



Die Entwicklung der Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien

Masterthese zur Erlangung des akademischen Grades
"Master of Business Administration"

eingereicht bei
Prof. Mag. Thomas N. Malloth, FRICS

Manuela Schmidt

01528567

Wien, 08.04.2019

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **MANUELA SCHMIDT**, versichere hiermit

1. dass ich die vorliegende Masterthese, "DIE ENTWICKLUNG DER GESCHÄFTS- UND VERKAUFSFLÄCHEN IM URBANEN RAUM WIEN", 107 Seiten, gebunden, selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe, und
2. dass ich das Thema dieser Arbeit oder Teile davon bisher weder im In- noch Ausland zur Begutachtung in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, 08.04.2019

Unterschrift

Inhaltsverzeichnis:

Abkürzungsverzeichnis	III
Kurzfassung	IV
1 Einleitung	1
1.1 Definition Asset Management	2
1.2 Anlass	2
1.2.1 Rückblick „Zielpunkt“ – Insolvenz	3
1.2.2 Aktueller Stand „Zielpunkt“ – Nutzungsänderung	4
1.3 Zielsetzung	5
1.4 Aufbau der Arbeit	5
2 Theoretische Untersuchung	6
2.1 Definition urbaner Raum	6
2.1.1 Klassifizierung der Geschäftslagen	8
2.2 Definition des Begriffes „Leerstand“	9
2.3 Definition einer Geschäfts- und Verkaufsfläche	10
2.4 Aktuelle Leerstandsproblematik	12
2.4.1 Abbildungsbeispiele des Leerstands	14
2.5 Rechtliche Bestimmungen	16
2.5.1 Umwidmungen im Erdgeschoß	19
2.6 Die städtebauliche Entwicklung von Wien	21
2.6.1 Der Handel	22
2.6.2 Die Entwicklung des Handels ab der Industrialisierung	23
2.7 Ursachen des Leerstands	28
3 Empirische Untersuchung	39
3.1 Anlass der Untersuchung	39
3.2 Die Forschungsfrage	39
3.3 Methodische Vorgehensweisen	39
3.3.1 Definition von Experten und Experteninterviews	39
3.3.2 Erhebungsmethode	40
3.3.3 Auswertungsmethode	41
3.4 Auswertung der Experteninterviews	41
3.4.1 Maßnahmen der Stadt Wien	42
3.4.2 Förderungen	43
3.4.3 Vermarktung und Sanierung der leerstehenden Flächen	44

3.5	Alternative Nutzungen	46
3.5.1	Wohnen	46
3.5.2	Hotel	49
3.5.3	Büro	50
3.5.4	Lager/ Logistik	51
3.5.5	Gastronomie	53
3.5.6	Soziale Einrichtungen	54
3.5.7	Medizinische Einrichtungen	55
3.6	Neue Konzepte	56
3.7	Ungeeignete Nutzungen	62
4	Zusammenfassung und Schlussfolgerung	64
	Literaturverzeichnis	66
	Sonstige Quellenangaben	68
	Abbildungsverzeichnis	70
	Anhang: Experteninterviews	72

Abkürzungsverzeichnis:

WBO = Wiener Bauordnung

MRG = Mietrechtsgesetz

StVO = Straßenverkehrsordnung

WGarG 2008 = Wiener Garagengesetz 2008

EH = Einzelhandel

GV = Geschäftsviertel

z.B. = zum Beispiel

d.h. = das heißt

usw. = und so weiter

bzw. = beziehungsweise

ggf. = gegebenenfalls

vgl. = Vergleich

m² = Quadratmeter

m = Meter

KURZFASSUNG

Es gibt viele Ursachen für den derzeitigen Leerstand von Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien. Die Einkaufswelt hat sich verändert und schlägt sich auf den Handel nieder. Neben anderen Faktoren, sind sicher der Online-Handel und die Verschiebung menschlicher Bedürfnisse zwei ganz entscheidende Einflussgrößen für die bestehende Leerstandsproblematik und zugleich als größte Konkurrenten dem stationären Einzelhandel gegenüber zu betrachten.

Die theoretische Ausarbeitung setzt sich mit der aktuellen Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen auseinander. Zu Beginn werden die Begriffe Leerstand, Geschäfts- und Verkaufsflächen sowie der urbane Raum definiert. Desweiteren werden mögliche Ursachen für die Entstehung von Leerstand beschrieben und rechtliche sowie vermarktungsrelevante Anforderungen beleuchtet. Anschließend wird auf die derzeitige Situation und die Klassifizierung der Frequenzlagen näher eingegangen.

In der empirischen Abhandlung wurden Interviews mit Experten aus der Immobilienbranche geführt. Ziel war es, anhand von im Vorhinein festgelegter Fragestellungen, Maßnahmen und alternative Nutzungen aufzuzeigen die dem Leerstand im urbanen Gebiet von Wien entgegen wirken können.

Die Thematik des Leerstands von Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien sind sehr vielfältig und umfangreich. Deshalb konnten die geführten Interviews mit Experten aus der Immobilienbranche nur einen Einblick über mögliche Ursachen, alternative Nutzungen und Maßnahmen zur Verringerung des derzeit herrschenden Leerstands liefern. Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass eine erhöhte Nachfrage von Kunden an kleineren Flächen spürbar ist und neue innovative Konzepte auf den Markt drängen. Veränderungen in der Immobilienwelt erfolgen grundsätzlich in einem raschen Tempo, aber dennoch bleiben einige Leerstände über einen langen Zeitraum bestehen. Daher war es der Autorin ein Anliegen die Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen zu thematisieren und auf die komplexe Sichtweise aufmerksam zu machen.

1 Einleitung

Im Fokus dieser Arbeit steht die Entwicklung der Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Gebiet der Stadt Wien. Die Autorin hat sich aus eigenem Erkenntnisinteresse und im Zusammenhang mit der beruflichen Tätigkeit als Asset Managerin von Gewerbeimmobilien für dieses Themengebiet entschieden.

Neben dem kulturellen Angebot, bietet Wien so viele Möglichkeiten in alten Stadtvierteln die Atmosphäre der Stadt zu genießen, die durch eine große Geschichte geprägt ist. Wien ist eine historisch gewachsene Stadt, die sich jahrhundertlang konstant entwickelt hat und verteidigt den 1. Platz um den Titel der lebenswertesten Stadt zum 10. Mal (vgl. www.spiegel.de 2019).



Abbildung 1: Wien 2018

Das Überleben des stationären Handels wird durch einige Einflussfaktoren auf die Probe gestellt. Dabei ist die Entwicklung des Handels ein sehr ausschlaggebender Gesichtspunkt für die Stadtentwicklung im Allgemeinen. Eine Stadt kann ohne den Handel nicht existieren – die beiden gehen sozusagen Hand in Hand. Die Ursachen für die Entstehung von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen sind dadurch sehr vielfältig. Anhand geführter Interviews werden einige mögliche Gründe dargelegt. Schlussendlich werden rechtliche und vermarktungsrelevante Maßnahmen sowie alternative Nutzungsmöglichkeiten für die Leerstandsflächen im Erdgeschoß vorgestellt.

1.1 Definition Asset Management

Als Asset Managerin eines Immobilienfonds hat die Autorin vier Jahre lang Gewerbeliegenschaften – bestehend aus Retail-, Hotel- und Bürogebäuden bzw. Flächen – aus einem österreichischen & deutschen Portfolio betreut. Unter anderem lag die Verantwortlichkeit deshalb auch auf den Wiener Objekten.

Asset Management ist der englische Begriff für eine professionelle Vermögensverwaltung. Die Entscheidung was mit dem Kapital des Kunden passiert wird dabei vom Vermögensverwalter gefällt und somit geht die Funktion des Asset Managements über die Beratung hinaus. Kunden können sowohl private, als auch institutionelle Investoren sein. Grundsätzlich trifft ein Asset Manager die Entscheidungen basierend auf der Risikobereitschaft sowie Vermögenslage des Kunden. Die Verwaltung des Vermögens an sich, kann von unabhängigen Treuhändlern und Privatbanken angeboten werden. Meistens wird das Asset Management wegen der intensiven Handhabung mit dem Vermögen und des dadurch entstehenden Verwaltungsaufwandes erst ab einem größeren Vermögenswert angeboten (vgl. www.boersennews.de 2018).

1.2 Anlass

Im Rahmen des Tätigkeitsgebiets als Asset Managerin hatte die Autorin unter anderem mit der Schließung einer „Zielpunkt“-Filiale zu tun. „Zielpunkt“ war in einer von der Firma verwalteten Wiener Büro- und Geschäftsgebäuden für viele Jahre auf einer ca. 1.000 m² großen Geschäftsfläche ein sehr guter Bestandsmieter. Nach der Insolvenz von „Zielpunkt“ stand diese Fläche in weiterer Folge sehr lange leer. Aufgrund dieses Beispiels hat sich das Thema vertieft und daraus entstand der Anstoß zur Fragestellung. Nicht nur, weil es große Mühe kostete die Leerstandsfläche in dieser Größenordnung wieder zu vermieten, sondern auch weil es durch privates flanieren durch die Stadt immer häufiger auffällt, dass stetig neue Geschäfts- und Verkaufsflächen leer stehen. Selbst an vermeintlich guten Standorten der beliebten inneren Bezirke. Es ist ein persönliches Anliegen der Autorin auf diese Entwicklung des Leerstands aufmerksam zu machen, ein Bewusstsein dafür zu schaffen und anhand der erforschten Ursachen, zielführende Maßnahmen darzulegen die dem Leerstand entgegen wirken können.

1.2.1 Rückblick „Zielpunkt“ – Insolvenz

Bei der Betreuung in Wien war eines der verwalteten Retail- und zugleich Bürogebäude in der Hauffgasse im 11ten Wiener Gemeindebezirk. Im Erdgeschoß befand sich eine knapp 1.000 m² große Zielpunkt-Filiale. Zielpunkt war dort seit über 10 Jahren ein guter Bestandsmieter. Trotz der damaligen positiven Marktsituation, konnte die genannte Fläche lange Zeit nicht erfolgreich weiter vermietet werden. Dieser Fall wurde als Anlass genommen um den aktuell herrschenden Leerstand in Wien zu analysieren. Der Supermarkt ist eine wichtige Handelseinheit. Er steht in direkter, örtlicher Beziehung zu einem Wohnviertel und deren Anwohnern. Der sogenannte „Nachbarschaftsmarkt“ soll den Standardbedarf an Nahrungsmitteln und Haushaltsartikeln der Wohnbevölkerung decken (vgl. *Gruen* 1973, S. 96).



Abbildung 2: Zielpunkt-Filiale

Aus der deutschen Unternehmensgruppe Tengelmann entsprangen 1976 die ersten Zielpunkt-Filialen in Österreich. Das Kerngebiet der Zielpunkt GmbH war bis Anfang 2016 in Ostösterreich. Zielpunkt beschäftigte auf einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 500 m² rund 2.400 Mitarbeiter und bot seinen Kunden in 254 Filialen ein Lebensmittel-Vollsortiment von ca. 6.300 Produkten. Alle Zielpunkt-Filialen wurden im März 2014 durch die oberösterreichische Pfeiffer-Handelsgruppe übernommen. Als drittgrößter Supermarkt-Filialist in Österreich musste Georg Pfeiffer Ende November 2015 die Insolvenz kundmachen (vgl. www.zielpunkt.org 2018).

Die Geschäftsaufgabe der Zielpunkt-Filialen löste 2015 kurz vor Weihnachten in der Öffentlichkeit Entsetzen aus und überraschte vor allem die 2700 betroffenen Mitarbeiter. Dieser Fakt sorgte für den größten Unmut. Es gab seit Jahren Einbußen und mehrere Eigentümerwechsel, zuletzt schaffte auch Georg Pfeiffer den Wiederaufbau nicht. Der Auslöser für die Insolvenz war unter anderem, dass im Oktober und November 2015, der Umsatz rasant sank. Es gab keine Annahme auf Besserung und Pfeiffer musste die Konzeption neu bewerten. Dabei offenbarte sich, dass Zielpunkt voraussichtlich die nächsten fünf Jahre Rückschläge erwarten würde die nur mit einer sofortigen Erhöhung um 20 Millionen Euro des Budgets abgedeckt werden könnten. Zu allem Unglück sprangen auch noch zwei mögliche Investoren ab. Letztendlich war wahrscheinlich auch das fehlende Alleinstellungsmerkmal ein Grund, dass der kleine Zielpunkt neben den beiden Branchenriesen Rewe und Spar keine Chance hatte zu überleben (vgl. www.diepresse.com 2015).

1.2.2 Aktueller Stand „Zielpunkt“ – Nutzungsänderung

Nach der Bekanntgabe der Insolvenz hatten mit Anfang 2016 einige Mitbewerber aus der Einzelhandelslandschaft ihr Interesse an der Übernahme der insolventen Zielpunkt-Filialen bekundet. So wollte Hofer 11, Rewe sogar 30 und Biosupermarkt denn's 7 Filialen übernehmen (vgl. www.diepresse.com 2016).

Aber nicht nur aus Richtung der Konkurrenzanbieter gab es für die ehemaligen Zielpunkt-Flächen einige Angebote um einem Leerstand zu entgehen. So wurden aus mehreren Filialen unter anderem auch koreanische Restaurants, E-Zigaretten-Geschäfte und Fitnesscenter. Eine Nachnutzung ist allerdings wegen ihrer Ungewöhnlichkeit besonders hervorzuheben – nämlich jene am Rochusmarkt. Profitänzer Thomas Kraml hatte die Idee, diese ehemalige Zielpunkt-Filiale in einen Tanzpalast umzubauen. Die 500 m² große Fläche bot sich ideal an, um dort eine alte Wiener Tradition wieder aufleben zu lassen und tanzbegeisterte Gäste willkommen zu heißen (vgl. www.wien.orf.at 2018).

1.3 Zielsetzung

Anhand des oben geschilderten Beispiels von der Schließung jener Zielpunkt-Fillialen, bei denen für die leerstehenden Flächen unterschiedliche Nachnutzungen angewendet wurden, entsprang die Idee zur Abhandlung dieses Themengebietes. Ziel ist es, zunächst mögliche Gründe für den aktuell herrschenden Leerstand darzulegen und anschließend daraus resultierende Lösungsvorschläge in Form von alternativen Nutzungen zur Verringerung von Leerständen vorzustellen.



Abbildung 3: Vision von einem Tanzpalast, 1030 Wien

1.4 Aufbau der Arbeit

Die methodische Vorgehensweise dieser Masterarbeit setzt sich aus einer theoretischen und einer praxisorientierten Untersuchung zusammen. Einerseits bezieht sich die theoretische Ausarbeitung auf die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien, andererseits wird dadurch auch ein Augenmerk auf die Entwicklung des Handels gelegt, die einen Großteil der Fragestellung beantworten wird bzw. einen wichtigen Faktor darstellt.

Zu Beginn folgen einige Begriffsdefinitionen und relevante gesetzliche Bestimmungen aus der WBO. Desweiteren werden mögliche Ursachen für den Leerstand definiert. Dank der Berufserfahrung und den daraus resultierenden Kontakten der Autorin, werden in der empirischen Untersuchung Experteninterviews mit Spezialisten aus der Immobilienbranche geführt. Ergebnis aus diesen Gesprächen soll das Aufzeigen von Lösungsansätzen und Maßnahmen sein.

2 Theoretische Untersuchung

2.1 Definition urbaner Raum Wien

Der Begriff „urban“ stammt aus dem Lateinischen und wird allgemein wie folgt definiert: „städtisch“, ‚zur Stadt gehörend‘ oder ‚für das städtische Leben charakteristisch“ (vgl. www.neueswort.de 2018).

Die Untersuchung dieser Masterarbeit konzentriert sich auf den urbanen Raum in Wien, welcher als Gebiet für Wohnzwecke, der Unterbringung von Gewerbetrieben sowie sozialer und kultureller Einrichtungen zu verstehen ist. Das Gemisch der Nutzungen soll nicht gleichermaßen sein. „Zulässig sind

1. Wohngebäude,
2. Geschäfts- und Bürogebäude,
3. Einzelhandelsbetriebe, Schank- und Speisewirtschaften sowie Betriebe des Beherbergungsgewerbes,
4. sonstige Gewerbetriebe,
5. Anlagen für Verwaltungen sowie für kirchliche, kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke.

Ausnahmsweise können zugelassen werden

1. Vergnügungsstätten, soweit sie nicht wegen ihrer Zweckbestimmung oder ihres Umfangs nur in Kerngebieten allgemein zulässig sind,
2. Tankstellen.

Für urbane Gebiete oder Teile solcher Gebiete kann festgesetzt werden, dass in Gebäuden

1. im Erdgeschoss an der Straßenseite eine Wohnnutzung nicht oder nur ausnahmsweise zulässig ist,
2. oberhalb eines Bebauungsplan bestimmten Geschosses nur Wohnungen zulässig sind,
3. ein im Bebauungsplan bestimmter Anteil der zulässigen Geschossflächen oder eine im Bebauungsplan bestimmte Größe der Geschossfläche für Wohnungen zu verwenden ist, oder

4. ein im Bebauungsplan bestimmter Anteil der zulässigen Geschossfläche oder eine im Bebauungsplan bestimmte Größe der Geschossfläche für gewerbliche Nutzungen zu verwenden ist“ (*www.dejure.org* 2018).

Ausschlaggebend für den Ursprung der Urbanität ist das Verlangen der Menschen nach einer persönlichen Freiheit, die eine Option bieten soll uneingeschränkt eigene Entscheidungen festlegen zu dürfen. Voraussetzung hierfür ist, dass eine breite Auswahl an verschiedenen alternativen Möglichkeiten gegeben ist. Die freie Wahlmöglichkeit der Urbanität zeigt sich in vielen Bereichen des Lebens, wie z.B. im Hinblick auf die eigene Entscheidung bei der Wahl des Arbeitsplatzes- und ortes sowie möglicher Aus- und Weiterbildungsangebote, eigener Präferenzen bei der Wahl eines Nahversorgers oder ganz banal hinsichtlich zwischenmenschlicher Beziehungen. Das Dasein von Urbanität vermittelt immer die Möglichkeit einer Auswahl von Partizipation oder Isolation. Genauso wie eine Wahl zwischen Be- oder Entschleunigung und bietet in unmittelbarer Nähe einen Zugang in die Natur. Das urbane Leben, welches zugleich menschliche Freiheit bedeutet, benötigt allerdings auch soziale, politische und gesetzliche Regeln die es den Menschen gestatten die Vorteile der Urbanität zu leben (vgl. *Gruen* 1973, S. 344).

Auf Reiseplakaten wird meist das Wahrzeichen einer Stadt bildlich dargestellt was auf den Charakter der jeweiligen Stadt schließen lassen soll. Aus der Vermarktungsperspektive betrachtet, dient dies dem Zweck die Stadt durch das Bild sofort zu erkennen und mit dieser Ausführung fortan in Verbindung zu bringen. So ist es wohl einem jedem geläufig, dass beispielsweise der Stephansdom mit Wien assoziiert wird. Es ergibt sich daraus die Schlussfolgerung, dass sich der Charakter einer Stadt im Herzen bzw. Stadtkern ausdrücken sollte (vgl. *Gruen* 1973, S. 210, 211).

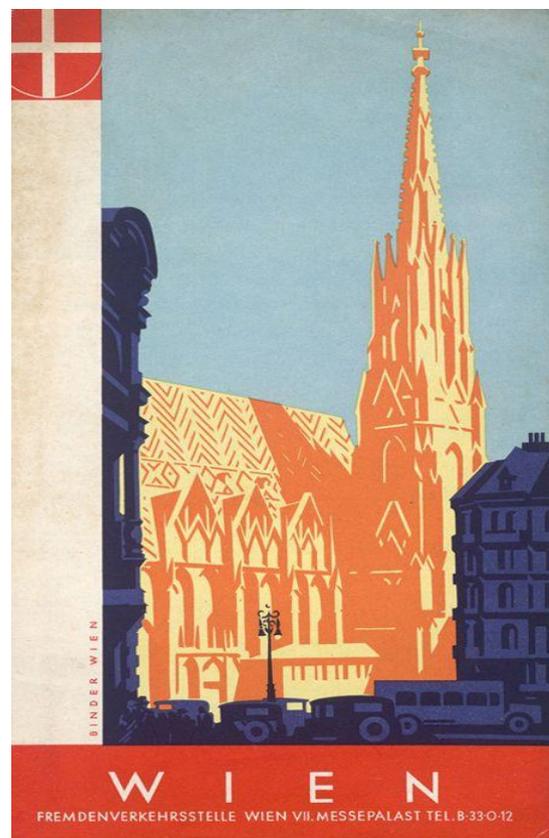


Abbildung 4: Reiseplakat Wien

Dort sollten alle wichtigen urbanen Eigenschaften und Positionen vertreten sein, die wegen ihrer Besonderheit die Art der Urbanität ausdrücken und nicht aufgrund ihrer Vielzahl. Ein Stadtkern dient den Menschen am besten wenn er versiert ist. Daher ist es ratsam den vorhandenen Platz vernünftig zu nutzen um eine Vielfalt an Freizeit- und Lebensgestaltungs-möglichkeiten anbieten zu können (vgl. *Gruen* 1973, S. 210, 211).

2.1.1 Klassifizierungen der Geschäftslagen

Die Abhandlung dieser Arbeit bezieht sich auf keinen bestimmten Bezirk Wiens, sondern betrachtet Wien im Allgemeinen. Dennoch können die Geschäftslagen in Wien wie folgt klassifiziert werden.

Grundsätzlich gilt es im Stadtkern bzw. in den einzelnen Stadtgebieten zwischen A-, B- und C-Lagen zu unterscheiden. Diese Einstufungen der jeweiligen Lagen sind nicht immer einfach einzuteilen und können sich mit der Zeit auch ändern (vgl. *Sonnleitner* 2014, S. 26, 27).

Die Kategorie A-Lage ist durch die höchste Passantenfrequenz und dichteste Geschäftsansiedelung gekennzeichnet. Es lassen sich dort neben allen innenstadtrelevanten Warenhändlern und einer ausgeglichenen Sortimentsauswahl, vor allem Modegeschäfte und ergänzende Dienstleistungen finden. Alle vorhandenen Flächen in einer A-Lage sind für jede Branche vermittelbar und Leerstände entstehen nur aufgrund von Umstrukturierungen oder der Entwicklung des Einzelhandels. Eine „Top A-Lage“ bedeutet, dass dort die meiste Fußgängerfrequenz in der Innenstadt zu verzeichnen ist und deshalb Höchstmieten angesetzt werden (vgl. *Sonnleitner* 2014, S. 26, 27).

Die Kategorie B-Lage ist generell durch eine ebenfalls dichte Geschäftsansiedelung gekennzeichnet, jedoch mit einzelnen Auslassungen durch andere Verwendungen. Hier ist überwiegend eine Mehrzahl an Klein- und Mittelbetrieben vertreten und neben einer innenstadttypischen Sortimentsauswahl, heben sich eher Geschäfte für den täglichen Bedarf hervor. In B-Lagen ist also auch eine hohe Passantenfrequenz gegeben, allerdings nicht die höchste (vgl. *Sonnleitner* 2014, S. 26, 27).

Die Kategorie C-Lage ist durch eine weitere Abstufung der Passantenfrequenz, welche hier sehr gering und unregelmäßig vorhanden ist, zu beschreiben. Die Geschäfte sind dünner angesiedelt und diese werden zahlreich durch andere Nutzungen unterbrochen. Außerdem liegt in C-Lagen eine eher einseitige Auswahl des dort angebotenen Sortiments vor, die Fluktuation ist vergleichsweise höher und die Ladenleerstände daher auch häufiger (vgl. *Sonnleitner* 2014, S. 26, 27).

2.2 Definition des Begriffes „Leerstand“

„Der Begriff [im Original fett hervorgehoben] Leerstand faßt sämtliche leerstehenden Flächen in einem festgelegten Untersuchungsgebiet zu einem bestimmten Zeitpunkt, bezogen auf eine Maßeinheit – Bürofläche, Verkaufsfläche, Geschäftsfläche, vermietbare Fläche usw. – zusammen. Zu den leerstehenden Flächen zählen

- freie und nutzbare Flächen
- effektiv leerstehende Flächen
- noch nicht vermietete Flächen von fertiggestellten Neubauimmobilien und
- zur Untervermietung angebotene Flächen.

Bei der Leerstandsrate wird der ermittelte Leerstand in das Verhältnis zum Gesamtbestand einer bestimmten Immobilienart gesetzt. Diese Verhältniszahl sorgt ähnlich wie die Arbeitslosenquote für eine höhere Markttransparenz [im Original fett hervorgehoben], da sie relativ leicht vergleichbar und im Vergleich zu einer absoluten Zahl leichter zu bewerten ist“ (*Falk* 1996, S. 417).

„Der Leerstand von Immobilien spiegelt nicht zuletzt die Marktverhältnisse wider, da sich die Leerstandsrate durch das vorhandene Angebot und die bestehende Nachfrage auf dem Markt ergibt. Sie kann damit auch als Marktindikator [im Original fett hervorgehoben] bezeichnet werden und ist für viele Investoren und Bauträger von entscheidender Bedeutung. Des weiteren stellt sie eine Entscheidungshilfe beim Abschluß von Mietverträgen dar, so daß grundsätzlich in Phasen einer hohen Leerstandsrate eher kurzfristige Mietverträge und in Phasen geringer Leerstände eher langfristige Verträge abgeschlossen werden sollten“ (*Falk* 1996, S. 417,418).

„Der Leerstand bzw. die Leerstandsrate von Immobilien ist ein Kriterium, das die Marktverhältnisse einer Immobilienart wiedergibt bzw. eine Aussage hinsichtlich eines Mieter- oder Vermietermarktes zuläßt. Das Pendant zur Leerstandsrate sind die Fehlbestände, die heutzutage eher im wohnungswirtschaftlichen Bereich bekannt sind“ (Falk 1996, S. 418).

„Besonderheiten bei Gewerbeimmobilien [im Original fett hervorgehoben] Wenn sich der leerstehende Teil des Objekts bei Gewerbeimmobilien schlechter, d.h. zu einem niedrigeren Mietpreis vermieten läßt als zuvor, entsteht ein Kostennachteil in der Form von Opportunitätskosten [im Original fett hervorgehoben] eines entgangenen höheren Mietpreises. Leerstände bei Gewerbeobjekten haben oft ihren Grund darin, daß sich der Standort von Geschäftshäusern verschlechtert hat oder daß die Einrichtungen überalter sind, was für Büros und Praxen problematisch sein kann. Insoweit sind frühe Revitalisierungsinvestitionen [im Original fett hervorgehoben] eine Maßnahme zur Vermeidung zukünftiger Leerstände und somit von Leerstandskosten. Teilweise ist es für den Vermieter besser, schlechtere Mieten in Kauf zu nehmen als einen längeren Leerstand, da bei Gewerbeimmobilien außerdem ein Imageverlust [im Original fett hervorgehoben] des Gesamtgebäudes möglich ist, wenn es zu Leerständen kommt. Dieser Imageverlust wird die Neuvermietung erschweren, und außerdem ist es denkbar, daß Mieter ihre Mietverträge nach deren Auslaufen nicht mehr verlängern, so daß sich ein Verstärkungseffekt ergibt. Probleme entstehen insbesondere dann, wenn sog. Magnetmieter kündigen, d.h. solche Mieter mit herausragender Bedeutung für das Objekt, da so der Attraktivitätsgrad und damit der Gesamtumsatz der Gewerbeimmobilie stark sinken können“ (Falk 1996, S. 419).

2.3 Definition einer Geschäfts- und Verkaufsfläche

„Der Katalog E ‚Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft‘ [...] definiert die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebs als die gesamte betrieblich genutzte Fläche, also Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro- und Sozialräume. Dabei kann es sich sowohl um überbaute Flächen als auch um Freiflächen wie beispielsweise einen Werkstoffhof oder Lagerplatz handeln. Hingegen sind Parkplätze nicht zur Geschäftsfläche zu zählen. Demnach grenzt sich die Geschäftsfläche zur Verkaufsfläche dadurch ab, daß neben der Verkaufsfläche auch Lager-, Versand-, Büro- und Sozialräume berücksichtigt

werden. Nach Erfahrungswerten beträgt die Verkaufsfläche durchschnittlich 60% und die darüber hinausgehende, für Kunden nicht zugängliche Fläche durchschnittlich 40%.

Die Geschäftsfläche ist insbesondere bei der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ), bei der der gesamte bundesdeutsche Einzelhandel nach Arbeitsstätten, Beschäftigten, Umsatz- und Geschäftsfläche aufgenommen wird, als Flächenmaßstab heranzuziehen. Aber auch bei den Raumleistungsfaktoren des Handels kann die Geschäftsfläche als Bezugsfaktor dienen.

Wie oben erwähnt, bezieht sich die Geschäftsfläche auch auf ‚unproduktive Nebenflächen‘ wie Lagerflächen, Büroräume, Sozialräume, so daß das Verhältnis zwischen Geschäftsfläche und Verkaufsfläche für Handelsbetriebe ein wichtiger Indikator für die Flächenproduktivität ist. Je geringer der Unterschied zwischen Geschäftsfläche und Verkaufsfläche ist, desto höher sind die Anteile der ‚produktiven‘ Fläche, die sich wiederum auf die Höhe der erzielbaren Miete einer Handelsimmobilie auswirken.

