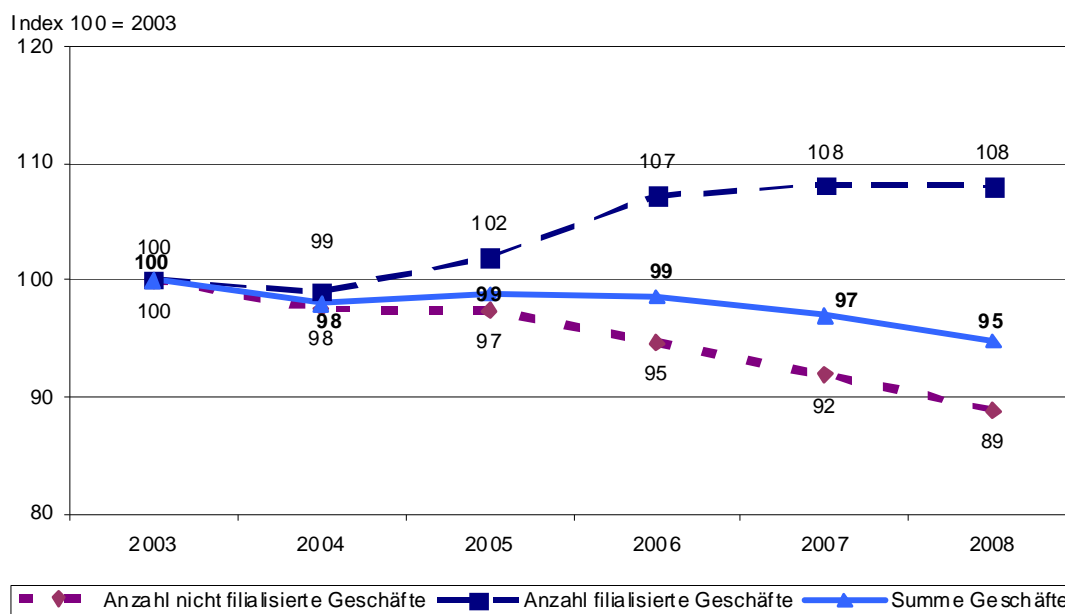


Anmerkung: gerundete Werte  
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

Die **Index-Darstellung 2003-2008** veranschaulicht die unterschiedliche Entwicklung zwischen nicht-filialisierten und filialisierten Unternehmen.

Per Saldo waren 2008 rd. 1.150 nicht-filialisierte Geschäfte (rd. -3,3 %) weniger am Markt tätig als im Vorjahr; auch die Zahl der Geschäfte von filialisierten Unternehmen sank um rd. 0,1 % bzw. rd. 20 Filialen.

Im Zeitraum 2003-2008 war die Zahl der Geschäfte bedingt durch den Strukturwandel zwar „Schwankungen“ unterworfen, die Veränderung im 5-Jahresvergleich 2003-2008 belief sich auf rd. -5,2 % (per Saldo). In anderen Worten: im Durchschnitt nahm die Zahl der stationären Geschäfte im Einzelhandel um rd. 560 pro Jahr ab.

**Grafik 2** Zahl der Geschäfte im stationären Einzelhandel, 2003 – 2008, Index = 2003

Anmerkung: gerundete Werte

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

Die höchste Anzahl an Geschäften wies im Branchenvergleich Ende 2008 der Bekleidungseinzelhandel (rd. 5.920) auf gefolgt vom Lebensmitteleinzelhandel (rd. 5.860), auf die jeweils rd. 11 % aller Geschäfte des stationären Einzelhandels entfielen. Knapp 7 % der Geschäfte konnten der Branche Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf (rd. 3.570) zugeordnet werden.

