

Wie Onlinehändler ihre Spuren durch die Einkaufsstraßen ziehen



Die Mariahilfer Straße bleibt die größte Einkaufsstraße Österreichs. Sie zieht immer mehr Flagshipstores an

© Bild: Kurier / Juerg Christandl

Vor allem in kleinen Städten verschwinden immer Geschäfte. Bürgermeister wollen nun gegensteuern.

Verwaiste Innenstädte, Fachmarktzentren am Stadtrand und Konsumenten, die im Internet einkaufen: Bei immer mehr Stadtverantwortlichen schrillen die Alarmglocken, wenn sie sich die Leerstände in ihren Innenstädten anschauen. Gegensteuern ist leichter gesagt als getan. „Förderungen helfen nur kurzfristig, es müssen die Rahmenbedingungen passen“, sagt Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes.

Warum es sich auszahlt, sich mit Blockchain zu befassen

Sprich die Infrastruktur vor Ort muss gewährleistet sein. „Frisch gestrichene Parkbänke und ein paar Pop-up-Stores werden nicht helfen. Es muss richtig Geld in die Hand genommen werden – ohne Moos nichts los“, formuliert es Hannes Lindner, Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Standort+Markt. Oft fehlt in der Stadtkasse aber das nötige Kleingeld für größere Investitionen. Selbst die gebetsmühlenartig geforderten Gratis-Parkplätze will sich die Stadtpolitik oft nicht leisten, wissen die Berater von Standort+Markt, die gerade österreichische Einkaufsstraßen analysiert haben. Den größten Verkaufsflächenzuwachs in den vergangenen fünf Jahren hatte demnach die Wiener Landstraße (+6,7 Prozent), am anderen Ende der Skala steht Villach (mit einem Minus von zehn Prozent).

„Türklinken polieren“

Die Stadtverantwortlichen von Villach wollen nun die Reißleine ziehen – mithilfe eines Managers, der wieder Leben in die leer stehenden Flächen bringen soll. „Bei diesem Job geht es ums Türklinken polieren“, sagt Lindner. Schließlich sollen Eigentümer von leer stehenden Geschäftslokalen mit potenziellen Mietern zusammengebracht werden. In der Stadt Wels habe das bereits gut funktioniert.

Probleme wie diese kennt man in der Wiener Innenstadt nicht. Die Kärntner Straße zieht internationale Marken wie [Apple](#) oder Huawei an, hat aber alteingesessene Geschäfte. Wer sich hier neu einmieten will, muss das entsprechende Kleingeld mitbringen, erzählt eine Geschäftsfrau aus eigener Erfahrung. Ihr wurde eine Geschäftslokal mit 30 Quadratmetern für 200 Euro Miete pro Quadratmeter angeboten. Allerdings hätte sie auch eine Ablöse in Höhe von einer Million Euro an den Vermittler zahlen sollen.

Solche Summen können sich meist nur die großen Handelsketten leisten, die deshalb weiter am Vormarsch sind, monieren Wiener Geschäftsleute. Bis ein zahlungskräftiger Händler gefunden ist, der die geforderte Millionen-Ablöse stemmen kann, halten oft typische Touristen-Shops als Zwischenlösung her, berichten die Branchenkenner.

Apropos leisten: Das Thema Luxusläden hat die Wiener Innenstadt mit dem Kohlmarkt und den Goldenen Quartier mittlerweile „ausgereizt“, meint Roman Schwarzenecker von Standort+Markt. Unter dem Strich sei die Innenstadt mit einer Leerstandsrate von 0,8 Prozent sehr gut aufgestellt.

Die wichtigste Einkaufsstraße des Landes bleibt die Mariahilfer Straße, auf die vor allem internationale Marken mit ihren Flagshipstores setzen.

Modehändler bremsen

Auf der Expansionsbremse stehen dagegen die Modehändler, deren Umsätze verstärkt ins Internet abfließen (bereits 22 Prozent des Textilhandelsumsatzes werden in Webshops gemacht). „Unter dem Strich ist die Verkaufsfläche in Österreich binnen zehn Jahren um 20 Prozent geschrumpft“, sagt Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes.