

Der Handel im digitalen Umfeld

Status, Update & Ausblick

Pressekonferenz am 26. März 2019, 09:30 Uhr

Sprecher:



Rainer Will
Geschäftsführer



Walter Wölfler
Head of Retail AT & CEE



Gerald Grill
Head of Retail

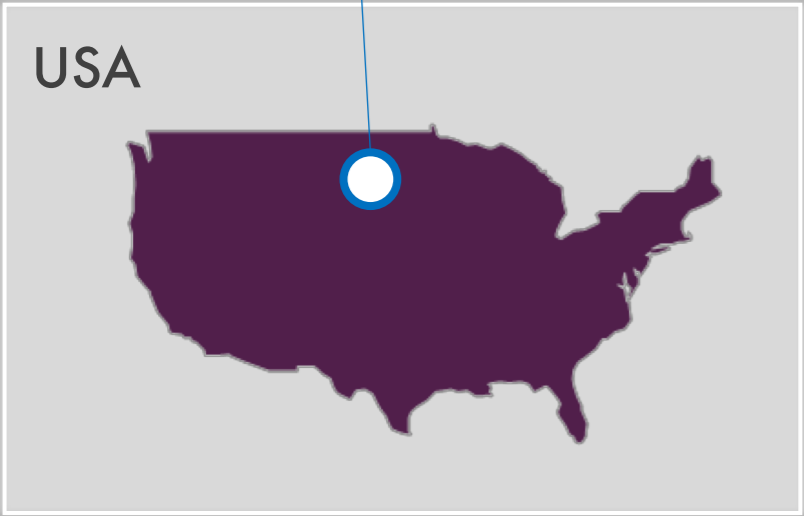
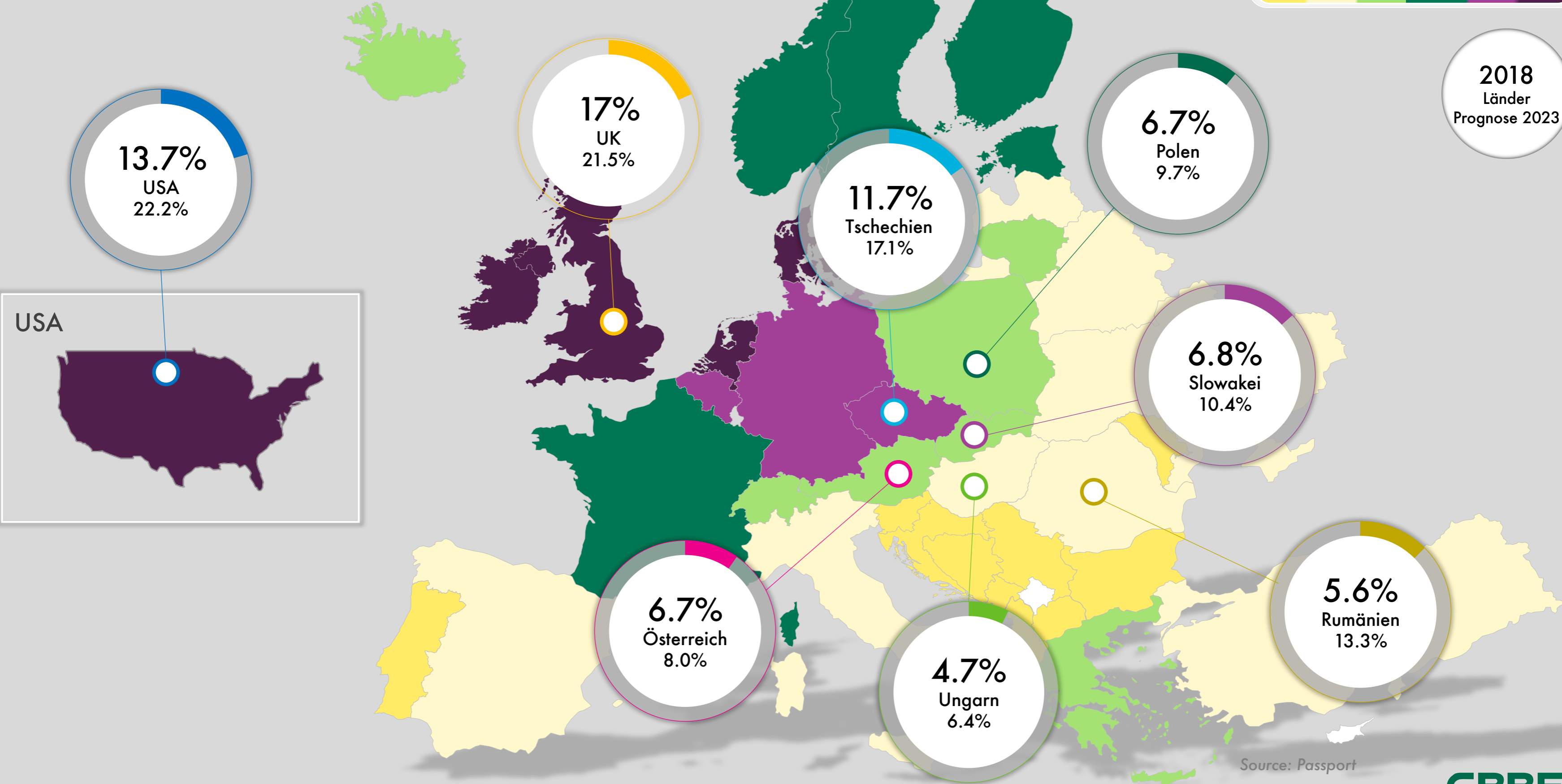


