

# MARIAHILFER STRASSE GESCHÄFTSSTRASSENANALYSE



**ENDBERICHT**

**Dr. Friedrich STÖFERLE**

**SOREF**

**Mitarbeit, Kartographie und Grafik: Michael BÖHM, BSc**

im Auftrag der

**MA 18**

Stabstelle Öffentlicher Raum, soziale Prozesse und Maßnahmenentwicklung



Dezember 2011

## **IMPRESSUM**

### **Auftraggeber:**

Magistrat der Stadt Wien  
MA 18, Stadtentwicklung und Stadtplanung  
Stabstelle Öffentlicher Raum, soziale Prozesse und Maßnahmenentwicklung<sup>1</sup>  
Rathausstraße 14-16  
1082 Wien

### **Betreuung:**

DI Udo Häberlin  
Dr. Gabriele Zimmermann

### **Für den Inhalt verantwortlich:**

Dr. Friedrich Stöferle  
Dozent FH - Gerichtlich zertifizierter Sachverständiger  
Regionale Handelsforschung - Zentrenstudien  
Kerngasse 23  
1230 WIEN  
Tel.:0650/ 889 83 71  
mail: soref@aon.at

### **Mitarbeit, Kartographie und Grafik:**

Michael Böhm, BSc

# INHALTSVERZEICHNIS

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.     | Anlass - Problematik - Ziele der Studie .....                                     | 5  |
| 2.     | Abgrenzungen.....   | 6  |
| 3.     | Geschäftsstrassendaten .....  | 7  |
| 3.1    | Zur Entwicklung derMariahilfer Straße .....                                       | 7  |
| 3.2    | Zur Einordnung der Mariahilfer Straße als Geschäftsstraße.....                    | 7  |
| 3.3    | Passantenfrequenzen .....   | 8  |
| 3.3.1  | Methodische Anmerkungen.....  | 8  |
| 3.3.2  | Werte 2010 .....  | 8  |
| 3.3.3  | Tagesganglinien .....   | 11 |
| 3.3.4  | Die Entwicklung der Passantenfrequenzen .....                                     | 13 |
| 3.4    | Vergleiche mit anderen Geschäftsstraßen.....                                      | 16 |
| 3.5    | Verkaufsfläche .....  | 17 |
| 3.6    | Umsatz - Arbeitsplätze .....  | 19 |
| 3.7    | Verkaufs- und Umsatzentwicklung im Vergleich .....                                | 20 |
| 3.8    | Die Einkaufsmotive und gekaufte Warengruppen.....                                 | 21 |
| 3.9    | Einzugsgebiet und Bevölkerung .....   | 22 |
| 3.9.1  | Einzugsgebiet .....   | 22 |
| 3.9.2  | Zur Struktur der Passanten der Mariahilfer Straße .....                           | 25 |
| 3.10   | Verkehrsmittel.....   | 26 |
| 3.11   | Fahrgastzahlen im Bereich Mariahilfer Straße .....                                | 27 |
| 3.12   | Stand und Entwicklung der Bevölkerung.....  | 31 |
| 3.13   | Tourismus.....  | 32 |
| 3.13.1 | Besucherzahlen wichtiger Sehenswürdigkeiten.....                                  | 32 |
| 3.13.2 | Nächtigungen .....  | 33 |
| 3.13.3 | Stellenwert des Shopping auf der Mariahilfer Straße.....                          | 33 |
| 3.14   | Mieten für Geschäftslokale.....   | 34 |
| 3.15   | Zur Organisation der Kaufleute der Mariahilfer Straße .....                       | 35 |
| 3.16   | Die wirtschaftliche Struktur der Geschäftsstraße .....                            | 35 |
| 4.     | Interviews mit „Schlüsselpersonen“ .....  | 37 |
| 4.1    | Methodik.....   | 37 |
| 4.2    | Ergebnisse.....   | 37 |
| 4.2.1  | Zur Funktion der Mariahilfer Straße.....  | 37 |
| 4.2.2  | Zur Gestaltung der Mariahilfer Straße .....                                       | 38 |
| 4.2.3  | Mängel im baulich-technischen Bereich und bei der Verkehrsorganisation.....       | 39 |
| 4.2.4  | Zum Branchenmix der Mariahilfer Straße.....                                       | 40 |
| 4.3    | Resumee der Interviews .....  | 40 |
| 5.     | Befragungsergebnisse der„Sozialwissenschaftlichen Grundlagenforschung 2008“ ..... | 41 |