Welche Dimensionierung der Geschäftsfläche für die unterschiedlichen Arten von Handelsimmobilien erforderlich ist, wird sowohl durch die betriebsstrukturellen Faktoren – Branche, Verkaufsform, Größe und Zuschnitt des vorhandenen Grundstücks usw. – als auch von den Marktfaktoren – Bedarf, Konkurrenz, Verkehr usw. – beeinflusst“ (Falk 1996, S. 260, 261).

Geschäfts- und Verkaufsflächen „werden in dieser Arbeit gleichwertig als Geschäfte, Geschäftslokale, Lokale, Ladenlokale, Läden oder Shops bezeichnet. Ein stationäres Ladenlokal eines Einzelhandelsunternehmens wird oft als Geschäft bzw. Einzelhandelsgeschäft verstanden. Der ausschließliche bzw. überwiegende Tätigkeitsschwerpunkt von Einzelhandelsbetrieben liegt in der Beschaffung und dem Absatz von beweglichen Sachgütern, ohne wesentlicher Be- oder Verarbeitung. Der Begriff Shop hingegen bezeichnet neben Einzelhandelsflächen auch Lokale von Gewerbe- oder Dienstleistungsunternehmen. Schwierig bzw. nicht immer möglich ist es Ladenlokale mit dem Haupttätigkeitsschwerpunkt Einzelhandel von Läden mit Haupttätigkeitsschwerpunkt Dienstleistung mit Einzelhandelsaktivitäten (wie z.B. ein Installationsunternehmen, das auch Sanitärbedarf verkauft) abzugrenzen. Auch gewerbliche Nutzungen wie Bäcker oder Fleischer sind in Ladenlokalen angesiedelt und werden den Einzelhandelsflächen untergeordnet“ (Sonnleitner 2014, S. 5).

2.4 Aktuelle Leerstandsproblematik

Im Zentrum dieser Abhandlung stehen die Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum, die in den Erdgeschoßzonen der Stadt Wien angesiedelt sind. Wien bezieht ihr Ansehen, als gründerzeitlich geprägte Stadt, aus einem Mix an sehr unterschiedlichen Verwendungen der gegebenen Baustruktur. Die Erdgeschoßzone in den Straßen von Wien, bildet eine Begegnung zwischen Geschäfts- und Verkaufsflächen, öffentlichen Stadt- und privaten Wohngebieten sowie Arbeitsplatz- und Nahversorgungsangeboten (vgl. *Sonnleitner* 2014, S. 3). Die Entwicklung der Geschäfts- und Verkaufsflächen hängt auch unmittelbar mit der Stadtbildpflege zusammen. „Schön ist, was gefällt“ (*Schachel* 1986, S. 40) und dennoch ist es wohl nicht als schön zu betrachten, wenn leerstehende Lokale das Stadtbild trüben (vgl. *Schachel* 1986, S. 40).

Bezogen auf den Leerstand von Einzelhandelsflächen, lässt sich schlussfolgern, dass ein tiefgreifender Wandel unausweichlich ist. Wie auch der internationale, ist ebenso der österreichische Markt schon seit einiger Zeit von rückläufigen und fallenden Quadratmetermieten sowie von erhöhten Leerstandsdaten und einem Mangel des Flächenangebots betroffen (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 6).

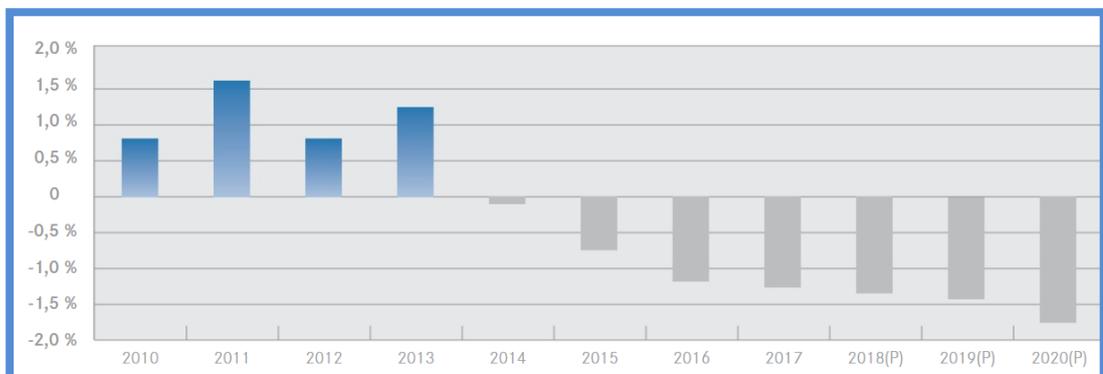


Abbildung 5: Jährliche Veränderung der Verkaufsfläche in % in Österreich

Zeitgleich wächst der Gewinn des Onlinehandels hinsichtlich des Gesamtumsatzes des Einzelhandels. Die Einzelhandelslandschaft befindet sich deshalb derzeit in einem gravierenden Strukturwandel, dem es gilt mit neuen innovativen Lösungen entgegen zu treten. Der Rückgang von großen Einzelhandelsketten, vor allem aus den Bereichen Möbel, Schuhe oder Textil, wird in den nächsten Jahren nicht weniger werden. Auch eine Reduzierung der Mietpreise wird diesen Trend nicht aufhalten können (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 6).

Als positiv zu sehen ist allerdings, dass vermehrt neue, ausgefallene Konzepte auf dem Einzelhandelsmarkt einfallen. Meistens benötigen diese Betreiber zwar nur kleine Flächeneinheiten und lösen auch nur kurzfristig eine Leerstandsreduktion aus, aber nichts desto trotz werten sie das jeweilige Gebiet auf und können natürlich längerfristig durchaus an Wachstumspotential gewinnen (vgl. www.ehl.at 2018, S. 6).

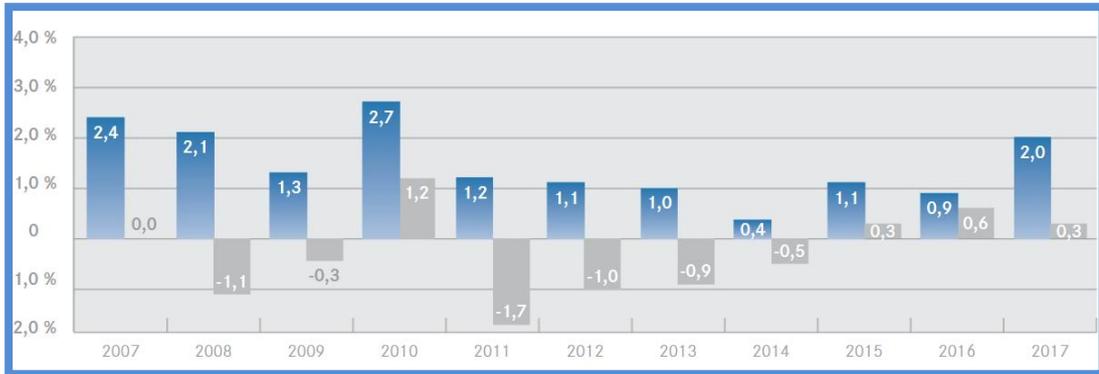


Abbildung 6: Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel 2007 - 2017

E-Commerce-Studie Österreich 2018 | Konsumentenverhalten im Distanzhandel



Zahl der Ladengeschäfte sinkt – Zahl der Online-Shops steigt

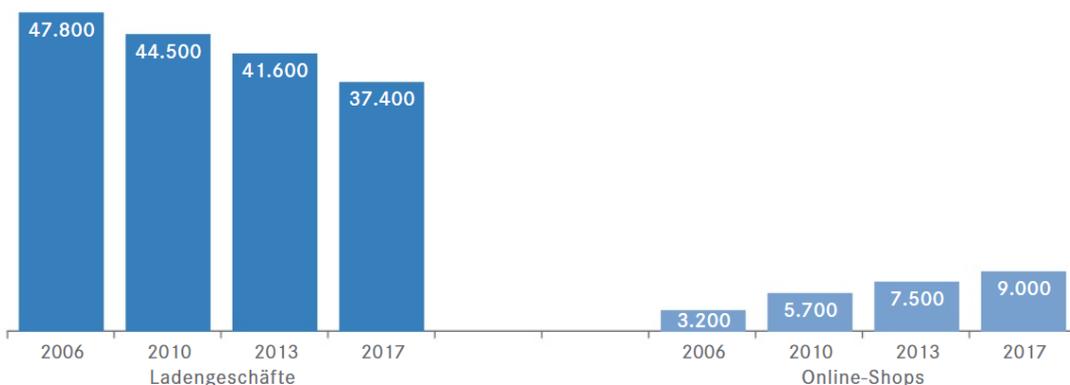


Abbildung 7: Daten und Fakten auf einen Blick

2.4.1 Abbildungsbeispiele des Leerstands

Es folgt eine Sammlung von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsf lächen im urbanen Raum Wien, die von der Autorin im Zeitraum Januar 2018 - März 2019 erfasst wurden und als Darstellung der aktuellen Leerstandsproblematik dienen sollen.



Abbildung 8: Abbildungssammlung



Abbildung 8: Abbildungssammlung

2.5 Rechtliche Bestimmungen

In Wien werden rechtliche und gesetzliche Bestimmungen hinsichtlich der Raumplanung in der Bauordnung für Wien geregelt. Diese dient als Wiener Landesgesetz und ist in 12 Teile geordnet. Insgesamt beinhaltet die Wiener Bauordnung ca. 150 Paragraphen welche die rechtlichen Grundlagen für Anliegen der Stadtplanung, Flächenwidmung und des gesamten Bauwesens ordnet (vgl. www.bauordnungfürwien.org 2019). Diese Arbeit bezieht sich ausschließlich auf Geschäfts- und Verkaufsflächen die sich im Erdgeschoß eines Gebäudes befinden oder dafür vorgesehen sind. Generell kann dies aber auch das Keller- bzw. Untergeschoß sowie Flächen über mehrere Stockwerke beinhalten. Ausschlaggebend sind folgende Bestimmungen im Flächenwidmungs- und Bebauungsplan (vgl. *WBO* 2019).

Flächenwidmungspläne

„§ 4. (2) In den Flächenwidmungsplänen können folgende Widmungen der Grundflächen ausgewiesen werden:

C. Bauland: a) Wohngebiete, in denen örtlich begrenzte Teile zusätzlich als Geschäftsviertel ausgewiesen werden können;

c) gemischte Baugebiete, in denen örtlich begrenzte Teile zusätzlich als Geschäftsviertel oder Betriebsbaugebiete [...] ausgewiesen werden können“ (*WBO* 2019);

Nutzungsbestimmungen

„§ 6. (6) In Wohngebieten dürfen nur Wohngebäude und Bauwerke, die religiösen, kulturellen oder sozialen Zwecken oder der öffentlichen Verwaltung dienen, errichtet werden. Die Errichtung von Gast-, Beherbergungs-, Versammlungs- und Vergnügungsstätten, von Büro- und Geschäftsbauwerken sowie die Unterbringung von Lagerräumen, Werkstätten oder Pferdestallungen kleineren Umfanges und von Büro- und Geschäftsräumen in Wohngebäuden ist dann zulässig, wenn sichergestellt ist, daß sie nicht durch Rauch, Ruß, Staub, schädliche oder üble Dünste, Niederschläge aus Dämpfen oder Abgasen, Geräusche, Wärme, Erschütterungen oder sonstige Einwirkungen, Gefahren oder den Wohnzweck

beeinträchtigende Belästigungen für die Nachbarschaft herbeizuführen geeignet sind.

(8) In gemischten Baugebieten dürfen keine Bauwerke oder Anlagen errichtet werden, die geeignet sind, durch Rauch, Ruß, Staub, schädliche oder üble Dünste, Niederschläge aus Dämpfen oder Abgasen, Geräusche, Wärme, Erschütterungen oder sonstige Einwirkungen, Gefahren oder unzumutbare Belästigungen für die Nachbarschaft herbeizuführen.

(10) In als Geschäftsvierteln ausgewiesenen Teilen des Wohngebietes oder gemischten Baugebietes dürfen die im jeweiligen Widmungsgebiet zulässigen Bauwerke oder Anlagen errichtet werden; Wohnungen dürfen jedoch unbeschadet des Abs. 13 nur errichtet werden, wenn der Fußboden an jeder Stelle mindestens 3,5 m über dem anschließenden Gelände oder der anschließenden Verkehrsfläche liegt.

(13) In Betriebsbaugebieten und Geschäftsvierteln, in Industriegebieten und auf Lagerplätzen und Ländeflächen ist die Errichtung von Wohnungen für den Bedarf der Betriebsleitung und der Betriebsaufsicht zulässig“ (WBO 2019).

Generell ist festzuhalten, dass Geschäfts- und Verkaufsflächen sowie Wohnungen im Erdgeschoß in Wohn- oder gemischten Baugebieten gestattet sind. Jedoch muss darauf geachtet werden, dass bei der Nutzung keine Gefahren und beeinträchtigende Belästigungen wie z.B. Lärm für die Nachbarn entstehen. In Geschäftsvierteln ist die Nutzung von Erdgeschoßen der Gebäude nur für Gewerbebetriebe zulässig. Der Bau von Wohnungen darf ausgeführt werden, wenn der Fußboden mindestens 3,5 Meter über dem anschließenden Mauerwerk liegt. In Ausnahmefällen können Wohnungen für die Betriebsleitung erlaubt werden (vgl. WBO 2019).

Belichtung

Essentiell für Geschäfts- und Verkaufsflächen sind Vorschriften die die Belichtung der Räumlichkeiten betreffen. Auch diese sind in der Bauordnung für Wien (WBO) festgelegt (vgl. WBO 2019).

„§ 106. (1) Aufenthaltsräume müssen über eine im Hinblick auf Gesundheit und Wohlbefinden erfahrungsgemäß ausreichende natürliche Belichtung verfügen, es

sei denn, auf Grund des Verwendungszweckes ist eine ausschließlich künstliche Beleuchtung ausreichend. Dabei sind insbesondere die Raumgeometrie und die Belichtungsverhältnisse zu berücksichtigen.

(3) An Straßenfronten, an denen die zulässige Höhe der gegenüberliegenden Gebäude nach § 75 Abs. 4 und 5 zu berechnen ist, gilt der Lichteinfall für Hauptfenster jedenfalls als gesichert. Dies gilt auch an den zu Verkehrsflächen gerichteten Gebäudefronten in Schutzzonen.

(7) Verkaufsräume, Gaststätten und Räume mit ähnlicher Funktion müssen den Bestimmungen über den gesetzlichen Lichteinfall, die natürliche Belichtung und die natürliche Belüftung nicht entsprechen; dies gilt auch für einen mit diesen Räumen verbundenen Büroraum. Wird den gesetzlichen Bestimmungen über den Lichteinfall und die natürliche Belichtung nicht entsprochen, müssen diese Räume mit einer tageslichtähnlichen Beleuchtung ausgestattet sein; ist keine natürliche Belüftung gegeben, müssen sie mit einer mechanischen Be- und Entlüftung ausgestattet sein“ (WBO 2019).

„Lagerräume, in denen ständig oder regelmäßig Arbeiten zur Anlieferung, zur Lagerung, zur Betreuung, zum Abtransport oder zur Evidenthaltung des Lagergutes verrichtet werden, müssen den gesetzlichen Erfordernissen für Verkaufsräume entsprechen“ (WBO 2019).

Büro- und Geschäftsflächen

„§ 120. (1) Büro- und Geschäftsgebäude sind Gebäude, die ausschließlich oder überwiegend Büro-, Geschäfts- und Lagerräume enthalten. In solchen Gebäuden dürfen auch einzelne kleinere Werkstätten untergebracht sein. (2) Bei der Errichtung von Büro- und Geschäftsgebäuden ist auf dem Bauplatz in dem der Büro- oder Geschäftsfläche entsprechenden Ausmaß eine Gelegenheit zum Abstellen von Fahrrädern vorzusehen“ (WBO 2019).

Unterkünfte

„§ 121. (1) Beherbergungsstätten sind Unterkünfte, bei denen entweder für das Wohnen oder für das Wirtschaften gemeinschaftliche Anlagen vorgesehen sind. Heime sind Gebäude und Gebäudeteile, die zur ständigen oder vorübergehenden gemeinsamen Unterbringung von Menschen bestimmt sind, die zu einer nach

anderen als familiären Zusammengehörigkeitsmerkmalen zusammenhängenden Personengruppe gehören.

(2) Die einzelnen Unterkunftsräume müssen den Anforderungen für Aufenthaltsräume entsprechen; für Beherbergungsstätten genügt jedoch eine vergleichene lichte Raumhöhe von 2,20 m, wenn den Erfordernissen der Gesundheit durch besondere Vorkehrungen, insbesondere die Gewährleistung einer ausreichenden Belüftung, Rechnung getragen wird und für jede Schlafstelle des Aufenthaltsraumes ein Luftraum von mindestens 15 m³ zur Verfügung steht“ (WBO 2019).

2.5.1 Umwidmungen im Erdgeschoß

Die MA 21 ist für die Bearbeitung von Änderungsvorschlägen oder Neufassungen von Flächenwidmungs- und Bebauungsplänen zuständig. Grundbesitzer können dort einen Antrag stellen um den Flächenwidmungs- und Bebauungsplan ändern zu lassen. Sowohl bereits vorhandene, wie auch bewilligte Nutzungen, sind erst dann durch neue Flächenwidmungen anbelangt, sofern essentielle Veränderungen am Bestand wunschgemäß verlaufen sollen. Die Umwidmung von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wohnungen sowie auch umgekehrt ist in gemischten Bau- und Wohngebieten zulässig. Dafür ist es erforderlich eine Baubewilligung einzuholen, weil eine Veränderung der Raumwidmung stattfindet (vgl. *Sonnleitner* 2014):

„§ 60. (1) Bei folgenden Bauvorhaben ist, soweit nicht die §§ 62, 62a oder 70a zur Anwendung kommen, vor Beginn die Bewilligung der Behörde zu erwirken:

a) Neu-, Zu- und Umbauten. [...] Unter Umbau sind jene Änderungen des Gebäudes zu verstehen, durch welche die Raumeinteilung oder die Raumwidmungen so geändert werden, dass nach Durchführung der Änderungen das Gebäude als ein anderes anzusehen ist. Ein Umbau liegt auch dann vor, wenn solche Änderungen selbst nur ein einzelnes Geschoß betreffen. Der Einbau von Wohnungen oder Teilen davon in das Dachgeschoß gilt nicht als Umbau.

c) Änderungen oder Instandsetzungen von Bauwerken, [...] durch sie das äußere Ansehen oder die Raumeinteilung geändert wird, sowie jede Änderung der bewilligten Raumwidmungen oder des bewilligten Fassungsraumes eines Bauwerks; im Falle einer Änderung der Verwendung von Aufenthaltsräumen in

Wohnzonen die rechtmäßig bestehende Benützung der Aufenthaltsräume als Wohnungen oder Betriebseinheiten im gesamten Gebäude, sofern diese unter Berücksichtigung der beantragten Änderung nicht ausdrücklich als Wohnungen oder Betriebseinheiten bereits gewidmet sind“ (WBO 2019).

Es ist in einem Geschäftsviertel auf keinen Fall zulässig, Geschäfts- und Verkaufsflächen im Erdgeschoß durch Wohnungen auszutauschen. Die WBO wurde im Jahr 1976 durch einen Widmungszusatz „Geschäftsviertel“ für gemischte Bau- und Wohngebiete reformiert, um in festgelegten Geschäftsvierteln das Umwidmen von Geschäftsflächen in Wohnungen zu verbieten. Das sollte bis heute dem Schutz von Geschäftsvierteln dienen (vgl. *Sonnleitner* 2014, S. 18). Da bei Umwidmungen von Geschäftsflächen in eine Wohnung ein Wohnraum entsteht, tritt laut WGarG 2008, die gesetzliche Stellplatzverpflichtung ein. Wird solch eine Veränderung der Raumwidmung vorgenommen, muss entweder dafür gesorgt werden, dass im Umkreis von ca. 500 m eine Anmietung von Stellplätzen möglich ist oder eigene Stellplätze auf dem Bauplatz errichtet werden. Ansonsten ist eine Ausgleichsabgabe an die Stadt Wien zu bezahlen (vgl. *WGarG 2008* 2019):

„§ 48. (1) Bei Neu- und Zubauten sowie Änderungen der Raumwidmung oder Raumeinteilung entsteht eine Stellplatzverpflichtung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen; diese ist entweder als Naturalleistung (Pflichtstellplätze) grundsätzlich auf dem Bauplatz oder Baulos oder durch Entrichtung der Ausgleichsabgabe an die Stadt Wien zu erfüllen.

§ 51. Die Verpflichtung nach § 48 Abs. 1 oder nach einem gemäß § 48 Abs. 2 erlassenen Stellplatzregulativ gilt auch dann als erfüllt, wenn die erforderliche Anzahl von Pflichtstellplätzen in entsprechendem Ausmaß außerhalb des Bauplatzes in einem Umkreis von zirka 500 m errichtet wird und die Einstellmöglichkeit vertraglich sichergestellt ist.

§ 54. Die Ausgleichsabgabe ergibt sich aus dem Produkt des Einheitssatzes und jener Zahl, um die nach den Feststellungen des Bewilligungsbescheides (§ 52 Abs. 1) die Zahl der vorgesehenen Stellplätze hinter der gesetzlich geforderten Anzahl zurückbleibt. Der Einheitssatz wird nach den durchschnittlichen Kosten des Grunderwerbes und der Errichtung eines Stellplatzes durch Verordnung der Wiener Landesregierung festgesetzt; er beträgt je Stellplatz höchstens 18.000,— Euro“ (*WGarG 2008* 2019).

2.6 Die städtebauliche Entwicklung von Wien

Der Stadtkern von Wien liegt in Bezug auf das gesamte städtische Gebiet in der Mitte der Stadt. Im Vergleich zu anderen Städten ist der Stadtkern als meist frequentierter Bereich der historische Geburtsort von Wien. Rund um das Jahr 1860 wurden die Stadtmauern von Wien erneuert und eines der bedeutendsten städtischen Entwicklungsprojekte in die Tat umgesetzt (vgl. *Gruen* 1973, S. 228).

Eine Anordnung von Umfahrungsstraßen wurde errichtet, die in absichtlicher oder unabsichtlicher Nachbildung an Paris erinnert. Daraus entsprang eine prächtige Straße mit Alleen, eingefasst von Bauten in einem eher einfallslosen Stil, der heutzutage „Ringstraßenstil“ genannt wird und einen wiederum angesehenen Ruf genießt. Diese enorm ausdrucksstarken Gebäude, die zur Ringstraßenzeit erbaut wurden, sind von den historischen Gebäuden des Stadtkerns zu unterscheiden, da diese teils aus der Zeit der Gotik, Romantik, Renaissance und des Barock hervorgehen. Der historische Kern und das gegen Ende des neunzehnten Jahrhunderts entstandene Randgebiet des Stadtkerns von Wien, besitzen beide ein breitgefächertes Wesen (vgl. *Gruen* 1973, S. 228).



Abbildung 9: Ringstraße Wien um 1890

Dennoch besteht ein Unterschied: Das historische Herz weist eine höhere Anordnungsdichte von verschiedenen Funktionen auf, während die moderneren Randgebiete eine viel geringere Auswahl anbieten. Es ist auch festzustellen, dass im Ersten Gemeindebezirk die meisten sozialen und wirtschaftlichen Einrichtungen angesiedelt sind. Beispielsweise befinden sich dort öffentliche Verwaltungsträger, Freizeitangebote, Schulen und bedeutsame Kirchen. Außerdem sind dort eine Vielzahl an namhaften Hotels, Restaurants, Büro- und Finanzdienstleistern vertreten. Größere Handelsketten, die einen höheren Umsatz erwirtschaften, finden sich hier allerdings kaum. Vermehrt definiert sich der Handel im Ersten Bezirk durch kleine Geschäfte und mittlere Firmen die Spezialitäten anbieten (vgl. *Gruen* 1973, S. 228).

2.6.1 Der stationäre Handel

Unter stationärem Handel werden Handelsbetriebe verstanden, bei denen das Geschäft bzw. der Verkauf von Waren überwiegend an einem festen Standort stattfindet (vgl. *www.stationärer_Handel.org* 2016). Der Handel im Stadtkern sollte sowohl für internationale Gäste als auch für das Begehren der Stadtbewohner eine Auswahl an eher außergewöhnlichen und delikaten Produkten bieten. Dadurch werden die Leute speziell für diese Waren jene ausgewählten Geschäfte besuchen. Supermärkte sollten nur im Verhältnis zur Bevölkerungszahl stationär vorhanden sein (vgl. *Gruen* 1973, S. 211).



Abbildung 10: Die Feinkosterei in der kleinen Dreifaltigkeit, 1010 Wien

2.6.2 Die Entwicklung des Handels ab der Industrialisierung

Das folgende Kapitel soll einen Einblick wichtiger Entwicklungseinschläge des Handels aus der Vergangenheit geben und aufschlussreich dafür sein, dass dies ein wesentlicher Teil der Ursache des heutigen Leerstands ist, der dadurch geformt und beeinflusst wurde.

Die Entwicklung des Handels ist sehr ausschlaggebend für die Stadtentwicklung im Allgemeinen. Eine Stadt kann ohne den Handel nicht existieren – die beiden gehen sozusagen Hand in Hand. Seit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert ist stark erkennbar, dass sich durch jede Veränderung des Handels auch die Stadtstruktur weiterentwickelt hat. Im Zuge des schnellen Wachstums der Städte wandelte sich auch das Bild der Innenstädte. Die Gewerbeflächen waren auf dem Vormarsch und verdrängten den Wohnbau. Es entsprangen neue Handelsformen, wie Einkaufspassagen, in denen sich kleine benachbarte Handels- und Gastronomiegeschäfte ansiedelten – in Wien z.B. die Palais Ferstel-Passage (vgl. *Pufke 2015, S. 15, 19*).



Abbildung 11: Ferstel-Passage, 1010 Wien

Nach dem Zweiten Weltkrieg entsprangen ganz neue Ideen für den Wiederaufbau der zerstörten Stadt. Die alten beengten Stadtgrundrisse wurden erweitert – was fortan ein autogerechtes Wohnen sowie einkaufen in der Innenstadt erlaubte (vgl. *Pufke 2015, S. 23*).

Dies hatte zu Beginn des 20. Jahrhunderts allerdings zur Folge, dass durch den herangezogenen Autoverkehr ganze Stadtkerne verändert und umgebaut werden mussten. Da der Verkehr immer weiter anstieg, entstanden daraus resultierend die Fußgängerzonen, die den Autofahrern die Durchfahrt von engen Einkaufsstraßen verbot. Ab den 70er Jahren war zu beobachten, dass Warenhäuser, angesiedelt in der Innenstadt, von neuen Einkaufszentren verdrängt wurden. Einkaufszentren entstanden meist zeitgleich im Zuge einer Stadterweiterung. Der große Vorteil den diese bieten sollten war, dass alle möglichen Anbieter und Geschäfte dort gesammelt an einem Ort vertreten sind und dadurch ermöglicht wurde, bequem und kurzläufig alle Besorgungen durch einen Besuch ins Einkaufs-Center zu erledigen. So entstand eine riesen Konkurrenz den kleinen innerstädtischen Warenhäusern gegenüber, die meist kein großes Sortiment führten (vgl. *Pufke 2015, S. 24, 25*).

Jedoch sollte dies nur von kurzer Dauer sein. Bereits in den 80er Jahren trat eine Trendwende des großflächigen dezentralen Handels ein. Die breite Auswahl von verschiedenen Fachgeschäften, Boutiquen, Gastronomiebetrieben und Aufenthaltsplätzen sollte erneut in die Innenstädte zurückkehren. Problematisch daran war leider nur, dass die Flächenanforderungen hinsichtlich der Größe für einzelne Unternehmer gewaltig gestiegen sind. Nichts desto trotz haben sich natürlich auch Projekte in Stadtzentren entwickelt die beweisen, dass durchaus auch ein großflächiger Einzelhandel in der Innenstadt Bestand haben kann. Historisch gesehen ist aus jeder Entwicklung auch immer ein neuer Ansatz der Verbesserung entsprungen (vgl. *Pufke 2015, S. 24, 25*).

Das Überleben des stationären Handels wird durch einige Einflussfaktoren auf die Probe gestellt. So gestaltet es sich nicht nur neben dem wohl größten Konkurrenten dem modernen Online-Handel schwierig weiter in den Innenstädten zu bestehen, sondern auch der Klimawandel, demographische Veränderungen und neue handelswirtschaftliche Tendenzen werden immer mehr zum Gegner des Einzelhandels (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 55*).

Festzustellen ist, dass in den letzten Jahren ein enormer Wandel der Vertriebsformen stattgefunden hat, der natürlich einige Prozessänderungen mit sich bringt. Dabei hat selten ein neuer Kurs die Einzelhandelslandschaft so entscheidend und auch nachhaltig beeinflusst wie der Online-Handel (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 55*).

Die Zeiten in denen Produkte gezielt in Geschäften gekauft wurden sind längst vorbei. Heute wird der gewünschte Artikel online von Zuhause über den Computer oder von unterwegs über das Smartphone in den Warenkorb gelegt und an der virtuellen Kasse bezahlt (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 55*).