INTERNET RETAIL UMSATZANTEIL IN EMEA

Internet Retail Umsatz %



2018
Länder
Prognose 2023



Source: Passport



KOSTEN

- Hohe und steigende Lohn- und Lieferkosten
- Extrem hohe Retourenquoten



MILLENNIALS

- Digital nativ
- Wachsende Kaufkraft
- Steigender Einfluss



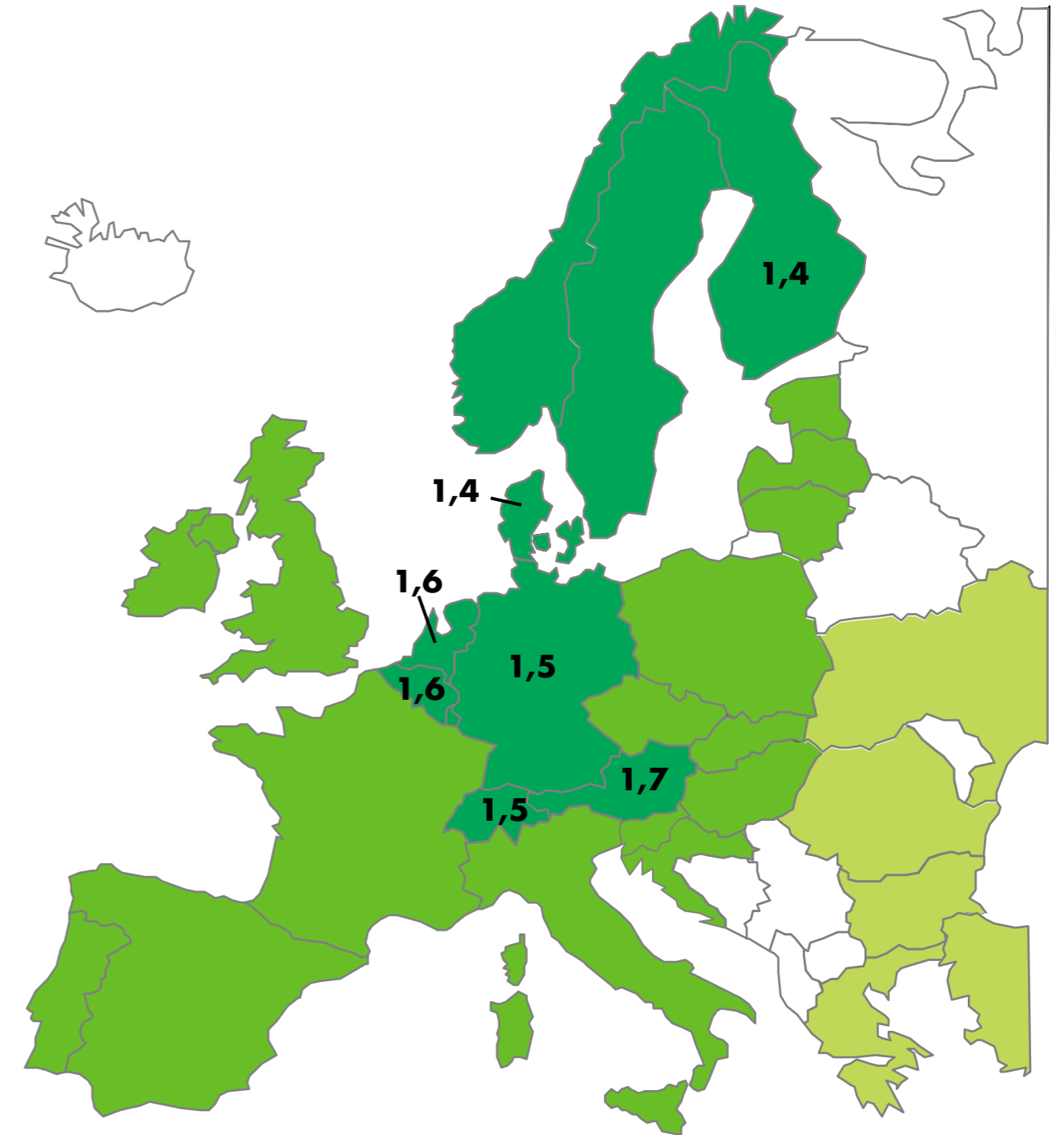
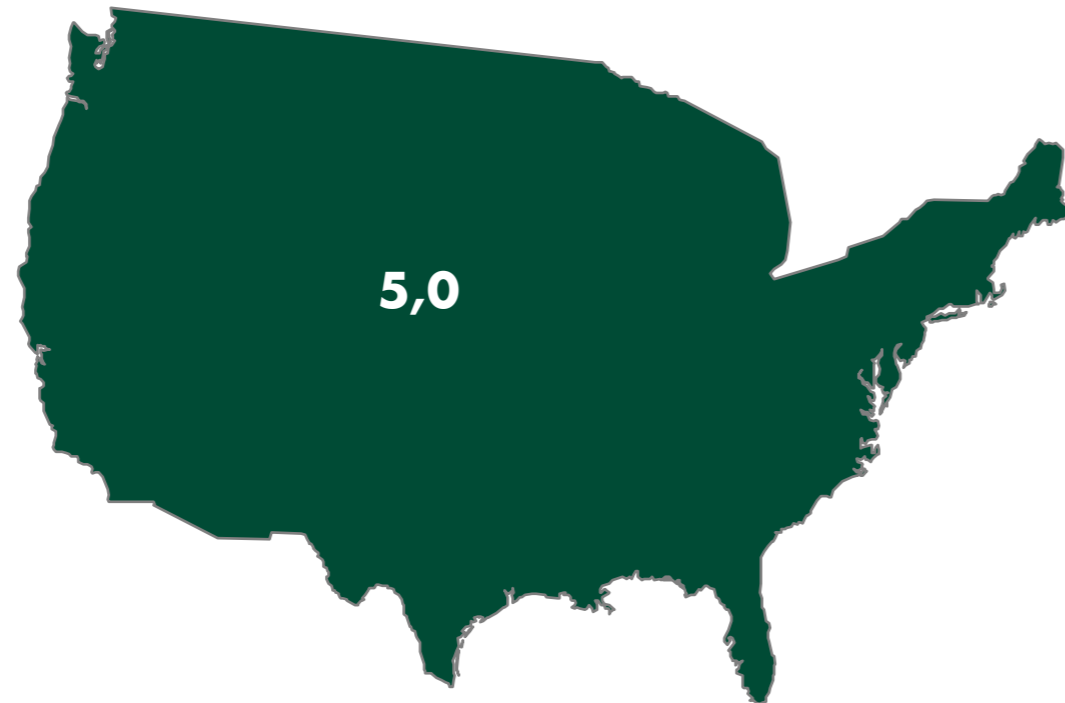
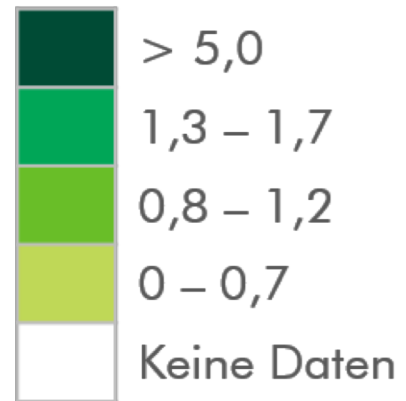
TECH PLAYERS