|      |  |    |
|------|--|----|
| 6.   | Die voraussichtliche Entwicklung der Mariahilfer Strasse .....                                     | 44 |
| 6.1  | Bevölkerungsentwicklung.....   | 44 |
| 6.2  | Kaufkraftpotentiale .....  | 44 |
| 6.3  | Die Bahnhof City .....   | 45 |
| 6.4  | Projekte .....   | 46 |
| 6.5  | Entwicklungsfaktoren der Mariahilfer Straße .....  | 46 |
| 7.   | Die Anwendung der Geschäftsstrassen-Checklist auf die Mariahilfer Strasse .....                    | 48 |
| 7.1  | Ergebnisse.....  | 48 |
| 7.2  | Folgerungen .....  | 52 |
| 8.   | Zum Management des Öffentlichen Raums Mariahilfer Strasse.....                                     | 53 |
| 8.1  | Street Cluttering.....   | 53 |
| 8.2  | Bewirtschaftungsplan .....   | 55 |
| 9.   | Vorschläge zur Umgestaltung der Mariahilfer Straße aus der Sicht der Geschäftsstrassenfunktion ... | 56 |
| 9.1  | Zur Funktion der Mariahilfer Straße - stadtplanerische Aspekte.....                                | 56 |
| 9.2  | Zur Verkehrslösung aus der Sicht der Geschäftsstraßenfunktion.....                                 | 56 |
| 9.3  | Schaffung von mehr Raum für die hohen FußgängerInnenfrequenzen.....                                | 58 |
| 9.4  | „Innovative“ architektonische Gestaltung.....  | 58 |
| 9.5  | Realisierung eines neuen innovativen Beleuchtungskonzepts .....                                    | 58 |
| 9.6  | Ruhezonen.....   | 59 |
| 9.7  | Seitengassen und Nebengeschäftsstrassen .....  | 60 |
| 9.8  | Angebots-Defizite.....   | 61 |
| 9.9  | Management in der Geschäftsstraße.....   | 62 |
| 9.10 | Garagen.....   | 62 |
| 9.11 | Info-Points und Apps.....  | 63 |
| 9.12 | Öffentliche WC's.....  | 63 |
| 9.13 | Begleitendes PR- und Marketing-Konzept .....   | 64 |
| 9.14 | Abstimmung der Umgestaltung mit den Unternehmern .....   | 65 |
| 9.15 | Maßnahmen-Mix .....  | 65 |
| 10.  | Zusammenfassung.....   | 66 |
|      | Abbildungsverzeichnis .....  | 69 |
|      | Abkürzungsverzeichnis.....   | 69 |
|      | Literaturverzeichnis .....   | 70 |

## 1. ANLASS - PROBLEMATIK - ZIELE DER STUDIE

Zur Vorbereitung des weiteren Planungsverfahrens beauftragte die Stabstelle Öffentlicher Raum, soziale Prozesse und Maßnahmenentwicklung der MA 18 der Stadt Wien das Büro Dr. Stöferle mit der Erstellung einer Geschäftsstraßenanalyse der Mariahilfer Straße.

Parallel und in Abstimmung mit der hier vorgelegten Arbeit wurden weiters eine Sozialraumanalyse<sup>1</sup>(SRA) und eine Verkehrsstudie<sup>2</sup>als Basis für eine Umgestaltung der Mariahilfer Straße erstellt.

Es ist davon auszugehen, dass nicht alle Nutzungsansprüche im begrenzten Raum der Geschäftsstraße erfüllbar sind und bei Zielkonflikten die Geschäftsstraßenfunktion adäquat zu berücksichtigen ist. Dazu muss aber zunächst verdeutlicht werden, welche Maßnahmen im öffentlichen Raum die Geschäftsstraßenfunktion der Mariahilfer Straßestärken können und welche nicht, wobei die Antwort nicht generell, sondern je nach Geschäftsstraße und konkreter kleinräumiger Situation verschieden ausfallen kann.

Ziele der hier vorgelegten Arbeit sind

- die Erarbeitung der ökonomischen Funktionen der Mariahilfer Straße
- das Herausarbeiten der jeweils resultierenden Interessen
- das Herausarbeiten der unterschiedlichen Geschäftsstraßenfunktionen und der weichen Standortvorteile
- die Anwendung der Checkliste für die Stärkung der Geschäftsstraßenfunktionen<sup>3</sup>

Von der generellen Datenerfassung und Methodik her ist die Arbeit bewusst pragmatisch konzipiert; es wird aus arbeitsökonomischen Gründen weitgehend auf eigene umfangreiche Erhebungen verzichtet. Es werden primär vorhandene Unterlagen verwendet, geprüft und unter Berücksichtigung der Ergebnisse kleinerer Eigenerhebungen in sachverständiger Weise fortgeschrieben.