**Tabelle 1 Anzahl der Geschäften im stationären Einzelhandel nach Branchen, 2008**

<b>Einzelhandelsbranchen*</b>	<b>Anzahl der Geschäfte</b>
Bekleidungseinzelhandel	5.920
Lebensmitteleinzelhandel	5.860
Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf	3.570
Drogerien und Parfümerien	2.850
Möbeleinzelhandel	2.710
Sportartikeleinzelhandel	1.840
Elektroeinzelhandel	1.830
Schuh- und Lederwareneinzelhandel	1.810
Buch-, Zeitschriften und Bürobedarf	1.620
Uhren- und Schmuckeinzelhandel	1.610
Foto- und Optikeinzelhandel	1.460
Computer- und Softwareeinzelhandel	1.090
Spielwareneinzelhandel	370
<i>sonstige Einzelhandelsbranchen**</i>	<i>19.000</i>
<i>davon (auszugsweise):</i>	
<i>Einzelhandel mit Backwaren und Süßwaren</i>	<i>2.830</i>
<i>Einzelhandel mit Tabakwaren</i>	<i>2.430</i>
<i>Einzelhandel mit Blumen</i>	<i>1.700</i>
<i>Einzelhandel mit Fleisch, Geflügel und Wild</i>	<i>1.420</i>
<b>Einzelhandel</b>	<b>51.520</b>

Anmerkung: gerundete Werte

\* Die Branchenzuordnung erfolgt auf Basis der NACE-Systematik (NACE 2003).

\*\* Einzelhandelsbranchen nicht in obigen enthalten

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

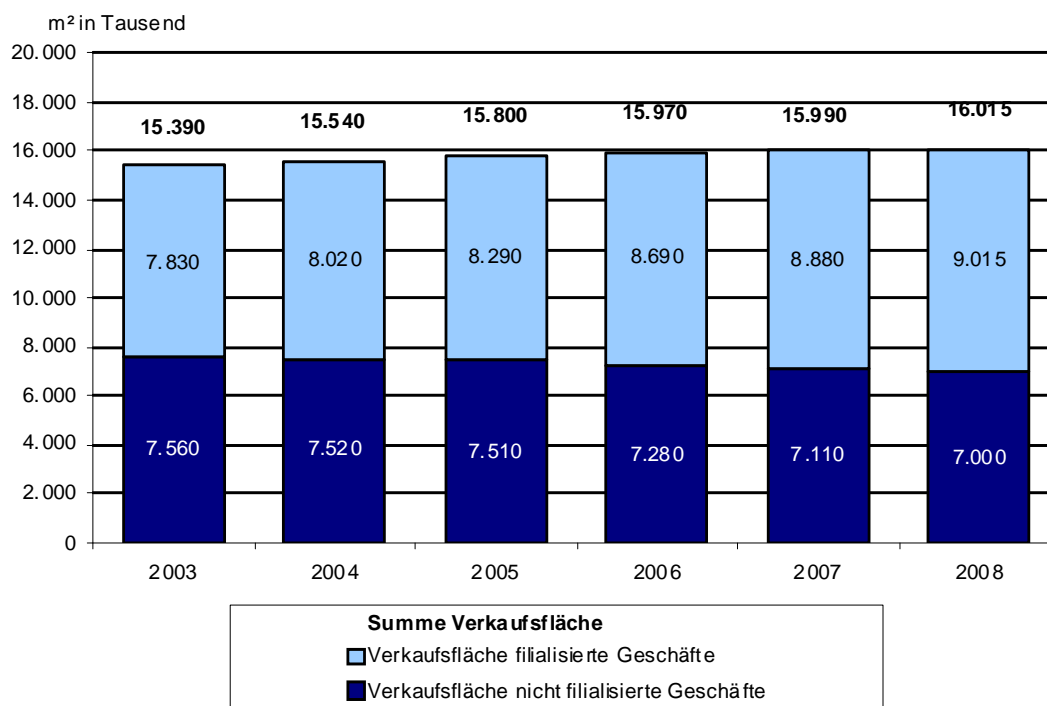


<b>Verkaufsfläche 2008:</b>	<b>16.015.000 m<sup>2</sup></b>
Veränderung gegenüber 2007:	+25.000 m <sup>2</sup> / +0,2 %
Veränderung im 5-Jahresvergleich 2003-2008 (per Saldo)	+625.000 m <sup>2</sup> / +4,1 %

