

St. Pölten erlebte von 2013/14 bis 2020/21 mit minus 26,8 Prozent den größten Shopflächenrückgang.



Shopflächen in den Citys im Rückwärtsgang

Seit dem Jahr 2018 schwinden die von Shops bespielten Flächen in Österreichs Innenstädten. 2021 war der Rückgang laut der Beratungsgesellschaft Standort + Markt mit minus 2,0 Prozent besonders groß.

Autor: Stefan Pirker

Das Jahr 2018 markierte eine Trendwende: Legten bis dahin die Shopflächen (Einzelhandel und einzelhandelsnahe Branchen) in den Innenstädten der

größten österreichischen Citys beständig zu, schrumpfen sie seit damals. Im Jahr 2021 konkret um 2,0 Prozent, wie

das Beratungsunternehmen Standort + Markt bei seiner alljährlichen Erhebung von 24 Geschäftszonen feststellte. Sprich 2,0 Prozent der innerstädtischen Shopflächen wurden innerhalb eines Jahres dauerhaft einer anderen Nutzungsform zugeführt, indem sie etwa zu Wohnungen, Büros, Arztpraxen



STANDORT + MARKT
BERATUNGSGESELLSCHAFT M.B.H.

oder Lagerräumen umfunktioniert wurden. Hinzu kommt ein laufender Anstieg der Leerstände (inklusive Leerstand im Umbau) in Österreichs Primär- und Sekundärstädten. Beliefen

sich diese im Jahr 2014 noch auf 4,6 Prozent, kletterten sie bis 2021 auf 9,0 Prozent, wobei sich stellenweise hartnäckiger Leerstand breitmacht. „Eine von uns kurzerhand ergänzend noch ausgearbeitete, tiefergreifende Analyse weißt nach, dass 37,6 Prozent der Leerstandsflächen bereits drei Jahre oder länger leer stehen“, erklärt Hannes Lindner, geschäftsführender Gesellschafter von Standort + Markt.

© Gina Sanders - stock.adobe.com

Corona mit vielschichtigen Auswirkungen

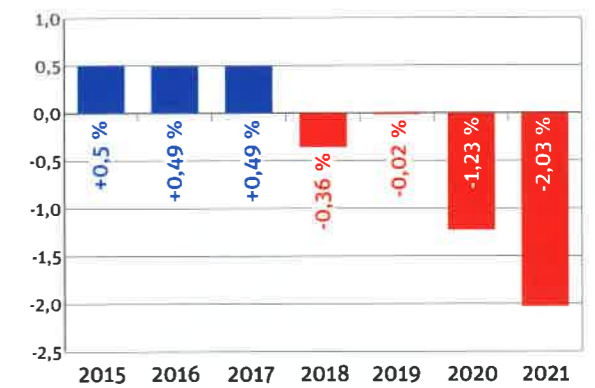
Dass die Coronaviruspandemie die Shopflächenrückgänge und Leerstände beeinflusst hat, steht unmissverständlich fest, doch laut den Experten von Standort + Markt mit verschiedenen Auswirkungen. Bei der normalerweise stark von Touristen frequentierten Landeshauptstadt Salzburg beispielsweise kam es zu einem rapiden Anstieg der Leerstandsquote von 1,6 (2019) auf 6,6 Prozent (2021). Umgekehrt beeinflussten staatliche Zahlungen den (natürlichen) Strukturwandel. „Die lediglich als moderat zu bezeichnende Strukturveränderung ist unserer Wahrnehmung nach primär den Covid-Unterstützungsmaßnahmen zuzuschreiben. Es wäre naiv zu glauben, dass die Shopflächenlandschaft heute noch in dieser Form vorliegen würde, wenn man bedenkt, welchen Aufschwung E-Commerce während der Pandemiezeit erlebt hat“, meint Lindner.