---

<sup>1</sup>Durchführung: tilia - büro für landschaftsplanung und FH Campus Wien, Kompetenzzentrum für Soziale Arbeit GmbH, Auftraggeber: Stadt Wien, MA 18 - Referat Verkehrsplanung und Mobilitätsstrategien

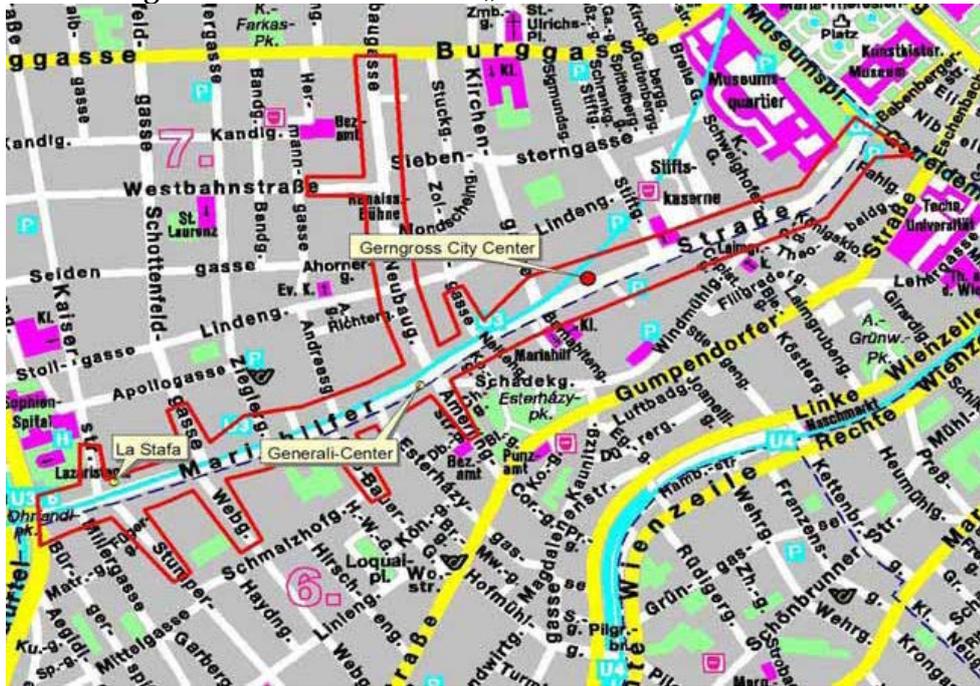
<sup>2</sup>Auftragnehmer: arealConsult Ziviltechniker Ges.m.b.H., Auftraggeber: Stadt Wien, MA 46

<sup>3</sup> Stöferle, F., Vorschläge zur Stärkung der Geschäftsstraßenfunktionen der Wiener Geschäftsstraßen am Beispiel der Meidlinger Hauptstraße, im Auftrage der Stadt Wien, MA 18, Wien 2009

## 2. ABGRENZUNGEN

Die **Geschäftsstraße „Mariahilfer Straße“** umfasst den gängigen fachspezifischen Abgrenzungen<sup>4</sup> entsprechend die sog. **innere** Mariahilfer Straße (zwischen Getreidemarkt und Mariahilfer Gürtel bzw. Neubaugürtel) **und die Neubaugasse** (zwischen Mariahilfer Straße und Burggasse) und kleine Teile angrenzender Seitengassen:

Abbildung 1 Die Geschäftsstraße „Mariahilfer Straße“



Quelle: KMU Forschung , S+M - Standort + Markt, Der Wiener Handel 2009, Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien, 2009

Die **äußere** Mariahilfer Straße (zwischen Mariahilfer Gürtel/Neubaugürtel und Rustengasse) gilt als eigene Geschäftsstraße<sup>5</sup> und ist in den nachfolgend referierten Daten der Geschäftsflächen und Umsätze der (oben definierten) „Mariahilfer Straße“ nicht inkludiert.

