

© Bernhard Garaus

RETAIL

Triple-Sieg im Kampf gegen den Leerstand

Bestmarke und Hattrick geschafft: Mödling ist auch 2024 die Stadt mit der niedrigsten Leerstandsrate Österreich.



••• Von Paul Hafner

In der Vorwoche hat **medianet** über die bundesweiten Ergebnisse des Standort + Markt City Retail Health Checks 2023/24 berichtet – die Kernbefunde: Der Shopflächenrückgang in Österreichs Städten über 20.000 Einwohnern setzt sich weiter auf moderatem Niveau fort (– 0,65%), beim Leerstand scheint der Abwärtstrend indes gestoppt.

Betrachtet man nun die Ergebnisse im Detail und legt den Fokus auf die einzelnen Städte, zeigt sich in der Tat an beiden Enden des Rankings eine gravierende Besserung. So konnte Wiener Neustadt, Anfang 2022 noch mit einer Leerstandsquote von 29% ringend, den Leerstand binnen zwei Jahren auf 10,1% reduzieren und die rote Laterne an Steyr abgeben, das sich im selben Zeitraum von über 16% auf immerhin 11,6% verbessern konnte. Auch in Klagenfurt (Platz 18 von 20) ging der Leerstand von über 15% auf nunmehr 9,0% zurück.

Von der Zahl des „Tabellenersten“ ist man damit freilich weit entfernt – dieser heißt, wie schon in den vergangenen beiden Jahren, Mödling, und überrascht diesmal mit einem Rekordwert: Nach einer Verbesserung von 1,9% auf 1,8% zwischen 2022 und 2023 steht für Anfang 2024 ein marginaler Leerstand von 0,6% zu Buche – ein Ergebnis, das durchaus überrascht, hat doch Feldkirch als starker Zweitplatzierte prozentuell bereits mehr als das Dreifache (2,0%) vorzuweisen.

Stadtmarketing im Fokus

„Dieser Erfolg ist das Ergebnis einer engagierten Zusammenarbeit und eines gemeinsamen Engagements für unsere Stadt“, kommentiert Gert Zaunbauer, Wirtschaftsstadtrat Mödling. Seit seinem Amtsantritt im Corona-Jahr 2020 hat sich die Leerstandsrate in der knapp 21.000 Einwohner zählenden Bezirkshauptstadt sukzessive verringert; 2021 lag sie noch bei fast sieben Prozent.

Bemerkenswert mutet die Entwicklung insofern an, als die „Europastadt“ – ein Titel, den Mödling aufgrund seiner städtepartnerschaftlichen Aktivitäten seit 1966 führen darf – mit dem Novo Park in Wiener Neudorf, dem Riverside in Wien-Liesing und vor allem der Westfield Shopping City Süd, dem größten und frequenzstärksten Einkaufszentrum Österreichs, gleich drei nahegelegene Shoppingtempel zur Konkurrenz zählen muss.

Dass es dennoch gelungen ist, den Leerstand so beharrlich zu reduzieren, führt Zaunbauer auf ein „proaktives Handeln“ zurück: „Eine leere Stadt wieder ‚voll‘ zu bekommen, ist wesentlich schwieriger, als Leerstand zu vermeiden.“

Dass sich Mödling unter den drei Städten Österreichs mit dem höchsten Haushaltseinkommen befindet, habe schon einen wesentlichen Einfluss, doch: „Anfällig‘ für Leerstand ist Mödling wie jede andere Stadt auch“, so Zaunbauer. Entscheidend sei es – gerade vor dem Hintergrund der Konkurrenz in Form von Einkaufszentren –, den Fokus darauf zu legen, „dass die Menschen das Geld in der Stadt ausgeben“.



Große Bedeutung komme hier dem Stadtmarketing zu – im konkreten Fall der Vermarktung der „Mödling-Meile“, deren Länge an jene der Shopping City Süd heranreicht, dabei aber „mit Vogelgezwitscher an der frischen Luft zu genießen ist und in der man sogar Rad fahren – und, wer will, rauchen – kann.“

Bunter Branchenmix

Weil nur aus Passanten Kunden werden können, ist für Zaunbauer die wichtigste „Währung“ die Frequenz. Um diese zu steigern, setzt Mödling auf eine Drei-Säulen-Strategie, die neben der „intensiven Leerstandsbekämpfung“ den Ausbau vom „Shoppingtainment“ und die „Unterstützung des Eventmanagements“ umfasst – in den letzten Jahren etwa

mit der Veranstaltung eines Faschingsumzugs, eines Weinfests oder mit Silent-Cinema-Vorführungen.

Den landesweiten Trend zum Shopflächenrückgang sieht Zaunbauer gelassen, „erfahrungsgemäß ist das konjunkturabhängig. Früher waren es überwiegend Brillen- und Hörhilfe-Geschäfte, vor Corona vor allem die Delikatessenläden, die förmlich aus dem Boden schossen, und im Moment ist die Themen-Gastro im Vormarsch.“ Als Bastion gegen den Onlinehandel will Zaunbauer Mödling indes nicht begreifen – und macht sich vielmehr für Omnichannel stark –, denn: „Man fährt leichter und sicherer auf einem Zweirad als auf einem Einrad.“