- Google, Amazon, etc. ermöglichen das Wachstum des E-Commerce in bestehenden und neuen Warengruppen

RETAIL BESTAND: USA VS. EUROPA

DEUTLICH HÖHERE VERKAUFSFLÄCHE PRO EW IN DEN USA

VERKAUFSFLÄCHE PRO EINWOHNER



EKZ/FMZ MARKET SHARE

Anzahl Shopping Center & FMZ
GLA (m²)
Marktanteil

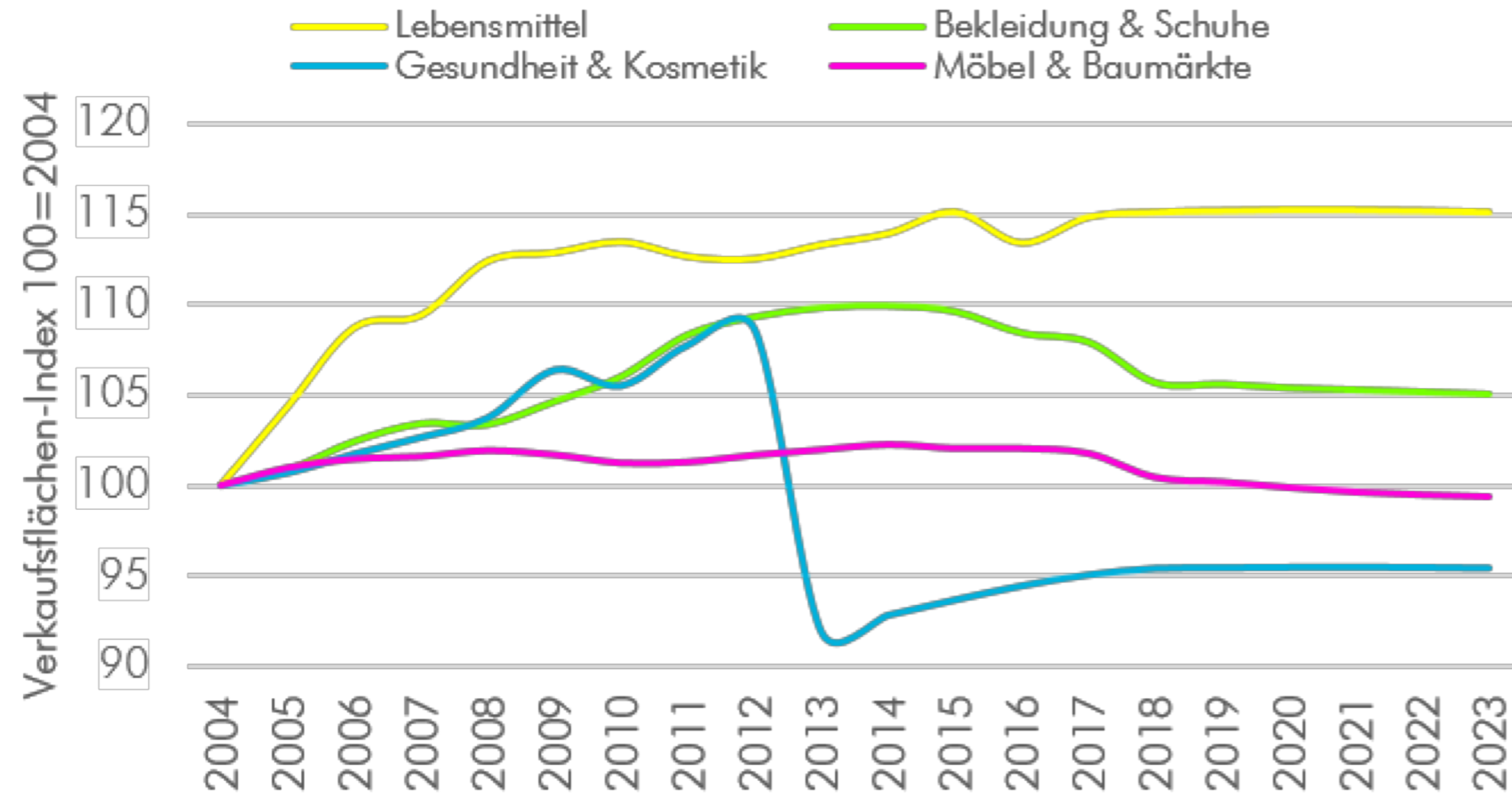
USA

116.000
762 Mio.
76%

ÖSTERREICH

222
3,8 Mio.
28%

Entwicklung der Verkaufsfläche



2018 year-end

Online-Anteil	6,7%
Einzelhandelsumsatz, real, EUR p. Kopf	6.360
Flächenproduktivität, EUR/m ²	3.790

