

Pressemitteilung

05. März 2025

RegioData Research GmbH
Amela Salihovic, M.A.

Theobaldgasse 8 | 1060 Wien
+43 1 585 76 27-50
a.salihovic@regiodata.eu
www.regiodata.eu

Handelsstandorte 2025: Konsolidierung mit vereinzelt Lichtblicken

Die jährliche Expansionsanalyse von RegioData Research zeigt: Die Filialnetze wachsen kaum noch, stattdessen dominieren Rückzug und Konsolidierung. Von den 732 untersuchten Vertriebslinien aus 24 Branchen treten viele auf die Bremse. Aber es gibt durchaus auch expansionsfreudige Unternehmen. Der Onlinehandel und Non-Food-Diskonter verdrängen spezialisierte Händler – mit spürbaren Folgen für die Handelslandschaft.

Gastronomie bleibt Wachstumstreiber – jedoch verhaltener

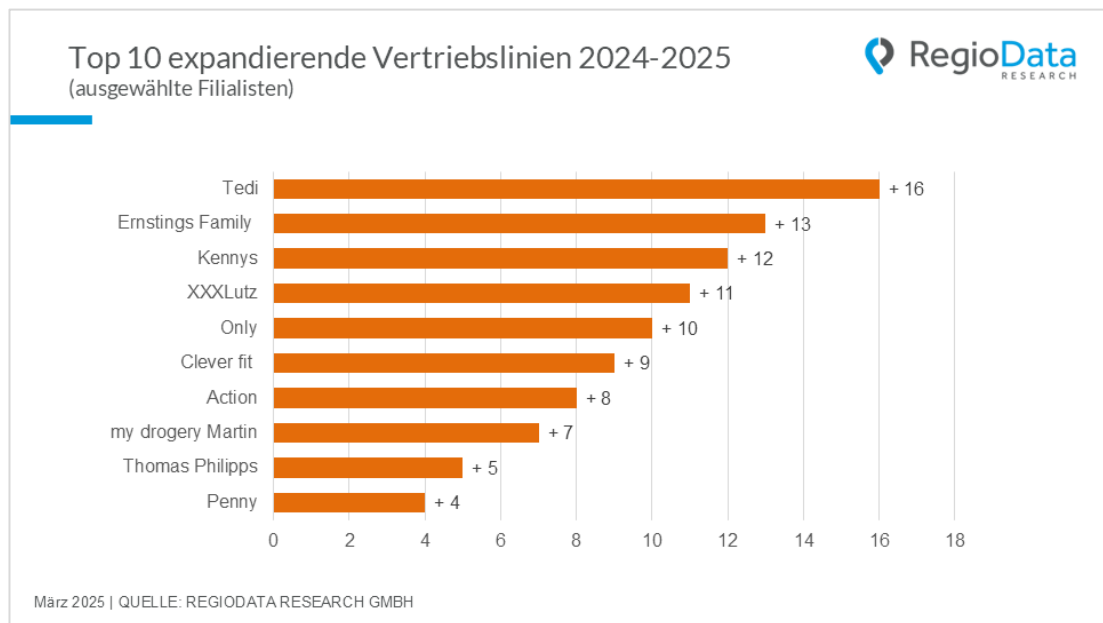
Auch in diesem Jahr bleibt die Gastronomie eine der wenigen Branchen mit klaren Expansionsbestrebungen, wenn auch nicht mehr so dynamisch wie in den vergangenen Jahren. Besonders kleinere und trendige Konzepte wie "Kenny's" (+ 150 % seit dem letzten Jahr) und "Kaiser's" treiben das Wachstum voran – Letzteres hat für 2025 fünf neue Standorte in Planung. Auch internationale Fast-Food-Ketten verzeichnen derzeit starke Wachstumsraten: KFC expandiert mit einem Plus von 73 % gegenüber dem Vorjahr, gefolgt von Noodle King (+27 %) und Dunkin' Donuts (+24 %).

Gleichzeitig zeigt sich aber auch eine deutliche Konsolidierung, denn nicht überall läuft es gut: "Segafredo" zieht sich aus vielen Standorten zurück, "Nordsee" reduziert um 40 %, und auch Subway folgt dem Filialschließungstrend. Die Branche sortiert sich neu – mit klarem Fokus auf lukrative Standorte und zeitgemäße Konzepte

Lebensmittelhandel erstmals von Filialrückgängen betroffen

Auch der Lebensmittelhandel zeigt sich heuer betroffen und setzt zunehmend auf Standortoptimierungen. Unimarkt hat knapp 20 Filialen geschlossen, Nah & Frisch folgt mit

ähnlichen Rückgängen. Die Billa-Gruppe reduzierte ihr Standortnetz um 24 Filialen – einzig Penny expandiert leicht. Die Strategie ist klar: Statt flächendeckender Präsenz setzen Lebensmittelhändler zunehmend auf profitablere Standorte und optimieren ihre Filialkonzepte für veränderte Marktbedingungen.



