

Baden braucht Leitbetriebe

Sonst wird das Einzugsgebiet immer kleiner

Im Jahr 2013 nahm das Badener Beratungsunternehmen „Standort + Markt“ erstmals die größten 15 österreichischen Städte bezüglich der Situation des Einzelhandels unter die Lupe. Vor kurzem wurden wieder aktuelle Erkenntnisse präsentiert. Baden sticht dabei gleich in mehreren Punkten heraus.



Der Badener Roman Schwarzenecker ist einer von acht Spezialisten, die sich beim Badener Beratungsunternehmen „Standort + Markt“ mit der Analyse von Einkaufszentren und Innenstädten befassen.

Foto: RaDi

Ziel der Dokumentation des Badener Unternehmens „Standort + Markt“ ist eine kontinuierliche Beobachtung der Ausstattung und des Branchenmix der City-Einkaufszonen für die größten Städte Österreichs, zu denen Baden gerade noch zählt.

Unter die Lupe werden die Gesamt-Verkaufsflächen, getrennt nach A- und B-Lagen, der Filialisierungsgrad, die Fluktuationsrate und die Leerstandrate, genommen. Zu den Verkaufsfläche zählen auch einzelehandelsnahe Nutzungen, wie beispielsweise Kaffeehäuser und andere Lokale.

Zur A-Lage zählt in Baden die gesamte Fußgängerzone. Ausgenommen ist die Untere Wassergasse, die ebenso wie die Breyerstraße oder der

zelhandlesunternehmen berät. So hat sich beispielsweise auch „Peek und Cloppenburg“ vor seinem Österreich-Rollout auf die Expertisen der Badener verlassen. Immerhin ging es darum, Einzugsgebiete und mögliche Umsätze zu analysieren und so viele Daten wie möglich zu sammeln. „Nachdem es sich um ein in Österreich völlig neues Konzept gehandelt hat, war es auch für uns sehr schwierig.“

Laut Schwarzenecker hängt die erfreuliche Fluktuationsrate in Baden auch mit dem geringen Filialisierungsgrad zusammen. Viele Geschäfte wären hier noch durch die Eigentümer geführt. Erfreulich wäre auch die Tatsache, dass Baden österreichischer Spitzenreiter in Bezug auf die Fläche in der Cityperipherie wäre. Das sind jene Verkaufsflächen, die beispielsweise Fachmärkte beherbergen. In Baden sind das lediglich 8.500 m².

„Diese erfreuliche Tatsache geht noch auf Bürgermeister Breining zurück, der mit Ausnahme Dammgasse keine Gründe für Fachmarktzentren gewidmet hat“, erläutert der Fachmann, der darauf hinweist, dass Baden noch in weiteren Kategorien ganz oben in der Statistik zu finden ist. Mit nur 85 m² weist die Kurstadt, die mit Abstand kleinsten durchschnittlichen Shopgrößen im Land auf. Zum Vergleich dazu kommt man in Wr. Neustadt auf 165 m² pro Geschäft. Insgesamt stehen in Baden 23.000 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung. Weniger gibt es nur in Feldkirch und Eisenstadt.

Während in Baden nur 5,2 Prozent der Flächen leer stehen, warten in Wr. Neustadt fast doppelt so viele Geschäfte auf neue Mieter.

Wenn die Badener Bürger in ihrer Stadt einkaufen gehen, dann stehen ihnen mit 0,9 m² pro Einwohner so viel Verkaufsfläche zur Verfügung, wie sonst

nirgendwo in Österreich. Hier liegt der Schnitt bei 0,51 m². Einzigartig ist laut Roman Schwarzenecker auch die Tatsache, dass es in Baden kein einziges zweigestöckiges Geschäftslokal gibt. „Baden ist außerdem die einzige Bezirkshauptstadt, in der es kein integriertes Einkaufszentrum gibt“, so Schwarzenecker, der diesen Umstand weder besonders negativ noch positiv sieht. Jedenfalls negativ wäre aber die Tatsache, dass es in Baden keine Ortskaiser und auch keine „Ankerbetriebe“ wie C&A oder H&M gäbe.

„Es wäre wünschenswert, dass Verkaufsflächen dazu kommen. Wenn sich in der Stadt keine Leitbetriebe ansiedeln, wird sich das Einzugsgebiet verkleinern. Allerdings benötigt ein H&M mindestens 1.000 Quadratmeter Fläche. Für einen Müller Drogeriemarkt wird es überhaupt erst ab 2.000 m² interessant. Und wenn diese Betriebe sich ansiedeln, sind sie niemals bereit, die in der Badener A-Lage geforderten 25 Euro am Quadratmeter zu bezahlen“, schildert Schwarzenecker, der überzeugt ist, dass man die notwendigen Flächen schaffen könnte.

Er nennt das Areal des Sparkassenparkplatzes oder sogar das Rathaus als geeignete Standorte für Leitbetriebe.

RaDi

STAND.punkt

Rainer Dietz

E-Mail: r.dietz@badenerzeitung.at



Die Goldenen Zeiten sind vorbei, jetzt wird gespart

Rund 14 Millionen Euro erhält Baden jedes Jahr an Bundesertragsanteilen. Darüber können die Gemeinden frei verfügen. Man sollte meinen, dass Baden mit diesen Millionen locker das Auslangen finden müsste, um nicht immer weiter ins Minus zu schlittern und tatsächlich hätte sie das auch, wenn nicht mittlerweile bereits 50 Prozent der Ertragsanteile als Beitrag zur Sozialhilfe, der Jugendwohlfahrt oder den Krankenanstalten wieder abgeliefert werden müssten. Dazu kommt, dass diese Beiträge in den letzten Jahren unproportional schnell gestiegen sind. Als Folge muss die Stadt nun wirklich sparen. Zu spüren bekommen das bereits Veranstalter, denen so manche Unterstützung kräftig gekürzt wird, das Kinderspektakel wurde gänzlich gestrichen und wie man hört, sollen auch in der Verwaltung etliche Stellen nicht mehr nachbesetzt werden. So hart das auch klingen mag, im Sinne unserer nachfolgenden Generation sind die Maßnahmen zu begrüßen.

Seit zwei Wochen stellen wir unsere Artikel nur mehr auszugsweise Online. Die Reaktionen darauf fallen zum Teil sehr heftig aus. Viele User verstehen nicht, warum sie jetzt, um die Artikel in voller Länge lesen zu können, bezahlen müssen. Als Geschäftsführer bin ich darauf angewiesen, Umsätze zu lukrieren, um Druck- und Portokosten, Miete und vor allem aber die Lohnkosten für die 10 Mitarbeiter zu verdienen. Einen wesentlichen Anteil am Erfolg unseres Geschäftsmodells stellt der Zeitungsverkauf dar, den wir durch kostenlose Veröffentlichung unserer Inhalte sicher nicht ankurbeln. Große Schuld an dem mittlerweile geschaffenen Bewusstsein, dass jede Info gratis sein müsste, hat der ORF, der seit Jahren Nachrichten sehr umfangreich Online stellt. Mit 600 Millionen an jährlichen „Zwangseinnahmen“ in Form der Rundfunkgebühren kann man leicht mit kostenloser Leistung um sich schmeißen.

Badener Zeitung

jetzt auch als E-Paper online

JEDE AUSGABE JETZT AUCH
IM PRAKTISCHEN E-PAPER
FORMAT IM AUSTRIA-KIOSK