<sup>4</sup> Die Abgrenzungen der Wiener Geschäftsstraßen basieren auf einer älteren Arbeit des Wiener Instituts für Standortberatung (WIST): Kaufkraftströme – Die Wiener Geschäftsstrassen, Struktur und Einzugsbereiche, Studie im Auftrag der Stadt Wien und der Handelskammer Wien, 1970. Diese Abgrenzungen wurden dann in einschlägigen späteren Arbeiten übernommen und haben – bis auf geringfügige Modifikationen – auch heute noch Gültigkeit.

<sup>5</sup> Wiener Institut für Standortberatung (WIST), 1970 und KMU Forschung , S+M - Standort + Markt, 2009

### 3. GESCHÄFTSSTRASSENDATEN

#### 3.1 Zur Entwicklung der Mariahilfer Straße

Historisch gesehen war die Mariahilfer Straße die Einkaufsstraße der k. und k. Monarchie; ihre Lage zwischen der Innenstadt einerseits und dem Schloss Schönbrunn und dem Westbahnhof<sup>6</sup> andererseits war der wesentliche Entwicklungsfaktor.

Im Einzelnen sind folgende wichtige Daten / Ereignisse der Geschäftsstraße anzuführen:

**Tabelle 1 „Meilensteine“ der Mariahilfer Straße**

| <b>Jahr</b>        | <b>Betriebe / Verkehr / Projekte</b>   |
|--------------------|--|
| 1879               | Eröffnung Gerngross  |
| 1897               | Eröffnung Herzmansky   |
| 1911               | Eröffnung Stafa  |
| 1968               | Eröffnung Generali Center  |
| 1993<br>(4.9.1993) | Fertigstellung der umgebauten „neuen“ Mariahilfer Str. und<br>Inbetriebnahme der U3-Strecke Volkstheater - Westbahnhof |
| September 2008     | Sperre der Bahnhofshalle des Westbahnhofs und des Europaplatzes,<br>Inbetriebnahme der provisorischen Verkehrsstation  |
| 23.11.2011         | Eröffnung der „Bahnhof City“ (EZ Westbahnhof)  |

Quelle: Eigene Recherchen und Angaben der Wiener Linien bzw. der ÖBB

#### 3.2 Zur Einordnung der Mariahilfer Straße als Geschäftsstraße

Im Rahmen der Wiener Zentrenhierarchie gelten die Mariahilfer Straße und die City als „überregionale Zentren“; die nächste Stufe sind die „regionalen Zentren“<sup>7</sup>, zu denen u.a. der Zentralbereich Favoriten und der Zentralbereich Meidling zählen.

<sup>6</sup> Sehr viele Geschäftsstraßen sind historisch und funktionell gesehen „Bahnhofstraßen“; sie entwickelten sich zu Geschäftsstraßen, weil sie zwischen Bahnhof und Innenstadt lagen. Beispielfhaft sei u.a. auf die Züricher Bahnhofstraße und die Grazer Annenstraße verwiesen.

<sup>7</sup> Wiener Institut für Standortberatung (WIST), 1970 und KMU Forschung, S+M - Standort + Markt, 2009

### 3.3 Passantenfrequenzen

#### 3.3.1 Methodische Anmerkungen

Bei den im zweijährigen Rhythmus von der WKW mit finanzieller Unterstützung der Stadt Wien durchgeführten Passantenzählungen wird nicht zwischen Männern und Frauen unterschieden<sup>8</sup>; dies wäre bei einem sehr starken Passantenaufkommen - wie z. B. auf der Mariahilfer Straße - auch kaum möglich. Kinder werden gezählt, wenn diese selber gehen.

#### 3.3.2 Werte 2010

Bei der letzten Zählung im Oktober 2010 erreichte die innere Mariahilfer Straße an den vier Zählstellen folgende Werte:

**Tabelle 2 Passantenfrequenzen Mariahilfer Straße – Werte 2010**

|                               | <b>Donnerstag</b><br>gesamt, beide<br>Straßenseiten<br>(8.30 - 19.00 h) | davon:<br>Donnerstag<br>ungerade<br>Straßenseite | davon:<br>Donnerstag<br>gerade<br>Straßenseite | <b>Samstag</b><br>gesamt, beide<br>Straßenseiten<br>(8.30 - 18.00 h) | davon:<br>Samstag<br>ungerade<br>Straßenseite | davon:<br>Samstag<br>gerade<br>Straßenseite |
|-------------------------------|---|--|--|--|---|---|
| Mariahilfer Straße 5/8        | 25.513  | 13.104   | 12.409   | 31.555   | 16.645  | 14.910                                      |
| Mariahilfer Straße 36/47      | 47.868  | 22.916   | 24.952   | 66.055   | 30.613  | 35.442                                      |
| Mariahilfer Straße 80/85      | 48.981  | 26.316   | 22.665   | 63.802   | 30.414  | 33.388                                      |
| Mariahilfer Straße<br>117/118 | 40.244  | 15.371   | 24.873   | 46.144   | 16.421  | 29.723                                      |