Der Handelsbereich der Unterhaltungselektronik oder Bücherläden dienen als gutes Beispiel zur Veranschaulichung des Falles, nicht sofort auf den Zug des Online-Handels aufgesprungen zu sein, denn genau diese tun sich schwer dieses Versäumnis ohne erheblichen Kostenaufwand und Konzeptanpassungen der Ladenflächen wieder aufzuholen. So werden zwangsläufig aufgrund der enorm hohen Umsatzverluste die der stationäre Handel dadurch zu verbuchen hat, Geschäfts- und Verkaufsflächen reduziert. Jedoch muss an dieser Stelle eingeräumt werden, dass diese Trendwende in Richtung des Online-Handels nicht nur negativ zu sehen ist (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 55*).

Der Online-Handel bietet auch Vorteile, beispielsweise für einige Händler die bisher nur online existent waren. Diese können die Chance nutzen um sich mit neuen Ladenkonzepten und innovativen Ideen zu erweitern. Somit kann einerseits dem Leerstand von Geschäfts- und Verkaufsflächen entgegen gewirkt werden und andererseits bietet das stationäre Geschäftsmodell eine Anlaufstelle für den Kundenverkehr in der Innenstadt (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 55*).

Ein weiterer Wandel der sich im Handelsbereich zeigt, ist der Austausch von Geschäfts- und Verkaufsflächen durch Logistik- und Lagerflächen. Außerdem erhält der innerstädtische Einzelhandel zunehmend mehr Konkurrenz von namhaften internationalen Anbietern und Unternehmen. Diese bevorzugen in erster Linie eine Geschäfts- und Verkaufsfläche in A-Lage und verdrängen durch ihre Leistungskraft viele einzigartige Einzelhandelskonzepte. In Folge dessen verändert sich auch das Erscheinungsbild des Straßenzuges und die A-Lagen verlieren immer mehr von Ihrem einstigen Charme der sie prägte (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 56*).

Vor allem in Großstädten, zu denen auch Wien zählt, ist der große Einfluss von internationalen Marktführern mit einer stark konsum- und luxurorientierten Seite vermehrt spürbar (vgl. *Beckmann; Wittig 2015, S. 56*).

Die Nachfrage nach Top-Lagen findet hauptsächlich innerhalb des Gürtels statt. Dadurch fehlt leider eine Optimierung der Angebote und der Investitionswille ist gemindert. Vor allem im Ersten Bezirk sind die Anwohner vermehrt aufgefordert zum einkaufen in benachbarte Bezirke zu wechseln, da die Angebote für Touristenströme die klassische Nah- und Grundversorgung beiseiteschieben (vgl. *Wirtschaftskammer Wien 2013*). Damit die hohe Lebensqualität in Wien sowie die derzeitige Nahversorgung zukünftig auch weiterhin Bestand hat, sollte der Sicherung von klein- und mittelständischen Handelsstrukturen mehr Aufmerksamkeit zu teil werden (vgl. *Wirtschaftskammer Wien 2013*).

Nicht nur der Aspekt des stationären Einzelhandels, sondern auch infrastrukturelle und städtebauliche Faktoren müssen beleuchtet werden. Um der Vermehrung von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen entgegen zu wirken. Abschließend betrachtet wird es wohl auch in Zukunft immer eine stetige neue Entwicklung des Handels in der Stadt geben, der sich gelenkt von neuen Trends und anderen Einflüssen, auf flexible Anpassungen einstellen muss.



Abbildung 12: Handel und Gewerbe um 1900

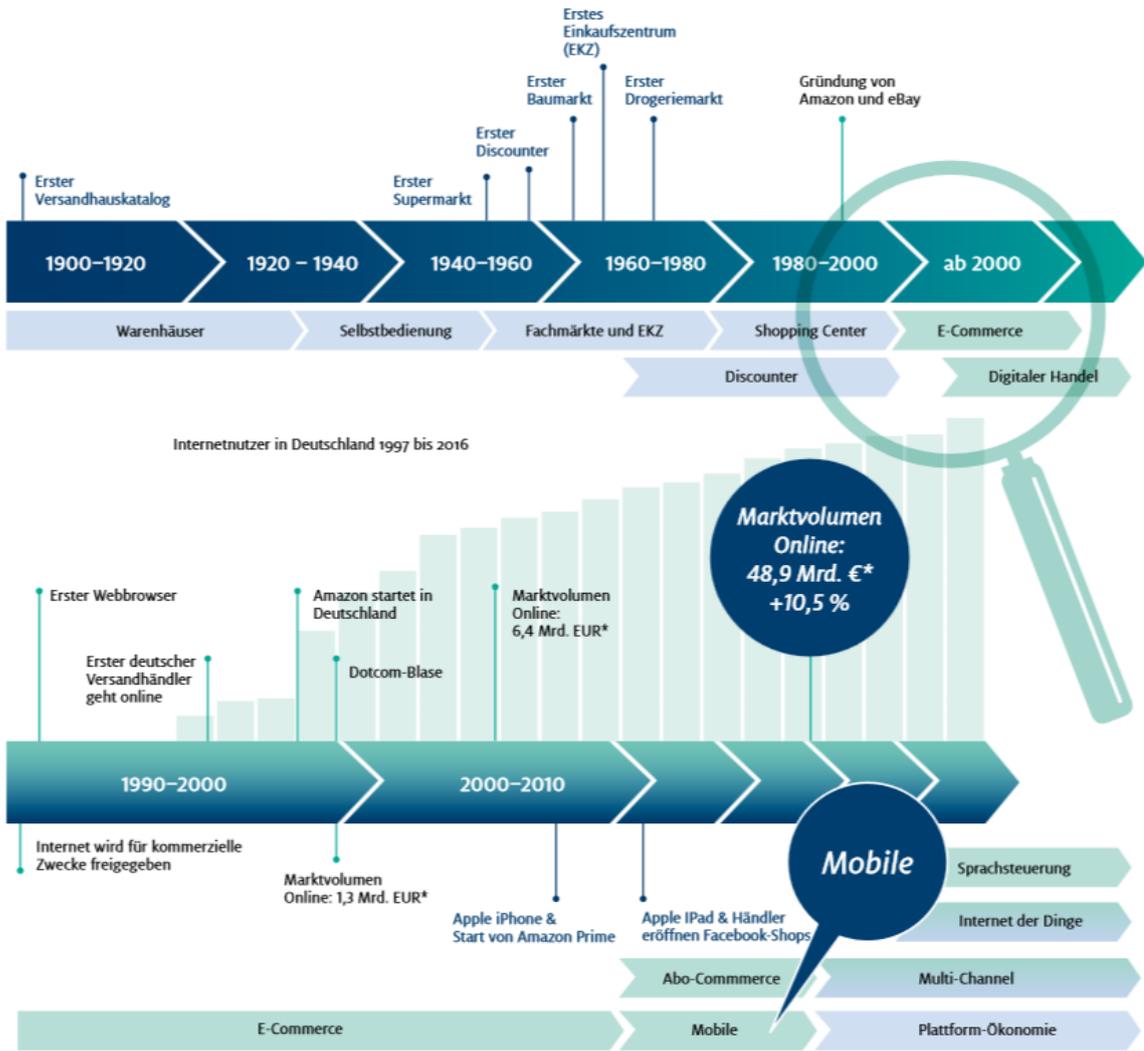


Abbildung 13: Meilensteine im Handel



Abbildung 14: Multi-Channel-Verhalten mit Smartphonennutzung

2.7 Ursachen des Leerstands

Bei der Auswahl des Themas dieser Masterarbeit, ergab sich bereits zu Beginn eine Antwort auf die Fragestellung: „Warum gibt es immer mehr Leerstand bzw. überhaupt Leerstand in einer der schönsten Städte Europas“? Der erste Gedanke der meist gehegt wird, lautet: „Es muss ganz klar an den zu hohen Mietpreisen liegen“. Diese Aussage kann anhand der geführten Experten-Interviews widerlegt werden. Alle Befragten waren sich einig, dass alleine diese Schlussfolgerung nicht der ausschlaggebende Grund dafür sein kann, weil weitaus mehr Faktoren zu einem Leerstehen von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien beitragen. Des Übels Wurzel dafür abermals anhand zu hoch angesetzter Mietpreise zu suchen, ist schlichtweg zu oberflächlich und nicht ausreichend begründet.

Europaweit betrachtet, liegt Wien zwar in den Top 10 hinsichtlich der Mietpreishöhe, aber trotz allem nicht in einem Segment in dem von einer zu hohen Miete gesprochen werden kann (vgl. *Bitzer* 2018, S. 74).

Die geführten Experteninterviews waren sehr aufschlussreich und aussagekräftig. Nachfolgend werden einige Einflussfaktoren erläutert die auf den aktuell herrschenden Leerstand im urbanen Raum Wien schließen lassen. Durch die ermittelten Ursachen soll ein zusammengefasster Überblick des Ursprungs aufgezeigt und ein Bewusstsein dafür geschaffen werden.

Der Mietpreis

Es ist nicht die Höhe des Mietpreises die alleine für einen Leerstand verantwortlich ist. Es ist vielmehr der Umsatz der nicht mehr generiert wird um sich die Mietpreise leisten zu können. Mieter passen sich über kurz oder lang an den Mietzins an und zahlen beinahe jeden Preis (vgl. *Bitzer* 2018, S. 74; *Wernhart* 2018, S. 97).

„Wenn es nicht um die klassischen Hot-Spots geht, sind die Mietpreise mittlerweile sehr moderat, also da geht's nicht mehr um die Preisspirale“ (*Wernhart* 2018, S. 98). „Wenn man sich die Leerstände anschaut und auch die Konzepte dazu analysiert, dann wird man auch drauf kommen, dass das nicht nur die Preise sind, nicht nur der Online-Handel sondern auch die Nicht-Weiterentwicklung von den Geschäftsbetreibenden“ (*Fenzl* 2018, S. 84).

Die Lage der leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen

Eine ganz einfache Erklärung des Leerstands liefert zunächst die Lage. Dies ist ein ganz entscheidender und wesentlicher Faktor. Es gibt in Wien mehr und weniger frequentierte Gegenden. Genauer betrachtet liegt der Unterschied in den einzelnen Gemeindebezirken. Vor allem leistungsstarke Betreiber aus dem Luxussegment wollen nur in hoch frequentierten Lagen bzw. speziell in den Top-Lagen des ersten Wiener Gemeindebezirks eine Geschäfts- und Verkaufsfläche anmieten. Diese Straßenzüge sprechen überwiegend Inhaber von sogenannten „High-Level-Produkten“ an, z.B. Marken wie Chanel, Prada und Louis Vuitton. Flächen in A-Lage, werden immer eine geringere Leerstandsproblematik haben und vorrangig von internationalen Firmen vertreten sein die diese Prestige- und Luxuslagen gezielt suchen und dementsprechend auch erhebliche Mietpreise in Kauf nehmen um ein zahlungskräftiges Klientel anzusprechen. Folglich haben es die B- und C-Lagen schwieriger, weil ihnen nicht so eine große Aufmerksamkeit und Beliebtheit zu Teil wird (vgl. *Bitzer* 2018, 73; *Bittermann* 2018, S. 78; *Mitterdorfer* 2018, S. 87; *Clementsitsch* 2018, S. 76). Die Lage wird auch durch die Dynamik von umliegenden Einkaufszentren oder Einkaufsstrassen beeinflusst (vgl. *Fenzl* 2018, S. 83).



Abbildung 15: Jahresvergleich der Passantenfrequenzen in den wichtigsten Wiener Einkaufsstrassen

Darüber hinaus wird der Titel „Top-Lage“ an immer weniger Geschäfts- und Verkaufsflächen überhaupt verliehen, weil diese die Kriterien nicht mehr erfüllen. Die Definition der A-Lage wird immer strenger bewertet und so werden Gebiete die vor Jahren noch der Gruppe angehörig waren, heute bereits in die nächste Kategorie einer B- oder sogar C-Lage verschoben (vgl. *www.ehl.at* 2019, S. 3).

Angebot und Nachfrage

Es gibt zu viele leerstehende Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien, weil die Nachfrage im Verhältnis zum Angebot nicht mehr gegeben ist. Zu knapper Kundenverkehr und daraus resultierend ein fehlender Umsatz hat zur Folge, dass immer mehr Betreiber sich Ihre Geschäfts- und Verkaufsfläche nicht mehr leisten können und zwangsläufig den Laden schließen müssen. Woraufhin ein Dominoeffekt ausgelöst wird, indem Leerstand meist einen weiteren Leerstand verursacht. Durch die Schließung einzelner Läden auf einer Einkaufsstraße wird die Schließung weiterer leider nicht lange auf sich warten lassen und gleichermaßen mindert sich ständig der Kundenverkehr. Einhergehend ist ein Leerstand von Geschäfts- und Verkaufsflächen was wiederum auch eine Senkung der Lebensqualität der Anwohner mit sich bringt. Diese müssen auf Einkaufsstraßen anderer Bezirke ausweichen, da der gewünschte Einkauf im eigenen Wohnbezirk aufgrund geschlossener Läden nicht mehr möglich ist (vgl. *Bitzer* 2018, S. 74; *Burgstaller* 2018, S. 97). Die Nachfrage wird unter anderem von der im Geltungsbereich lebenden und arbeitenden Bevölkerung beeinflusst. Die Bedürfnisse, die zahlenmäßige Dichte und die finanziellen Mittel der Menschen sind auch nicht außer Acht zu lassen. Es kann keine Nachfrage geben, wenn die Bevölkerungszahl zu niedrig oder das Verlangen der Menschen Produkte zu kaufen nicht stark genug ist. Die mögliche Käufergruppe wird auch vom Geltungsgebiet gelenkt, welches von der Annehmlichkeit, der Nähe und Größe des Stadtkerns abhängig ist (vgl. *Gruen* 1973, Seite 71).

Weniger Flächenbedarf

Der stationäre Handel reduziert einerseits Geschäfts- und Verkaufsflächen hinsichtlich bestehender Einzelhändler und gleichwohl ist die Nachfrage an Flächenbedarf seitens neuer Händler ebenso vermindert. Ein sehr gutes Beispiel, welches diese enorme Veränderung bzw. Reduzierung aufzeigt, offenbart sich in der Elektronik-Branche. Gab es vor ca. 20 Jahren seitens der Händler noch die Anforderung eine Verkaufsfläche im Ausmaß von 10.000 - 20.000 m² zu suchen, waren es 10 Jahre später nur mehr 3.000 - 5.000 m² und heute reden wir von 1.200 m² mit der Tendenz fallend auf 350 m² Flächenbedarf (vgl. *Bitzer* 2018, S. 73; *Fenzl* 2018, S. 83).

Der Trend geht ganz klar zu kleineren Flächen, weil neue Konzepte vermehrt einen geringeren Flächenbedarf aufweisen (vgl. *Schober* 2018, S. 96; *Bittermann* 2018, S. 78). Es ist vor allem im inneren Bezirk von Wien sehr stark zu beobachten, dass teilweise nur noch kleine Ladenflächen von größeren Handelsketten bestehen. Dort wird eine eingegrenzte Auswahl ihrer Produktpalette angeboten und der Rest des Sortiments ist im Online-Shop erhältlich. Manche Geschäftstreibende verzichten ganz darauf Ware auszustellen und bieten ihren Kunden nur einen Abholmarkt an, in dem die online bestellten Artikel abgeholt werden können. Dadurch verringert sich dem einhergehend auch der Flächenbedarf von Geschäfts- und Verkaufsflächen (vgl. *Wernhart* 2018, S. 98).

Bewusster Leerstand seitens der Eigentümer

Es gibt auch viele Fälle bei denen die leerstehenden Flächen vom Eigentümer bewusst leer stehen gelassen werden, weil sie den Mietzins nicht senken wollen. Diese Eigentümer haben eine gewisse Vorstellung, welchen Mietertrag sie erzielen wollen und darunter wird nicht vermietet. So wird lieber abgewartet bis der richtige Mieter anklopft und die Erwartung erfüllt bzw. den Preis bezahlt, anstatt durch Absenkung des Mietzinses die Liegenschaft abzuwerten. Bis dahin wird in Kauf genommen die Leerstandskosten auf Eigenregie zu übernehmen und ein zukünftig höherer Erlös bleibt somit erhalten. Dadurch ziehen sich auch die Verhandlungszeiten mit potenziellen Mietern immer weiter in die Länge. Konnte man früher beispielsweise eine Vermietung innerhalb von 2 Monaten von Vertragsunterzeichnung bis zur Übergabe der Fläche zu einem Abschluss bringen, muss man mittlerweile ca. mit bis zu 12 Monaten rechnen. Das liegt zum Teil daran, dass die Anforderungen an die Geschäfts- und Verkaufsflächen höher geworden sind, einige Geschäftsbetreiber den Markt detaillierter analysieren und die Eigentümer eben gerne die Mietpreise erhöhen würden anstatt zu senken. Hier ist leider die aktuelle Wahrnehmung des Marktes falsch. Es wäre ratsamer für Eigentümer sich in eine gewisse Richtung der Anpassung zu orientieren, weil der Handel eben nicht mehr bereit ist jeden Preis für eine Fläche zu zahlen und hier wiederum die Diskrepanz gegenüber dem Flächenbedarf liegt (vgl. *Bitzer* 2018, S. 74; *Schober* 2018, S. 94; *Mitterdorfer* 2018, S. 87).

Generell ist diese Thematik rein wirtschaftlich zu betrachten. Entweder ist eine Bereitschaft seitens des Eigentümers vorhanden in die Liegenschaft zu investieren und dadurch schneller Mieteinnahmen zu lukrieren und einen höheren Cashflow zu erhalten oder diese Kosten werden eingespart und abgewartet bis der nächste Mieter die Fläche so übernimmt wie sie liegt und steht (vgl. *Wernhart* 2018, S. 101)

Hinzu kommt eine fehlende Motivation seitens der Eigentümer in eine leerstehende Geschäfts- und Verkaufsfläche zu investieren. Dies könnte auch daran liegen, dass mehr Fördermöglichkeiten bei der Umwidmung der Flächen zu Garagen angeboten werden. Die Bereitschaft der Unternehmer eine Investition zu tätigen ist oft nicht mehr gegeben, da die Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Position und Entwicklung als unsicher betrachtet wird. Meist werden Sanierungsvorhaben eher bei Unternehmen in Erwägung gezogen, bei denen auch die Flächenanforderung höher ist. Kleine Betriebe oder Einzelunternehmer möchten oft kein Risiko mehr eingehen eine Investition zur Modernisierung einer leerstehenden Fläche zu tätigen. Eigentümer verzichten auch aus dem Grund auf eine Renovierung, weil oftmals andere potentielle Mieter diese Anforderungen nicht stellen, wie z.B. 1€-Shops, Wett- und Spielbüros (vgl. *Wirtschaftskammer Wien* 2013, S. 70).

Der Online-Handel

Das Wachstum des Online-Handels löst zunehmend in vielen Branchen eine Flächenreduktion aus und demzufolge verringern sich auch die Umsätze pro m² (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 17). Unter „Online-Handel“ sind auch die Begriffe Internethandel, E-Commerce und Elektronischer Handel gleichermaßen zu verstehen. Allgemein wird damit das Ein- und Verkaufen von Waren über das Internet ausgedrückt. Genauer beschrieben umfasst der Vorgang den Datenaustausch zwischen Anbieter und Kunde bis hin zur Verkaufsabwicklung über das Internet. Entweder wird diese Verkaufsform zusätzlich als Erweiterung des stationären Ladens von Geschäftstreibenden genutzt oder als einzige Verkaufsoption lediglich bestehend aus einer online Plattform auf der dem Kunden die Produkte angeboten werden (vgl. *www.elektronischer_Handel.org* 2019).

Anteil der Online-Shopper 2017 im Durchschnitt



Abbildung 16: Berechnung auf Basis Onlinekäufer 2017

Jeder vergleicht heute die Preise im Internet, bevor eine Investition getätigt wird. Ob beispielsweise bei Elektrogeräten oder im Brillen- und Schuhgeschäft. Ist das gewünschte Produkt erst einmal online gefunden, wird vielleicht der direkte Weg in den stationären Handel noch gegangen und das Produkt vor Ort physisch begutachtet sowie dem Verkäufer Informationen darüber entlockt. Folgt dann jedoch der Blick auf das Preisetikett, wird die Ware in den meisten Fällen wieder zurück ins Regal gestellt, weil der Artikel zuvor im Internet bereits zu einem viel günstigeren Preis entdeckt wurde. In manchen Geschäften ist es möglich anhand eines Beweises der sogleich über das Smartphone geliefert wird, einen Preisunterschied desselben Produktes vorzulegen. Erzielt wird dadurch vor Ort ein Entgegenkommen des Händlers zu erhalten und auf einen Versand über das Onlineportal zu verzichten. Doch in den meisten Fällen können die Verkäufer den Preis des Produktes in einem Geschäft nicht herabsetzen (vgl. *Clementschtsch* 2018, S. 76).



Abbildung 17: Online-Shopper

Es ist nicht nur ein Unterschied bei der Entwicklung des Umsatzes zwischen stationären Einzelhandel und dem Online-Handel erkennbar, sondern auch deutlich bei der Verdienstspanne sowie der Struktur der Kosten. Der Onlinehandel produziert zwar mehr Logistik- und Werbekosten, weist aber hinsichtlich der Personalkosten erhebliche Einsparnisse auf, wodurch der durchschnittliche Reinerlös wiederum auch höher ist als im stationären Einzelhandel. Grundsätzlich erwies sich der Handel stets als beständige Größe der österreichischen Wirtschaft. Doch war bereits 2013 eine Trendwende zu erkennen, die auf eine Rückläufigkeit der Geschäfts- und Verkaufsflächen sowie der Konzentrationstendenz im stationären Einzelhandel schließen ließ (vgl. *Voithofer, Gittenberger* 2014, S. 6).

Auch 2017 ist der Online-Handel in Österreich um 6% gestiegen und somit eindeutig vor dem stationären Handel. Geschäftsbetreibende werden dadurch gezwungen ihre Verkaufsstrategie dementsprechend anzupassen und ihr Geschäftsmodell noch enger mit dem Onlinegeschäft zu verbinden. Diese sogenannten „Click & Collect-Konzepte“ verbreiten sich zunehmend in allen Wirtschaftszweigen und die daraus hervorgehenden Leerstände sowie Änderungen der Flächennutzungen, wie z.B. mehr Lagerfläche für den Versand der Ware des Online-Handels, müssen die Betreiber und Eigentümer ausbaden (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 17).

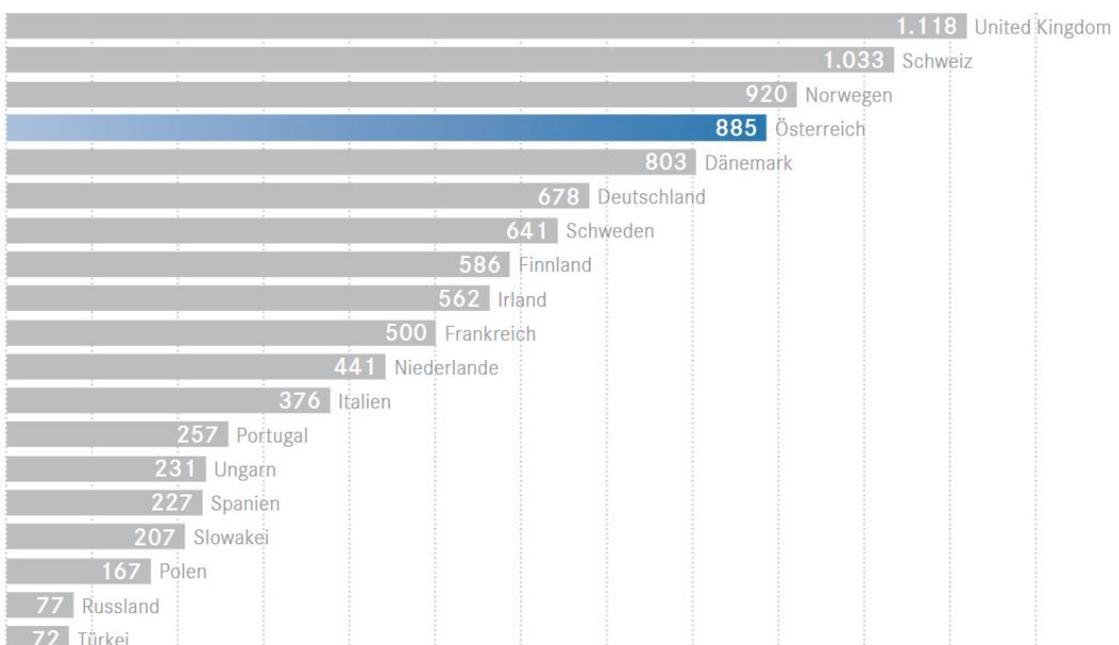


Abbildung 18: Onlineumsätze je Einwohner in EUR pro Jahr

Die Digitalisierung

Nicht nur der Online-Handel an sich ist ein großer Einflussfaktor dafür, dass immer mehr Flächen im Erdgeschoß leer stehen. Hinzu kommt die Betrachtungsweise der Digitalisierung im Allgemeinen, die den Online-Handel erst zum Leben erweckte. Darunter versteht man den Umschwung in eine digitale Welt seit Ende des 20. Jahrhunderts der sich in fast allen Lebensbereichen zeigt. Die Veränderungen die daraus hervor gingen, haben sich bis heute in hoher Geschwindigkeit überall dort ausgebreitet, wo Verwertungsmöglichkeiten in digitaler Form angewendet werden können (vgl. *www.digitale_Revolution* 2019). Es geht speziell darum, dass sich vermehrt ganze Branchen auf ein Arbeiten im Online-Modus umstellen und dadurch auf stationäre Fläche und persönliche Anwesenheit der Ansprechpartner vor Ort verzichten. Ein gutes Beispiel hierfür sind die Kreditinstitute. Die Banken hatten ein großes Filialnetz in der Stadt und alle reduzieren ihre Flächen, schließen die Filialen, weil sie auch auf Online-Plattformen umgestiegen sind. Diese Filialen befanden sich meistens im Erdgeschoß und genau dieses Flächenausmaß fließt zusätzlich in die Leerstandsquote (vgl. *Fenzl* 2018, S. 83).

Verlagerung menschlicher Bedürfnisse

Es liegt nicht an politischen Rahmenbedingungen oder falscher Gesetzgebung, dass ein gewisser Leerstand im urbanen Raum Wien vorhanden ist. Ein weiterer Faktor der diese Entwicklung beeinflusst ist die Verlagerung der menschlichen Bedürfnisse. Wir alle geben heutzutage mehr Geld für andere Lebensbereiche aus. So ist es nicht mehr nur der Handel der hauptsächlich von unserem Konsum profitiert, sondern andere Bereiche die einerseits wichtiger geworden oder gar neu sind. Die Menschen verreisen öfter, leisten sich mehr Urlaube als früher und legen mehr Wert denn je auf einen gesunden Lifestyle was sich im Segment der Lebensmittel-, Sport- und Kosmetikindustrie wieder spiegelt. Zunehmend werden für die Freizeitgestaltung mehr Events, Partys und Konzerte besucht. Hinzukommen Kulturangebote wie Ausstellungen, Museen und Stadtführungen. Außerdem wird generell mehr Wert auf die Ernährung und gutes Essen gelegt, dementsprechend genießt man auch vermehrt Restaurantbesuche. Klassische Gewerbeflächen in Erdgeschoßen werden zunehmend von Gastronomieeinrichtungen verdrängt (vgl. *Bitzer* 2018, S. 73; *Bittermann* 2018, S. 78).

Desweiteren ist festzustellen, dass sich generell betrachtet, das Konsumverhalten der Leute geändert hat. Das beste Beispiel hierzu kommt aus der Modewelt. Der Trend geht ganz klar dahin, dass bevorzugt günstigere Kleidung in großen Mengen gekauft und nur eine Saison getragen wird, anstatt weniger in besserer Qualität und daher teurer zu kaufen und diese Stücke dann auch länger zu tragen. Beispielsweise wird es heutzutage immer seltener, dass sich jemand noch einen Anzug bei einem Schneider maßanfertigen lässt. Natürlich wäre dies teurer aber dennoch von längerer Lebensdauer. Aufgrund dieser Verlagerung der Bedürfnisse, für einerseits andere Dinge in unserem Leben und andererseits der derzeitigen Generation mit ihrem veränderten Konsumverhalten, wird auch weniger tatsächliche Verkaufsfläche benötigt (vgl. *Wernhart* 2018, S. 98).

Verschiebung der Konzepte

Genauso wie sich die Menschen weiterentwickeln, passiert dies auch im selben Zug mit ihren Konzepten für eine Einzelhandelsfläche. Viele Leerstände werden durch diese Verschiebung der Konzepte verursacht, weil einige langjährige Gewerbetreibende nicht bereit sind, sich auf diese neuen Gegebenheiten einzulassen und ihre Ladenkonzepte somit auch nicht modernisieren wollen. Hierbei geht es nicht in erster Linie um den Online-Handel bzw. die Umstellung die Waren online anzubieten, sondern um die Konzeptabhängigkeit, die ein Weiterbestehen einer Geschäfts- und Verkaufsfläche ermöglicht. Ein Beispiel dazu liefert das Reformhaus „Staudigl“ in Wien, das ein ausgewähltes Sortiment an Naturkosmetik, Nahrungsergänzungs- und Lebensmittel anbietet (vgl. *www.staudigl.at* 2019).

