

Wandel! Laut Standort+Markt geht der Kahl-schlag vor allem bei den Mode-flächen munter weiter – ihr Shop-flächenanteil sinkt kontinuierlich.

Die größten Einkaufsstraßen und Citylagen in Österreich 2018

Rang	Unternehmen	Verkaufs-fläche	Shops	A-Lage Fläche	A-Lage Shops	Leerstands-rate
1	Wien – Mariahilfer Straße	222.300	798	129.900	273	2,8%
2	Wien – City	204.500	1.412	78.800	260	2,4%
3	Graz	180.200	860	64.500	189	3,4%
4	Linz	144.100	835	81.600	326	5,1%
5	Innsbruck	115.900	743	64.800	304	3%
6	Klagenfurt	94.800	600	43.700	216	13,2%
7	Wien – Landstraßer Hauptstraße	81.600	466	53.900	258	4,1%
8	Salzburg	73.000	639	25.900	242	2,3%
9	Wien – Favoritenstraße	71.500	447	53.300	189	15,1%
10	St. Pölten	56.700	252	13.200	63	3,7%
11	Wels	49.900	331	11.000	71	2,9%
12	Villach	43.800	388	10.700	73	8,5%
13	Dornbirn	41.800	255	14.600	83	1,9%
14	Wien – Meidlinger Hauptstraße	38.800	243	25.600	152	1,7%
15	Leoben	36.000	201	25.500	115	9,8%
16	Wr. Neustadt	29.900	231	19.800	121	15%
17	Krems	27.900	232	21.500	134	8,6%
18	Bregenz	26.400	269	13.400	103	4%
19	Feldkirch	25.200	228	8.800	72	5,8%
20	Steyr	24.100	196	7.500	58	6,8%
21	Baden	22.800	271	11.300	122	5,4%
22	Eisenstadt	19.700	163	13.300	90	9,5%
Gesamt		1.630.900	10.060	792.600	3.514	5,1%

Flächenangaben in Quadratmeter, Quelle Standort+Markt Beratungsgesellschaft, Baden; S+M Dokumentation City Retail Österreich, Edition 2018/2019



© Wels Marketing & Touristik

Peter Jungreithmair
Wels Marketing & Touristik

„Mit dem Wirtschaftsservice Wels konnten wir die Aktivitäten für den Standort Wels zielgerichtet auf die Bedürfnisse der Betriebe und der Interessenten ausrichten. Der Stadt Wels, der WKO, dem Biz-Up, der WBA, der WMT und vor allem dem starken Unternehmertum ist es zu verdanken, dass Wels bei den Leerständen mit einem Vermietungsgrad von 97,1% in der Welser Innenstadt angekommen ist und im Vergleich der 18 größten Städte Österreichs mit 2,9% Leerstandsquote auf den dritten Rang vorrückt. Der Ansatz und die Erfolge des WSW zeigen, dass es in den Regionen außerhalb von Weltmetropolen immer wichtiger wird, sich im Standortwettbewerb, der Betriebsansiedelung und im Standortmarketing auch auf öffentlicher Ebene professionell auseinanderzusetzen. Wels hat es hierbei geschafft, ohne neue Strukturen aufzublähen, eine optimale Plattform der Kooperation zu etablieren. Der strategisch gesamtheitliche Ansatz der Neupositionierung der Stadt Wels mit der gemeinsamen Markenstrategie und den daraus beschlossenen Maßnahmen brachten eine deutliche Steigerung der Attraktivität in die Innenstadt zurück.“



© Rahmannovic/cityfoto

Hannes Lindner
Geschäftsführer Standort+Markt

„Bereits zum sechsten Mal wurde das jährliche S+M City-Research durchgeführt. Durch die Shop-genauere Analyse der 22 größten innerstädtischen Geschäftsbereiche mit insgesamt 72,5 km Geschäftsstraßenlänge und 10.060 Shops auf 1,63 Mio m² Verkaufsfläche können nun leichter gemeinsame Problemfelder der österreichischen Cities identifiziert werden. Der zu beobachtende Kahl-schlag bei den Modeflächen geht munter weiter: Lag der Shopflächenanteil im Modehandel Ende 2013 noch bei 33,8%, ist er jährlich um durchschnittlich 2,3% auf derzeit nur mehr 31,5% gefallen. Spannend ist auch, dass sich die Gesamtheit der City-Shopflächen des 22 Innenstadtbereiche umfassenden Samples erstmals seit Beginn der Erhebungen geringfügig (-0,3 %) reduziert hat – der Shopflächen-Markt schrumpft bzw. trennt sich von nicht vermietbaren Flächen. Die Leerstandsquote ist in den ‚großen Cities‘ weniger angespannt (5,1%) als im neu aufgelegten Kleinstädtesample – der Durchschnittswert von 16,8% ist ein Hilfschrei.“