

Coronakrise und E-Commerce setzen dem Handel zu. Damit Österreichs Innenstädte nicht veröden, sind kreative Konzepte gefragt.

LEADER

standpunkte

Nach nicht einmal acht Jahren ist Schluss: Der polnische Schuhhändler CCC will sich aus Österreich zurückziehen und wird laut Medienberichten seine 50 Filialen im Land schließen. Ist das der Auftakt zum befürchteten Händlersterben? Noch sind die Folgen der Coronakrise und des gesteigerten Interesses der Konsumenten am Onlineshopping – wozu wiederum die Krise beigetragen hat – in Österreichs Einkaufsstrassen nicht wirklich spürbar. Das zeigen die jüngsten Untersuchungen der Geschäftsflächen: Laut dem City Retail Health Check des Beratungsunternehmens Standort + Markt stehen derzeit nicht mehr Geschäftsflächen leer als im Vorjahr; auch die Fluktuationsrate hat sich nicht gravierend verändert. Nur in den Innenstädten sind die Leerstände leicht gestiegen. „Die Sichtbarkeit der Coronakrise ist auf der Fläche noch nicht gegeben“, analysiert Hannes Lindner, geschäftsführender Gesellschafter von Standort + Markt. Der Corona-Effekt könnte aber mit Verzögerung zuschlagen – wenn Förderungen eingestellt werden oder Steuerschulden zu bezahlen sind. „Vor allem in Lagen für internationales Publikum sieht es düster aus“, sagt Lindner. Das sind unter anderem die Wiener City und die Salzburger Getreidegasse. Hingegen haben sich Einkaufsstrassen wie die Mariahilfer Straße gut entwickelt; sie sind nicht vom internationalen Tourismus abhängig. >

„Eine Innenstadt lebt vom Flanieren und Bummeln.“

TIMO BREHME,
CSMM



PROFIL



„Kaufkraft wird aus dem Markt gezogen.“

HANNES LINDNER,
Standort + Markt

Coronakrise und E-Commerce – den Handel trifft es derzeit gleich zweifach. „Das ist eine doppelte Ohrfeige für die Händler“, konstatiert Lindner. Und wer genauer hinsieht, bemerkt die Probleme für den Handel: So gibt es abseits der bekannten Lagen etliche Problemzonen. Das sind einerseits Kleinstädte wie Krems in Niederösterreich (Leerstandsquote derzeit knapp 20 Prozent), andererseits B-Lagen in Großstädten wie die Reinprechtsdorfer Straße in Wien – die ehemals gar nicht unpopuläre Geschäftsstraße wird heute von Anrainern als „graue Meile“ bezeichnet. Tatsächlich ist die Zahl der zugeklebten Schaufenster in den vergangenen Jahren rasant gestiegen; der Verfall geschah sukzessive. Wegen des Baus der U-Bahn wird die Straße derzeit neu gestaltet und soll damit für Bewohner und Einkäufer wieder attraktiver werden.

Aber ist es überhaupt möglich, Standorte für den Handel zu retten? Die Konsumenten haben schließlich längst Gefallen gefunden am Einkaufen über das Internet. „Durch starken E-Commerce wird zweifellos Kaufkraft aus dem Markt gezogen“, sagt Hannes Lindner. Das bedeutet: Der Konsument kommt nur noch dann zum Einkaufen, wenn er verführt wird. Und da lautet der Zweikampf Innenstadt versus Einkaufszentrum. Städte könnten sich positionieren, indem sie Handel mit Gastronomie, Kultur und Events verbinden, rät Lindner. „Das Produktspektrum der Stadt darf sich nicht alleine auf den Handel fokussieren.“ Die Frage ist aber: Kann das in wirtschaftlich schwierigen Zeiten gelingen? Und wird es nach der erwarteten Euphorie nach der Öffnung von Handel und anderen Bereichen – siehe Israel und England – zu einem Jo-Jo-Effekt kommen? Ein solcher droht beispielsweise zu Weihnachten, wenn angesichts von Lieferengpässen Preissteigerungen für bestimmte Produkte kommen. Ein weiterer Aspekt: Städte haben zwar mehr Potenzial für Attraktionen abseits des Handels als Einkaufszentren, doch die unterschiedlichen Interessen sind schwieriger unter einen Hut zu bringen.

Bleibt die Frage, was mit Geschäftsflächen geschehen kann, die nicht mehr zu retten sind. In Fachmarktzentren beispielsweise haben sich Ärzte angesiedelt. „In der Innenstadt ist das schwieriger, unter anderem wegen des Denkmalschutzes“, warnt Lindner. Man sollte versuchen, in den besten Lagen unbedingt die Handelsflächen zu erhalten und auf anderen Standorten neue Dienstleister für die Flächen zu gewinnen. Nach Ansicht von Timo Brehme, Chef des Münchner Beratungs- und Architekturunternehmens CSMM, braucht es Revitalisierung und Umnutzung von Bestandsgebäuden – schon wegen der Nachhaltigkeit, damit man sich den Energieaufwand für Neubauten spart. Das bedeutet unter anderem die sinnvolle Nutzung (demnächst) leer stehender Geschäftsflächen für Handwerk, Produktion, Wohnen oder Bildung. Das Ziel: Eine „multifunktionale Stadt“, wie es Brehme ausdrückt. „Eine Innenstadt lebt vom Flanieren, Verweilen, Genießen und Bummeln – ob in Berlin, Barcelona oder Wien.“ Eine urbane Erneuerung müsste deshalb das Ziel haben, diesen Charme zu erhalten. Brehme: „Werden Geschäftsflächen geschlossen, sollten diese Flächen sinnvoll durch gesellschaftlich und sozial relevante Projekte revitalisiert werden.“

Was nicht ganz einfach werden dürfte – alleine wegen der Brandschutzbestimmungen oder der Vielzahl der unbelichteten Innenflächen. „Umwelttechnisch und finanziell ist ein Rück- oder Umbau dieser Häuser aber sinnvoll und sollte unterstützt werden“, meint Brehme. Die Politik müsste etwa durch baurechtliche Lockerungen Anreize für neue, kreative und zeitgemäße Konzepte – auch im Sinne gemischter Nutzung wie Handel, Wohnen und Gesundheit – schaffen. Das gilt aber nicht nur für Großstädte wie Wien: Gerade kleine Städte könnten die Gelegenheit zur Veränderung nutzen, denn im Gegensatz zu größeren Städten mit hohen Mietpreisen könnten sie Start-ups und anderen Unternehmen günstigere und flexiblere Räume in zentraler Lage zu ansprechenden Konditionen bieten und damit die Innenstadt beleben und aufwerten. ●

7,5 Prozent

beträgt die Leerstandsquote bei Handelsflächen in österreichischen Innenstadtbereichen und Kleinstädten laut dem Berater Standort + Markt. Am höchsten ist die Quote in Wiener Neustadt (28,8 Prozent) und Krems (19,6 Prozent). Zum Vergleich: In Einkaufszentren liegt der Leerstand derzeit bei 4,5 Prozent.