Die **Verkaufsfläche** im stationären Einzelhandel in Österreich lag Ende 2008 bei rd. **16.015.000 m<sup>2</sup>**. Das ergibt rechnerisch eine durchschnittliche Verkaufsfläche von rd. 310 m<sup>2</sup> pro Geschäft. Leerstände sind hier nicht einbezogen.

Gegenüber dem Vorjahr konnte (per Saldo) ein geringer prozentueller **Anstieg** der Verkaufsfläche um rd. **+0,2 %** bzw. rd. **+25.000 m<sup>2</sup>** festgestellt werden, was auf die Expansion filialisierter Einzelhandelsunternehmen zurückzuführen ist. Im Vergleich zum Zeitraum 2003-2008 „flachte“ das Verkaufsflächenwachstum - wie bereits in den letzten Jahren erkennbar - 2008 ab. Im 5-Jahresvergleich stieg die Verkaufsfläche rein rechnerisch um rd. 0,8 % bzw. rd. 125.000 m<sup>2</sup> pro Jahr. Österreich weist hinter der Schweiz und den Niederlanden, aber noch vor Deutschland europaweit die höchste Verkaufsflächendichte (rd. 1,6 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche je EinwohnerIn) auf<sup>1</sup>.

**Grafik 3 Verkaufsfläche im stationären Einzelhandel in Tausend Quadratmeter (m<sup>2</sup>), 2003 - 2008**



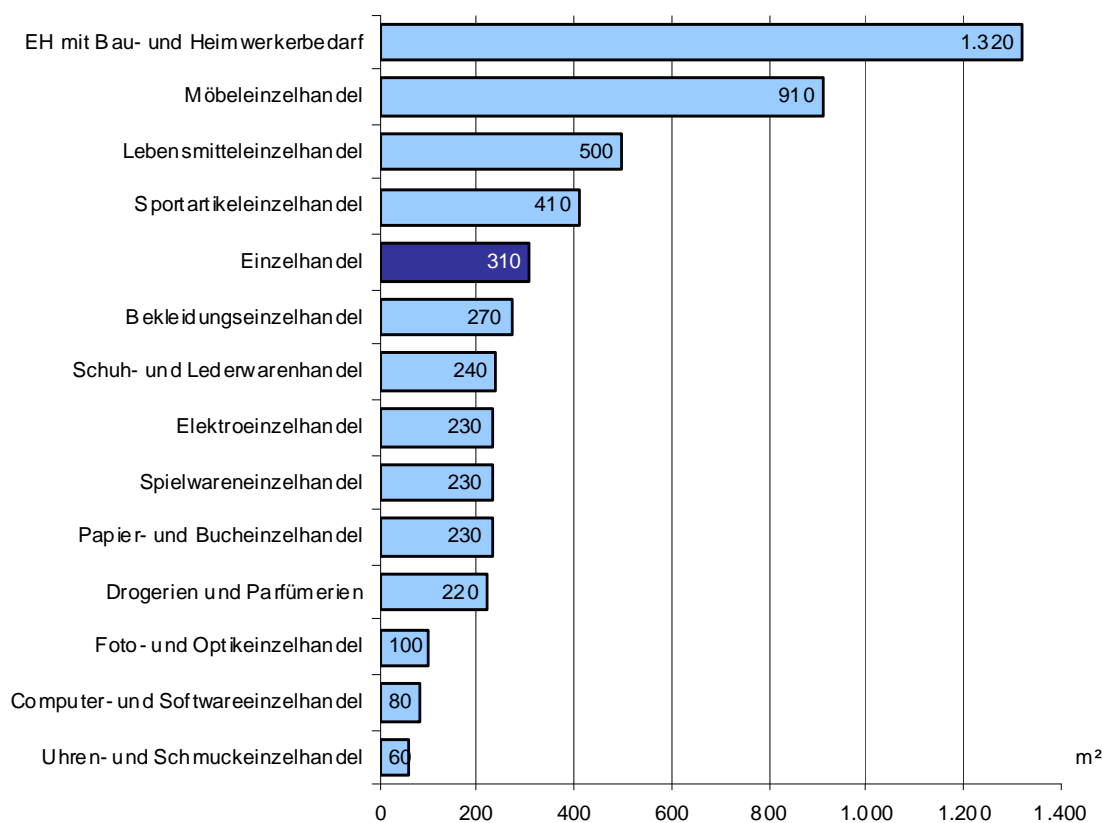
Anmerkung: gerundete Werte, Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen  
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

