



Autor: Valentin Bayer

Innenstadt-Studie: Leerstand in Wels bleibt gering

Dienstleister wachsen, Handel schrumpft, Gesamtfläche bleibt entgegen Trend stabil

VON VALENTIN BAYER

WELS. Leicht gebessert hat sich die Leerstandsquote in Wels: 2,2 Prozent der verfügbaren Geschäftsflächen in der Innenstadt sind aktuell nicht vermietet, im Vorjahr waren es 2,7 Prozent. Österreichweit landet die Statutarstadt damit hinter Mödling (0,8 Prozent Leerstand) auf Platz 2.

Zu diesem Schluss kommt der „City Retail Report 2025/2026“. Seit 2013 erhebt die Firma „Standort + Markt“ (S+M) mit dieser Studie jährlich, wie sich Österreichs Innenstädte entwickeln. Dazu gehen die Mitarbeiter jährlich 143 Straßenkilometer in den Einkaufslagen ab und erheben die Daten vor Ort. „Es freut uns sehr, wenn Städte wie Wels das Szepter in die Hand nehmen und ihre Entwicklung selbst gestalten“, sagt Geschäftsführer Hannes Lindner.

Anders als in anderen Städten, in denen die verfügbaren Geschäftsflächen – ob vermietet oder nicht – zurückgehen, bleibt der Wert in Wels mit 46.000 Quadratmetern relativ konstant. Der Anteil von Einzelhandelsgeschäften sinkt seit Jahren, laut aktuellem Bericht liegt er bei unterdurchschnittlichen 57,7 Prozent. Gewachsen sind hingegen die Dienstleister auf aktuell 16,3 Prozent. Konstant bleibt der Anteil der Gastronomie mit rund 14 Prozent. „Wels greift hier einer Entwicklung voraus, die auch in vielen anderen Städten zu erwarten ist“, sagt Lindner.

Starker Bekleidungssektor

Im Bundesvergleich überdurchschnittlich stark vertreten ist der

Bekleidungssektor mit 39,5 Prozent, der als besonders wichtiger Frequenzbringer gilt. Die Geschäfte sind über alle Verkaufskategorien hinweg rund 143 Quadratmeter groß. Gefühlt ist die Fluktuation in den Welser Geschäften hoch, tatsächlich bewegt sich die Stadt aber sogar leicht unter dem Durchschnitt: 13,3 Prozent der Welser Shopflächen waren im Vergleich zur vorherigen Studie mit einem anderen Geschäft belegt, österreichweit waren es 14 Prozent.

Zum ersten Mal erhob „S+M“ heuer den „Shop-Attraktivitätsindex“: Nach Schulnoten werden einzelne Geschäfte dazu bewertet, wie aussagekräftig zum Beispiel die Fassade ist. „Das ist sicher auch eine subjektive Wertung, sagt aber etwas über die Qualität aus“, sagt Lindner. Wels erreicht hier eine Durchschnittsnote von 3,1 – knapp besser als der Durchschnitt von 3,2 in den vergleichbaren Sekundärstädten zwischen 25.000 und 100.000 Einwohnern.

Über das in der Zusammenschau sehr positive Zeugnis freut sich Bürgermeister Andreas Rabl (FP): „Das bestätigt uns auf dem Weg, den wir eingeschlagen haben. Wir müssen aber immer am Ball bleiben.“ Auch Wirtschaftsstadtrat Martin Oberndorfer (VP) betont, dass es die bisherige Strategie auszubauen gilt: „Die drei Säulen von aktivem Leerstandsmanagement, die Anschubhilfe bei der Vermarktung und die Veranstaltungen bewähren sich.“ Dass derzeit auf dem westlichen Stadtplatz drei Schließungen anstehen, sei nicht beden-

lich: „Wir schaffen es immer wieder, auch in diesem Bereich Nachfolgen zu finden.“ Immer größere Bedeutung bekomme die Datenerhebung dazu, welche Gruppen Wels besonders häufig besuchen.

Zwölf Neuansiedlungen bzw. Nachfolgen seien derzeit in der Innenstadt in Arbeit, sagt Stadtmarketingchef Peter Jungreithmair. Das Welser Erfolgsrezept sei schnell beschrieben: „Es ist einfach nur Arbeit von vielen Akteuren. Es gibt da keine Zufälle, sondern ein sehr klares Konzept.“ Wels habe sich dadurch zu einem Vorbild im deutschsprachigen Raum entwickelt.