Quelle: Eigene Zusammenstellung / Berechnungen auf Basis der Passantenfrequenzzählungen der WKW

Am Donnerstag erreichte die Zählstelle Mariahilfer Straße 80/85<sup>9</sup> mit knapp 50.000 Passanten (Zählwert 48.981 Personen) die höchste Frequenz der Einkaufsstraße. Bei den Samstagswerten dominierte die Zählstelle Mariahilfer Straße 36/47<sup>10</sup> mit rd. 65.000 Passanten (Zählwert 66.055 Personen). Der Grund hierfür ist, dass im Bereich letzterer Zählstelle Betriebe mit stark ausgeprägter Samstags-Shopping-Funktion (wie etwa Saturn, Zara, sports experts<sup>11</sup> und Peek&Cloppenburg<sup>12</sup>) liegen, während im Bereich der Zählstelle Mariahilfer Str. 80/85 etliche Betriebe (u.a. Lebensmittel-Märkte) mit weniger starken Samstagsspitzen liegen.

<sup>8</sup> Aus diesem Grunde wird – im Regelfall – von „Passanten“ nicht „PassantInnen“ gesprochen.

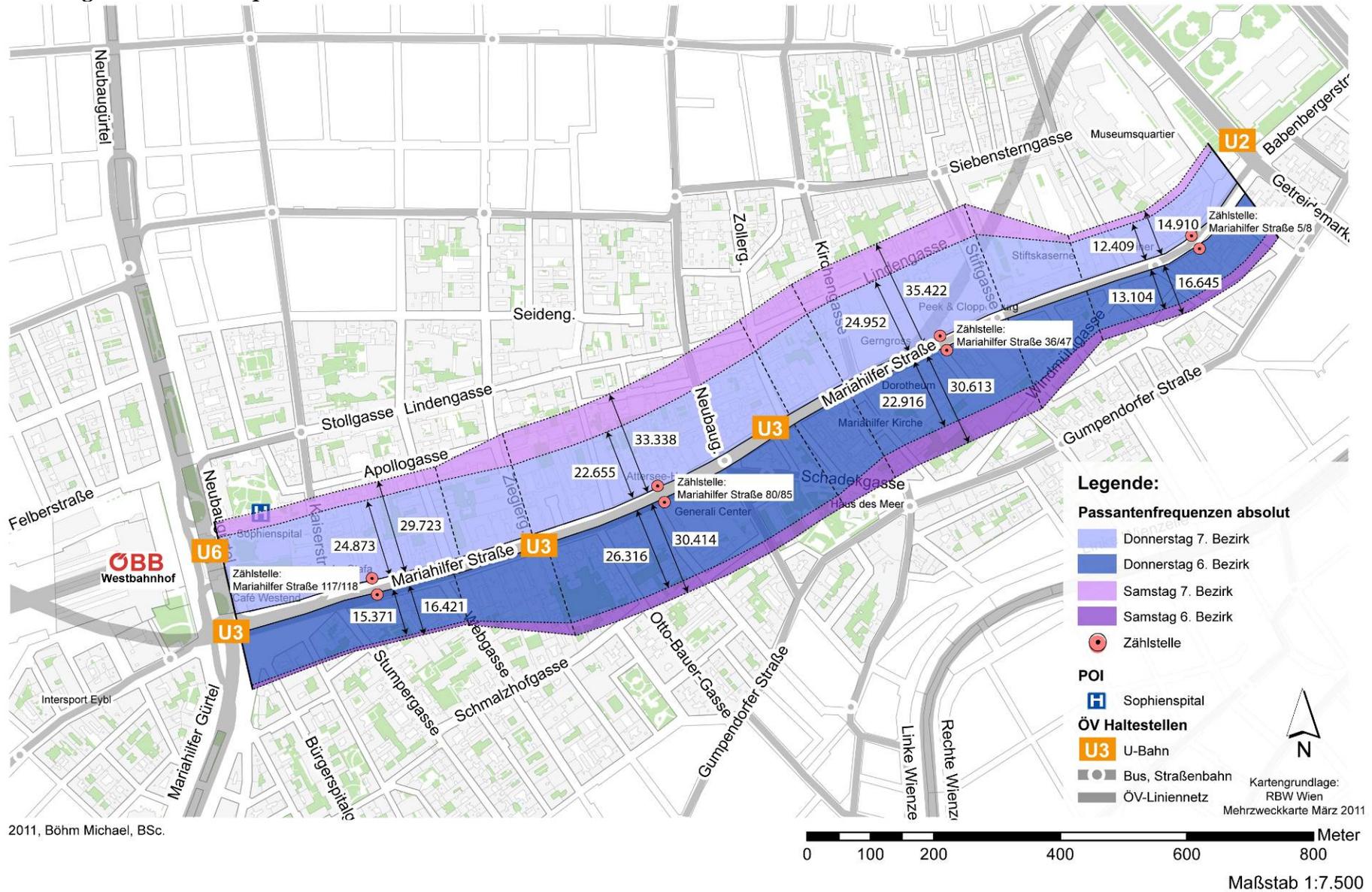
<sup>9</sup> Etwa Höhe Wiener Gebietskrankenkasse (Mariahilfer Straße 85-87) bzw. kurz nach Esterhazygasse (stadtauswärts fahrend)