<sup>1</sup> Quelle: RegioPlan, Gesellschaft für Markt und Absatzforschung, KMU FORSCHUNG AUSTRIA



Differenziert nach Branchen zeigte sich auch 2008, dass der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf mit rd. 1.320 m<sup>2</sup> die höchste durchschnittliche Verkaufsfläche pro Geschäft aufwies, gefolgt vom Möbeleinzelhandel (rd. 910 m<sup>2</sup>). Auch der Lebensmittel- und der Sportartikeleinzelhandel verfügen mit rd. 500 m<sup>2</sup> bzw. rd. 410 m<sup>2</sup> pro Geschäft über eine - gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt (rd. 310 m<sup>2</sup>) - überdurchschnittliche Verkaufsflächen.

**Grafik 4 Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Geschäft im stationären Einzelhandel nach Branchen in Quadratmeter (m<sup>2</sup>), 2008**



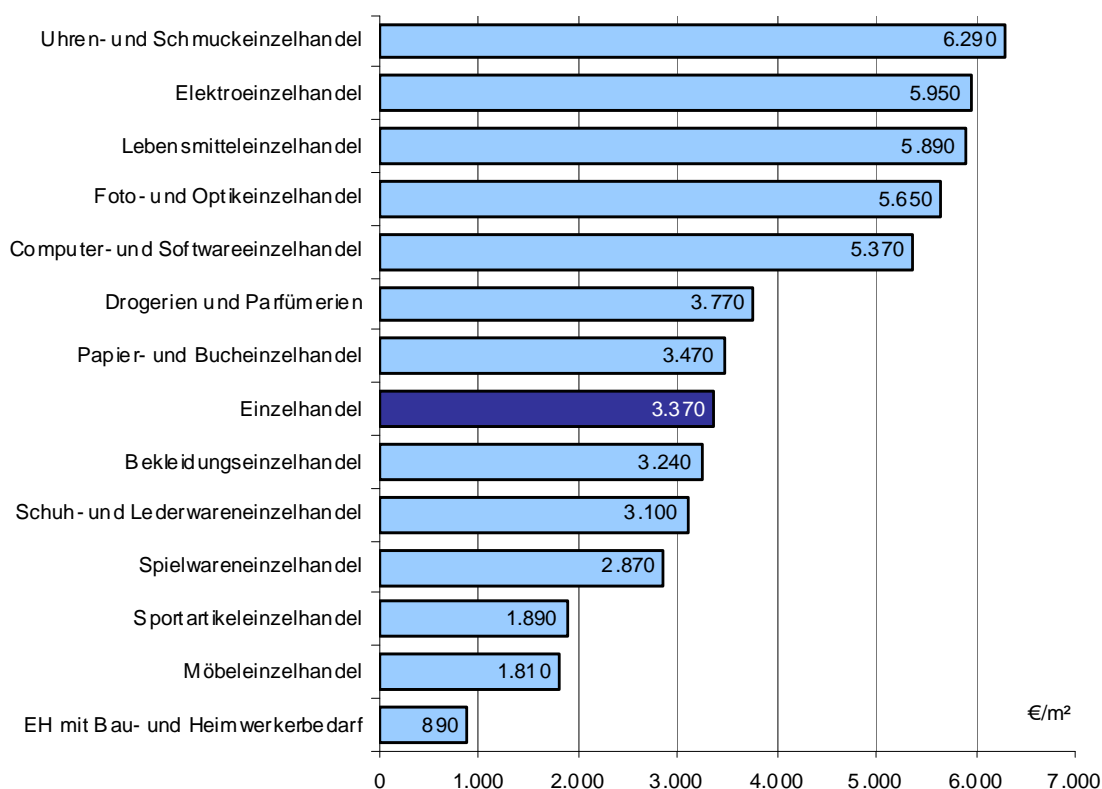
Anmerkung: gerundete Werte  
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