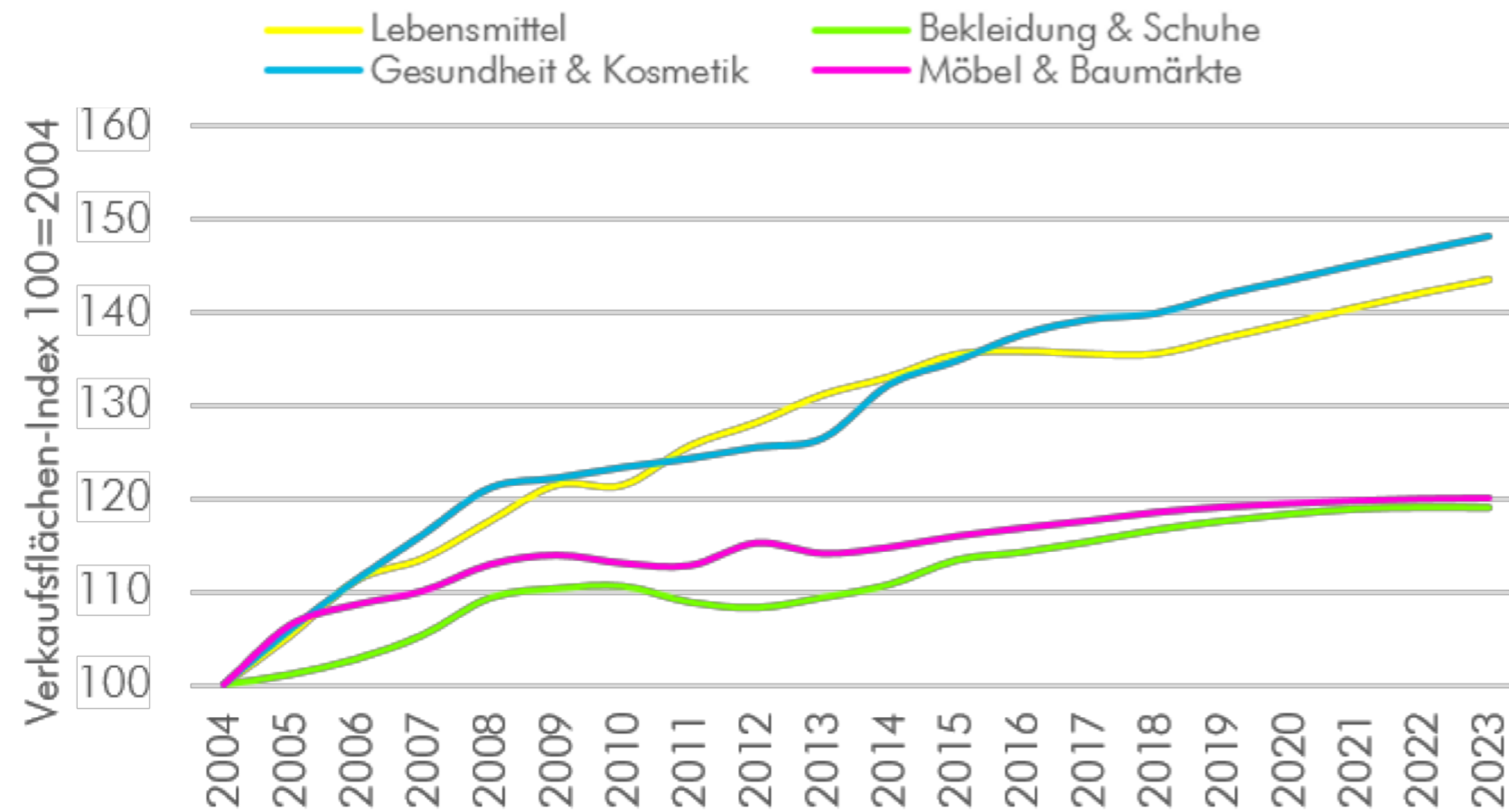
Wachstum 2018-2023

Einkommen, verfügbar, real, EUR	5,0%
Bevölkerungswachstum	2,6%

Hauptindikatoren Wachstum 2018-2023

	Umsatz	Fläche	Online Umsatz
Lebensmittel	0,0%	0,0%	118%
Bekleidung	-7,5%	-0,6%	34%
Kosmetik	0,0%	0,1%	19%
Möbel & DIY	-4,4%	-1,0%	29%

Entwicklung der Verkaufsfläche



2018 year-end

Online-Anteil	5,4%
Einzelhandelsumsatz, real, EUR p. Kopf	3.190
Flächenproduktivität, EUR/m ²	2.520

Wachstum 2018-2023

Einkommen, verfügbar, real, EUR	14,3%
Bevölkerungswachstum	-1,0%

Hauptindikatoren Wachstum 2018-2023

	Umsatz	Fläche	Online Umsatz
Lebensmittel	12,6%	5,9%	61%
Bekleidung	9,7%	2,0%	178%
Kosmetik	14,2%	5,9%	24%
Möbel & DIY	12,3%	1,3%	46%

DISKONT & CONVENIENCE



EINKAUFSERLEBNIS



OMNI CHANNEL



Source: CBRE



IMMOFINANZ: Dezentrale Shopping-Formate

Einzelhandelsportfolio im Überblick



80 STOP SHOP's \leftrightarrow ~880.000 m² GLA



10 VIVO's  9 Länder

Starke Präsenz in neun Ländern sowie Positionierung als führender Retail Park Betreiber in Europa



STOP SHOP und VIVO! – Erfolg mit dezentralen Konzepten

IMMOFINANZ



STOP SHOP – 80 STANDORTE IN NEUN LÄNDERN

- Sympathischer Nahversorger
- Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis
- Verkehrstechnisch gute Lage
- Preisbewusste „Smart Shopper“



VIVO! – 10 STANDORTE IN VIER LÄNDERN

- Shopping-Erlebnis für die gesamte Familie
- Starke Ankermieter und attraktiver Branchenmix
- Breites Entertainment-Angebot