<sup>10</sup> Etwa Höhe Gerngross

<sup>11</sup> Saturn, Zara und sports experts sind im Gerngross-Center, Mariahilfer Straße 42 – 48 situiert

<sup>12</sup> Adresse Mariahilfer Str. 26 – 30, Ecke Stiftgasse

Abbildung 2 Passantenfrequenzen



2011, Böhm Michael, BSc.

Die geringste Frequenz wies die „untere“ Zählstelle Mariahilfer Straße 5/8<sup>13</sup> mit rd. 25.000 Passanten (Zählwert 25.513 Personen) am Donnerstag und gut 30.000 Passanten (Zählwert 31.555 Personen) am Samstag auf. Dies dürfte auf die leichte Steigung der Straße in diesem Bereich und – wahrscheinlich damit zusammenhängend – die weniger stark von Fußgängern frequentierten Betriebe dieses Straßenteiles zusammen hängen<sup>14</sup>.

Die „obere“ Zählstelle Mariahilfer Straße 117/118<sup>15</sup> erreicht rd. 40.000 Passanten (Zählwert 40.244 Personen) am Donnerstag und gut 45.000 Passanten (Zählwert 46.144 Personen) am Samstag.

Weiters sind die Unterschiede zwischen beiden Straßenseiten bei den Frequenzwerten von Interesse. Bei der „unteren“ Zählstelle (Mariahilfer Straße 5/8) sind beide Straßenseiten in etwa gleich stark frequentiert. Primär durch Peek&Cloppenburg und Gerngross ist dann die Frequenz bei der Zählstelle Mariahilfer Straße 36/47 auf der geraden<sup>16</sup> Straßenseite höher als auf der vis a vis-Seite.

Analog dazu erreicht die Zählstelle Mariahilfer Straße 80/85 auf der ungeraden Straßenseite durch das Generali Center am Donnerstag eine höhere Frequenz als die vis a vis-Seite. Am Samstag ist an dieser Zählstelle jedoch die gerade Straßenseitestärker. Dies ist darauf zurück zu führen, dass sich dort u.a. ein starker H&M (im Attersee-Haus) befindet, der am Samstag (als „Shopping-Tag“) überproportional stark aufgesucht wird<sup>17</sup>; weiters wirken sich an dieser Zählstelle wahrscheinlich auch noch Gerngross und Peek&Cloppenburg (alle auf dieser Straßenseite) aus.

Bei der „oberen“ Zählstelle Mariahilfer Straße 117/118 differieren die Frequenzen beider Straßenseiten sehr stark. Der Westbahnhof wirkt sich frequenzsteigernd auf der geraden Seite, also im 7. Bezirk, aus. Der Christian Broda-Platz (früher „Mariahilfer Platzl“) und der weniger attraktive Geschäftsbesatz der ungeraden Seite reduzieren die Frequenz der Straßenseite im 6. Bezirk.

---

<sup>13</sup> Etwas vor Leiner (Mariahilfer Straße 18), auf der Höhe von Kare (Mariahilfer Straße 5 und der Babenberger-Apotheke (Mariahilfer Straße 8)

<sup>14</sup> Zwar ist Leiner unbedingt als Magnetbetrieb zu bezeichnen, doch dürfte das Einrichtungshaus infolge des relativ hohen Autokunden-Anteils und der Garage im Hause relativ wenig zur Fußgänger-Frequenz an genannter Zählstelle beitragen.

