

Gastkommentar

# So funktionieren erfolgreiche Handelsstandorte

**Wenn die Politik versucht, Einfluss auf die Wirtschaft zu nehmen, geht das meistens schief. Ein Musterbeispiel dafür passiert derzeit im Land Salzburg, sagt Berater Ludwig Ems.**

Die Salzburger Landesregierung verhindert den Ausbau erfolgreicher Einkaufszentren in der Hoffnung, kleine Geschäfte in Ortszentren von Städten und Gemeinden damit retten zu können. Das ist jedoch ein großer Irrtum.

Es beginnt bei einer verdächtigen Pauschalierung, wonach Geschäfte in Stadtzentren gut, Einkaufszentren hingegen schlecht wären, und endet in der Vorstellung, man könnte mit Verboten Einfluss auf das Konsumverhalten nehmen.

Tatsächlich gibt es nur gute und schlechte Handelsstandorte, egal ob in Form von Einkaufsstrassen oder Einkaufszentren. Jeder Handelsstandort, der den Bedarf der Kaufleute auf der einen Seite und jenen der Konsumenten auf der anderen Seite erfüllt, wird den entsprechenden Zulauf haben, jeder Standort, der dies nicht tut, wird scheitern.

## Richtig kalkulieren

Die Grundlage für Verkaufserfolg bilden immer drei Faktoren: Frequenz, Emotion und Deckungsbeitrag. Erfolgreiche Einkaufszentren und Einkaufsstrassen erfüllen genau diese Bedingungen. Mit guter Erreichbarkeit – auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln –, attraktiven Ankermietern oder notwendigen Gütern des täglichen Bedarfs schaffen sie Frequenz, mit entsprechendem Marketing und einem angenehmen Ambiente kommt gute Stimmung auf, mit sehr genau kalkulierten Mieten auch für kleine Geschäfte



Die Getreidegasse in Salzburg zählt zu den Luxusgassen Österreichs, die Shopmieten sind hoch und immer öfter nur für große Ketten leistbar.

wird das finanzielle Auskommen der Kaufleute ermöglicht. Je mehr kleinere Geschäfte eingebunden sind, umso wichtiger ist es, gemeinsam zu werben und mit einheitlichen Öffnungszeiten ein berechenbares Angebot zu schaffen.

## Schlecht für Konsumenten

Würden Handelsstandorte in den Zentren von Gemeinden und Städten nach dem gleichen Prinzip vorgehen, könnten sie den Einkaufszentren leicht Paroli bieten. Dieselben Politiker allerdings, die mit ihren regulierenden Maßnahmen den Ortszentren und Einkaufsstrassen helfen wollen, sorgen gleichzeitig dafür, dass es für Konsumenten immer schwieriger wird, tatsächlich auch dort einzukaufen.

Das beginnt bei Zufahrtsbeschränkungen und endet bei fehlenden Parkmöglichkeiten. Damit nicht genug: Schafft es ein Stadtzentrum oder eine innerstädtische Einkaufsstrasse tatsächlich, für Konsumenten attraktiv zu werden, gehen die Shopmieten in die Höhe und

sind wieder nur für die großen Ketten leistbar. Die Kärntner Straße in Wien oder die Umgebung der Getreidegasse in der Stadt Salzburg sind Beispiele dafür.

Den „bösen“ Einkaufszentren die Schuld am Niedergang von Stadtzentren in die Schuhe zu schieben, ist daher billig. Eine differenziertere Betrachtungsweise wäre hier vonnöten.

Mit politischen Entscheidungen wie in Salzburg wird man die Konsumenten nicht in die Ortszentren locken, sondern im Gegenteil in den Onlinehandel mit der Wertschöpfung im Ausland oder in die benachbarten Bundesländer bzw. Länder vertreiben.



DR. LUDWIG EMS  
Geschäftsführender  
Gesellschafter der EMS  
Beratungs- und  
Beteiligungs-GmbH