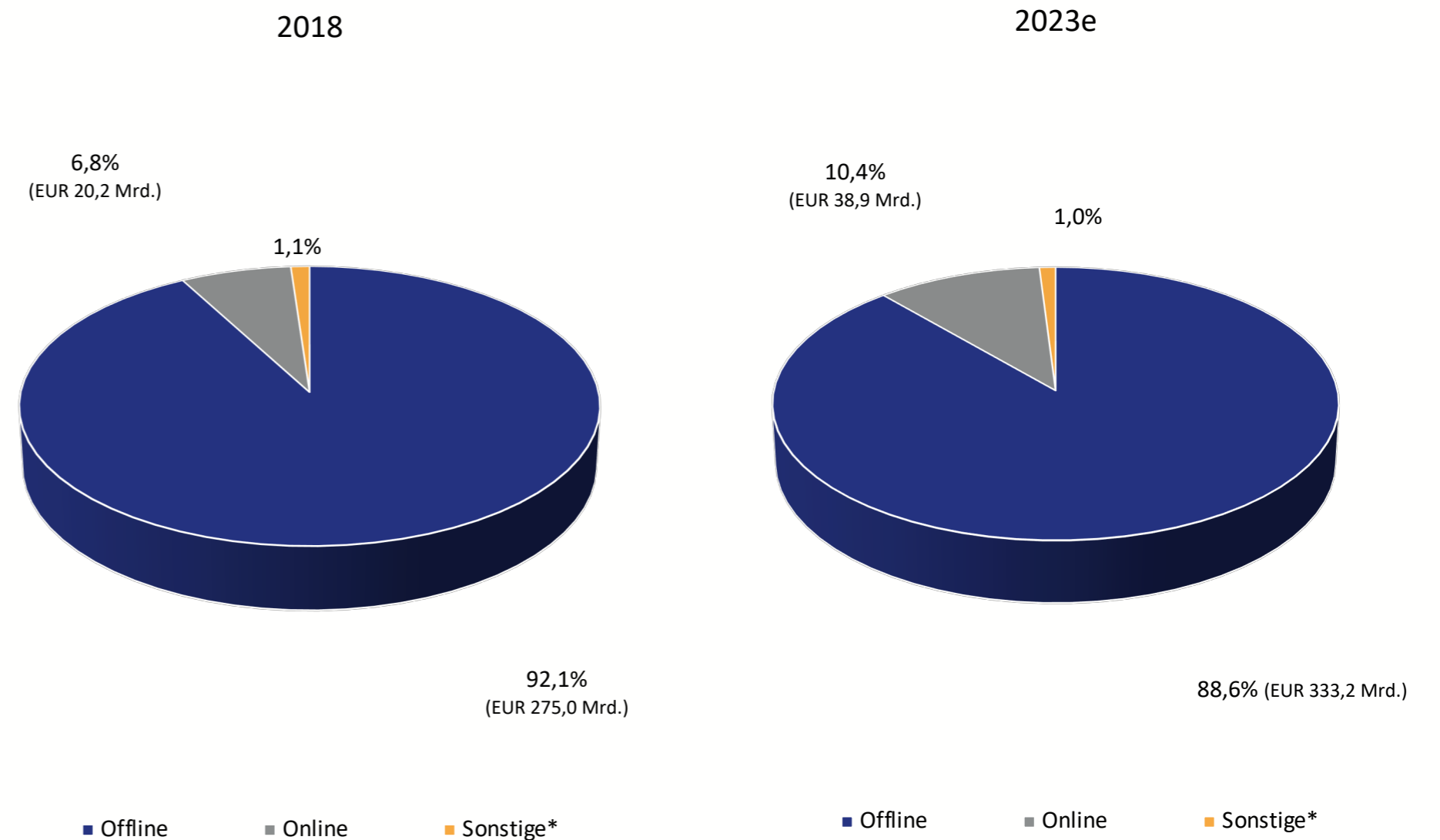


Überblick über die Entwicklung der gesamten Handelsumsätze in den IMMOFINANZ-Kernländern

Umsatzentwicklung Gesamtmarkt 2018:

+4,8% auf EUR 298,6 Mrd.