<b>Verkaufsflächenproduktivität 2008:</b>	<b>€3.370 /m<sup>2</sup></b>
Veränderung gegenüber 2007:	rd. €70/m <sup>2</sup> / +2,0 %
Veränderung im 5-Jahresvergleich 2003-2008 (per Saldo)	rd. €330/m <sup>2</sup> / +0,8 %

Im stationären Einzelhandel konnte 2008 ein durchschnittlicher **Brutto-Jahresumsatz** von rd. **€3.370,- pro Quadratmeter** Verkaufsfläche erzielt werden. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich ein **Anstieg** des durchschnittlichen Quadratmeterumsatzes um rd. **+2,0 %** nominell bzw. rd. **+€70/ m<sup>2</sup>**, der auf den - im Vergleich zur Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel - geringeren Anstieg der Verkaufsfläche zurückzuführen ist. Die Erhöhung der Verkaufsflächenproduktivität lag 2008 damit knapp über dem Durchschnitt des Zeitraums 2003-2008 (rd. +1,9 % nominell pro Jahr).

Zu berücksichtigen ist, dass Quadratmeterumsätze sehr stark von Branche zu Branche sowie innerhalb einer Branche von Betriebstyp zu Betriebstyp differieren. Hohe Quadratmeterumsätze erreichten 2008 wiederum der Uhren- und Schmuckeinzelhandel sowie der Elektroeinzelhandel.

**Grafik 5 Durchschnittliche Brutto-Quadratmeterumsätze im stationären Einzelhandel nach Branchen in €/m<sup>2</sup>, 2008**



Anmerkung: gerundete Werte  
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