Nicht nur begeistert das Reformhaus seine Kunden durch die erlesene Auswahl der Produkte, sondern lädt es auch durch den optischen Eindruck ein. Die Glasfassade ist sicherlich ein Blickfang, genauso wie die schöne Shop-Einrichtung. Hier geht das Geschäftsmodell auf und der Laden ist immer gut besucht, weil das Konzept zeitgerecht ist und an moderne Gegebenheiten angepasst wurde. Ein zweites Geschäft, in dem nur Kosmetikprodukte angeboten werden, ist dem Reformhaus bereits gefolgt (vgl. *Fenzl* 2018, S. 83).



Abbildung 19: Staudigl Frauenzimmer – Naturparfumerie, Wollzeile 4

Es gibt allerdings auch eine Vielzahl an Beispielen für eine Nicht-Weiterentwicklung von Geschäftsbetreibenden. Dies wirkt sich wiederum auf die Fläche aus und verursacht einen Leerstand. Wie viele langjährige Geschäfte gibt es in Wien, die noch einen alten Mietvertrag besitzen und dadurch bis heute wenig Miete bezahlen aber das Geschäft trotzdem nicht läuft (vgl. *Fenzl* 2018, S. 84).

Dies liegt in erster Linie daran, dass diese Geschäftsmodelle nicht mehr zeitgerecht sind und keine Bereitschaft auf Seiten der Ladenbetreiber vorhanden ist den Zustand, d.h. die Shop-Einrichtung und die Ware zu ändern. Hierzu auch ein klassisches Beispiel: Ein Geschäft das Lederwaren verkauft, muss sich irgendwann auf neue Artikel umstellen und den Kunden eine moderne Auswahl an Taschen,

Gürteln, Handschuhen, usw. bieten und kann nicht noch immer die gleichen Lederwaren wie vor 30 Jahren verkaufen. Da liegt es auf der Hand, dass solche Geschäfte über kurz oder lang gezwungen sind zu schließen, weil die Kundenfrequenz ganz einfach aus bleibt (vgl. *Fenzl* 2018, S. 84).

Die Entwicklung der Geschäfts- und Verkaufsflächen bietet viele Möglichkeiten von Geschäftsanordnungen. Jedoch sollte die Konzeptabhängigkeit und der Wandel des Konsumverhaltens der Menschen berücksichtigt werden. Es werden die Läden eine bessere Chance haben zu überleben, die gezielt wegen ihres Geschäftsmodelles aufgesucht werden. Daher liegt eine weitere Ursache für Leerstände von Geschäfts- und Verkaufsflächen im Wandel unserer Gesellschaft, näher betrachtet am Einkaufsverhalten der Menschen. Das „Shopping“ (Einkaufen) hat sich in unsere Freizeitgestaltung integriert und beeinflusst unsere Kaufentscheidungen sowie letztendlich die Entscheidung in welche Geschäfte wir spazieren. „Shopping ist typisch für die Wohlstandsgesellschaft und für einen Lebensrhythmus, der dem Menschen Freizeit gibt“ (*Gruen* 1973, S. 94).

„Shopping“ ist nicht gleich „Kaufen“, denn Kaufen ist das Ergebnis einer festgelegten Absicht, wobei der Käufer gezielt ein bestimmtes Geschäft auswählt um das benötigte Produkt zu kaufen und somit der Einkauf auch rasch erledigt ist. Beim „Shopping“ hingegen, wird kein bestimmtes Produkt oder Geschäft anvisiert. Aufgrund vorhandener Freizeit und eines gewissen finanziellen Spielraums, wandern die Produkte wahr los in den Einkaufswagen. Der „Shopper“ hat zwar meist eine Einkaufsliste dabei, aber dennoch sehnt er sich nach Anreizen durch zufällig gesichtete Produkte die nicht notwendig sind, ihn aber emotional ansprechen und somit gekauft werden. Shopping hat einen positiven Effekt für den Kunden, da er unzähligen verschiedenen Produkten begegnet. Was wiederum seine Urteilskraft schärft, die Sicht erweitert und den Geschmackssinn hebt. Der Geschäftsinhaber ist dadurch allerdings im Zugzwang den anspruchsvollen Kunden zufriedenzustellen und wird somit auch höhere Ansprüche an seine Lieferanten stellen was die Neuheit, die Qualität und Wertigkeit seiner Auswahl betrifft, bis hin zur Größe und Ausstattung der Ladenfläche an sich (vgl. *Gruen* 1973, S. 93, 94).

3 Empirische Abhandlung

3.1 Anlass der Untersuchung

Einerseits soll auf die Entwicklung der Geschäfts- und Verkaufsflächen aufmerksam gemacht werden und dadurch über mögliche Nutzungsänderungen sowie mehr Interesse an der Vermarktung der Eigentümer wach geweckt werden. Andererseits ist auch eine erhöhte Nachfrage von Kunden an kleineren Flächen spürbar. Diese Erkenntnis hat die Autorin aufgrund ihrer Erfahrung als Asset-Managerin für Gewerbeflächen in Wien gewonnen.

3.2. Die Forschungsfrage

Es erscheint sinnvoll in dieser Masterthesis „Bausteine für die Zukunft“ aufzuzeigen, die sich mit der Wiederbelebung einzelner Straßen oder ganzer Bezirke auseinandersetzen. Zielsetzung ist es, schlussendlich Maßnahmen, Förderungen und alternative Nutzungen darzulegen, die vorstellbar wären um den herrschenden Leerstand zu verringern. Die Forschungsfrage lautet: „Warum gibt es immer mehr Leerstand von Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum der Stadt Wien und wie kann dem entgegen gewirkt werden?“

3.3. Methodische Vorgehensweise

Für den empirischen Teil dieser Untersuchung wurden insgesamt neun Experteninterviews mit Fachkräften aus der Immobilienbranche geführt. Die folgenden Absätze beschreiben im ersten Schritt die angewandte Methode und anschließend wird die Auswertung dargelegt.

3.3.1 Definition von Experten und Experteninterviews

Zunächst muss festgelegt werden wer ein „Experte“ ist und was diesen ausmacht. Allgemein bekannt ist, dass Experten über ein besonderes Wissen verfügen. Die Definition von „Experteninterviews“ ist demzufolge eine Methode der Informationsabfrage bei Menschen die aufgrund Ihrer Position ein bestimmtes Wissen besitzen. Sehr viele Menschen haben ein spezielles „Expertenwissen“ auf irgendeinem Gebiet. Dies muss nicht zwingend mit Ihrer beruflichen Position in Verbindung stehen (vgl. *Gläser, Laudel* 2010, S. 11).

Es kann auch rein aus Interesse an einer Sache, persönlicher Beobachtungen oder intensiver Beschäftigung mit einer bestimmten Sachlage angeeignet werden (vgl. *Gläser, Laudel 2010, S. 11*).

Experte wird demzufolge der Interviewpartner genannt, der sich als Informationsquelle von speziellem Wissen für die Befragung von erforschenden Inhalten zur Verfügung stellt. Der Hauptfokus bei der Untersuchung des Themas liegt zwar nicht auf den Experten – sie dienen primär als Augenzeugen des zu ermittelnden Gegenstands – dennoch, entscheidet die Auswahl der Experten über die Brauchbarkeit der Informationen (vgl. *Gläser, Laudel 2010, S. 117*). Auch die Emotionen der Experten während des Interviews sollten den Sachverhalt nicht beeinflussen. Das angewandte Vorgehen, um an die Informationen zu gelangen, wird als Experteninterview bezeichnet. Im Allgemeinen sind Experteninterviews ein Teilbereich der qualitativen Sozialforschung (vgl. *Gläser, Laudel 2010, S. 12*).

Die Verwendung von Experteninterviews ist eine recht verbreitete Vorgehensweise der Wissensbeschaffung. Auch in unserer Gesellschaft gewinnt das Thema Wissen immer mehr an Bedeutung und deshalb ist es umso wichtiger, richtig damit umzugehen. Das Ziel eines Experteninterviews ist es, bei den befragten Experten eine Erklärung auf die gestellten Fragen zu bekommen und daraus ein Resümee des Themas zu ziehen (vgl. *Gläser, Laudel 2010, S. 15*).

3.3.2 Erhebungsmethode

Bei Interviews unterscheidet man grundsätzlich nach der Standardisierung. Die Interviews für diese Arbeit wurden anhand der „teilstandardisierten“ Methode abgefragt. Hierbei handelt es sich um vorgegebene Fragestellungen die dem Interviewpartner – in diesem Fall, dem jeweiligen Experten – gestellt und von diesem frei beantwortet werden. Der Interviewer stellt bei jedem Interview dieselben Fragen, in derselben Reihenfolge und folgt somit einem Leitfaden (vgl. *Gläser, Laudel 2010 S. 41*).

3.3.3 Auswertungsmethode

Anhand des gesammelten Textmaterials wurde eine erste Eingrenzung der Datenerhebung vorgenommen und anschließend das Erzeugnis den Fragen nach sortiert und vom Autor katalogisiert. Fachspezifisch nennt man die Auswertung der Experteninterviews „qualitative Inhaltsanalyse“. Bei dieser Methode wird das erfasste Textmaterial anhand eines Analyserasters gefiltert und es bleiben dadurch nur noch die wesentlichen Informationen übrig. Das gewonnene Informationsmaterial wird einer Kategorisierung unterzogen und ziemlich autark umgeändert, weiterverwertet oder ausgegrenzt. Dadurch wird der ursprüngliche Text verändert, wodurch nur die gefilterten Informationen erhalten bleiben, die dann weiterverarbeitet werden können (vgl. *Gläser, Laudel* 2010, S. 46).

3.4. Auswertung der Experteninterviews

Die Auswertung erfolgt anhand der geführten Interviews die miteinander verglichen und anhand der Meinungen, Erfahrungswerte und professionellen Einschätzung der Expertenaussagen zusammengefasst wurden.

Alle befragten Spezialisten sind aus der Immobilienbranche und in unterschiedlichen Fachgebieten tätig. Die Expertisen vereinen die in der Arbeit ausgeführten Ursachen für den Leerstand. Abschließend werden Maßnahmen zur Verringerung von Leerstandsflächen vorgeschlagen. Zu Beginn der geführten Interviews wurde die Zielsetzung dieser Arbeit erklärt und auf die Thematik der aktuellen Leerstandsproblematik eingegangen. Jedes Interview wurde strukturiert und formell abgehalten und mittels eines Aufnahmegerätes archiviert. Es wurden jedem Interviewpartner dieselben fünf Fragen, in derselben Reihenfolge gestellt und im Nachgang wurde das Gespräch niedergeschrieben. Die Fragen im Detail:

- Können Sie Ursachen für die aktuellen Leerstände von Geschäfts- und Verkaufsflächen definieren?
- Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?
- Wie könnten die Leerstandsflächen aus Ihrer Sicht für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?
- Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer aussehen?

- Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

Nachdem bereits einige Ursachen der aktuellen Leerstandsproblematik in 2.7 dargelegt wurden, folgt in diesem Kapitel nun eine Zusammenfassung der Ergebnisse anhand des gesammelten Informationsmaterials über die Verringerung des Leerstands die sich ebenfalls aus den Experteninterviews erheben lassen.

3.4.1 Maßnahmen der Stadt Wien

Wenn es darum geht dem Leerstand entgegen zu wirken, könnte die Stadt Wien durch politisches Einwirken eine Widmungsänderung anstreben um das Thema der alternativen Nutzungsmöglichkeiten zu unterstützen bzw. eine Besserung hervorzubringen. D.h. im Detail, die bisherigen Widmungsbestimmungen zu lockern, die Anforderungen zu senken bzw. flexibler zu gestalten und dadurch einen großzügigeren Spielraum für andere Nutzungen zu schaffen (vgl. *Bitzer* 2018, S. 75; *Bittermann* 2018, S. 79; *Fenzl* 2018, S. 85). In Wien werden alle gesetzlichen und rechtlichen Bestimmungen in der Bauordnung für Wien (WBO) geregelt, wie in Kapitel 2.5 beschrieben. Das Mietrechtsgesetz ist in Wien ein Bundesrecht. Auch die Wirtschaftskammer könnte hier unterstützen, wenn sie sich bereit erklären würde, sich bei der Leerstandsproblematik einmischen zu wollen. So könnte durch das Einwirken beim Gesetzgeber gefordert werden, die aktuell gültigen mietrechtlichen Vorschriften im Mietrechtsgesetz (MRG) für Geschäfts- und Verkaufsflächen zu lockern um den Leerstand zu verringern (vgl. *Amann* 2018, S. 91).

Eine weitere Idee was die Stadt Wien tun könnte, wäre die Routen für Touristen so umzuleiten bzw. gezielt durch die Stadt zu lenken, dass auch Geschäfte die eher im Schatten von Seitenstraßen liegen davon profitieren. Z.B. könnte diese Handhabung konkret so aussehen, dass in umliegenden Straßen in denen noch Betreiber von Geschäfts- und Verkaufsflächen vorhanden sind, irgendwelche Anreize von Sensationen jeglicher Art veranstaltet werden, um die Reisenden dadurch auch an versteckten Läden vorbei zu führen. Es leben so viele Branchen vom Tourismus in Wien, wie beispielsweise Juweliere, aber viele tolle, alte und dadurch sehenswerte Geschäfte werden aufgrund ihrer Lage nicht wahrgenommen (vgl. *Clementschietsch* 2018, S. 77).

Es muss allerdings auch nicht unbedingt seitens der Politik eine Institution in die Rolle des Ansprechpartners schlüpfen. Das Geheimnis liegt in der Kooperation. Es würde teilweise schon reichen, wenn sich eine Interessensvereinigung zusammen finden würde, egal welche Initiative den Stab federführend in die Hand nimmt, ob das Thema von der Wirtschaftskammer, den Geschäftsinhabern selbst betreut wird oder ein Makler als Organisator eintritt. Es sollte darum gehen, die Thematik des jeweiligen Straßenzugs gemeinschaftlich zu besprechen und den Leerstand bedarfsorientiert und vor allem zielbringend, d.h. von Dauer neu zu vermieten. Beispielsweise mit Gastronomiebetrieben, Super- und Drogeriemärkten oder beratungsintensiven Handelsgeschäften (vgl. *Fenzl 2018*, S. 85; *Clementschietsch 2018*, S. 77).

3.4.2 Förderungen

Hinsichtlich der Fragestellung, ob der Leerstandsproblematik durch Förderungen geholfen wäre, sind sich die Experten auch einig. Die Rettung von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Form von Förderungen für Mieter und Eigentümer zu sehen ist grundsätzlich problematisch zu betrachten. Denn, wenn Förderungen gestattet werden, ist dies in den meisten Fällen auch immer mit einer Gegenleistung zu Gunsten der gewährenden öffentlichen Institution verbunden. Es ist nicht machbar, einerseits eine freie Marktwirtschaft und gleichzeitig eine Risikoabfederung in schlechteren Zeiten zu genießen. Eine Möglichkeit die vorgeschlagen wurde ist, dass Eigentümer bei Sanierungen ihrer Liegenschaft bzw. der Erdgeschoßfläche unterstützt werden und sich durch diese Förderung allerdings verpflichten die Fläche an eine soziale Einrichtung zu vermieten. Oder auch künstlerische Zwischennutzungen wie z.B. Pop-up-Stores oder Start-up-Firmen könnten durch eine Förderung gewonnen werden und die Leerstandsfläche wiederbeleben. Sinnvoll wäre dies allerdings nur, wenn ein bestimmter Förderbetrag festgesetzt werden würde der an festgelegte Kriterien gebunden ist, denen die Nutzer und Eigentümer entsprechen und gerecht werden müssen. Die Frage hierbei ist jedoch auch immer, wie lange sollen solche Förderungen bezahlt werden und von wem? Letztendlich müsste der Steuerzahler für eine Förderung aufkommen und diese Maßnahme gilt es natürlich zu umgehen (vgl. *Fenzl 2018*, S. 86; *Mitterdorfer 2018*, S. 89; *Amann 2018*, S. 92; *Schober 2018*, S. 96; *Wernhart 2018*, S. 100).

Abschließend noch ein Beispiel wie eine mögliche Förderung aussehen könnte unter der Voraussetzung, dass die Stadt Wien davon überzeugt wäre, dass eine Ansiedlung von Bürobetrieben eine sinnvolle Alternative ist. Ein vorstellbares Szenario könnte sein, dass der Hauseigentümer eine Förderung erhält und den Betrag in Form eines reduzierten Mietzinses an den Mieter der Geschäfts- und Verkaufsfläche weiter gibt. Der Mietzins würde beispielsweise zu Gunsten des Mieters von einer gewohnten Miethöhe zwischen 12-15€ auf 7-10€ herabgesetzt werden und die Differenz könnte der Eigentümer über die Förderung erstattet bekommen (vgl. *Bittermann* 2018, S. 81).

3.4.3 Vermarktung und Sanierung der leerstehenden Flächen

Möglicherweise könnte ein Leerstand von Geschäfts- und Verkaufsflächen vermieden oder zumindest in seiner Dauer verkürzt werden, wenn die Flächen von den Eigentümern für neue Nutzer attraktiver gestaltet werden würden. Es ist leider häufig zu beobachten, dass die leerstehenden Flächen ein eher verwaorlostes Bild im Gesamteindruck abgeben, anstatt einzuladen und dem potentiellen Mieter eine gedankliche Vorstellung für die Entstehung seiner neuen Ladenfläche zu vermitteln. Bei diesem Thema muss zwischen zwei Nutzergruppen unterschieden werden. Einerseits gibt es die klassischen Filialisten, für die es eher keine große Rolle spielt in welchem Zustand sich eine Fläche befindet, weil ein eigenes Ladenkonzept vorliegt und ohnehin gewünscht ist von Grund auf alles selbst zu adaptieren und individuell herzurichten. Andererseits gibt es auch seitens der Eigentümer gewisse Vorstellungen welche Anbieter, Betreiber und Konzepte sie in ihrer Geschäfts- und Verkaufsfläche haben wollen. Für diesen Fall ist es ratsam die Fläche im Voraus dementsprechend aufzubereiten und somit den richtigen Interessenten anzusprechen. Ein Beispiel hierzu findet sich in der Herrengasse. Der Eigentümer hat gleich mehrere nebeneinander liegende Geschäfts- und Verkaufsflächen einheitlich saniert und den geschaffenen guten Gesamteindruck genutzt um tolle Mieter mit neuen Konzepten in diese Flächen zu bekommen. Ausschlaggebend war sicherlich die Fassadengestaltung die sich in neuem Glanz präsentiert und das Erscheinungsbild aufwertet. Eigentümer können hier viel beitragen um ihre Fläche schneller zu vermieten. Generell ist es ratsam Flächen die kleiner sind als 250 m² und sich in einer gut frequentierten Lage der Stadt befinden, wirklich initiativ ergreifend aufzuwerten. Erstens kann dadurch eine höhere Miete verlangt werden und zweitens werden diese Flächen schneller vermietet (vgl. *Fenzl* 2018, S. 85).

Gerade bei Geschäfts- und Verkaufsflächen bei denen die Nutzung noch unklar ist, würde es Sinn machen anhand verschiedenster Visualisierungen die zu vermietende Fläche in ein besseres Licht zu rücken. Es gibt so viele mögliche und auch kostengünstige Instrumente die sich anwenden lassen, wie beispielsweise Renderings, 3D-Planungen und Home Staging, damit sich der neue Nutzer etwas vorstellen kann. Wenn zumindest die Bereitschaft seitens der Eigentümer vorhanden ist die Fläche in den Zustand eines Edelrohbaus zu versetzen, d. h. für eine geeignete Beleuchtung, eventuell einen neuen Bodenbelag und neuen Anstrich zu sorgen, kann die Suchdauer nach einem neuen Mieter halbiert werden (vgl. *Bittermann* 2018, S. 80; *Schober* 2018, S. 96).



Abbildung 20: Beispiele für eine schlechte Vermarktung von Geschäfts- und Verkaufsflächen, 1090 Wien

3.5 Alternative Nutzungen

In diesem Kapitel wird eine Auflistung von alternativen Nutzungen für leerstehende Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien angeführt. Durch ein Umdenken und eine gewisse Offenheit für neue Konzepte sowie andere Verwendungen der leerstehenden Flächen kann weiterem Leerstand entgegengewirkt und bereits vorhandener neu vermietet werden.

3.5.1 Wohnen

Seit Anbeginn der Zeit waren Städte die Beherbergung von menschlicher Lebensform, sowie wirtschaftlicher, politischer, kultureller und wissenschaftlicher Entstehung. Unsere Epoche sticht durch einen enormen Zuwachs der Weltbevölkerung hervor. Und auch die Zahl der Menschen die in der Stadt leben ist verhältnismäßig gestiegen, im Vergleich zu denen die auf dem Land leben (vgl. *Gruen* 1973, S. 344).

Es kann natürlich nicht die gesamte Bevölkerung direkt im Stadtkern wohnen, dennoch sind dort auch vermehrt Menschen angesiedelt. Einerseits wird dadurch verhindert, dass nach Ladenschluss ein unbewohnter Stadtkern verlassen und leblos wirkt, andererseits wollen viele Menschen schlichtweg aus eigenem Wunsch oder wegen ihres Berufes lieber sehr Stadt nah wohnen (vgl. *Gruen* 1973, S. 211).

Generell liegt die Einschätzung der Experten bei einem „JA“, wenn es um die Frage geht, ob sich die Wiener Bevölkerung heutzutage ein Wohnen in leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen bzw. im Erdgeschoß vorstellen kann. Wenn der Grundriss der künftigen Wohnfläche gut geschnitten ist, die Fenster des Schlafzimmers beispielsweise in Richtung des Hinterhofes liegen – um die Privatsphäre zu wahren – dann wäre es sicherlich ein attraktives Angebot und auch hinsichtlich der Miete günstiger zu wohnen (vgl. *Fenzl* 2018, S. 86).

Auch eine Umfrage die von sReal Immobilien und Wohnnet 2018 beauftragt wurde bestätigt, dass vor allem die jüngere Generation, eine Wohnung im Erdgeschoß bevorzugt. Sogar 48% der Befragten können sich speziell ein Wohnen in adaptierten Geschäfts- und Verkaufsflächen vorstellen. Lag hier der Wert im Vorjahr 2017 noch bei 40%, ist die Anzahl nur ein Jahr später um 8% gestiegen. Andere

Städte leben diesen internationalen Trend bereits seit einigen Jahren. Ganz vorne mit dabei nehmen z.B. Amsterdam, London oder Kopenhagen eine Vorbildfunktion ein. Eine Begründung dafür könnte sein, dass das Erdgeschoß als Wohnfläche ein gewisses Gefühl von Offenheit und Transparenz vermittelt die von einigen Menschen geschätzt wird. Außerdem wird der schnelle Weg nach Draußen und die Kontaktfreudigkeit die ein Wohnen im Erdgeschoß mit sich bringt als Vorteil gesehen. Ein Beispiel hierzu liefert ein Studentenwohnheim im 9ten Wiener Gemeindebezirk, welches den Bewohnern eine gute Möglichkeit bietet um die Vorzüge zu nutzen (vgl. *Mathis* 2018; *Clementsitsch* 2018, S. 77; *Schober* 2018, S. 96; *Bittermann* S. 82).



Abbildung 21: ÖJAB-Haus Burgenland 1 Studentenwohnheim, 1090 Wien



Abbildung 22: Home 4 Students, 1040 Wien

Der Wohnraum in Wien wird zukünftig knapper, aufgrund der Bevölkerungsdichte die weiterhin wächst (vgl. *Fenzl 2018*, S. 86). Zwar nicht mehr so schnell wie in den vergangenen Jahren, aber dennoch wurde 2018 die 1,9-Millionen-Marke erlangt. Der Zuwachs aus dem letzten Jahr wird einerseits durch eine Zunahme der Einwanderungen und Geburten begründet (vgl. *www.kurier.at 2018*) und andererseits steigt das durchschnittliche Alter der österreichischen Bevölkerung wegen der ständig wachsenden Lebenserwartung der Menschen (vgl. *www.ehl.at 2018*, S. 17).

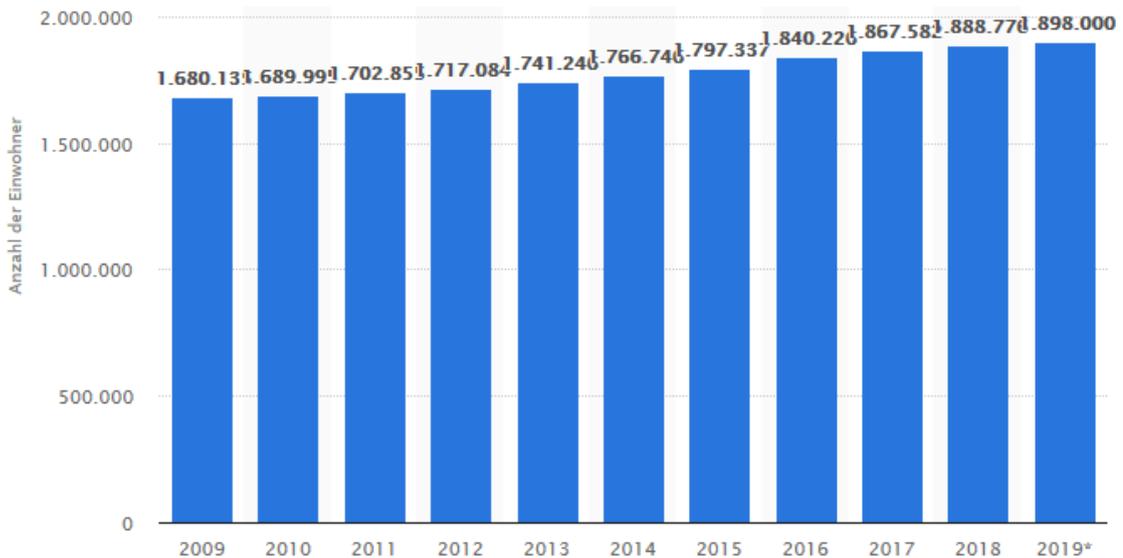


Abbildung 23: Bevölkerungsentwicklung von Wien 2009 – 2019

Wien wächst – und das überwiegend nur noch nach oben was den Wohnraum betrifft. Seit geraumer Zeit ist zu beobachten, dass verstärkt Dachböden ausgebaut werden und durch das aufstocken zusätzlicher Wohnraum geschaffen wird. Wieso also nicht auch Wohnraum von unten schaffen? Das Interesse der Bevölkerung ist vorhanden, der Bedarf an zusätzlichem Wohnraum wächst und dem Leerstand könnte damit entgegen gewirkt werden (vgl. *Fenzl 2018*, S. 86; *Psenner 2016*).

Leider noch immer eine Zukunftsmelodie, da es verboten ist Geschäfts- und Verkaufsflächen im Erdgeschoß durch Wohnungen zu ersetzen wie in Kapitel 2.5.1 bereits erläutert. So werden die ohnehin leerstehenden Flächen meist von den Eigentümern in eine Garage umgebaut, da durch den Dachgeschoßausbau zusätzlich neuer Wohnraum geschaffen wurde und somit die Stellplatzverpflichtung laut Wiener Garagengesetz 2008 (WGarG 2008) greift (vgl. *Psenner 2016*).

Schlussendlich kann festgehalten werden, dass es aus oben genannten Gründen grundsätzlich vorstellbar wäre, leerstehende Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wohnungen umzuwandeln. Dennoch ist es bislang nicht möglich, da es noch immer verboten ist. Daher wäre es wünschenswert, wenn es für Gebäude, Wohnungen und deren Eigentümer eine höhere Flexibilität geben würde was die Nutzungen anbelangt. Dadurch könnte eine viel größere Zielgruppe angesprochen und wohl schneller vermietet werden. Die bisherigen Einschränkungen sind nach wie vor problematisch. Eine Anpassung der derzeitigen Widmungsbestimmungen würde die Situation verändern und die Wünsche der zukünftigen Nutzer berücksichtigen. Hieran müsste sich die Stadt Wien mehr orientieren um dies mit einer gewissen Lockerung der bisherigen Widmungsbestimmungen zu ermöglichen.

Erfahrungsgemäß dauern solche Änderungen allerdings immer sehr lange. Schätzungsweise wird sich bezüglich des Themas „Wohnen im Erdgeschoß“ erst in den nächsten ca. 10-20 Jahren etwas verändern, da die allgemeine Wohnsituation in Wien noch immer sehr gut ist. Falls eine Änderung der Widmungsbestimmungen eintreten sollte, könnte dies auch mit sich bringen, dass die Wohnungsgrößen immer kleiner werden (vgl. *Bittermann* 2018, S. 79).

Es ist als globaler Trend zu sehen, dass die Wohnungen allgemein im urbanen Gebiet kleiner und kompakter werden. Grund dafür sind die steigenden Immobilienpreise im Wohnungssektor. In Wien gibt es bereits ein fertig gestelltes Projekt namens „Studio Zwei“ und derzeit wird an einem weiteren Projekt namens „Karla & Ferdinand“ gebaut. Die 32 m² großen Wohnungen werden in einem früheren Bürohaus adaptiert und sollen vor allem Anleger ansprechen (vgl. *Zoidl* 2018). Der Trend „Mikrowohnen“ zeigt sich auch durch die Änderung in der Bauordnung von Mindestgrößen für Wohnraum. Lag die bisherige Anforderung bei 30 m², werden es zukünftig nur noch 25 m² sein (vgl. *Fenzl* 2018, S. 86).