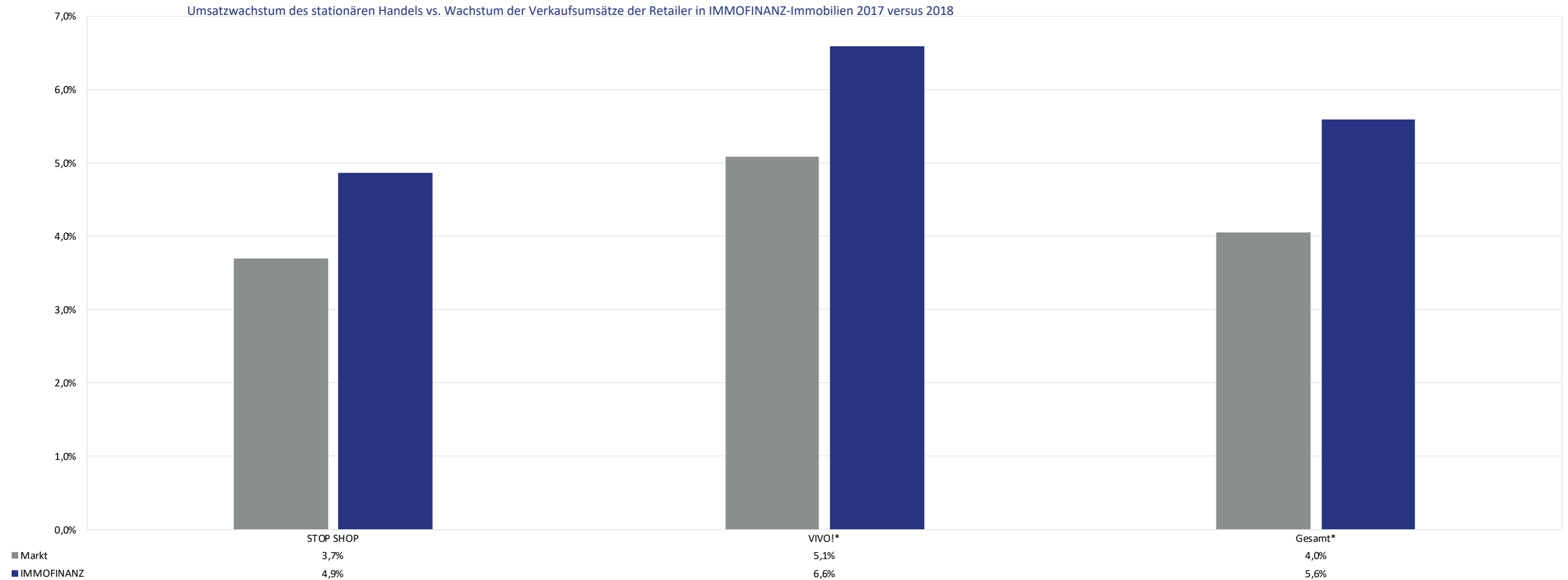
Entwicklung Stationär & Online



Quelle: CBRE/Euromonitor

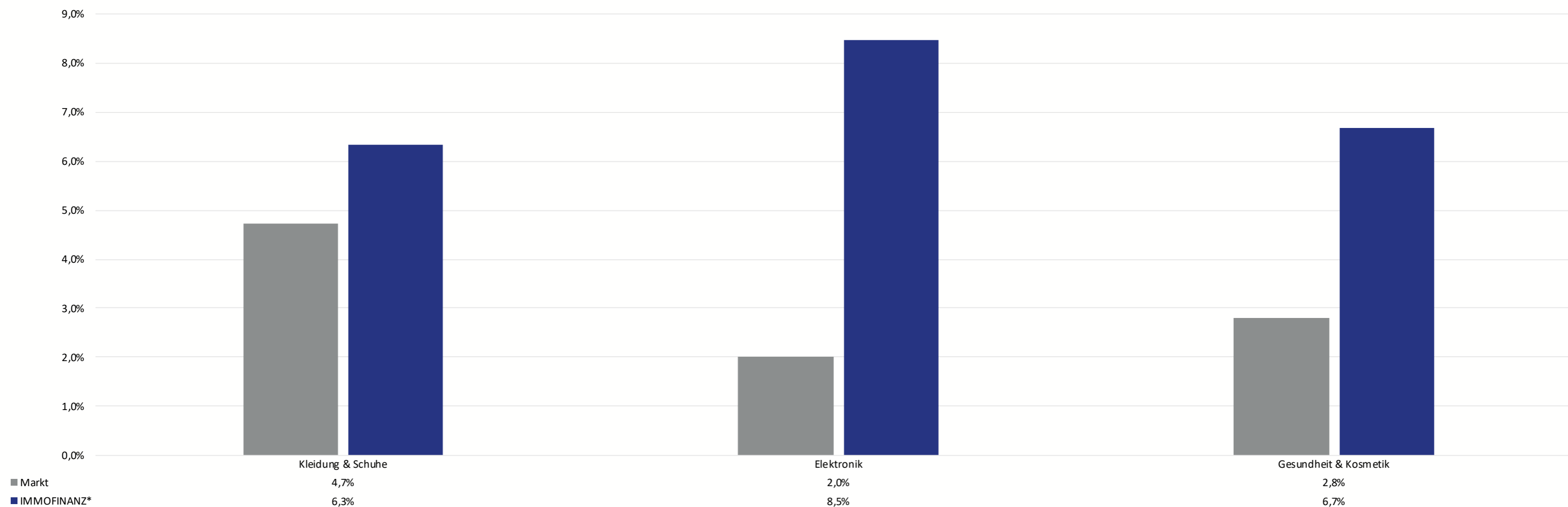
* Gemäss CBRE Markt-Report: Daten für "Online" umfassen nur den reinen Online-Einzelhandel. Der gesamte Einzelhandelsumsatz umfasst hingegen auch andere Formen des nicht stationären Einzelhandels (Sonstige)