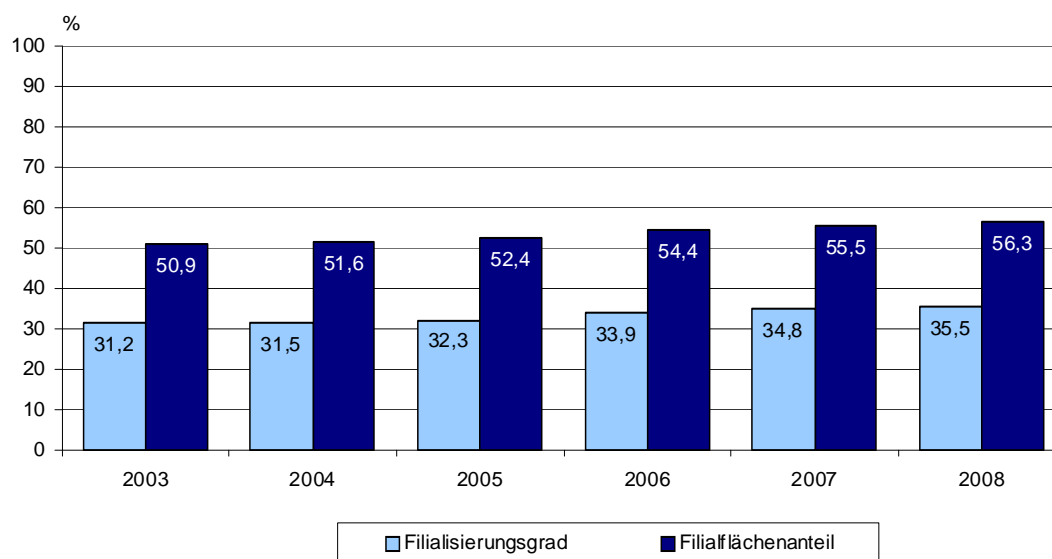


<b>Konzentration 2008:</b>	<b>Filialisierungsgrad: 35,5 %</b> <b>Verkaufsflächenanteil: 56,3 %</b>
Veränderung gegenüber Ende 2007:	Filialisierungsgrad: +0,7 %-Punkte Verkaufsflächenanteil: +0,8 %-Punkte
Veränderung im 5-Jahresvergleich 2003-2008 (per Saldo)	Filialisierungsgrad: +4,3 %-Punkte Verkaufsflächenanteil: +5,4 %-Punkte

Die unterschiedliche Entwicklung zwischen filialisierten und nicht-filialisierten Geschäften kennzeichnet den Strukturwandel im stationären Einzelhandel und bedingt **steigende Konzentrationstendenzen**, wobei sich der Wettbewerb in den letzten Jahren zusehends verschärfte. Ende 2008 erreichte der **Filialisierungsgrad** rd. **35,5 %**, der **Filialflächenanteil** stieg auf rd. **56,3 %**. D. h., dass rd. 35,5 % aller Geschäfte von filialisierten Handelsunternehmen betrieben werden, auf die rd. 56,3 % der gesamten Verkaufsfläche entfällt.

Während filialisierte Unternehmen 2008 weiterhin größere Standorte eröffneten bzw. bestehende Filialen erweiterten, schieden immer mehr nicht-filialisierte Unternehmen aus dem Markt aus. Diese unterschiedliche Entwicklung bedingt auch den Anstieg des Filialflächenanteils.

**Grafik 6** Filialisierungsgrad und Filialflächenanteil im stationären Einzelhandel in Prozent, 2003-2008



Filialisierungsgrad: Anteil der Filialen an der gesamten Zahl der Geschäfte, in Prozent

Filialflächenanteil: Anteil der Verkaufsfläche der Filialen an der gesamten Verkaufsfläche, in Prozent

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

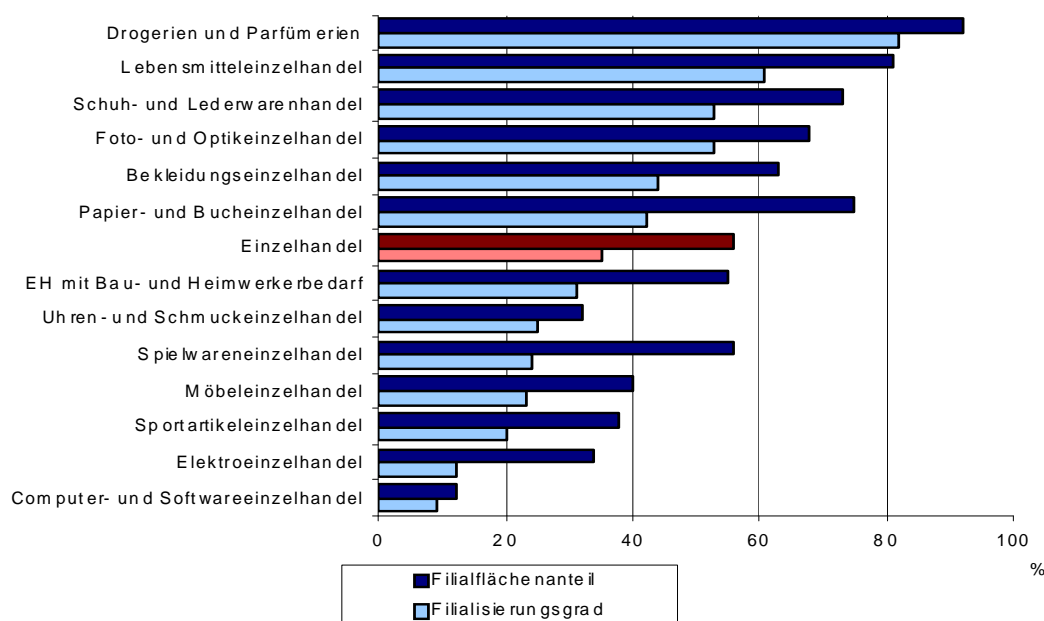
Während in einigen wenigen Branchen der Konzentrationsprozess weitgehend abgeschlossen scheint wie z. B. bei Drogerien/Parfümerien - der Branche mit dem höchsten Filialisierungsgrad von rd. 82 % -, zeigt sich in anderen Branchen wie z. B. im Lebensmitteleinzelhandel eine überdurchschnittliche Wettbewerbsintensität im beobachteten Zeitraum 2003-2008.