3.5.2 Hotel

Seit nun beinahe 15 Jahren gibt es in Wien ein breit gefächertes Repertoire an allerhand ideenreicher Lösungsansätze um den vorhandenen Leerstand einzudämmen. Als echter Klassiker hat sich die Hotelnutzung ihren Rang erkämpft, wenn es darum geht als eine der besten alternativen Nutzungsmöglichkeiten zu dienen (vgl. *Redl* 2016; *Bitzer* 2018 S. 75; *www.graetzelhotel.com* 2019).

So werden kurzer Hand ehemalige Geschäfts- und Verkaufsflächen in individuell gestaltete und modern eingerichtete Hotelzimmer umfunktioniert. Das Grätzelhotel ist Spitzenreiter in Sachen „Lokal-Recycling“ und hat seine Pforten 2011 mit dem Grätzel Belvedere zwischen Hauptbahnhof und Innenstadt aufgesperrt und genießt seither den Ruf als gelungenes Konzept. Gefolgt sind mittlerweile drei weitere Hotels, verteilt in ganz Wien. Für Städtereisende bietet das Nächtigen in den einst leerstehenden Geschäftslokalen den perfekten Standort um direkt am Geschehen der Stadt teilzunehmen (vgl. *Redl* 2016; *Bitzer* 2018 S. 75; *www.graetzelhotel.com* 2019).

Unter die Rubrik „Hotelnutzung“ fällt auch eine weitere sinnvolle Alternative die von allen Experten bestätigt wurde. Das sogenannte „AIRBNB“ gibt es seit 2008 und der anfängliche Name Airbedandbreakfast (englisch: Luftmatratze und Frühstück) wurde 2009 abgekürzt auf Airbnb. Private und gewerbliche Vermieter bieten ihre Wohnung oder zumindest einen Teil davon, als Unterkunft für Reisende an. Die Buchung erfolgt online über die Airbnb-Plattform. Der Gast bezahlt seinen Aufenthalt per Kreditkarte an Airbnb und erst 24 Stunden nach Anreise wird der Betrag an den Vermieter angewiesen. So soll sichergestellt werden, dass die Unterkunft auch real den online ausgewählten Kriterien entspricht. Diese Flächennutzung ist gewerblich und gilt dadurch nicht als Wohnnutzung und ist somit zulässig (vgl. *Bittermann* 2018, S. 82; *Fenzl* 2018, S. 86; *Burgstaller* 2018, S. 101; *www.airbnb.org* 2019).

3.5.3 Büro

Die Entwicklung der klassischen Büronutzung verändert sich zunehmend und Firmen mieten sich vermehrt in ehemalige Geschäftsflächen ein. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass die Arbeitsstättenverordnung dies auch zulässt. Die Nutzung der leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen als Bürofläche würde sicherlich noch für weitaus mehr Interessenten in Frage kommen, wenn die Anforderungen an die Belichtung gelockert werden würden (vgl. *Wernhart* 2018, S. 101).

Der große Vorteil der sich den Betreibern durch ein Büro im Erdgeschoß bietet ist die erhöhte Präsenz. Das Firmenlogo ist von der Straße aus ersichtlich und Fußgänger registrieren dadurch viel besser an welchen Anbietern sie gerade vorbeilaufen. Für Autofahrer ist die Beschilderung meist auf Augenhöhe erkennbar.

Folglich sind die Büroflächen im Erdgeschoß auch einfach zugänglich für Kunden und die Laufkundschaft bzw. Mundpropaganda erhöht sich. Ein sehr gutes Beispiel für eine optimale Büronutzung liefert das Architekturbüro Bittermann & Partner. Was früher ein gewerblicher Betrieb war, wird seit 2011 als Architektenbüro genutzt. Vorstellbar wäre solch eine Nutzung sicherlich auch für einige weitere Unternehmen aus dem Kreativbereich wie z.B. Mediengestalter, Werbetexter, Marketingagenturen, Künstler, usw. (vgl. *Bittermann* 2018, S. 81; *Mitterdorfer* 2018, S. 89; *Wernhart* 2018, S. 101).



Abbildung 24: Büro Bittermann & Partner, 1040 Wien

3.5.4 Lager/ Logistik

Das Erdgeschoß als neuer Keller? Auch eine Möglichkeit der Konvertierung von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen, obwohl zugleich betont werden muss, dass diese alternative Nutzung nicht die beste ist. Sinnvoll ist dies nur für Seitengassen und nicht den High-Street-Sektor. Zudem ist diese Lagermöglichkeit – auch unter „SelfStorage“ bekannt – nicht gerade die kostengünstigste und auch für das Stadtbild nicht unbedingt förderlich, weil es sich durch die geschlossenen, teilweise zugeklebten Fassaden nicht in die Nachbarschaft eingliedert. Dennoch, in nicht frequentierten Lagen bietet dieses Modell eine weitere Möglichkeit dem Leerstand entgegenzuwirken (vgl. *Mitterdorfer* 2018, S. 89; *Amann* 2018, S. 93).

Ein Beispiel bietet der 1999 gegründete Marktführer „MyPlace - SelfStorage“ mit insgesamt 11 Lagerstandorten in ganz Wien und Lagerräumen ab 1-50 m² (vgl. www.mylplace.at 2019) Ein weiteres Unternehmen „Storebox - Dein Lager nebenan“ ist diesem Trend 2016 gefolgt und bietet mit 33 Lagerstandorten in Wien eine breite Auswahl ein Lagerabteil in gewünschter Größe online zu buchen und eine monatliche Miete dafür zu bezahlen (vgl. www.storebox.at 2019).



Abbildung 25: Storebox, 1180 Wien

Desweiteren werden durch den boomenden Online-Handel auch mehr Logistikflächen benötigt. Selbst im inneren Bezirk ist zu beobachten, dass größere namhafte Anbieter nur mehr kleinere Ladenflächen anmieten oder diese den Kunden gar nur noch als Abholmärkte dienen (vgl. *Wernhart* 2018, S. 98).

Durch das komplette Angebot, das der Anbieter bereits online zur Verfügung stellt, werden nicht mehr alle Produkte vor Ort im Geschäft vorrätig benötigt. Die Fläche dient vielmehr als Ausstellungsraum mit jeweiligen Beispielprodukten die sich der Kunde anschauen kann oder um die online bestellte Ware dort abzuholen. Alle Städte haben die gleiche Problemstellung was die Auslieferung von Produkten die über den Online-Handel bestellt werden betrifft. Die meisten Logistikflächen sowie der kleinere Vertrieb liegen außerhalb der Stadt. Jedoch wollen die meisten Unternehmen eine Zulieferung ihrer Produkte an den Kunden innerhalb von ein paar Stunden nach Bestellung anbieten. Deshalb liegt die Alternative darin, die leerstehenden Geschäftsflächen – die teilweise bereits schon in einer niedrigeren Mietregion liegen – als City-Logistikfläche zu nutzen. Dadurch würde dieser zukunftssträchtige Auslieferungshype, der durch die ganze Paket- und Warenauslieferung des Online-Handels entstanden ist, eine schnellere Zulieferung

der Produkte gewährleisten können. Zur Realisierung dieser Nutzungsmöglichkeit, sollte hier nicht eine Widmungsänderung angestrebt werden, sondern eine Änderung der Nutzung mit Fokus auf ein vertretbares Miet-Niveau. Der Online-Handel wächst unaufhaltsam und die Ware wird dadurch auch innerhalb der Stadt gelagert werden müssen (vgl. *Wernhart* 2018, S. 98).



Abbildung 26: Warenauslieferung

3.5.5 Gastronomie

Die Nutzung von Gastronomiebetrieben ist mit Sicherheit eine der begehrtesten alternativen Nutzungsmöglichkeiten für Geschäfts- und Verkaufsflächen. Doch ist auch diese Nutzung nicht ganz unproblematisch zu betrachten. Einerseits gilt es die rechtlichen Bestimmungen zu beachten und andererseits ist es ratsam nicht jeden entstandenen Leerstand durch eine Gastronomieeinrichtung zu ersetzen, um eine gewisse Branchenvielfalt gewährleisten zu können sowie das Stadtbild interessant zu halten – sowohl für Bewohner als auch für Touristen (vgl. *www.ehl.at* 2019, S. 10; *Bittermann* 2018, S. 78).

Auf einigen Straßenzügen funktioniert das Phänomen von Lokal neben Lokal wie z.B. auf der Wipplingerstraße sehr gut. Dennoch findet immer wieder ein Wechsel zwischen den Inhabern statt. Der Leerstand ist in gewissen Straßen meist nicht von langer Dauer, weil bereits neue Betreiber ihr Interesse bekundet haben. Der Bedarf ist dort einfach gegeben, gerade zu Mittag, da dort viele umliegende Büros angesiedelt sind und die Läden so von der Mittagspause vieler Angestellter profitieren (vgl. *Bittermann* 2018, S. 78).

Auch internationale Gastronomiebetreiber wie z.B. die Pizzakette „Domino’s“ erweitern sich zunehmend auf dem österreichischen Markt und erhöhen dadurch den Anteil von potenziellen Flächennutzern (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 7).

Eine Gastronomiefläche als alternative Nutzungsmöglichkeit daher definitiv vorstellbar. Mit Stand 2018 ist ein regelrechter Aufschwung festzustellen was die Anzahl von Lokalen auf Einkaufsstraßen betrifft. Vor allem die Betreiber der sogenannten Systemgastronomie sind bereit Mieten in einer Höhe ähnlich wie Einzelhändler zu zahlen und die Suche nach Flächen für Restaurants, Lokale und Imbisse ist so hoch wie nie zuvor (vgl. www.ehl.at 2019, S. 3).

3.5.6 Soziale Einrichtungen

Ehemalige Geschäfts- und Verkaufsflächen könnten auch wunderbar für Einrichtungen aus einem wirtschaftlichen und sozialen Ursprung genutzt werden. Wie beispielsweise als Beratungszentren, Altenheime, Seniorentreffen, Seniorenbetreuungsstätten und auch Kindergärten. Voraussetzung hierfür ist jedoch wie bereits bei anderen alternativen Nutzungen erwähnt, dass die Widmungsbestimmungen beachtet werden. Grundsätzlich sind diese Alternativen als gewerblich zu sehen und daher eher unproblematisch, aber die Richtlinien an eine ordnungsgemäße Beleuchtung, Raumhöhe, usw. bleiben bestehen (vgl. [Fenzl](http://www.fenzl.at) 2018, S. 84).

Ein anschauliches Beispiel, welches unter diese Rubrik fällt, zeigt sich im 9ten Wiener Gemeindebezirk. Der Unterschied gegenüber zu einem gewöhnlichen Kindergarten liegt hier bei den Öffnungszeiten. Während ein normaler Kindergarten von Montag bis Freitag eine Betreuung bietet, können die Kleinen bei Mini & Me von Montag bis Sonntag die Einrichtung nutzen – allerdings ohne Betreuung seitens der Betreiber, sondern in Begleitung der Eltern. Die Idee kam von einer Mutter, hier in einer leerstehenden Erdgeschoßfläche einen Ort für Kinder zu schaffen, in dem sie spielen, basteln und auch Geburtstag feiern können. Das gelungene Konzept lädt Eltern mit ihren Kindern zum Verweilen ein. Während die Kinder mit andern Kindern Kontakt knüpfen, gilt dasselbe auch für die Eltern die sich bei einer Tasse Kaffee austauschen können (vgl. www.miniandme.co.at 2019).

Der Indoor-Spielplatz dient als Treffpunkt für alle Beteiligten und bietet durch die großen Fenster eine lichtdurchflutete Atmosphäre die dieses Angebot abrundet (vgl. www.miniandme.co.at 2019).



Abbildung 27: Mini & Me - Play • Party • Accessories, 1090 Wien

3.5.7 Medizinische Einrichtungen

Mit medizinischen Einrichtungen sind Praxen jeglicher Art gemeint. Unter anderem, können z.B. Heilpraktiker, Logopäden, Zahnärzte, Massage- und Fußpflegedienste, Labore, Ernährungsberater, Physiotherapeuten, usw. die ideale Besetzung für eine Erdgeschoßfläche sein. Speziell im Hinblick auf die Anforderungen die heutzutage hinsichtlich der „Barrierefreiheit“ gestellt werden (vgl. *Bitzer* 2018, S. 75).

3.5.8 Neue Konzepte

Die Menschen leben heutzutage viel länger als früher. Der Markt muss darauf angepasst werden und somit können auch neue Konzepte die die Bedürfnisse dieser Zielgruppen ansprechen umgesetzt werden (vgl. *Fuhrich 2007, S.5*).

Zielgruppenorientierte Konzepte gewinnen immer mehr an Bedeutung und können sich zu einem festen Bestandteil etablieren, da sie den Konsum der Menschen in ihren Bedürfnissen unterstützen (vgl. *www.ehl.at 2018, S. 17*).

Neue Konzepte können z.B. entwickelte Serviceleistungen, wie Stylingberater sein (vgl. *www.ehl.at 2018, S. 17*). Wohl jedem ein Begriff ist heutzutage „Outfittery“. Ein Geschäftsmodell speziell für Männer zugeschnitten, da es wohl nicht jedem Mann ein Vergnügen bereitet die eigene Garderobe auszustatten. Entwickelt wurde eine online Plattform die Männern durch Style-Experten helfen soll, eine Auswahl an Kleidungsstücken zu treffen, zu bestellen und im besten Fall zu behalten (vgl. *www.outfittery.de 2019*). Dieses Modell könnte genauso gut für den stationären Handel funktionieren. Vorstellbar wäre z.B. in einer kleinen Ladenfläche das Konzept eines Stylingberaters auf persönlicher Ebene umzusetzen. So könnte eine typgerechte Beratung stattfinden, eine Auswahl des neuen Looks anhand von Mustern direkt vor Ort getroffen wie anprobiert werden. Eine Trendwende könnte folglich sein, Konzepte die bereits online bestehen auch vor Ort in Geschäfts- und Verkaufsflächen zu etablieren.



Abbildung 28: Stylingberater

Wie z. B. einen weiteren Trend der gerade in voller Munde ist und sich rund ums aufräumen bzw. dauerhaftes Ordnung halten dreht. Spätestens seitdem Marie Kondos Bücher verfilmt und über den Streaminganbieter „Netflix“ ausgestrahlt wurden, ist die japanische Ordnungsberaterin vielen ein Begriff. Marie Kondo ist eine Bestsellerautorin und zeigt in ihrer Serie sowie in ihren Seminaren, was es heißt das eigene Zuhause zu entrümpeln, Platz zu schaffen und durch eine spezielle „Aufräumtechnik“ die gewonnene Ordnung zu halten (vgl. www.marie_kondō.org 2019). Diese originelle Idee eines Aufbewahrungs- und Entrümpelungsservices, könnte auch auf den stationären Handel übertragen werden, indem Workshops und Seminare zu diesem Thema in einer Geschäfts- und Verkaufsfläche angeboten werden.

Pop-up-Stores

Die meisten leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen werden leider einfach von Maklern als Werbefläche benutzt und mit Plakaten zugeklebt, weil die Eigentümer nicht bereit sind ein Budget aufzuwenden um in ihre Fläche zu investieren und z.B. zeitweise an Pop-up Stores zu vermieten (vgl. *Mitterdorfer* 2018, S. 88).

Als „Pop-up-Store“ wird das Konzept betitelt das sich als Lösung anbietet um eine Leerstandsfläche vorübergehend einzunehmen. Die Anmietung erfolgt meist sehr kurzfristig und ist zeitlich begrenzt. So gibt es für Geschäftsbetreiber die Möglichkeit die Fläche pro Tag, Woche oder für ein Monat anzumieten (vgl. *Redl* 2016).

Innovative neue Konzepte die sich als „Pop-up“ in einer Leerstandsfläche präsentieren, können durchaus den Vorteil bieten einen Standort längerfristig positiv zu beeinflussen und wieder zu beleben (vgl. *Amann* 2018, S. 92).

Nachteile können allerdings auch ein großer administrativer Aufwand und eine negative Wahrnehmung seitens der Kunden sein, wenn ein Pop-up-Store nach dem nächsten einzieht. In den seltensten Fällen ein Interessent vorhanden mit der Absicht die Fläche im Anschluss auch dauerhaft anzumieten (vgl. *Schober* 2018, S. 95). Es bleibt der Eindruck, dass sich im Vergleich zu anderen Städten die Nutzung von Pop-up-Stores in Wien noch nicht verbreitet bzw. durchgesetzt hat (vgl. *Mitterdorfer* 2018, S. 88).

Durchaus würde es sich für einige Eigentümer/ Vermieter anbieten, ihre Leerflächen für dieses Modell zur Verfügung zu stellen und als externes Schaufenster, welches einen Einblick in die Fläche gibt möglichen Interessenten anzubieten. Es ist schade, wenn eine Erdgeschoßfläche jahrelang leer steht, man zwar rein sieht aber die Fläche nicht wenigstens etwas ansprechend wirkt. Im Umkehrschluss ist es dann wohl doch besser die Fassade bzw. Fenster zu bekleben, bevor der Blick in eine heruntergekommene Leerstandsfläche trifftet (vgl. *Mitterdorfer* 2018, S. 88).



Abbildung 29: Leerstandsfläche 1010 Wien, November 2018 vs. März 2019

Start-up Firmen

Der englische Begriff „Start-up“ ist häufig in den geführten Interviews gefallen. Darunter sind Unternehmen zu verstehen, die sich mit einer innovativen Idee und geringen finanziellen Mitteln, in der Anfangsphase der Gründung befinden. Eine Eigenschaft die ein Start-up ausmacht, ist mit Sicherheit die Einstufung der Firmenidee, mit der die Gründer erfolgreich werden wollen. Neben der besonderen Idee, sollte auch die Entwicklung des durchdachten Geschäftsmodells mit einem detaillierten Businessplan und das benötigte Kapital parat stehen (vgl. *www.startup.de* 2019). Gerade Firmen die den Titel eines Start-ups tragen, gelten also als sehr kreativ was ihre Geschäftsidee betrifft bzw. als Umdenker in Sachen neuer Konzepte (vgl. *Mitterdorfer* 2018, S. 89). Gerade solche Start-up-Firmen ziehen gerne in eine Erdgeschoßfläche ein. Der Trend ist vor allem bei der jüngeren Generation zu beobachten. Es wird ein offeneres und lebendigeres Arbeiten bevorzugt und das lässt sich in Büroräumlichkeiten im Erdgeschoß gut umsetzen und kommt den Jungunternehmern bestimmt auch aus finanzieller Sicht entgegen (vgl. *Burgstaller* 2018, S. 101).

Neue Marketingstrategien für den Einzelhandel

Einkaufsstraßenmanager sind zukünftig ersucht, Vorteile aus der Digitalisierung die den stationären Einzelhandel prägen wird, heraus zu holen. Das sogenannte „Mobile Marketing“ wird vermehrt zur Anwendung kommen. Hier werden z.B. intelligente Systeme genutzt um dem Kunden aufgrund seines gerade getätigten Kaufs weitere Sonderangebote vorzuschlagen oder dem Kunden eine Warenauswahl ausschließlich anhand eines iPads des Kundenberaters zu präsentieren (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 7).

Genauso wie das Einkaufsverhalten der Kunden online aufgenommen werden kann, können auch so genannte „Smart-Tracking-Systeme“ im Geschäft das Einkaufsvorgehen analysieren. Hierbei wird nach Geschlecht unterschieden und die gefassten Daten können gezielt eingesetzt werden um das Erlebnis eines Einkaufs für Frau und Mann aufzuwerten (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 7).

Auch „digitale Schilder“ können zum Einsatz kommen, wenn es darum geht auf Knopfdruck eine individuell angepasste Werbung einzuspielen die den Kunden ansprechen soll (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 7).

Diese Marketingmaßnahmen, die aus der Digitalisierung resultieren, ermöglichen es dem stationären Einzelhandel den Online-Handel ebenso mit den eigenen „Hightech-Waffen“ zu überbieten. Ein interessantes Modell hierzu, wird bereits von der Supermarktkette Merkur genutzt, bei dem die Kunden vor Ort über das Smartphone mittels Bluetooth-Minisendern vom Händler über aktuelle Rabattaktionen informiert werden (vgl. *www.ehl.at* 2018, S. 7).

Im Leben gibt es immer eine klassische Entwicklung und besonders einen kulturellen Wandel. Es wird sowohl in der Architektur, genauso wie in der Malerei und Literatur immer eine Avantgarde, eine Moderne, gefolgt von einer Postmoderne und vielleicht 30 Jahre später eine Renaissance geben. D.h. es wird auch das Erdgeschoß irgendwann eine Avantgarde erleben. So könnte es bald zum Trend werden, ein Büro oder die Studentenwohnung in einer ehemaligen Geschäfts- und Verkaufsfläche zu beziehen. Was man dafür braucht ist eine kluge Marketingstrategie um daraus einen Imageträger hervorzubringen (vgl. *Bittermann* 2018, S. 80).

Angebot eines ausgewählten Sortiments

In einer etwas größeren Ausführung betreibt das „Manufactum“ erfolgreich das Konzept eines Gemischtwarenhändlers. Hier ist es gelungen das Prinzip eines Multi-Channel-Marketings gekonnt umzusetzen und zu betreiben. Deshalb gilt es momentan als bestes Beispiel dafür, die Konkurrenz des Online-Handels als Vorteil zu nutzen, zugleich den stationären Handel mit einzubeziehen und dadurch eine Geschäfts- und Verkaufsfläche mit einem zeitgerechten Konzept bzw. einer innovativen Idee zu betreiben.

Bereits seit 1987 gibt es das Manufactum mit Stammsitz in Waltrop (Deutschland) und seit September 2018 auch in Wien als erstes Geschäft in Österreich. Ursprünglich begann alles mit einem Katalog der 500 Produkte beinhaltete. Mittlerweile ist die Auswahl auf 8.500 gestiegen, aber die Firmenstrategie ist dieselbe geblieben – ein buntes Sortiment aus ausgewählten und hochwertigen Produkten anzubieten. Hervorzuheben ist, dass das Manufactum auf eine ressourcenschonende und sozialverträgliche Herstellung ihrer Produkte achtet und Nachhaltigkeit großschreibt. Beispielsweise wird nur Produktmaterial aus Glas, Metall, Holz und Leder im Sortiment angeboten und stetig nach neuen Recyclingwerkstoffen gesucht. Zusätzlich zu dem Sortiment, das sowohl in einem

Katalog, auf einer online Plattform und im Warenhaus angeboten wird, richtet das Manufactum auch regelmäßig Workshops und Veranstaltungen in den Geschäftsräumlichkeiten aus. Hierbei wird auf einen persönlichen Kontakt zwischen den Kunden und den Herstellern der erhältlichen Produkte Wert gelegt. Parallel entsteht dadurch die Möglichkeit, die Produkte in ihrer praktischen Anwendung zu erleben und selbst in die Hand zu nehmen. Die Entwicklung des Geschäftsmodells steht unweigerlich mit dem Ursprung des Katalogs in Verbindung und bringt dadurch auch die Einbindung des Versandhandels mit sich. Die Ergänzung auf stationäre Geschäfts- und Verkaufsflächen hat sich aus damaligen Verkaufsausstellungen ergeben. Das daraus erhaltene Feedback, resultierend aus diesen Ausstellungen und die weitere Entwicklung, hat fast eigenständig ein optimales Zusammenspiel zwischen einem anschaulichen Nachschlagewerk und substantieller greifbarer Zusammenkunft mit dem Sortiment, von Kunden und Mitarbeitern vor Ort geschaffen (vgl. www.manufactum.at 2019).



Abbildung 30: Manufactum, 1010 Wien

Kleine Flächen/ kleine Geschäfte

Abschließend ist festzuhalten, dass der Trend sowohl was das Wohnen, als auch das Arbeiten in Büro- und Geschäftsflächen und in erster Linie den Handel betrifft, in Richtung kleinteilige Nutzung geht. Die Nachfrage für große Flächeneinheiten ist nicht mehr gegeben. Gerade im Handel werden nur mehr Ausstellungsflächen gesucht und diese sind vor allem im ersten Wiener Gemeindebezirk in Innenstadtlagen sehr selten zu finden bzw. vorhanden. Hier könnte unter anderem auch angesetzt werden, die bestehenden leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen – soweit dies möglich ist und der jeweilige Grundriss es zu lässt – die Fläche zu verkleinern bzw. aus der Gesamtfläche mehrere kleine Einheiten zu generieren. Voraussetzung dafür wäre auch wieder, dass die Eigentümer sich hierfür bereit erklären in Vorleistung zu gehen, ihre Fläche adaptieren und investieren wollen (vgl. *Schober* 2018, S. 96; *Mitterdorfer* 2018, S. 88).

Die erhöhte Nachfrage von Interessenten an kleinen Geschäfts- und Verkaufsflächen kann die Autorin auch aufgrund ihrer Erfahrungswerte bestätigen. Kleingeschäfte gewinnen wieder mehr an Bedeutung und der Trend geht zurück zum „Tante-Emma-Laden“ vergleichbar mit dem österreichischen Begriff „Greißler“. Das Grätzl mit einem kleinen Gemischtwarenhandel wiederzubeleben kann definitiv als sinnvolle Alternativnutzung gesehen werden.

3.7 Ungeeignete Nutzungen

Im vorherigen Kapitel wurden einige alternative Nutzungen für die Leerstandsflächen aufgezeigt. Abschließend sollen auch eher ungeeignete Alternativnutzungen für leerstehende Geschäfts- und Verkaufsflächen erwähnt werden. Grundsätzlich liefert die Branchenvielfalt eine große Auswahl an potentiellen Nachfolgern bzw. neuen Nutzern für eine ehemalige Geschäfts- und Verkaufsfläche. Doch stellen sich auch einige potentielle Mieter aus folgenden Geschäftsfeldern als eher ungeeignet dar:

Beispielsweise für Rechtsanwaltskanzleien und Steuerberater bieten sich Räumlichkeiten im Erdgeschoß aus Gründen einer gewissen Diskretion der Themenbehandlung nicht an. Die Erdgeschoßfläche könnte dem Kunden ein unbehagliches Gefühl vermitteln bzw. die Situation bei einem Termin beim

Scheidungsanwalt zum Beispiel im Schaufenster zu sitzen. Außerdem werden generell Handels- und Gewerbebetriebe bevorzugt in Geschäfts- und Verkaufsflächen gesehen anstatt Gastronomieeinrichtungen (vgl. *Bittermann* 2018, S. 79).

Auch Ordinationen oder Labore werden nicht von allen Experten als eine optimale Alternativlösung betrachtet. Einerseits wäre es für den Ein oder Anderen wünschenswert, seine Arztpraxis im Erdgeschoß zu haben und als Vorteil zu sehen im Hinblick auf die Anforderungen die heutzutage an ein behindertengerechtes Bauen gestellt werden, andererseits ist es aufgrund der Belichtungs-Bestimmungen und der Einschränkung der Widmung sehr schwer umzusetzen. Die gleiche Problematik gilt bezüglich der Büronutzung. (vgl. *Bitzer* 2018, S. 75; *Fenzl* 2018, S. 84).

4 Zusammenfassung und Schlussfolgerung

Es gibt viele Ursachen für den herrschenden Leerstand von Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien. Dies liegt nicht zwingend an fehlendem Interesse seitens potentieller Nutzer eine Fläche im Erdgeschoß zu beziehen, sondern hauptsächlich an den bestehenden, nicht optimalen Rahmenbedingungen die ein Anmieten erschweren. Festgehalten werden kann auch, dass es in erster Linie nicht an zu hohen Mietpreisen liegt, sondern vielmehr daran, dass die Nachfrage im Verhältnis zum Angebot nicht mehr gegeben ist.

Die Einkaufswelt hat sich verändert und schlägt sich auf den Handel nieder. Neben anderen Faktoren, sind sicher der Online-Handel und die Verschiebung menschlicher Bedürfnisse zwei ganz entscheidende Einflussgrößen für die bestehende Leerstandsproblematik und zugleich als größte Konkurrenten dem stationären Einzelhandel gegenüber zu sehen. Heutzutage ist einerseits eine deutliche Allokation der Ressourcen spürbar, d.h. die Interessen und das Konsumverhalten der Menschen haben sich verändert und andererseits liegt es zum Großteil am generellen Wandel im Handel.

Alle befragten Experten erachten eine Reformierung der bisherigen Widmungsbestimmungen in der WBO als sinnvoll. Neue Konzepte bzw. alternative Nutzungen für leerstehende Geschäfts- und Verkaufsflächen können überwiegend nur durch eine Lockerung der aktuellen Anforderungen umgesetzt werden. Das derzeitige Problem besteht darin, dass zu strenge rechtliche Vorschriften eine Anmietung erschweren und dadurch Flächen länger leer stehen sowie in manchen Fällen für gewisse Nutzungen gar nicht in Frage kommen. Förderungen für Hauseigentümer werden unterschiedlich betrachtet, weil derzeit keine gesetzliche Regelung herangezogen werden kann die ein ausführliches Anspruchsprofil sowohl für Anwarter und auch Geldgeber der Förderungen umfasst. Eine Möglichkeit wird jedenfalls in der Förderung von Sanierungen leerstehender Geschäfts- und Verkaufsflächen gesehen.