IMMOFINANZ-Retail-Formate performen bis zu rund 40% über Markt

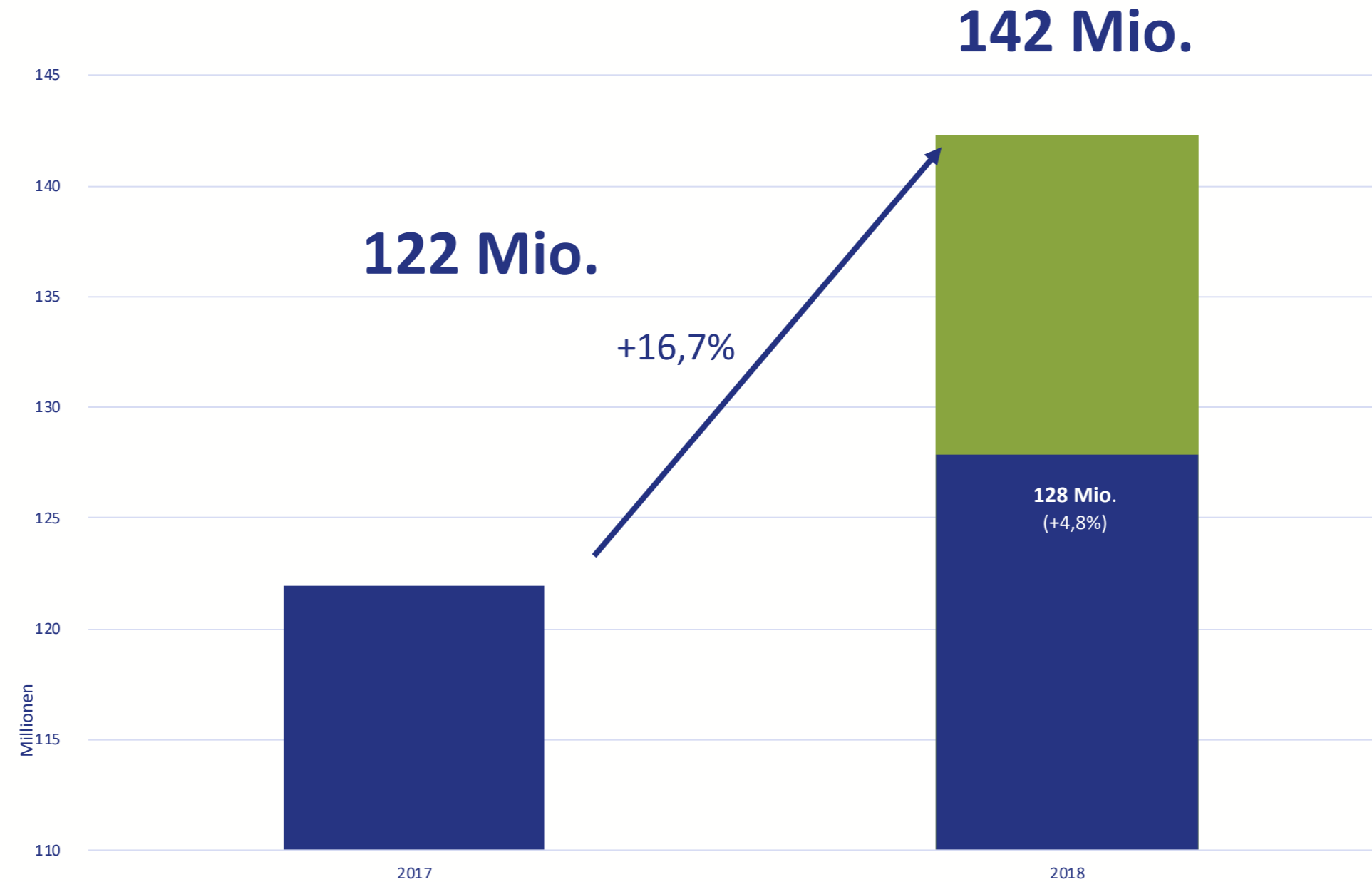


Ausgewählte Branchen mit deutlichen Zuwächsen

Umsatzwachstum des stationären Handels vs. Wachstum der Verkaufsumsätze der Retailer in den IMMOFINANZ-Immobilien in ausgewählten Branchen 2017 vs. 2018



Besucherzahl deutlich auf rund 142 Millionen gestiegen



Mehr als 142 Millionen Kunden frequentierten die STOP SHOP-Retail Parks und die VIVO!-Einkaufszentren im Jahr 2018. Auf like-for-like Basis, also bereinigt um Zu- und Verkäufe sowie Fertigstellungen, ergibt sich ein Zuwachs von 4,8% auf rund 128 Mio. Gäste.

Unsere Formate funktionieren, weil Fokus auf...

- > kleinere und mittelgroße Städte in Zentral- und Osteuropa
- > Convenience- und Discount-Produkte
- > schnelle Erreichbarkeit „vor der Haustüre“
- > Socializing und Entertainment („Treffpunkt Dorfplatz“)
- > Präsenz auf der "letzten Meile" zum Kunden



Interpretation & Ausblick

Hausaufgaben für den Handel und die Politik

"Digital Shift" wirkt sich auf Flächenanforderungen aus...





Fazit

E-Commerce & M-Commerce: wachsen weiter

V-Commerce: ist auf dem Vormarsch

Customer Centricity: der Kunde steht immer im Fokus

Connected Commerce: Trennung der Kanäle ist obsolet

Automation: was automatisiert werden kann, wird automatisiert

Gamification: Erlebnisshopping auf der Fläche

Smart Stores: stationäre Läden werden digital aufgeladen

War for Talents: gute Mitarbeiter sind immer gefragt

Politische Empfehlungen

Modernisierung der österreichischen Raumordnung, um idealtypische Retail-Standorte zu ermöglichen

Abschaffung der Mietvertragsgebühr für eine Entlastung junger, arbeitsplatzschaffender Unternehmen

Lösung der Ablösethematik, welche sich kleinere Händler nicht mehr leisten können

Ausweitung von Tourismuszonen auch auf Wien

Abgestimmte Ladenöffnungszeiten in Einkaufsstraßen

Zeitnahe Reform des Kollektivvertrags und Vereinfachung des antiquierten Zuschlagswesens

Senkung der Lohnnebenkosten, um beschäftigungsintensive Handelsbetriebe zu entlasten & Personaleinsatz zu fördern

Substantielle Entbürokratisierung, um ein innovatives Handlungsumfeld für alle zu schaffen





Ent-Diskriminierung des stationären Handels & "New Digital Deal"

Hebel 1:

Versteuerung und digitale Verzollung ab dem ersten Cent

Hebel 2:

EU-weite Konditionen bei pauschaler Palettenverzollung

Hebel 3:

Online-Marktplätze bei MwSt zur Verantwortung ziehen

Hebel 4:

eCommerce-Monopole gesetzlich verhindern

Hebel 5:

Strengere Zollkontrollen, um Produktfälschungen zu bekämpfen

Hebel 6:

Plattform-Haftung für Verpackungsentpflichtung

Hebel 7:

Einführung der digitalen Betriebsstätte