Die Gelder der öffentlichen Hand haben aber nichts am langfristigen Trend zur sinkenden Bedeutung des Einzelhandels im Branchenmix der Innenstädte geändert. „Kamen Retail-Shopflächen im Jahr 2014 noch auf einen Anteil von 73,5 Prozent an den Gesamtflächen, lag dieser Wert im Jahr 2021 bei nur mehr 67,5 Prozent“, so Roman Schwarzenacker, Gesellschafter und Prokurist bei Standort + Markt. Flächengewinne gab es primär nur in zwei Kategorien: In der Gastronomie, wenngleich nicht in derart großem Ausmaß wie noch vor einigen Jahren erwartet, und wie bereits eingangs erwähnt beim Leerstand.

Kurzfristbedarf gewinnt Flächenanteile

Innerhalb der Verteilung der Einzelhandelsflächen zeigen sich folgende Tendenzen: Der Kurzfristbedarf – sprich LEH

Jährliche Shopflächenentwicklung der größten österreichischen Citys



Quelle: Standort + Markt

und DFH – konnte seinen Anteil am gesamten innerstädtischen Branchenmix von 10,5 (2014) auf 11,8 Prozent (2021) steigern. Der Bekleidungshandel erlebte einen Anteilsrückgang von 33,0 (2014) auf 28,8 Prozent (2021). Der Wohnungseinrichtungshandel verzeichnete in den letzten Jahren einen konstanten Wert von 8,0 Prozent, rutschte 2021 aber massiv auf 5,3 Prozent ab. Zurückzuführen ist dies in erster Linie durch die Schließung der beiden Leiner-Häuser in der Wiener Mariahilfer Straße und in St. Pölten. „Während in der niederösterreichischen Landeshauptstadt durch das zukünftige Nutzungskonzept des Leiner-Areals wohl Shopflächen dauerhaft verloren gehen, wird dies in der Mariahilfer Straße aufgrund des derzeit im Bau befindlichen Warenhauses eher nicht der Fall sein“, zeigt sich Schwarzenacker überzeugt.

Convenience & Experience als Stoßrichtungen des städtischen Handels

„Next Urban Retail – Die Zukunft der Innenstadt“ lautet der Titel eines Impulspapiers, das die deutsche Managementberatung Horváth & Partner sowie das Schweizer Gottlieb Duttweiler Institute (GDI) gemeinsam herausgebracht haben. Als Erfolgsrezept für den städtischen Handel wird darin folgende Conclusio genannt: „Der Handel muss den Spagat zwischen dem Angebot von Convenience und Experience mit Feingefühl ausloten, um das für seine Kunden spezifische Nähe-Bedürfnis zu befriedigen.“ Convenience ist dabei gleichzusetzen mit Effizienz. Sprich Händler legen ihren Fokus auf Geschwindigkeit, Bequemlichkeit und Einfachheit – primär auf Prozesse, die sich im „Backend“ abspielen und daher für Konsumenten nicht direkt wahrnehmbar sind. Auf der anderen Seite stehen jene Händler, die das physische Erlebnis, also „Experience“ in den Mittelpunkt stellen. Sie zielen auf die Erlebnisfaktoren

Langsamkeit, Sinnlichkeit und Inspiration ab, also Dinge, die sich im „Frontend“ mit direkter Wahrnehmung der Konsumenten ereignen. Großes Zukunftspotenzial attestieren die Studienautoren aber auch der Wellness-City, da sie den gesunden Lebensstil nachhaltig fördert. „Die Romantik von Grünflächen, Fußläufigkeit und guter Luft dient nicht nur dem messbar besseren Wohlbefinden, durch Klimawandel und der demografischen Entwicklung wird sie zur Pflicht“, heißt es dazu wörtlich in dem Impulspapier. Als konkrete Beispiele zur Etablierung einer Wellness-City werden der Dachgarten des Kaufhaus Salling in Aarhus (Dänemark) und der gerade von Signa Prime Selection in der Wiener Mariahilfer Straße in Errichtung befindliche Geschäfts- und Hotelkomplex genannt, auf dessen Dach eine parkähnliche, frei zugängliche Grünanlage geplant ist.