Aus den geführten Interviews ergaben sich interessante Ansätze und Ideen die der Leerstandsproblematik entgegen wirken könnten. Ein besonderer Blickwinkel fällt dabei auf den Vorschlag, eine Eigentümer-Zusammenschließung ins Leben zu rufen um gemeinsam, sinnvolle Konzepte zur Belebung für den jeweiligen Straßenzug zu

diskutieren. Desweiteren wurden einige alternative Nutzungsmöglichkeiten und neue innovative Konzepte für ehemalige Geschäfts- und Verkaufsflächen in der Erdgeschoßzone vorgestellt. An dieser Stelle muss allerdings eingeräumt werden, dass sich nicht alle Alternativnutzungen für den inneren Stadtkern anbieten, sondern teilweise nur für Seitengassen oder gar Randbezirke wie z.B. die Lager- und Logistikknutzung.

Die Thematik des Leerstands von Geschäfts- und Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien sind sehr vielfältig und umfangreich. Deshalb konnten die geführten Interviews mit Experten aus der Immobilienbranche nur einen Einblick über mögliche Ursachen, alternative Nutzungen und Maßnahmen zur Verringerung des derzeit herrschenden Leerstands liefern.

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass eine erhöhte Nachfrage von Kunden an kleineren Flächen spürbar ist und neue innovative Konzepte auf den Markt drängen. Wien bietet als historisch geprägte Stadt eine breite Auswahl an Nutzungsmöglichkeiten, die sich vor allem in Erdgeschoßzonen widerspiegeln. Die Auswahl an verschiedenen Geschäfts- und Verkaufsflächen in Kombination mit privaten Wohngebäuden und öffentlichen Einrichtungen wie Supermärkte, Arbeitsplätze und Institutionen belebt einen urbanen Raum erst. Durch neue und zukunftsorientierte Konzepte können der stationäre Handel und damit verbunden die Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien überleben. Die Stadt Wien sollte einerseits darauf eingehen, dass das Thema der Widmungslockerungen genauer betrachtet und in Erwägung gezogen wird, andererseits über ein Förderkonstrukt nachdenken und einen Treffpunkt zur gemeinsamen Behandlung der Leerstandsproblematik auf der Eigentümerseite schaffen.

Veränderungen in der Immobilienwelt erfolgen grundsätzlich in einem raschen Tempo, aber dennoch bleiben einige Leerstände über einen langen Zeitraum bestehen. Daher war es der Autorin ein Anliegen die Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen zu thematisieren und auf die komplexe Sichtweise aufmerksam zu machen. Um mit den Worten von Angelika Psenner (Stadtplanerin an der Technischen Universität Wien) abzuschließen: „Funktioniert das Erdgeschoß, funktioniert die Stadt. Im Erdgeschoß laufen Wohnen und Arbeiten zusammen, dort verbinden sich die verschiedenen Ebenen einer Stadt, privat, öffentlich und halböffentlich" (Psenner 2016).

Literaturverzeichnis:

Amann, Wolfgang (2018): Experteninterview - IIBW GmbH, siehe Anhang

Beckmann, Ralf; Wittig, Silke (2015): König Kunde - Handel in der Stadt. Verlag Klartext; Auflage: 1

Bittermann, Stefan (2018): Experteninterview - Bittermann & Partner, siehe Anhang

Bitzer, Jörg (2018): Experteninterview - EHL Immobilien GmbH, siehe Anhang

Burgstaller, Georg (2018): Experteninterview - EHL Immobilien GmbH, siehe Anhang

Clementsitsch, Stefan (2018): Experteninterview - AGERO Invest GmbH, siehe Anhang

Falk, Bernd (1996): Fachlexikon Immobilienwirtschaft. Verlag Rudolf Müller GmbH & Co. KG, Köln

Fenzl Alexander (2018): Experteninterview - Otto Immobilien GmbH, siehe Anhang

Fuhrich, Manfred (2007): Immobilienwertermittlung und Flächenmanagement beim Stadtumbau – Grundlagen und Praxisbeispiele. Verlag Wißner; Auflage: 1; Band 52

Gläser, Jochen; Laudel, Grit (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Gruen, Victor (1973): Das Überleben der Städte. Verlag Wien Molden; Auflage: 1

Mathis, Daniela (2018): Die Presse: Wohnen: Erdgeschoß im Kommen
https://diepresse.com/home/immobilien/immobiliennews/5469279/Umfrage_Wohnen_Erdgeschoss-im-Kommen - abgefragt am 15.03.2019

Mitterdorfer, Michael (2018): Experteninterview - MAGAN Holding GmbH, siehe Anhang

Pufke, Andrea (2015): König Kunde - Handel in der Stadt. Verlag Klartext; Auflage: 1

Psenner, Angelika (2016): Der Standard: Das Kreuz mit dem Erdgeschoß
<https://derstandard.at/2000036928113/Das-Kreuz-mit-dem-Erdgeschoss> - abgefragt am 15.03.2019

Redl, Bernadette (2016): Der Standard: Das Kreuz mit dem Erdgeschoß
<https://derstandard.at/2000036928113/Das-Kreuz-mit-dem-Erdgeschoss> - abgefragt am 15.03.2019

Schachel, Roland (1986): Gesichter einer Stadt - Altstadterhaltung und Stadtbildpflege in Wien. Jugend und Volk Verlagsgesellschaft m.b.H., Wien, München

Schober, Robert (2018): Experteninterview - ÖRAG-Immobilien
Vermittlungsgesellschaft m.b.H., siehe Anhang

Sonnleitner, Sarah Maria (2014): Mögliche Maßnahmen zur Verringerung
leerstehender Geschäftsflächen in Wiener Rand- und Nebenlagen. Masterarbeit,
Technische Universität Wien

Voithofer, Peter; *Gittenberger*, Ernst (2014): Der österreichische Handel 2014 -
Daten - Fakten - Analysen. Verlag Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der
Wissenschaften

Wernhart, Stefan (2018): Experteninterview - EHL Immobilien GmbH, siehe Anhang

Zoidl, Franziska (2018): Der Standard: Mikro-Apartments: Rendite auf engstem
Raum <https://derstandard.at/2000072582252/Mikro-Apartments-Rendite-auf-engstem-Raum> - abgefragt am 17.03.2019

Sonstige Quellenangaben:

Airbnb (2019): Wikipedia <https://de.wikipedia.org/wiki/Airbnb> - abgefragt am 17.03.19

Börsennews (2018): Asset Management - Definition im Lexikon <https://www.boersennews.de/lexikon/begriff/asset-management/151> - abgefragt am 27.11.2018

Bauordnung für Wien (2019): Wikipedia https://de.wikipedia.org/wiki/Bauordnung_für_Wien - abgefragt am 26.02.2019

WBO (2019): Bauordnung für Wien <https://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtsvorschriften/html/b0200000.htm> - abgefragt am 26.02.2019

Dejure (2018): Baunutzungsverordnung, 1. Abschnitt – Art der baulichen Nutzung (§§ 1 – 15), § 6a Urbane Gebiete <https://dejure.org/gesetze/BauNVO/6a.html> - abgefragt am 26.11.2018

Die Presse (2015): Zielpunkt: Acht Fragen und Antworten zur Pleite https://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4877925/Zielpunkt_Acht-Fragen-und-Antworten-zur-Pleite- - abgefragt am 27.11.2018

Die Presse (2016): Hofer will elf Zielpunkt-Filialen <https://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4912206/Hofer-will-elf-ZielpunktFilialen> - abgefragt am 25.03.19

Digitale Revolution (2019): Wikipedia https://de.wikipedia.org/wiki/Digitale_Revolution - abgefragt am 01.03.2019

EHL (2018): Geschäftsflächenbericht Österreich 2018 https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_oesterreich_2018/16/ - abgefragt am 01.03.2019

EHL (2019): Geschäftsflächenbericht Österreich 2019 https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_2019/10/ - abgefragt am 25.03.2019

Elektronischer Handel (2019): Wikipedia https://de.wikipedia.org/wiki/Elektronischer_Handel - abgefragt am 09.03.2019

Grätzlhotel (2019): <https://www.graetzlhotel.com> - abgefragt am 15.03.2019

Kurier (2018): Wo und wie Wien wächst <https://kurier.at/chronik/wien/wien-waechst-anteil-der-gebuertigen-oesterreicher-sinkt/309.319.831> - abgefragt am 09.03.2019

Manufactum (2019): <https://www.manufactum.at/ueber-manufactum-c199340/> - abgefragt am 21.03.2019

Marie Kondō (2019): https://de.wikipedia.org/wiki/Marie_Kondō - abgefragt am 25.03.2019

Mini & Me (2019): <http://www.miniandme.co.at/geschichte/> - abgefragt am 25.03.2019

MyPlace - SelfStorage (2019): <https://www.myplace.at/ort/wien> - abgefragt am 17.03.2019

Neueswort (2018): Urban: Bedeutung, Definition, Beispiele & Herkunft
<https://neueswort.de/urban/> - abgefragt am 26.11.2018

Outfittery (2019): <https://www.outfittery.de/aboutus> - abgefragt am 25.03.2019

Spiegel Online (2019): Das sind die lebenswertesten Städte der Welt
<http://www.spiegel.de/reise/staedte/mercer-wien-ist-die-lebenswerteste-stadt-der-welt-a-1257617.html> - abgefragt am 23.03.2019

Startups (2019): <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup> - abgefragt am 16.03.2019

Stationärer Handel (2019): https://de.wikipedia.org/wiki/Stationärer_Handel - abgefragt am 09.03.2019

Staudigl Wien (2019): <https://www.staudigl.at/> - abgefragt am 01.03.2019

Storebox - dein Lager nebenan (2019): <https://www.store.me/de-AT/storebox> - abgefragt am 17.03.2019

Wien.ORF.at (2018): Aus Zielpunkt-Filiale wird Tanzpalast
<https://wien.orf.at/news/stories/2911895/> - abgefragt am 25.03.19

WGarG 2008 (2019): Wiener Garagengesetz 2008
<https://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtvorschriften/html/b1000000.htm> - abgefragt am 21.03.2019

Wirtschaftskammer Wien (2013): Stadtprofil Band 46 - Masterplan zur Urbanitätsoffensive Wien, Erdgeschoßzonen in Wien

Zielpunkt (2018): Wikipedia [https://de.wikipedia.org/wiki/Zielpunkt_\(Handelskette\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Zielpunkt_(Handelskette)) - abgefragt am 28.11.2018

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Wien 2018 - Foto von Manuela Schmidt, Januar 2018

Abbildung 2: Zielpunkt-Filiale

<https://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4912206/Hofer-will-elf-ZielpunktFilialen> - abgefragt am 09.03.2019

Abbildung 3: Vision von einem Tanzpalast, 1030 Wien

<https://wien.orf.at/news/stories/2911895/> - abgefragt am 25.03.19

Abbildung 4: Reiseplakat Wien <https://www.pinterest.at/pin/29836416253261929/> - abgefragt am 25.01.2019

Abbildung 5: Geschäftsflächenbericht Österreich 2018 - Jährliche Veränderung der Verkaufsfläche in % in Österreich, S. 4

https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_oesterreich_2018/4/ - abgefragt am 09.03.2019

Abbildung 6: Geschäftsflächenbericht Österreich 2018 - Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel 2007-2017, S. 5

https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_oesterreich_2018/4/

Abbildung 7: Geschäftsflächenbericht Österreich 2019 - Daten und Fakten auf einen Blick, S. 5 https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_2019/4/

abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 8: Abbildungssammlung von leerstehenden Geschäfts- und

Verkaufsflächen im urbanen Raum Wien - Fotos von Manuela Schmidt, Januar 2018 - März 2019

Abbildung 9: Ringstraße Wien um 1890 [https://austria-](https://austria-forum.org/af/Heimatlexikon/Ringstra%C3%9Fe)

[forum.org/af/Heimatlexikon/Ringstra%C3%9Fe](https://austria-forum.org/af/Heimatlexikon/Ringstra%C3%9Fe) - abgefragt am 09.03.2019

Abbildung 10: Die Feinkosterei in der kleinen Dreifaltigkeit, 1010 Wien - Foto von Manuela Schmidt, März 2019

Abbildung 11: Ferstel-Passage, 1010 Wien <http://www.austrianders.com/de/ferstel-passage/> abgefragt am 11.02.19

Abbildung 12: Handel und Gewerbe um 1900

<https://www.waterboelles.de/archives/10811-Historische-Fotos-von-Handel-und-Gewerbe-um-1900.html> - abgefragt am 09.03.2019

Abbildung 13: Meilensteine im Handel

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9449 -abgefragt am 09.03.2019

Abbildung 14: Multi-Channel-Verhalten mit Smartphonenuutzung

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9449 - abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 15: Geschäftsflächenbericht Österreich 2018 - Jahresvergleich der Passantenfrequenzen in den wichtigsten Wiener Einkaufsstraßen, S. 14

https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_oesterreich_2018/4/

Abbildung 16: Berechnung auf Basis Onlinekäufer 2017

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9449 - abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 17: Online-Shopper

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9449 - abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 18: Geschäftsflächenbericht Österreich 2018 - Onlineumsätze je Einwohner in EUR pro Jahr, S. 5

https://www.ehl.at/publikationen/geschaeftsflaechenbericht_oesterreich_2018/4/

Abbildung 19: Staudigl Frauenzimmer - Naturparfumerie, Wollzeile 4

<https://www.staudigl.at/ueber-uns/das-frauenzimmer.html> - abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 20: Beispiele für eine schlechte Vermarktung von Geschäfts- und Verkaufsflächen, 1090 Wien - Fotos von Manuela Schmidt, März 2019

Abbildung 21: ÖJAB-Haus Burgenland 1 Studentenwohnheim 1090 Wien - Foto von Manuela Schmidt, März 2019

Abbildung 22: Home 4 Students, 1040 Wien - Foto von Manuela Schmidt, März 2019

Abbildung 23: Bevölkerungsentwicklung von Wien 2009 – 2019

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/317867/umfrage/prognose-zur-bevoelkerungsentwicklung-in-wien/> - abgefragt am 09.03.2019

Abbildung 24: Büro Bittermann & Partner, 1040 Wien - Foto von Manuela Schmidt, September 2018

Abbildung 25: Storebox, 1180 Wien - Foto von Manuela Schmidt, Jänner 2019

Abbildung 26: Warenauslieferung

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9449 - abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 27: Mini & Me - Play • Party • Accessories, 1090 Wien - Foto von Manuela Schmidt, März 2019

Abbildung 28: Stylingberater

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=9449 - abgefragt am 28.03.2019

Abbildung 29: Leerstandsfläche 1010 Wien, November 2018 vs. März 2019 - Foto von Manuela Schmidt

Abbildung 30: Manufactum 1010 Wien - Foto von Manuela Schmidt, Februar 2019

Anhang: Experteninterviews

Jörg F. Bitzer, MRICS, Prokurist, Leitung Einzelhandelsimmobilien/
EHL Immobilien GmbH

Mag. Stefan Clementschitsch, Geschäftsführender Gesellschafter/
AGERO Invest GmbH

Dipl.-Ing. Stefan Bittermann, Architekt und Geschäftsführer/
Bittermann & Partner

Mag. Alexander Fenzl, Leiter Immobilienvermarktung Gewerbe, Prokurist/
Otto Immobilien GmbH

Michael Mitterdorfer, Leitung Investment- und Transaktionsmanagement/
MAGAN Holding GmbH

FH-Doz. Dr. Wolfgang Amann, Geschäftsführer, gerichtlich zertifizierter
Sachverständiger/ IIBW GmbH

Robert Schober, MSc, Leitung Retail/
ÖRAG-Immobilien Vermittlungsgesellschaft

Mag. Stefan Wernhart, MRICS, Geschäftsführer Büroimmobilien/
EHL Immobilien GmbH

Georg Burgstaller, MSc, Immobilienberater/
EHL Immobilien GmbH

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Jörg F. Bitzer, MRICS, Prokurist, Leitung Einzelhandelsimmobilien/ EHL Immobilien GmbH und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Jörg F. Bitzer mit JB und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Jörg F. Bitzer

Ort: Prinz-Eugen-Straße 8-10

Datum: 05.01.2018

Länge des Gesprächs: ca. 20 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

JB: Man muss das Thema ganz differenziert betrachten, anhand von Bundes- und Landeshauptstädten. Innerhalb Wien ist es natürlich auch ein riesen Unterschied, ob ich mich im 1. Bezirk Kärtnerstraße, Graben, Kohlmarkt bewege oder auf gutgehenden Einkaufsstraßen wie der Mariahilferstraße oder Meidlinger Hauptstraße sowie Landstraße. Fakt ist, wir haben insgesamt zu viele Einzelhandelsflächen in Österreich und wir haben auch bis einschließlich letzten Jahres noch weitere dazu bekommen. Das Wachstum ist langsam eingebremst und es gibt kaum noch realistische neue Projekte und gleichzeitig reduziert sich der stationäre Handel in seinem Flächenbedarf. Das passiert über die Reduktion von Verkaufsflächen die Einzelhändler selber nicht mehr brauchen – der Klassiker ist das Thema „Elektronikmärkte“. Wir haben früher, vor 20 Jahren für die Saturn- und Mediamarktfächen von 10.000 - 20.000 m² gesucht, vor 10 Jahren haben wir 3.000-5.000 m² und jetzt suchen wir 1.200 m² und ich kenne ein Projekt wo ein Saturn plant mit 350 m² anzumieten. Also es gibt einerseits der bestehenden Einzelhändler weniger Flächenbedarf, aber es gibt auch andererseits weniger Flächenbedarf was neue Einzelhändler betrifft, weil die auch weniger Fläche brauchen für Ihre Konzepte. Drittens ist es das Thema der Allokation der Ressourcen, d.h. Sie und ich geben mehr Geld aus für Urlaub, Events, Partys, Essen, Konzerte, etc. – das Geld fließt in andere Bereiche. Der klassische Konsum, zumindest wenn wir jetzt über Österreich/ Mitteleuropa reden, hat einen immer geringeren Anteil. Wenn Sie sich die USA anschauen, da haben Sie 2017 das erste Jahr wo mehr Geld ausgegeben wurde in Restaurants als in Geschäften. Da hat es einfach eine Verlagerung gegeben, dass zunächst nichts mit dem Onlinehandel zu tun hat. Es ist das Thema,

dass die Leute Geld für andere Dinge ausgeben und damit wird einfach weniger Fläche benötigt. Deshalb gibt es auch weniger bewirtschaftete Einzelhandelsflächen in B- und C-Lagen also sekundär und tertiär Lagen. Es liegt nicht an den Mietpreisen. Vermieter passen sich kurz über lang an und zahlen jeden Preis. Natürlich gibt es immer Einzelfälle wo man sagt, gut dann lass ich es lieber leer stehen. Wir liegen zwar in Wien, wenn wir das jetzt mal europaweit sehen, irgendwo in den Top 10 was die spitzen Mieten betrifft, aber dennoch nicht in einem Bereich wo wir darüber sprechen, dass die Mieten zu hoch sind. Die spitzen Mieten sind ja auf 200-300 Meter aufgeteilt und ich kann Ihnen zu jeder Fläche in Wien jemand nennen der bereit wäre einen höheren Preis dafür zu bezahlen. Ich sehe überhaupt kein Problem an den Mietpreisen. Das Problem ist, die Miete für einen Einzelhändler berechnet sich nach der Frequenz und solange ich höchst frequentierte Flächen habe, werde ich immer jemanden finden der bereit ist diese Miete zu zahlen. Fakt ist, dass ich eben nicht mehr so viele hoch frequentierte Flächen habe. Also für die Flächen in B- und C-Lagen wird es immer schwieriger, weil auch einfach die Möglichkeiten einer alternativen Retail-Nutzung gering sind. Wir wissen, dass wir seit 2012 einen Rückgang der genutzten Verkaufsflächen haben, das sind jetzt schon ein paar Jahre wo man das echt messen kann. Aber die Statistik schummelt hier auch logischerweise ein bisschen, weil die Statistik sagt, netto verringert sich die Verkaufsflächenthematik. Das hat es vorher natürlich auch gegeben, wenn ich z.B. vor 7-8 Jahren auf einer Wiedner Hauptstraße entlang gelaufen bin, dann hat es da auch schon Leerstandsflächen gegeben, wenn ich vor 10 Jahren auf der Favoritenstraße unterwegs war hat es dort Leerstandsflächen auch in Erdgeschoßebenen gegeben. Wenn wir noch weiter zurück denken, vor Grenzöffnung in Richtung Osten hatten wir nur Leerstand, da gab's gar nichts außer einen kleinen Greißler. Also von daher, das Phänomen gibt's grundsätzlich schon viel länger, in der Dramatik und in der statistischen Messbarkeit seit 2012. Wir haben zu viele leerstehende Geschäfts- und Verkaufsflächen, weil die Nachfrage im Verhältnis zum Angebot – und das ist bei jeder Sache so – einfach nicht gegeben ist. Da kann man politisch und werbungstechnisch noch so viel machen, das wird sich nicht ändern. Ich glaube schon, dass wir durchaus einen reagiblen Markt haben. Es liegt nicht an politischen Rahmenbedingungen und auch nicht an falscher Gesetzgebung, ich kann die Nachfrage nicht künstlich verändern. Man kann den Leuten nicht vorschreiben, nicht mehr in den Urlaub zu fliegen und anstatt dessen mehr beim Discounter einkaufen zu gehen. Das entspricht nicht unserer politisch-gesellschaftlichen Struktur und deshalb gibt es wenig was die Politik machen kann.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

JB: Das einzige bei dem die Stadt Wien etwas tun kann ist das Thema „alternative Nutzungsmöglichkeiten“. Da kann man politisch natürlich einiges machen in dem man einfach die Anforderungen senkt und so großzügigere und variabelere Widmungen ermöglicht.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

JB: Ich glaube auf jeden Fall, dass es Nutzer dafür geben würde und es gibt auch absolut erfolgreiche Projekte dazu. Das eine Beispiel ist der Klassiker Hotelnutzung der auch immer in der politischen Diskussion genannt wird. Z.B. das „Grätzlhotel“ im 2. Bezirk beim Karmelitermarkt. Die machen das sehr erfolgreich und das hat sich rumgesprochen. Der zweite Klassiker sind immer Ordinationen, es ist ja nichts schrecklicher, wenn ich mir eh schon das Bein gebrochen habe und dann 4 Stockwerke hochzulaufen muss um zu meinem Arzt zu kommen. Warum kann der also nicht im Erdgeschoß sitzen mit all den Anforderungen die wir heute an behindertengerechtes Bauen stellen. Es gibt durchaus alternative Nutzungsmöglichkeiten, gerade im Bereich der selbstständigen Berufe wie Ärzte, Logopäden, Architektenbüros, Rechtsanwaltskanzleien, etc. oder eben die Möglichkeiten der Hotel- und Gastronomie-Nutzung. Wohnen ist erfahrungsgemäß ein bisschen schwieriger. Das Hauptproblem gerade bei einer Stadt wie Wien ist das Thema Widmung und Widmungsänderung. Grundsätzlich spricht natürlich nichts dagegen, aber man kann es nicht überall hin übertragen, also wenn ich jetzt über Hotelnutzung rede, dann ist das in den Wiener-Gemeindebezirken 1-9 vielleicht ein interessantes Thema, wenn ich sage ich habe leerstehende Verkaufsflächen in Villach am Hauptplatz, dann ist das schon deutlich schwieriger als Alternativnutzung. Wie Sie gesagt haben, Zielpunkt ist ein schönes Beispiel, wenn dann der eine große Lebensmittel-Anker-Mieter in einem 3.000 Seelendorf zufällig auch noch neben einer Schlecker-Filiale und neben der Niedermaier-Filiale gelegen war, die alle innerhalb von 24 Monaten das zeitliche gesegnet haben dann heißt das nicht, dass ich da plötzlich für 2.000 m² sowohl den Arzt oder den Architekten oder das Hotel finde das die Flächen nutzen möchten, also diese alternativen Nutzungsmöglichkeiten bieten sich primär in Wien oder eben großen Landeshauptstädten an.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Mag. Stefan Clementschitsch, Geschäftsführender Gesellschafter/ AGERO Invest GmbH und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Mag. Stefan Clementschitsch mit SC und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Mag. Stefan Clementschitsch

Ort: Herrngasse 1-3, 1010 Wien

Datum: 13.09.2018

Länge des Gesprächs: ca. 20 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

SC: Meiner Meinung liegt es hauptsächlich an Online-Shops. Die Mieten sind zwar hoch, aber die Eigentümer gehen natürlich mit dem Markt und erhöhen die Mieten nicht, weil Sie wissen, dass Sie die Miete dann auch nicht bekommen werden, weil keine potenziellen Kunden da sind die diese Miete zahlen würden. Die guten Mieten bekommt man nur noch bei den „Nobelmarken“ wie Louis Vuitton, Prada, Gucci. Die brauchen ein, zwei Kunden am Tag und können sich so halten. Hat aber natürlich auch viel mit Marketing zu tun. Ansonsten müssen die Eigentümer schon runter gehen mit den Mietpreisen, damit Sie überhaupt noch Mieter finden die bereit sind die Miete zu bezahlen, wenn du nicht in der Triple A-Lage bist. Oder es ist den Eigentümern egal und Sie warten auf den Wirtschaftsaufschwung – der eh da ist – aber ob die Käuferschicht wieder so wird, dass man wieder mehr in die Geschäfte marschiert, glaub ich nicht. Es liegt nicht nur an den hohen Mietpreisen in Wien, es liegt auch daran, dass die Retailer nicht flexibel sind. Wenn man z.B. am Kohlmarkt in ein Schuh-Geschäft geht und 5% auf das auserwählte Paar haben möchte, sagt dir der Verkäufer „Nein“ dann sage ich 3% dann sagt der Verkäufer „Nein“ dann sage ich, gut dann kaufe ich Sie auch nicht, weil im Internet bekomme ich auf genau dieses Paar Schuhe 20% Rabatt.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

SC: Da kann die Stadt Wien nicht viel tun, das hängt von Angebot und Nachfrage ab. Es werden die überleben die wirklich eine beratungsintensive Ware anbieten. Zu denen der Kunde ins Geschäft gehen muss, wo der Kunde die Beratung braucht, vielleicht Dinge anpassen lässt usw. allerdings wenn es Produkte sind die man auch

wieder im Internet findet, gehen die Kunden in die Geschäfte, lassen sich beraten und kaufen das Produkt dann letztendlich im Internet. Daher gibt es einige Geschäfte die eine Beratungsfee verlangen z.B. 5€ für die Beratung und wenn Sie das Produkt doch im Laden kaufen wird Ihnen das wiederrum angerechnet. So geht leider der Handel zu Grunde, weil im Internet brauchen die Leute keine Miete zahlen und keine Angestellten oder weniger Angestellte. Was die Stadt Wien schon machen könnte ist die Touristenströme anders zu lenken/ umzuleiten. Wenn die Leute z.B. am Stephansplatz stehen dann könnte man in den umliegenden Gassen wo noch Geschäfte vorhanden sind, irgendwelche Attraktionen starten um die Touristen auch dort vorbeizuführen. Die Juweliere leben z.B. sehr viel von Touristen.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

SC: Kommt darauf an was der Eigentümer investieren möchte.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

SC: Dafür ist die Hauseigentümer-Lobby zu klein. Es reicht ja schon, wenn man den Richtwert anpasst, weil man so mit den Wohnungen die Geschäftsflächen stützen könnte oder dann für die Wohnungen mehr verlangen kann.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

SC: Ja ich kenne viele die das bereits wieder machen mit AIRBNB Wohnungen. Die Fenster werden durch Milchglas ersetzt um den Sichtschutz/ die Privatsphäre zu wahren. In Amsterdam leben alle im Erdgeschoß, es ist halt nur in Wien nicht so üblich, aber das gibt's durchaus. In Wien im 1. Bezirk ist es eher unwahrscheinlich, dass sich jemand im Erdgeschoß eine Wohnung einrichtet. Wird mehr bei Ordinationen und Rechtsanwaltskanzleien bleiben.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Dipl.-Ing. Stefan Bittermann, Architekt und Geschäftsführer/ Bittermann & Partner und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Dipl.-Ing. Stefan Bittermann mit SB und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Dipl.-Ing. Stefan Bittermann

Ort: Schäffergasse 13a, 1040 Wien

Datum: 21.09.2018

Länge des Gesprächs: ca. 35 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