<sup>15</sup> Kurz vor der Kaiserstr. bzw. Stumpergasse (stadtauswärts fahrend)

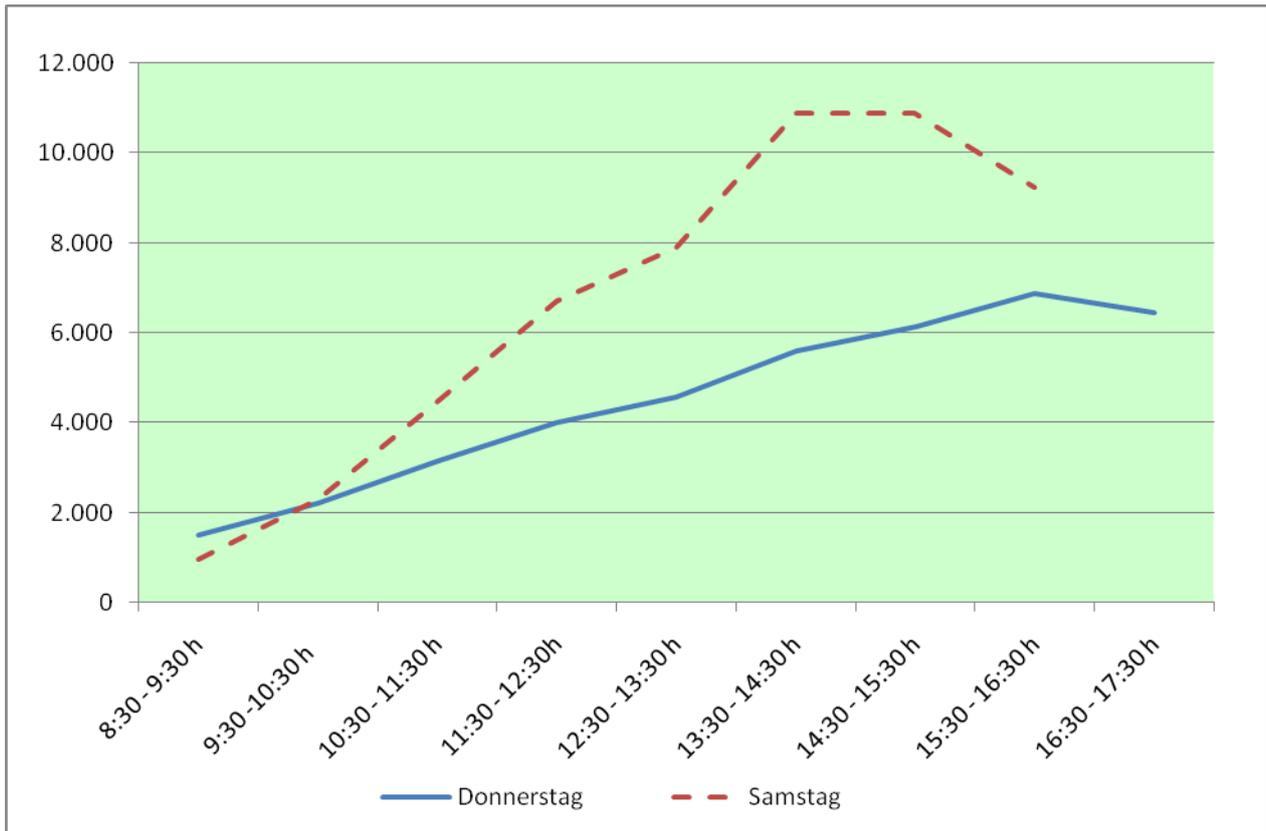
<sup>16</sup> „gerade“ Straßenseite, weil „gerade“ Hausnummern

<sup>17</sup> Eigene Beobachtungen

### 3.3.3 Tagesganglinien

Die Mariahilfer Straße „erwacht“ – wie alle großen Einkaufsdestinationen – relativ spät. Die meisten Geschäfte - außer den Backshops und Lebensmittelmärkten - öffnen um 9:30 h<sup>18</sup> bzw. 10 h<sup>19</sup>.