Zunehmende Schließungen auch in stabil geglaubten Branchen

Lange galten Bäckereien als expansiv, doch nun setzt eine schleichende Erosion ein: Backwerk hat ein Drittel seiner Filialen geschlossen, M-Preis reduziert seine Baguette-Standorte. Auch Fitnessstudios, einst eine florierende Branche, geraten ins Straucheln – Mrs. Sporty etwa zählt deutlich weniger Standorte als im Vorjahr.

Besonders hart trifft es spezialisierte Händler im Sport-, Mode- und Schmucksegment. Immer mehr Konsumenten kaufen online oder bei großen Generalisten, was für viele Fachhändler existenzbedrohend wird. Gigasport hat Filialen aufgegeben, und Zentralsport musste 2023 Insolvenz anmelden (wobei das Sanierungsverfahren inzwischen erfolgreich abgeschlossen wurde). Auch die Wäschebranche bleibt unter Druck: Nach der Palmers-Insolvenz schrumpfen nun auch Calzedonia und Intimissimi ihr Filialnetz.

Der Onlinehandel verstärkt den Druck auf den stationären Handel. Plattformen wie Temu locken mit riesiger Produktvielfalt – Wäsche, Sportartikel oder Schmuck sind längst per Klick verfügbar. Der Schmuckhändler „Bijou Brigitte“ reagiert darauf mit der Schließung von etwa 30 Filialen. Die Verschiebung hin zum digitalen Shopping setzt spezialisierte Einzelhändler zunehmend unter Zugzwang.

Diskonter verzeichnen erste Bremsspuren

Nach Jahren rasanter Expansion kommt es bei den führenden Non-Food-Diskontern – Action, Tedi, Kik, NKD und Takko – erstmals zu einer Atempause. Seit 2019 wuchs ihr Filialnetz um ein Drittel, doch nun stagniert das Wachstum insgesamt. Die Zahl der Standorte bleibt nahezu konstant. Einzig Tedi setzt mit 16 neuen Filialen weiterhin auf Expansion, gefolgt von Action mit +8. Auch Thomas Phillips baut sein Filialnetz leicht aus.

Neue Standorte: Strategische Anpassung statt unkontrollierter Expansion

Trotz der vielerorts rückläufigen Entwicklung gibt es auch Zeichen der Anpassung und Innovation. Mono-Brand-Stores setzen verstärkt auf Einkaufszentren, während Lebensmittelhändler ihre Filialstrategien optimieren. Pop-up-Stores und Auto-Showrooms wie jene von "Polestar" und "Cupra" nutzen Leerstände kreativ. Besonders in Wien zeigt der riesige Flagship-Store von "Silhouette", dass innerstädtische Standorte weiterhin attraktiv sind.

Ein auffälliges Merkmal der aktuellen Neueröffnungen ist die bevorzugte Verkaufsfläche von 101-200 m², während gleichzeitig Nischenangebote für spezifische Zielgruppen zunehmend an Relevanz gewinnen. Diese Entwicklungen unterstreichen einmal mehr die dringende Notwendigkeit für den Handel, sich an veränderte Konsumgewohnheiten anzupassen und Leerstände kreativ zu füllen.

Fazit

Die Handelslandschaft in Österreich bleibt in Bewegung: Während einige wenige Bereiche wie die Gastronomie und spezifische Einzelhandelssegmente expandieren, zeigt sich bei großen Franchise-Systemen und Diskontern eine Konsolidierung. Neue Trends wie Mono-Brands, Pop-up-Stores und die Verlagerung in innerstädtische Lagen prägen die Zukunft des Handels.

Zur Studie

Die jährlich publizierte RegioData Studie "**Wer expandiert in Österreich?**" gibt einen detaillierten Überblick über filialisierte Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen (inkl. Franchisesystemen und Marketing-/Vertriebskooperationen) sowie deren Vertriebslinien, die in der Vergangenheit expandiert hatten und möglicherweise weiter expandieren bzw. eine Standortoptimierung vornehmen wollen.

Die Studie „**Wer expandiert in Österreich? – Ausgabe 2025**“ ist für € 420,- (zzgl. 20% MwSt.) bei RegioData erhältlich. Nähere Informationen unter www.regiodata.eu.

Pressekontakt: Amela Salihovic, M.A., T +43 1 585 76 27-50, a.salihovic@regiodata.eu

RegioData Research GmbH

Die RegioData Research GmbH mit Sitz in Wien und München ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Seit mehr als 20 Jahren widmen wir uns der Recherche, Berechnung und Analyse von Daten und Strukturen in den europäischen Consumer- und Real-Estate Märkten. Wir liefern fundierte Entscheidungsgrundlagen für Unternehmen im Handel, Immobilienwesen und Finanzsektor. Aktuell, klar und sicher.