SB: Es wird wahrscheinlich im Shop-Bereich durchaus daran liegen, dass durch den Onlinehandel vieles an kleinen Geschäften oder durchaus auch an größeren Geschäften die früher die Erdgeschoßflächen eingenommen haben, obsolet geworden ist. Die meisten Geschäfts- und Verkaufsflächen gehen nur noch in hoch frequentierte Lagen oder in irgendwelche Top-Lagen des ersten Bezirks – wo auch die Mieten entsprechend hoch sind. Das sind halt Gegenden für irgendwelche High-Level-Produkte für Marken wie Chanel, Prada, Louis Vuitton. Sowas wird es immer geben, aber andere werden sich sowas gar nicht mehr leisten können. Auf der Mariahilferstraße war das ja früher schon das Problem. Ich kenne die Thematik sehr stark aus dem Bezirk in dem ich wohne, dem 8. Bezirk. Da gibt es zwar unten noch die Alserstraße die wieder ein bisserl aufgewertet wurde, aber das war auch schon so vor 4-5 Jahren, dass unglaublich viele Flächen leer gestanden sind. Die Lerchenfelderstraße zum Beispiel, noch viel schlimmer, das sind halt keine Einkaufsstraßen mehr. Die Leute gehen nicht mehr runter und kaufen sich einen Pullover oder sonst was. Die Leute gehen grad noch was zum Essen einkaufen. Mit der Gastro ist natürlich auch irgendwann einmal Schluss, ich kann ja nicht die ganzen leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wien mit Gastronomie befüllen – das braucht ja kein Mensch. In der Wipplingerstraße funktioniert die Vermietung der Erdgeschoßflächen seit 15 Jahren. Da halten sich so ganz kleine, schon fast Micro-Läden wo du drinnen gerade noch auf der Seite ein paar Barhocker hast und es angedacht ist, dass du nur was zum Essen mitnimmst und nicht dort speist. Der Bedarf für solche kleinen Restaurants ist auch da und nicht nur zu Mittag im Übrigen. Die ganzen berufstätigen Familien, die keine Lust mehr haben so spät am

Abend noch was zu kochen und vor allem noch aufzuräumen, die nehmen sich natürlich lieber was mit. Bei der Gastro sehe ich das eher so, dass es mehr werden wird, da sind es dann wieder andere Kriterien warum es nicht funktioniert und hierfür gibt es natürlich auch wieder Ballungsräume/ Gebiete. Die ganzen kleinen Gewandgeschäfte sterben halt leider voll aus und vor allem so Läden die eine Markenvielfalt anbieten. Es gibt mittlerweile von jeder Marke einen eigenen Shop/ Flagstore/ Brandship-Shop. Die sind dann eh alle wieder im goldenen Quartier, auf der Kärntnerstraße oder in Shoppingcentern und die anderen Läden, also ein Laden wo du rein gehst und siehst, der hat von bis, auch von den Preisen, ist am aussterben – es gibt nur noch ganz wenige. Wenn die Leute dann nur noch nach Marken einkaufen gehen, dann muss ich halt in den 1. Bezirk wo ich auch genau das finde was ich haben will. Wahrscheinlich ist eine wesentliche Ursache der ganzen Leerstandsproblematik ein erheblicher Wandel des Handels.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

SB: Die Stadt Wien könnte mit Sicherheit mit Widmungsänderungen dazu beitragen. Aber bis sich da was tut, wird das meiner Meinung nach noch dauern. Im Juni 2018 ist ein Konzept veröffentlicht worden, da geht es um den Erhalt verschiedener gewerblicher Flächen im städtischen Raum – was eh auch klug ist – allerdings dauert sowas halt immer lang. Es ist heute nicht mehr so leicht, Büro in Wohnen umzuwidmen, weil die Stadt Wien über die Jahre erkannt hat, es ist vielleicht doch nicht so gescheit alle gewerblichen Flächen raus zu geben. Bis die Stadt Wien darüber nachdenkt, ob man in Erdgeschoßflächen wohnen darf, werden meiner Meinung locker noch 10-20 Jahre vergehen. Speziell, weil die allgemeine Wohnsituation bei uns in Wien noch immer eine Gute ist. Auch hier wandelt es sich bestimmt, das sieht man an der Entwicklung der Wohnungsgrößen, diese werden kleiner. Die Sache mit den Mikro-Appartments beginnt so langsam auch bei uns. Wenn man z.B. AIRBNB macht, ist das gewerblich und nicht mehr wohnen, also das würde dann schon wieder gehen. Es gibt natürlich auch viele die nicht ins Erdgeschoß wollen. Beispielsweise bei Rechtsanwaltskanzleien, wo man sich als Betroffener nicht gerne im Schaufenster sitzen sieht. Gewerbe ist verdrängt worden von Lärmimmissionen. Natürlich wäre es den meisten aber lieber es sind Händler und Gewerbebetriebe in den Erdgeschoßflächen anstatt eine Gastroeinrichtung.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

SB: Wenn es kleinteilige Geschichten sind wäre es möglich durch 3D-Planungen, Home Staging oder Visualisierungen die jeweilige Erdgeschoßfläche attraktiver darzustellen, finde ich persönlich auch immer keine schlechte Idee. Bei Eigentümer von Wohneinheiten ist das eher vorstellbar, dass z.B. eine kleine Wohneinheit von insgesamt 40 schön hergerichtet wird um dem Nutzer eine anschauliche Visualisierung zu bieten, damit sich die Leute was vorstellen können. Bei Erdgeschoßflächen sehe ich es schwierig, weil die Nutzung meist unklar ist. Z.B. wenn ich jetzt eine Visualisierung für ein Restaurant mache „so könnte Ihre Fläche aussehen“ bringt das eigentlich nichts, weil die haben eh alle Ihre eigenen Konzepte, gerade bei Ketten ist die Einrichtung schon klar und wird so umgesetzt wie in den andern Restaurants. Also, wenn ich nicht schon eine sehr klare Vorstellung davon habe was in die Fläche kommen soll und das dann veranschaulichen möchte, spart sich der Eigentümer das Geld meistens lieber, weil die Nutzungen zu unterschiedlich sind. Für Eigentümer die wissen was Sie da unten ins Erdgeschoß rein haben möchten, ist eine Visualisierung bestimmt eine Möglichkeit, z.B. „so könnte Ihr Geschäft aussehen“. Es würde schon reichen, wenn man einen Schritt weiter als Rohbau geht und eine tolle Beleuchtung, eventuell einen Bodenbelag rein macht oder zumindest ausmalt und dies wäre eine kostengünstige Möglichkeit. Büros sehe ich persönlich im Kommen für Erdgeschoßflächen. Generationen wechseln, das ist ein ganz wesentlicher Faktor. Massiv wird sich das langfristig gesehen innerhalb der nächsten 40-50 Jahre ändern mit den leeren Erdgeschoßflächen. Wenn nämlich dann irgendwann der Verkehr wirklich nahezu gänzlich umgestellt ist, auf Nicht-Verbrennungsmotoren – was auch immer es ist, mag es sein Elektroautos oder Brennstoffzelle – aber sobald diese Emissionen weg sind, wird eine Erdgeschoßfläche völlig anders gesehen werden. Alle verkehrstechnisch für Wohnzwecke ungünstig gelegenen Lagen, werden dann eine völlig neue Bedeutung haben. Ob ich dann am Gürtel draußen an der Straße oder hinten im Hof wohne wird dann wurscht sein – ganz wurscht ist es nie, aber es ist was anderes dann. Das Büro wird sich bis dahin sowieso in diese Richtung hin entwickeln, weil die Leute auch drauf kommen werden, dass es einen geringen Unterschied macht, ob ich im 5.Stock oder im Erdgeschoß sitze, der Lärmpegel wird der selbe sein. Es gibt immer die klassische Entwicklung im Leben, den kulturellen Wandel insbesondere, es gibt immer eine Avantgarde, eine Moderne und dann eine Postmoderne und vielleicht 30 Jahre später eine Renaissance. Diese Entwicklung

gibt es in der Literatur, in der Malerei, in der Architektur genauso und d.h. es wird immer Opinion-Leader geben die irgendwann einmal eine Avantgarde aus den Erdgeschoßflächen machen. Das Büro im Erdgeschoß oder ich habe meine Studentenwohnung im Erdgeschoß, das könnte hip werden. Man braucht immer einen Imageträger und wenn man es in diese Richtung vermarktet bin ich mir sicher wird das kommen. Geschäft und Gastro eh klar, als nächstes Büro lange noch vorm Wohnen. In unserem Büro hier war früher ein gewerblicher Betrieb und seit 2011 haben wir hier unser Architektenbüro, das ist genau das Beispiel.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

SB: Ich habe bisher zwei, dreimal mit der Förderlandschaft in Wien Bekanntschaft gemacht und weiß, dass es ein wahnsinnig mühsames Unterfangen ist. Ich weiß nicht einmal wonach sich die Strategie der Förderungen richtet. Ich glaube man müsste zuerst einmal eine Zielsetzung bei der Stadt Wien erreichen. Ich möchte, dass jetzt auch Erdgeschoßflächen für das und das vermehrt verwendet werden dürfen, also Büros zum Beispiel und dann könnte man sagen „Förderaktion“ im Sinne von einer Ansiedlung von Büros in Erdgeschoßflächen und diese Förderung muss ja dann eine sein, die indirekt den Mieter betrifft. Die Förderung bekommt der Hauseigentümer und der müsste das dann anhand des Mietzinses weiter geben an die Erdgeschoß-Mieter. Ich verlange auf einer Geschäftsstraße nicht wie ich es gewohnt war 12-15€ für eine Geschäfts- oder Verkaufsfläche, sondern ich verlange 7-10€ und der Eigentümer holt sich den Rest über die Förderung „Revitalisierung der Erdgeschoßflächen zum Zwecke der Ansiedlung von Bürobetrieben“ vorausgesetzt die Stadt Wien ist davon überzeugt, dass diese Ansiedlung eine sinnvolle Geschichte ist, was ich im Übrigen glaube. Das kommt vorm wohnen meiner Einschätzung nach. Das Wohnthema umgehen bereits alle indem sie sagen, das ist eine gewerbliche Nutzung wie ein AIRBNB oder Studenteneinrichtung, also irgendwas im gewerblichen Bereich und nicht klassisches Wohnen. Das Wohnen im Erdgeschoß ist eine sehr langfristige Geschichte glaube ich und wird dann auch vom Gebiet her respektive sein müssen.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

SB: Es gibt ja seit Jahren Nutzungskonzepte für solche Erdgeschoßflächen, wie z.B. AIRBNB das sind Konzepte für junge Leute. Es wandelt sich natürlich auch das Wohnen, aber hier ist in Wien leider eine ganz grobe widmungstechnische Einschränkung da – du darfst bei uns nicht im Erdgeschoß wohnen, selbst wenn du wolltest, das ist schlichtweg nicht gestattet, laut Bauordnung. Wir haben für einige Bestandsgebäude Widmungsänderungsszenarien gemacht und meistens ist es darum gegangen ein Bürogebäude in ein Wohngebäude umzuwidmen, was im Übrigen auch insgesamt schwieriger geworden ist in der Stadt, aber die Erdgeschoßflächen waren jedes Mal schwierig. Man musste sich immer was aus den Fingern saugen was da rein kommt. Also Allgemeinflächen, was du sowieso brauchst für einen Wohnbau, an Müllräumen, Hobbyräumen, Kinderspielplätzen, etc. und ansonsten muss man sich überlegen mach ich aus der Fläche eine Gastronomie, einen Shop oder ein Büro. Also wie gesagt, wohnen geht schlichtweg nicht und wird ein widmungstechnisches Problem bleiben. Erdgeschoßflächen werden leer stehen wenn ich nicht drin wohnen darf. Es ist hofseitig natürlich was anderes, aber grundsätzlich darf man wegen Emissionen/ Immissionen nicht straßenseitig wohnen, weil es nicht gestattet ist. Ich glaube vorstellen können sich das schon wieder einige Menschen in Wien im Erdgeschoß zu wohnen, die Frage ist in weit stört es einen persönlich, dass die Leute mir beim Fenster reinschauen können. Aber in anderen Städten wie London funktioniert das auch, klar.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Mag. Alexander Fenzl, Leiter Immobilienvermarktung Gewerbe, Prokurist/ Otto Immobilien GmbH und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Mag. Alexander Fenzl mit AF und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Mag. Alexander Fenzl

Ort: Riemergasse 8, 1010 Wien

Datum: 21.09.2018

Länge des Gesprächs: ca. 30 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

AF: Ein wesentlicher Faktor ist sicher die ganze Digitalisierung und da geht es nicht nur um Online-Shopping, was natürlich auch weniger stationären Handel erfordert. Es geht auch darum, dass sich auch andere Bereiche online aufstellen und das sind vor allem Banken. Die Banken hatten ein riesen Filialnetz wie die Erste Bank, Raiffeisen Bank, Bawag und die Bank Austria. Alle reduzieren ihre Filialen und da wird hier schon einiges an Erdgeschoßflächen frei. Das betrifft sicher auch andere Bereiche die noch viel stärker online unterwegs sind. Ich denke nicht, dass es an zu hohen Mieten liegt. Als Beispiel: Wir sind hier mit unserem Büro sehr nah an der Wollzeile und die Wollzeile hatte eine gewisse Zeit lang eine Leerstandsthematik – die Leerstände vermieten sich aber jetzt wieder. Es ist auch immer ein bisschen von der Dynamik abhängig, ob jetzt ein Einkaufszentrum in der Nähe ist oder eine Einkaufsstraße. Sobald eine Leerstdandynamik beginnt, gehen die Preise eh ein bisschen runter – das würde ich aber noch nicht als langfristigen Trend sehen. Die Wollzeile ist für mich eine Straße die zukünftig wieder funktionieren wird, obwohl sie jetzt kurzfristig sehr viele Leerstände hatte. Die Leerstände waren konzeptabhängig. Es gibt einfach ältere Gewerbetreibende die sich nicht anpassen an die modernen Gegebenheiten, ob das jetzt Online-Handel ist oder mit den ganzen Multi-Channel-Geschichten usw. Ein banales Beispiel, der „Staudigl“ (Reformhaus) auf der Wollzeile der hat eine Glasfassade, eine super tolle Shop-Einrichtung, der hat ein Geschäftsmodell wo sich die Leute anstellen und jeden Preis zahlen, für alles, kommt mir vor. Das ist das eine Konzept und die haben auch weiter oben eine Kosmetik-Filiale aufgemacht, also da dürfte anscheinend das Geschäft ganz gut gehen, weil das Konzept zeitgerecht ist.

Dann gibt es Läden die sich nicht auf modernere Gegebenheiten einstellen wie z.B. gegenüber einen Delikatessen-Laden. Der hatte irrsinnige Schwierigkeiten, obwohl der durch seinen Altvertrag wenig Miete bezahlt hat und hat es trotzdem nicht geschafft zu überleben. Dann gab es ein Geschäft mit Lederwaren, die hatten einfach auch immer noch dieselben Hüte und gleichen Taschen verkauft wie vor 30 Jahren. Also wenn man sich die Leerstände anschaut und auch die Konzepte dazu analysiert, dann wird man auch drauf kommen, dass das nicht nur die Preise sind, nicht nur der Online-Handel sondern auch die Nicht-Weiterentwicklung von den Geschäftsbetreibenden. Ich habe zwar jetzt noch keine repräsentative Umfrage beauftragt, aber von meinem Eindruck her hängt sehr viel davon ab, dass sich die ganze Retail-Welt wandelt und sich auch ganz einfach die Menschheit weiter entwickelt. Das ist glaub ich der größte Teil. Dann gibt es sicher noch einen kleinen Teil, wie der Einfluss von den Preisen, den Online-Handel und schlechte Konzepte. Ich sehe schon, dass viel Wechsel stattfindet, aber ich sehe auch, dass immer wieder andere Konzepte nachrücken und wenn ein Geschäft wie der Zielpunkt auszieht, dann werden auch diese vielfach von andern Lebensmittelhändlern übernommen. Manchmal von einem Drogeriemarkt, manchmal ist ein Fahrradhändler reingekommen – weil Fahrräder gerade wieder mehr boomen. Also ich sehe einfach eine Verschiebung der Konzepte und eine Entwicklung in der Retail-Landschaft, aber generell wird auch weniger Retail-Fläche nachgefragt. Das sieht man in den Einkaufszentren, die wollen mehr Gastro und weniger tatsächliche Verkaufsfläche. Büros sehe ich nicht ganz als Alternativlösung. Erdgeschoßflächen werden gebraucht für soziale Einrichtungen, Beratungszentren, auch wirtschaftlicher und sozialer Natur, wie Kindergärten, und so weiter. Ordinationen sehe ich auch nicht im Erdgeschoß, weil es einsichtig ist und wir ein Belichtungsthema haben. Das vergessen viele in der Diskussion, dass die Widmung von den Räumen im Erdgeschoß ein Gewerbe ist und wenn ich die Widmung ändere auf ein Büro, dann kommt die Baubehörde und sagt, habt ihr überhaupt 45° Lichteinfall? Das bekommt man meistens nicht zusammen. Also ich bin hier durch die Widmung sehr stark eingeschränkt und ich glaube aus dem Grund nicht, dass Büros und Ordinationen (Labors) die Zukunft für die Erdgeschoßflächen sind.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

AF: Wo die Initiative beheimatet ist, ist eigentlich irrelevant. Wichtig ist, dass sie die Argumentationen koordinieren. Wie z.B. die Wollzeile, das ist für mich hier wie ein kleines Einkaufszentrum das funktionieren muss und wenn sich hier eine Interessengemeinschaft bilden würde, ob das jetzt von der Wirtschaftskammer betreut wird oder von den Geschäftsbetreibern selbst oder ob sich die Immobilieneigentümer zusammen schließen ist eigentlich egal, aber man sollte einfach koordiniert schauen, dass genug Gastronomie da ist, man muss hin und wieder auch mal schauen fehlt ein Drogeriemarkt, Supermarkt, so dass man das ganze a bissel korreliert. Da kann die Stadt Wien, die Wirtschaftskammer eingreifen, es könnte auch mal ein Makler organisieren, aber dass jeder sein eigenes Süppchen kocht ist meistens nicht ideal. Zusammenschließungen wären wünschenswert, dann kann so eine Straße super funktionieren und die Widmungen könnten auch gelockert werden.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

AF: Es gibt zwei verschiedene Nutzergruppen. Der eine ist der Filialist, dem ist das eigentlich egal wie das Ding aussieht, der nimmt sich den Grundriss in die Hand macht sowieso seine Ladenfront und die Ausstattung, seinen Zugang, Müllraum, Klimaanlage usw. selber. Der andere Nutzer ist der klassische Boutique-Betreiber, der sich selbstständig machen möchte. Ich würd hier unterscheiden. Bei ersterem muss man nicht viel machen, das wird sowieso passieren. Wenn man eine Botique-Struktur rein haben möchte, dann sollte man schon so adaptieren, dass es nur noch bezogen werden muss. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Herrengasse. Da hat die Amisola die Geschäfte schon fertig hergerichtet, das hat ein einheitliches Fassadenbild geschaffen und da sind auch sehr gute Mieter mit guten Konzepten reingegangen. VISUALISIERUNG: Filialkonzepte beginnen erst ab 250-300 m² alles was kleiner ist und städtischer in einer Frequenzlage sollte man pro aktiv herrichten, da bekommt man mehr Miete und es wird sofort vermietet und vor allem zu einer Miete die man haben will. Also da kann der Eigentümer natürlich auch viel machen. Als Beispiel: Wir haben das für eine Fläche am Parkring 18 gemacht, bei der anhand von Renderings innerhalb 2 Wochen vermietet wurde.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

AF: Wenn man sich so wirklich alte Geschäfts- und Verkaufsflächen anschaut dann muss man sicher 1.000€/ m² investieren, damit die Fläche wieder in einem vernünftigen edel Rohbau erstrahlt. Und 1.000 m² bei 7€ Miete dauert eine Ewigkeit bis man das erst mal verdient. In ca. 10 Jahren ist die Fläche schon wieder sanierungsbedürftig, also wahrscheinlich muss man in solchen Situationen, wo der erzielbare Mietpreis schon unter 6-7€ fällt, den Eigentümer bei der Sanierung durch Förderungen unterstützen und vielleicht kann man das sogar koppeln mit der Verpflichtung, dass das an irgendwelche sozialen Einrichtungen vermietet wird. Das könnte ich mir gut vorstellen.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

AF: Ist auch ein Widmungsthema. Die meisten Flächen sind noch immer historisch als Geschäftslokal zu nutzen. Sobald ich wohnen drauf schreibe hab ich die Belichtungsanforderungen, die Größenanforderungen, Parkplatzabgabe usw. D.h. es ist in der Theorie ein netter Ansatz aber in der Praxis, wenn man gesetzteskonform agieren will, wahrscheinlich nicht die Lösung außer das wird aufgelöst. Ein AIRBNB ist sicher eine Möglichkeit, es ist auch im Erdgeschoß den meisten egal, ob es jetzt super sonnig ist, wenn man letztendlich eh nur dort einquartiert ist. Das sehe ich schon als sinnvolle Alternative. Die generelle Widmung stimmt ja meistens, dass man wohnen machen könnte, aber die Raumwidmung im Objekt muss trotzdem verändert werden und da kommen dann wieder die neuen Gesetze zu tragen. Generell sehe ich das Wohnen in Erdgeschoßflächen schon als eine Möglichkeit, weil der Wohnraum knapp wird. Jetzt wird auch die Bauordnung geändert auf Mindestgröße 25 m² anstatt 30 m² und früher war immer genug Raum da, aber das wird jetzt mit der Bevölkerungsdichte und dem Wachstum von Wien alles knapper. Deshalb kann ich mir durchaus vorstellen, dass jemand auch das Erdgeschoß, welches nicht so gut belichtet ist, in zentralen Lagen auch in Kauf nimmt dafür, dass er eben zentral und günstiger wohnt. Es ist eh jetzt die beste Chance so lange Wien noch wächst. Es wird immer nur diskutiert die Dächer auszubauen und somit die Stadt im Zentrum zu verdichten aber man könnte das Ganze auch von unten ansetzen.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Michael Mitterdorfer, Leitung Investment- und Transaktionsmanagement/ MAGAN Holding GmbH und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Michael Mitterdorfer mit MM und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Michael Mitterdorfer

Ort: Jakobergasse 4, 1010 Wien

Datum: 03.10.2018

Länge des Gesprächs: ca. 30 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

MM: Aus meiner Erfahrung gibt es momentan sehr viele Straßenzüge die extrem nachgefragt sind, wie z.B. der Klassiker das goldene U (Kohlmarkt, Graben, Kärntnerstraße) dort sammeln sich gewisse internationale Retailer an und haben dort Ihre Flagship-Stores. Hier ist eine hohe Nachfrage gegeben. Das Problem ist nur, diese großen internationalen Firmen wollen sich auch nur dort platzieren oder halt auch noch auf der Mariahilferstraße, eben die alt bekannten Einkaufsstraßen und Sie schauen nicht wirklich links oder rechts, weil Sie im Hotspot sein möchten – vielleicht profitiert noch die ein oder andere Seitenstraße davon wie derzeit die Neubaugasse, die sehr nachgefragt ist, was vor einigen Jahren noch nicht der Fall war, aber andere Einkaufsstraßen verarmen mittlerweile. Auf der Favoritenstraße herrscht z.B. extrem hoher Leerstand da sieht man, dass halt gewisse Sparten von Retailern sich wirklich auf Hotspots konzentrieren und sich andere Gegenden gar nicht anschauen. Man merkt es auch, wenn es neue Markteintritte gibt, die wollen einfach in diesen High-Streets sein und nicht wo anders, weil sie sagen nur dort kann man den Umsatz generieren, da ist man präsent, da wird man gesehen und deshalb gibt es halt andere Straßenzüge die nicht mehr nachgefragt sind. Das Thema ist, dass viele Eigentümer sich einfach einen gewissen Mietzins vorstellen und unter dem nicht vermieten wollen. Sie sagen lieber, da wart ich einfach bis derjenige kommt, bis dahin trage ich die Leerstandskosten, aber wenn der Richtige kommt, hab ich dadurch einen viel höheren Ertrag als wenn ich jetzt günstiger vermiete, meine Liegenschaft und dadurch abwerte. Viele lösen diese Leerstandslücke indem Sie an diese ganzen 1€-Ramsch-Läden kurzzeitig vermieten, was aus meiner Sicht ein Schandfleck ist, speziell in diesen High-Street-

Straßen. Da hast die Luxusmarken und daneben den Billig-Shop, das macht kein gutes Bild für die Einkaufsstraße generell. Insofern ist es schon auch ein Thema von zu hohen Mieten, wenn der Eigentümer sagt, das hab ich bisher bekommen und möchte ich natürlich auch weiterhin, bestmöglich noch mehr. Ich glaube, dass viele Eigentümer das auch einfach lernen müssen, dass sie teilweise den Mietzins nicht mehr bekommen und zu einem niedrigeren vermieten, dann wäre sicherlich in vielen Fällen die Fläche nicht lange im Leerstand. Man merkt, dass es gewisse Straßenzüge gibt wo der Einzelhandel verdrängt wird, weil die Nachfrage einfach nicht mehr da ist, aber sich neue Konzepte vor allem Gastronomie auf jeden Fall nieder lassen – wenn halt die Genehmigung da ist und das ist nicht so einfach. Die Nachfrage an großen Geschäftsflächen ist auch nicht mehr so gegeben wie früher, die Geschäftsflächen verkleinern sich, es werden teilweise nur noch Show-Rooms benötigt. Viele die z.B. mit Internetversand arbeiten, präsentieren dort Ihre Produkte, haben aber nicht mehr die komplette Kollektion vorrätig oder nicht in allen Größen, weil sie sagen das könn ma eh online bestellen und senden lassen, dafür brauchen wir die Fläche im Geschäft nicht mehr. Da ist glaube ich generell auch auf den ganzen High-Streets ein großer Umbruch, dass diese großen Geschäftsflächen nicht mehr so nachgefragt sind. Man merkt es auch auf der Mariahilferstraße, da hat sich sehr viel getan. Das sind riesen Gewandverkaufsflächen, wenn dort einer auszieht muss man erst mal einen Nachmieter finden.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

MM: Wir sind in Österreich leider sehr reguliert was Arbeitsplätze angeht. Es gibt zu viele Bestimmungen bezüglich der Belichtung und Widmungsthemen.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

MM: Die meisten Makler kleben die Flächen zu und nutzen diese als Werbefläche. Es gibt nur ein paar Vermieter die wirklich Geld in die Hand nehmen und sich die Mühe machen die Fläche z.B. nur kurzfristig für Pop-up Stores vermieten. Generell hab ich aber das Gefühl, dass die Geschichte mit den Pop-up Stores sich in Wien leider nicht verbreitet hat – oder noch nicht im Vergleich zu anderen Ländern. Manche könnten das durchaus nutzen, indem sie Ihre Leerflächen zur Verfügung stellen als externes Schaufenster um so natürlich auch einen Einblick in die Fläche zu geben. Meiner Meinung nach ist es das schlimmste, wenn jahrelang etwas leer steht, man rein sieht und die Fläche nicht wenigstens ein bisschen repräsentiert

wird. Also dann doch lieber zu kleben, bevor du in eine verwahrloste Leerstandsfläche blickst.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

MM: Förderungen für Start-ups. Die Eigentümer müssen ein bisschen umdenken und sich neue Konzepte überlegen. Wirklich gewisse Einkaufsstraßen die nicht mehr nachgefragt werden und der Leerstand da ist und sich wahrscheinlich auch über die nächsten Jahre vergrößern wird. Viele Unternehmen machen Zulieferung und suchen auch Flächen für kurzfristige Logistiktstellung, eventuell, wenn die Fläche das zu lässt, wäre eine Konvertierung in Lager/ Logistik gut vorstellbar wie es z.B. die Betreiber von Storebox machen. Das sind allerdings Konzepte um die Leerflächen für Seitengassen zu nutzen und nicht im High-Street-Sektor.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

MM: Es kommt darauf an, ob man es sich vorstellen kann. Kommt sicherlich auch wieder auf die Straße an. Wenn ich dort einen riesen Garten habe, warum nicht. Spaß bei Seite, ich glaube schon, dass es Nutzer dafür geben kann. Es ist glaube ich Mietzinsrelevant. Es ist einfacher Büroimmobilien in Wohnen umzuwidmen, als Wohnen in Büro oder Gewerbe. Was man schon vermehrt sieht, dass sich klassische Büros in Geschäftsflächen einmieten. Um einerseits mehr Präsenz zu zeigen und einfacher zugänglich für Ihre Kunden zu machen. Vielleicht gibt es dadurch auch mehr Laufkundschaft. Da gibt es sicherlich schon Sparten die das Interessant finden und anmieten und sieht man mittlerweile auch häufiger.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn FH-Doz. Dr. Wolfgang Amann, Geschäftsführer, gerichtlich zertifizierter Sachverständiger/ IIBW GmbH und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Wolfgang Amann mit WA und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: FH-Doz. Dr. Wolfgang Amann

Ort: Holubstraße 3, 1020 Wien

Datum: 05.10.2018

Länge des Gesprächs: ca. 20 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