Überdurchschnittliche hohe Filialisierungsgrade konnten weiters insbesondere für die Branchen Lebensmittel-, Schuh- und Lederwaren- sowie Foto- und Optikeinzelhandel festgestellt werden. Hier wurden Ende 2008 mehr als die Hälfte der Geschäfte von filialisierten Unternehmen geführt. Geringe Konzentrationstendenzen zeigten sich 2008 nach wie vor im Computer- und Software- sowie im Elektroeinzelhandel.

Den höchsten Filialflächenanteil wiesen 2008 – wie auch beim Filialisierungsgrad - die Branchen Drogerien/Parfümerien sowie der Lebensmitteleinzelhandel auf. Am unteren Ende der Skala finden sich neben dem Computer- und dem Softwareeinzelhandel sowie dem Elektro- auch der Uhren- und Schmuckeinzelhandel.

**Grafik 7 Filialisierungsgrad und Filialflächenanteil ausgewählter Branchen im stationären Einzelhandel in Prozent, 2008**



Filialisierungsgrad: Anteil der Filialen an der gesamten Zahl der Geschäfte, in Prozent

Filialflächenanteil: Anteil der Verkaufsfläche der Filialen an der gesamten Verkaufsfläche, in Prozent

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

Für Rückfragen steht Ihnen Mag. Peter Voithofer gerne zur Verfügung.  
(Tel.: 01 - 505 97 61 bzw. E-Mail: p.voithofer@kmuforschung.ac.at)

**Methodische Anmerkungen:** Die o.a. Ergebnisse der Anzahl der Geschäfte und der Verkaufsflächen basieren auf der jährlich durchgeführten **Strukturuntersuchung im Einzelhandel der KMU FORSCHUNG AUSTRIA**. Der stationäre Einzelhandel ist nach der auf europäischer Ebene gültigen Nace-Klassifizierung als Einzelhandel ohne Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen und ohne Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen und Reparatur von Gebrauchsgütern definiert (NACE 2003). Die o. a. Brutto-Jahresumsätze (inkl. MwSt.) des stationären Einzelhandels beruhen auf den Daten der Statistik Austria 2006, hochgerechnet mittels der KMU FORSCHUNG AUSTRIA-Konjunkturerhebung 2007 bzw. 2008. Quadratmeterumsätze früherer Berechnungen wurden auf Basis der aktuellen Daten von Statistik Austria revidiert. Der Filialisierungsgrad ist der Anteil der Filialen an den gesamten Geschäften. Filialisten sind Betriebe, die mindestens eine weitere Verkaufsstelle an einer von der Zentrale verschiedenen Adresse betreiben. Franchisegeber und Zentralen von Kooperationen und Verbundgruppen gelten nicht als Filialisten.

