

30 % FREQUENZPLUS ERWARTET

Wiener KaDeWe soll Mariahilfer Straße stark beleben

Von APA und Manuel Friedl (mailto:m.friedl@manstein.at)

Freitag, 13. August 2021



So soll das Wiener KaDeWe-Pendant aussehen.

(/news/media/5/KaDeWe-Wien-Frontansicht-Visualisierung-2019-44125.jpeg)

Das geplante Warenhaus der Signa-Gruppe von Rene Benko soll Frequenzen und Umsätze auf der Einkaufsmeile erhöhen. Davon gehen zwei neue Analysen von RegioPlan sowie Standort+Markt aus.

Wenn 2024 das neue Warenhaus der KaDeWe-Group eröffnet, dürfen sich auch die anderen Einzelhändler der unteren Mariahilfer Straße über höheren Umsätzen führen, stellen nun zwei Gutachten in Aussicht. Das Warenhaus soll 22.000 m2 Verkaufsfläche aufweisen, dazu einem Hotel, Gastronomie und Entertainment sowie einen separat zugänglichen Flagshipstore einer noch ungenannten Marke.

Das unter dem Arbeitstitel »KaDeWe Wien« bekannte Warenhaus – der richtige Name soll noch heuer bekanntgegeben werden – werde nach dem Frequenzrückgang durch Corona und die U-Bahn-Baustellen ab der Eröffnung 2024 wieder neue Besucher in die Mariahilfer Straße locken – nationale wie internationale, erklärt Standortberater RegioPlan in einer Expertise für die Signa Holding. Diese ist gemeinsam mit der thailändischen Central Group Bauherr des Projekts. RegioPlan rechnet mit 25 bis 30 % mehr Frequenz bis 2028. Das würde in Summe etwa 38.000 Passanten täglich bedeuten. Damit wäre die Frequenz auf der Höhe des ehemaligen Möbelhaus-Leiner-Standortes erstmals höher als etwa am anderen Ende der Inneren Mariahilfer Straße beim früheren Kaufhaus Stafa (Ecke Kaiserstraße).

Innovationen halten Kunden bei Laune

Standort+Markt rechnet durch die Errichtung des Warenhauses sogar mit einer Steigerung der Kundenfrequenz von mindestens 30 % für das Umfeld. Eine bisherige B-Lage werde mit 2024 zu einer A-Lage, so das Beratungsinstitut. Bei der zusätzlichen Frequenz sei von 15 % komplett neuen Kunden auszugehen, 85 % des Zugewinns seien schon bisher vor Ort, jedoch seltener. Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Einkaufsvorgänge werde länger. Und es steige allgemein die Attraktivität der Mariahilfer Straße für Shopping-Touristen signifikant. Letztlich wachse die »Attraktivität des gesamten Geschäftsbereichs innere Mariahilfer Straße, was mittelfristig zu höherer Frequenz und zu höheren Umsätzen für alle Einzelhändler dieser Zone führt«.

In den vergangenen Jahren – bereits vor der Coronakrise – hatte die Mariahilfer Straße laut RegioPlan aufgrund des allgemein schwierigen Handelsumfelds und großer Baustellen abschnittsweise leicht an Frequenz verloren. RegioPlan verweist außerdem auf den zunehmenden Onlinehandel und sich grundlegend wandelnde Konsumentenbedürfnisse, wodurch Einkaufsstrassen generell seltener besucht würden. Dieser Trend kann laut Romina Jenei, Geschäftsführerin von RegioPlan, nur durch innovative Erneuerungen durchbrochen werden.

U-Bahn-Ausbau langfristig positiv

Positiv hebt Standort+Markt auch die Inbetriebnahme der U-Bahn-Linie U5 ab 2026 in den Westen Wiens sowie den Ausbau der U2 in südlicher Richtung ab 2028 hervor – und dabei insbesondere das neue U-Bahn-Kreuz zwischen U3 und U2 bei der Station Neubaugasse voraussichtlich ab 2028. Das Einzugsgebiet der Mariahilfer Straße würden damit noch einmal vergrößert. Bis dahin würden aber die Baustellen die Einzelhändler an den betreffenden Stellen negativ beeinflussen.