WA: Es gibt eine Untersuchung – diese ist zwar nicht mehr ganz neu, aber dennoch sehr brauchbar – über die Gumpendorferstraße, wo eine Vollerhebung gemacht wurde über die Leerstandssituationen in den Erdgeschoßen und das scheint mir signifikant für den Gesamtmarkt, insbesondere für die B- und C-Lagen zu sein, nämlich dass von mehreren duzend offensichtlich leerstehenden Lokalen nur weniger als die Hälfte tatsächlich keinen Mietvertrag hatte und die andere Hälfte fehlgenutzt wurde. Also ich denke, dass die Fehlnutzung ein großes Thema ist. Soll heißen, dass Verträge über Geschäftslokale nicht gekündigt werden, obwohl die Lokale eigentlich nicht mehr benötigt werden, weil alte Mietregelungen angewendet und die einfach sehr günstig sind und diese dann als Lager oder sonstiges genutzt werden. Da wäre aus meiner Sicht mietrechtlich ein Handlungsbedarf gegeben. Schön wäre es aus meiner Sicht, wenn eine größere Flexibilität gegeben wäre, es ist häufig der Fall dass B- und C-Lagen einfach nicht mehr hergeben als eine bestimmte Miete, wenn es gelingt mittels liegenschaftsübergreifender Mittel ein Quartier aufzuwerten sollte es möglich sein dann auch die Mieten anzupassen. Also es wäre aus meiner Sicht zweckmäßig einerseits die Wirtschaftstreibenden zu motivieren und nicht nur ihre eigene Adresse zu betrachten sondern übergreifend, quartiersbezogen oder straßenbezogen Marketingkonzepte zu entwickeln und zu versuchen ein Profil zu erstellen um Laufkundschaft zu aktivieren, das Grätzl zu beleben und zum zweiten müsste die Möglichkeit bestehen den Erfolg von solchen Aufwertungen auch zu lukrieren, sprich auch mit Kündigungen oder Anpassungen der Miete die Früchte der Arbeit zu ernten. Onlinehandel wird auch noch schlimmer werden ich denke, dass ein sehr erheblicher Teil des Handels auf Online-Handel

gehen wird das ist ein Mega-Trend der auch unumkehrbar ist. Man sollte versuchen zu antizipieren, wie kann eine Stadt darauf reagieren. Die Erdgeschoße stehen ja weiterhin zur Verfügung, für Wohnen sind sie meist nicht so gut geeignet. Es ist für eine Stadt ganz schlecht wenn Geschäfte zu gemacht werden oder wenn die Erdgeschoße sonst einen unfreundlichen Eindruck vermitteln es wird wohl auch über den Preis gehen also das heißt dass in B- und C-Lagen geringere Erträge zu lukrieren sein werden vielleicht gehen soziale Nutzungen hinein, Bewohneraktivitäten also d.h., dass es vermutlich eine stärkere Streuung von Aktivitäten geben wird und man sollte die Rahmenbedingungen schaffen, dass eben auch geringere Aktivitäten wirtschaftlich darstellbar sind und wenn die Sache besser läuft, wenn es gelingt eine wertvollere Nutzung hineinzubringen, dass dann auch die Mieten angepasst werden können.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

WA: Alle rechtlichen und gesetzlichen Bestimmungen werden in der Bauordnung für Wien geregelt. Mietrechtsgesetz ist Bundesrecht, da müsste aber auch eine Bereitschaft seitens der Wirtschaftskammer kommen, die hat bei früheren Versuchen die mietrechtlichen Regelungen für Geschäftslokale zu lockern blockiert, weil eben jeder Geschäftslokalbesitzer ein Mitgliedsunternehmen ist. Also die Wirtschaftskammer hat da eigentlich entgegen den übergeordneten wirtschaftlichen Interessen agiert, nämlich im Sinne Ihrer eigenen Rationalität möglichst viele Mitglieder zufrieden stellen zu können. Ich denke wenn die Wirtschaftskammer Druck machen würde hier die mietrechtlichen Regelungen für Geschäftslokale zu liberalisieren würde der Gesetzgeber auch handeln.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

WA: Ich denke, dass die Attraktivität von solchen Flächen verbessert würde, wenn die Marktgängigkeit verbessert würde. Also wenn die Rahmenbedingungen verbessert werden, dass eben eine rasche Neuvermietung möglich ist und der Vermieter möglicherweise nicht auf einer geringen Miete hängen bleibt. Leerstand passiert normalerweise dann, wenn die Vermietung zum erwarteten Preis nicht möglich ist. Es kommt manchmal noch etwas dazu, wenn eine Immobilie nicht zur bisherigen Miete verwertbar ist und sie zu einer niedrigeren Miete verwertet wird, muss abgewertet werden, also d.h. das ist ein Bilanzverlust. Es kommt nicht so selten vor, dass insbesondere wenn angestellte Geschäftsführer tätig sind und nicht

der Eigentümer selber die Entscheidungen trifft, dass man lieber eine Immobilie leer stehen lässt. Man hat dann zwar keine Einkünfte, kann aber den hohen Wert in der Bilanz drin stehen lassen und für einen angestellten Geschäftsführer ist das unter Umständen leichter seinem Arbeitgeber zu verklickern, dass zwar die Einkünfte nicht so toll sind aber es ist schwieriger eine Abwertung zu erklären. Also wir haben hier auch von der Seite der Logik der Bilanzierung ein Problem, dass meines Erachtens unterbewertet wird aber da wüsste ich auch keine Lösung – Abwertungen sind grundsätzlich sehr unattraktiv es ist eine Vermögensminderung.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

WA: Man kann nicht überall Förderungen ansetzen, also die Verwertung von Geschäftsflächen ist doch eine zu tiefst marktwirtschaftliche Angelegenheit. Es ist auch zu bedenken, wenn Förderungen kommen, kommen auch entsprechende Erwartungen oder Gegenleistungen zu Gunsten der öffentlichen Hand. Man kann sozusagen nicht alles haben, einen freien Markt und eine Risikoabfederung, wenn es einmal nicht so gut läuft. Was denkbar wäre ist, dass soziale Initiativen Förderungen in Anspruch nehmen können oder beispielsweise künstlerische Zwischennutzung. Solche Dinge können ganz gut funktionieren um einen Ort neu zu prägen = Pop-up-Store/- Start-up-Förderung subjektbezogen für den Betreiber nicht für den Vermieter um eben die Dynamik von Start-up-Unternehmen anzukurbeln. Ein innovatives neues Konzept muss authentisch und kenntnisreich gemacht werden, da ist es schon möglich längerfristig einen Ort sehr positiv zu beeinflussen, da gibt es das berühmte Beispiel „Brunnenmarkt“.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

WA: Soweit mir bekannt ist, ist es sehr schwierig ein Geschäftslokal in eine Wohnung umzuwidmen, es ist sehr aufwendig. Es ist aber auch die Befürchtung der Stadt, dass gewerbliche Nutzungen und damit auch Arbeitsplätze wegfallen. Wien hat hier ohnehin ein ziemlich erhebliches Thema, dass die Arbeitsplatzentwicklung mit der Bevölkerungsentwicklung nicht Schritt hält. Sie hat defensive Strategien in petto um dem entgegen zu wirken, beispielsweise können heute gewerblich gewidmete Flächen nur für Wohnzwecke umgewidmet werden, wenn nachgewiesen wird, dass an anderer Stelle reale gewerbliche Nutzungen umgesetzt werden was für die meisten Bauträger nicht darstellbar ist und bei den gewerblich genutzten

Erdgeschoßflächen ist es ganz ähnlich also eine große Zurückhaltung hier tätig zu werden man kann natürlich in geschäftslokalen wohnen nur das Problem ist dass man keinen Hauptwohnsitz dort begründen kann und das setzt eine Wohnwidmung voraus ansonsten wäre es durchaus und das wird auch teilweise praktiziert, dass Leute Büros mieten und dann auch dort wohnen in einer Immobilie wohnen und arbeiten – vielfach sind Büros heute günstiger zu bekommen und aus dem Grund kann es durchaus attraktiv sein nur normalerweise wenn es eine reine Gewerbe-Widmung ist, ist es nicht möglich seinen Hauptwohnsitz zu begründen. Das ist das große Hindernis ansonsten könnte man in den „Graubereichen des Gesetzes“ die eine oder andere Wohnung hinein quetschen, aber man braucht natürlich eine Adresse wo man sich melden kann. Ich bin ein Freund von Belebung für Straßen jeder Art und eine originelle Wohnnutzung in einem Gassenlokal wo man vielleicht abends noch beim Essen zu schauen kann, wenn man dort vorbei spaziert fände ich durchaus attraktiv. Ich persönlich würde das für eine Maßnahme erachten die es wert ist zu verfolgen und hier die restriktive Haltung etwas aufzuweichen. Von dem Konzept „Selfstorage in der Nachbarschaft“ halte ich hingegen wenig. Die Lagerung ist relativ kostspielig und stadtstrukturell nicht gerade förderlich, weil das dann geschlossene Fassaden sind.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Robert Schober, MSc, Leitung Retail/ ÖRAG-Immobilien Vermittlungsgesellschaft m.b.H. und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Robert Schober mit RS und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Robert Schober

Ort: Karlsplatz 13, 1040 Wien

Datum: 31.10.2018

Länge des Gesprächs: ca. 40 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

RS: Es sind mehrere Faktoren. Einerseits ist es der Wandel im Handel an sich d.h. Online-Handel zu stationären Handel. Wir sind noch nicht bei dem Status angekommen wo jede mediale Berichterstattung das erwähnt, also bei 10-15% aber ich glaube sehr viele der Händler sind vorsichtig geworden expansiv zu sein, sehr viele versuchen ihre Standorte zu verbessern. Die Standorte sind oft in A- und B-Lagen auch überverteuert – das ist bei den Eigentümern noch nicht angekommen – dass solche Lagen nicht mehr solche Mieten erzielen können wie sie es früher erzielt haben, weil die Nachfrage auch einfach nicht mehr da ist. Es gibt schon einige Unternehmen die nach Österreich kommen aber diese sind meist im internationalen Bereich angesiedelt und die suchen dann auch nur die Triple A-Lagen. Die Nebenlagen wie z.B. eine Bognergasse die früher als 1 A-Lage gesehen wurde ist für viele Unternehmen keine mehr. Das goldene Quartier ist ein spannendes Projekt aber auch da gibt es immer wieder Themen was die Frequenz betrifft, weil nicht alle Geschäfte am Hauptdurchzug liegen. Viele Eigentümer lassen natürlich die Fläche lieber leer stehen bevor sie den Mietzins runter schrauben. Hier ist das Thema, dass auch die Verhandlungszeiten mit den Händlern immer länger werden. Früher hätte man z.B. einen Deal innerhalb von 2 Monaten durchgezogen bis zur Übergabe und da sind wir mittlerweile bei bis zu 12 Monaten. Weil die Anforderungen höher sind, viele Händler genauer hinschauen, weil das interne Reporting viel genauer geworden ist und der Eigentümer natürlich gerne den Mietzins erhöhen würden, aber dass es eben genau in die andere Richtung geht das wird nicht ganz wahrgenommen. Diese Thematik „der Handel zahlt alles“ die gibt es nicht mehr. Es gibt meiner Meinung nach die internationalen Unternehmen

die in die beste Lage wollen und es gibt die Low-Budget Unternehmen die die Mieten aber nicht zahlen können, also hier gibt es die Diskrepanz zwischen den beiden. Von kurzzeitiger Vermietung in Form von Pop-up-Stores halte ich nichts, weil es einerseits ein hoher administrativer Aufwand ist und oft ist es so, dass ein halbwegs guter Standort durch einen Pop-up-Store funktioneller gemacht wird, sich aber in der Wahrnehmung der Händler nichts ändert. Es könnte funktionieren, wenn jemand aus dem Pop-up-Bereich kommt und sagt ich schau es mir mal an mit der Absicht dann auch dauerhaft zu mieten, aber das ist eher selten der Fall, weil es hier wahrscheinlich auch wieder so sein wird, dass sich das Geschäft dauerhaft die Miete nicht leisten wird. Auch für die Wahrnehmung der Kunden finde ich es nicht optimal, wenn in eine leere Fläche ein Pop-up-Store nach dem anderen einzieht.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

RS: Das Problem ist, dass alles was verordnet wird, die Eigentümer nicht wollen. Ich bin oft mit der Wirtschaftskammer zusammen gesessen und hatte das Thema schon vor 12 Jahren mit der Wirtschaftskammer diskutiert hier zu unterstützen und dem Leerstand entgegen zu wirken. Die Stadt Wien selbst hat da nichts in der Hand, weil das große Thema ist, dass das Interesse der Eigentümer an der Grundstücksgrenze endet. D.h. es muss eher wie in einem Shopping-Center, eine gemeinsame Einkaufsstraße geben die bezahlt wird. Ein gutes Beispiel, vor 12 Jahren hat man noch diskutiert, ob aus der Gumpendorferstraße etwas wird oder nicht, wenn man hier Unternehmen ansiedelt und etablieren möchte die funktionieren können aus sich selbst heraus, dann müsste eine Abstimmung stattfinden. Das Problem ist, dass man die Eigentümer nicht zusammen bekommt um zu sagen wir schauen uns gemeinsam die Straße an und setzen ein Konzept auf. Hier hat aber jeder andere Ansichten, der eine sagt ich hab einen strategischen Leerstand und mache da gar nicht mit, andere werden sich nicht einigen können. Also die Belebung der Straße muss auch die richtigen Händler dafür bekommen. Ich habe auch die Widmungsthemen mit der Wirtschaftskammer diskutiert, aber das ist schwierig hier etwas zu ändern, weil in die Bauordnung eingegriffen werden müsste und ich die Lichtverhältnisse im Erdgeschoß nie so hinbekommen werde, dass das genehmigt wird. Bei der Stadt Wien gibt es halt auch unterschiedlichste Interessen. Bei Umwidmungsthemen sehe ich eine gewisse Flexibilität die gut wäre zu haben. Ob man dann wirklich Wohnungen machen möchte weiß ich nicht.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

RS: Die Erfahrung hat gezeigt, wenn die Eigentümer die Leerstandsfläche zumindest in einen Edeldrohbau versetzen, dass sich die Suche nach einem neuen Mieter halbiert. Weil es sich jeder einfach besser vorstellen kann. Es gibt viele gute Möglichkeiten und kostet nicht unendlich viel Geld. Wie vermiete ich etwas – über Emotionen. Da wird man ansetzen müssen die Eigentümer dazu zu bringen mehr in ihre Objekte zu investieren. Der Kunde muss wissen was er bekommt. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

RS: Bei Förderungen ist immer die Frage, wie lange können diese Förderungen bezahlt werden. Ab wann ist ein Unternehmen selbstständig und sozusagen nicht mehr darauf angewiesen. Es gibt bei der Wirtschaftskammer Förderungen für lange leerstehende Flächen. Grundsätzlich denke ich, wenn ein gutes Konzept gebracht wird, dann kann der Vermieter dem Mieter auch bei dem Mietzins entgegen kommen.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

RS: Ich kenne das Model auch von Amsterdam und Kopenhagen. Das ist in Österreich glaube ich ein Sicherheitsthema. Früher wurde im Erdgeschoß ja noch alles vergittert. In gewissen Lagen kann ich mir das vorstellen. In einem geschützten Bereich wo man die Außenfläche vielleicht auch noch nutzen kann. In Durchzugsstraßen sehe ich das weniger. Sehr viele Eigentümer sehen halt leider auch immer noch die hohe Mierte anhand von Geschäftsmieten und das kann ich nicht auf eine Wohnungsmiete umwandeln. Für die Belebung einer Geschäftsstraße ist das Model im Erdgeschoß Wohnungen anzusiedeln nicht positiv. Aber man kann natürlich auch gezielt innerhalb eines Grätzl's aus bestimmten Straßen Wohnstraßen machen. Ich sehe ein Sicherheitsthema bei Steueranwaltskanzleien, usw. eher die Ärzte im Erdgeschoß und ich sehe auch ganz normale Büros, Kleinbüros. Gerade im ersten Bezirk gibt es wenige kleine Flächen in Innenstadtlagen, das wäre eine Idee, dass man auch hier normale Büroflächen anbietet. Hat aber auch wieder das Problem, dass die Eigentümer nichts im Vorfeld investieren möchten. Es wird ja auch im Handel nur mehr eine Ausstellungsfläche gesucht, also der Trend geht zu kleineren Flächen.

Gesprächsprotokoll (zusammengefasst) zum Experteninterview zwischen Herrn Mag. Stefan Wernhart, MRICS, Geschäftsführer Büroimmobilien/ EHL Immobilien GmbH, Herrn Georg Burgstaller, MSc, Immobilienberater/ EHL Immobilien GmbH und Frau Manuela Schmidt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden nachfolgend die Namen Stefan Wernhart mit SW, Georg Burgstaller mit GB und Manuela Schmidt mit MS abgekürzt.

Gesprächspartner: Stefan Wernhart und Georg Burgstaller

Ort: Prinz-Eugen-Straße 8-10

Datum: 31.10.2018

Länge des Gesprächs: ca. 25 Minuten

MS: Können Sie Ursachen für die aktuelle Leerstandsproblematik von Geschäfts- und Verkaufsflächen in Wien definieren?

GB: Einerseits ist ein Thema, dass wir zu viel Angebot haben im Erdgeschoß, es gibt wahnsinnig viele Erdgeschoßflächen die frei stehen in Lagen die jetzt nicht mehr so beliebt sind und dies daher auch zum Wandel führt, dass derzeit nur noch die Haupteinkaufsstraßen interessant sind. Dort sind die großen Ketten angesiedelt, die können sich die Mieten auch leisten und man verliert so Frequenz auch im 1. Bezirk z.B. eine Fläche eines Schneiders, der seit Jahren keine Laufkundschaft mehr hat, er lebt von den Stammkunden, aber es ist einfach zu wenig Frequenz in den Seiten- und Nebenlagen. Bei den Eigentümern sind die Vorstellungen immer recht hoch, aber die tatsächliche erzielbare Miete ist im Endeffekt in Nebenlagen nicht zu teuer.

SW: Wenn man das Ganze globaler betrachtet ist es das Thema, dass in den letzten Jahren vermehrt die großen Ketten auch in die Städte gehen und man dadurch schon verschiedenste Branchen abdeckt mit verschiedenen Brands/ Marken wodurch dann viele Einzelhändler die sich auch mit dieser Thematik beschäftigt haben in kleineren Flächen oft nicht mehr die Möglichkeit haben zu überleben. Gerade die in den Seitengassen oder wenn man jetzt z.B. in den 6. oder 7. Bezirk schaut wo es noch die klassischen kleinen alten Geschäfte gibt, die zwar jeder charmant findet, aber diese zum Teil auch teurer sind und zur Folge niemand hingehet und dann aussterben und durch große Modeketten oder andere Bereiche verdrängt werden. Ich glaube auch, dass es hier nicht der Preis ist der in diese Richtung hineinschlägt sondern der Umsatz der nicht mehr getätigt werden kann um sich diese Mieten - auch wenn die Mieten nicht so hoch sind - nicht mehr leisten zu können. Desweiteren sieht man im inneren Bezirk auch sehr stark, dass es immer

mehr kleinere Geschäfte von größeren Ketten gibt die nur mehr Abholmärkte haben, weil sie sich auch auf den Onlinehandel stürzen und in dem Fall nicht mehr damit beschäftigen die ganze Produktpalette anzubieten sondern nur ein kleineres Sortiment haben und das dann auch online anbieten oder eben nur einen Abholmärkte machen. Wir haben so viele unfassbar viele Erdgeschoßflächen, dass die einfach nicht mehr bedient werden können, weil viele Branchen mit großen Ketten hier die kleineren verdrängen. Dahin geht auch der Trend des Konsumverhaltens der Käufer, es ist eher der Fall, dass man in großen Mengen günstigere Ware kauft wie Gewand und das dann auch nur mehr eine Saison trägt. Dass man heute noch zum Schneider geht und einen Anzug machen lässt der zwar mehr kostet aber dafür auch länger hält, gibt es ja kaum noch - da geht einfach die Generation und somit das Konsumverhalten in eine andere Richtung. Wenn es nicht um die klassischen Hot-Spots geht, sind die Mietpreise mittlerweile sehr moderat, also da geht's nicht mehr um die Preisspirale.

MS: Was kann die Stadt Wien unternehmen um den Leerstand zu verringern?

GB: Es gibt schon viele Kooperationen mit den Retailern, quasi mit dem Markt und der Stadt wo sie sich zusammen setzen und neue Sachen überlegen. Ich denke man müsste gerade was das Erdgeschoß betrifft flexibler werden was die Nutzungen betrifft. Z.B. Ärzte wollen oft anmieten, scheitern dann aber an ein paar Zentimetern die in der Höhe oder an Barrierefreiheit fehlt. Dass man die Anforderungen ein bisschen lockert, auch was das Belichtungsthema angeht. Wir haben auch oft Fitness-Studios die Interesse zeigen, dann aber z.B. das Problem, dass der Fluchtweg um 5 cm zu klein ist und daran scheitert die Vermietung dann Monate lang.

SW: Ich glaube das Thema mit den anderen Nutzungen ist zu weit gegriffen, weil da müsste man dann in bestehende Gesetze eingreifen und müsste die Arbeitsstättenverordnung verändern zumindest für Erdgeschoßzonen, weil es gibt sicherlich auch genug Branchen aus dem Architektur-, Kreativ-, Künstlerbereich die Erdgeschoßzonen sicherlich positiv nutzen können die auch kein Problem haben wie IT-Unternehmen die froh sind kein Tageslicht am PC zu haben die freuen sich wenn sie es dunkel haben, ist aber nicht als Dauerarbeitsplatz gestattet. Ich glaube was viel spannender wird in den nächsten Jahren ist einfach durch den boomenden Online-Handel haben wir ja permanent in den Städten die Problematik der Auslieferung, also sprich wir haben die Cross-Dockings außerhalb von Wien wo die großen LKW's andocken und dann der kleinere Vertrieb startet der aber auch

außerhalb von Wien zu weit entfernt ist. Wir bieten mittlerweile eine Lieferung die nur ein paar Stunden nach Bestellung angeboten wird. D.h. man könnte eigentlich die leerstehenden Geschäftsflächen die sich bereits teilweise schon in niedrigen Regionen der Miete befinden als Lagerfläche, als City-Logistik-Stores nutzen um einfach hier für diesen zukunftssträchtigen Auslieferungs-Hype der ja mittlerweile entstehen muss um die ganzen Pakete/ Waren zu liefern so nutzt. Eine nicht Widmungsänderung anstreben sondern eine Nutzungsänderung mehr in den Fokus rücken und hier dann auch die Mieten in einem humanen und vertretbaren Niveau zu generieren. Online wird immer stärker und irgendwo müssen die Waren/ ein gewisses Sortiment auch innerhalb der Stadt gelagert werden.

MS: Wie können die leerstehenden Flächen für den Nutzer attraktiver gestaltet werden?

GB: Bei uns haben wir mit extra Marketing für freie Flächen bisher keine Erfahrung gemacht. Wir bekleben die leerstehenden Flächen, d.h. wir folieren sie, dass bewusst ist, diese Flächen sind frei, aber aus unserer Sicht wenn die Nachfrage fehlt dann gibt's auch keine interessierten Kunden.

SW: Aus meiner Sicht muss man das differenzierter betrachten, weil Wir sprechen ja von vielen Flächen und so viele Ketten gibt es nicht wie es leerstehende Lokale gibt. Wir müssen Persönlichkeiten/ Individuen ansprechen die ein Geschäftslokal suchen um Ihre Geschäftsidee dort zu verwirklichen und die es nicht im Rahmen einer Kette gibt. D.h. hier sehe ich sehr wohl die Möglichkeit, dass man vielleicht auf Seite der Hauseigentümerschaft Geld in die Hand nimmt um in der Auslage neben den klassischen Folien die man anbringt hier eher ein Rendering anbringt wo man sehen könnte wie das Geschäft aussehen könnte. Es wird zwar jedes Geschäft individuell anders aussehen aber für die die sich vielleicht selbstständig machen wollen oder umsiedeln wollen sicherlich hilfreich also wie wenn man da in eine Baustelle hineinschaut. Also sicherlich ein guter Ansatz, nur sind es halt leider wieder frustrierende Kosten für den Eigentümer, weil dieser damit in Vorleistung geht ohne eine Miete zu bekommen und hier oft davon abgesehen wird. Aber für diejenigen die sich selbstständig machen wollen würde ich es als hilfreich sehen abgesehen davon, dass es auch das Straßenbild „behübschen“ würde. Auf der anderen Seite sehe ich es für Ketten und bekannte Marken sinnlos hier etwas zu investieren, die haben ihre eigenen Vorlagen. Eigentlich kann man hier mit dieser Art von Marketing nur dann was erreichen wenn man eine Zielgruppe anspricht die im Retail-Markt noch nicht Fuß gefasst hat. Entweder oder. In den klassischen

frequentierten Lagen bringt es nichts weil dort wird auch niemand der eine neue Geschäftsidee hat hingehen aber in Lagen wie Mariahilferstraße Seitenlage wo auch genug Fläche ist würde ich das eine spannende Sache finden – ausschließlich für Individuen und Unternehmer die sich noch nicht klar sind wie sie das machen wollen.

MS: Wie könnten Förderungen für den Hauseigentümer von leerstehenden Geschäfts- und Verkaufsflächen aussehen?

GB: Ich bin mir nicht sicher, ob Förderungen mehr Nachfrage generieren, weil wenn wirklich so viel Angebot da ist, sollte sich der Markt bei einem Miet-Niveau einpendeln, das sich die Leute leisten können.

SW: Ein bekanntes Mittel um Unternehmen zu motivieren im Rahmen der Stadt Wien Fuß zu fassen, ist ja zum Teil die Förderung dieser Kleinunternehmer „Start-ups“. Was aber eine Förderung für die Einzelhändler betrifft, müsste man das glaube ich mit Vorsicht genießen und hinterfragen. Kurzfristig würde es schon die Quantität der Anmietungen steigern von Unternehmern, nur ist die Frage wer das bezahlt – passé kommen die Steuerzahler für die Förderungen auf. Ich glaube schon, dass viel mehr Einzelunternehmen und Personen durch Förderungen motiviert wären ein Geschäft zu öffnen, weil das Risiko natürlich geringer ist sein Geld zu verlieren, ich glaub aber, dass es trotzdem problematisch zu betrachten ist, weil viel stärker oder häufiger wahrscheinlich Personen ins Risiko mit fremdem Geld gehen und dann hier mit dem fremden Geld gearbeitet wird was wiederum schwer einzufangen ist. Da müsste man einen bestimmten Betrag festsetzen, den dann an gewisse Kriterien binden der die Einzelunternehmer entsprechen und gerecht werden müssen. Grundsätzlich eine Förderung auszusprechen sehe ich problematisch, weil hier mit Steuergeldern agiert wird.

MS: Wäre es vorstellbar die leerstehenden Erdgeschoßflächen in Wohnungen umzuwandeln?

GB: In frequentierten Lagen macht das wenig Sinn, in nicht frequentierten Lagen würde es eventuell Sinn machen, wenn es widmungstechnisch zulässig ist. Da sind wir von den Mietpreisen nicht weit entfernt, ob es jetzt eine Seitengasse ist wo niemand vorbei geht und dort eine Wohnung ist oder ein Geschäft - vom Kosten-Nutzen-Aspekt würde es Sinn machen. Es ist halt oft widmungstechnisch ein Thema, dass Erdgeschoßflächen gewerblich genutzt werden müssen. Was wir oft beobachtet haben anhand unserer Anfragen, gibt es nur eine Möglichkeit von

gewerblichen Nutzern wie z.B. AIRBNB die eine Erdgeschoßfläche anmieten und dann gewerblich vermieten. Es liegt auch oft an den Eigentümern die nicht in Vorleistung gehen wollen und die Flächen zumindest annehmbar herrichten. Es gibt auch viele Start-ups die gerne im Erdgeschoß sind, gerade bei der jungen Generation, die wollen offener arbeiten, lebendigere Büroräumlichkeiten haben.

SW: Aus meiner Sicht herrscht immer noch eine Barriere im Erdgeschoß zu wohnen. Einerseits ist die spezielle Sicherheit ein Thema und andererseits haben wir hier ein Widmungsthema. Wenn man von den gesetzlichen Normen ausgeht, haben viele Regionen gar keine Möglichkeit im Erdgeschoß eine Wohnsituation darzustellen, weil es von der Widmung her nicht möglich ist. Persönlich denke ich ja sicherlich, wenn es die Belichtungssituation her gibt, wenn die Wohnung nach hinten ausgerichtet ist, vielleicht in einer sich öffnenden Lage befindet, kann das auch sehr reizvoll sein. Die Problematik die ich hier eher sehe ist, dass die leerstehenden Lokale von denen wir sprechen eigentlich in sehr stark fragmentierten Lagen sind, dass ich hier die Kombination aus Wohnen einerseits gepaart mit einer frequentierten Lage und der Geräuschkulisse die sich daraus ergibt und die Sicherheitskomponente sich hier nicht wieder findet. Also ich glaube man kann das in Randlagen machen wo es ruhig ist, aber im klassischen Erdgeschoßzonen in frequentierten Einzelhandelszonen sehe ich es nicht und würde ich auch für die bestehenden Einzelhändler nicht positiv sehen, weil dann würde ja jede Fläche die länger leer steht umgewidmet werden und dann gibt's dann irgendwann keine wirklichen Einzelhändler mehr in diesen Regionen. Die Büronutzung würde eher in Frage kommen, wenn es die Arbeitsstättenverordnung zu lässt, dass man hinsichtlich der Belichtung nicht so streng sein würde. Grundsätzlich ist es ein Thema, ob der Eigentümer Geld in die Hand nimmt und sagt ich investiere einen Betrag X und dafür bekomme ich um 4 Monate schneller meine Miete und habe einen höheren Cashflow, also das ist ein rein wirtschaftliches Thema.