Abbildung 3 Tagesganglinien Mariahilfer Straße 36/47 – Werte 2010 (Passanten p.h)



Quelle: Eigene Berechnungen / Grafik auf Basis der Passantenfrequenzziffern der WKW

Die Spitze an dieser Zählstelle<sup>20</sup> wird am Donnerstag zwischen 16:30 - 17:30 h mit knapp 7.000 Passanten (Zählwert 6.874 Personen) auf beiden Seiten zusammen erreicht. Am Samstag liegt mit rd. 11.000 Passanten (Zählwert 10.890 Personen, beide Seiten) die Spitze zwischen 15:30 - 16:30 h, also eine Stunde früher. Praktisch gleich stark ist am Samstag die Frequenz von 14:30 - 15:30 h (10.884 Personen, beide Seiten). Diese Stundenfrequenzen sind zugleich die (absoluten) Spitzenwerte aller Zählstellen der Geschäftsstraße.

<sup>18</sup> So u.a. Gerngross, Leiner und Slama

<sup>19</sup> So u.a. Peek&Cloppenburg

<sup>20</sup> Sie liegt etwa auf der Höhe von Gerngross

Die Tagesganglinien sind an allen Zählstellen ähnlich wie bei der Mariahilfer Straße 36/47; lediglich am Querschnitt Mariahilfer Straße 117/118 wird am Donnerstag der Spitzenwert erst 17:30 - 18:30 h (statt 16:30 - 17:30 h) erreicht. Dies ist wahrscheinlich auf den Westbahnhof und die Arbeitspendler zurückzuführen. Am Samstag wird hingegen an allen Querschnitten zwischen 15:30 - 16:30 h die höchste Frequenz erzielt.

**Tabelle 3 Die Spitzenstunden der Passantenfrequenz**

|                               | <b>Donnerstag</b><br>gesamt, beide<br>Straßenseiten | <b>Donnerstag</b><br>stärkste Stunde<br>(beide Seiten) | <b>Samstag</b><br>gesamt,<br>beide<br>Straßenseiten | <b>Samstag</b><br>stärkste Stunde<br>(beide Seiten) |
|-------------------------------|---|--|---|---|
| Mariahilfer Straße 5/8        | 25.513  | 16:30 - 17:30 h  | 31.555  | 15:30 - 16:30 h                                     |
| Mariahilfer Straße 36/47      | 47.868  | 16:30 - 17:30 h  | 66.055  | 15:30 - 16:30 h                                     |
| Mariahilfer Straße 80/85      | 48.981  | 16:30 - 17:30 h  | 63.802  | 15:30 - 16:30 h                                     |
| Mariahilfer Straße<br>117/118 | 40.244  | 17:30 - 18:30 h  | 46.144  | 15:30 - 16:30 h                                     |

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Passantenfrequenzziffern der WKW

### 3.3.4 Die Entwicklung der Passantenfrequenzen

Das Passantenaufkommen der Mariahilfer Straße entwickelte sich lt. den Zählungen der WKW an den verschiedenen Zählstellen wie folgt:

**Tabelle 4 Die Entwicklung Passantenfrequenzen der Mariahilfer Straße**

| <b>Donnerstag (jeweils im Oktober)</b> |              |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Jahr</b>                            |              | <b>1996</b>      | <b>1998</b>      | <b>2000</b>      | <b>2002</b>      | <b>2004</b>      | <b>2006</b>      | <b>2008</b>      | <b>2010</b>      |
|  |              | (8.30 - 18.30 h) | (8.30 - 19.00 h) | (8.30 - 19.00 h) |
| Mariahilfer Str. 5/8                   | abs. Ziffern | 13.658           | 12.973           | 13.425           | 16.346           | 14.757           | 18.529           | 22.671           | 25.513           |
| Mariahilfer Str. 36/47                 | abs. Ziffern | 30.309           | 36.156           | 30.784           | 35.208           | 32.123           | 37.865           | 38.632           | 47.868           |
| Mariahilfer Str. 80/85                 | abs. Ziffern | 32.097           | 36.184           | 39.529           | 37.270           | 35.289           | 40.535           | 44.557           | 48.981           |
| Mariahilfer Str. 117/118               | abs. Ziffern | 21.622           | 35.583           | 25.424           | 28.153           | 23.988           | 30.015           | 36.717           | 40.244           |
| Mariahilfer Str. 5/8                   | Index        | 100              | 95               | 98               | 120              | 108              | 136              | 166              | 187              |
| Mariahilfer Str. 36/47                 | Index        | 100              | 119              | 102              | 116              | 106              | 125              | 127              | 158              |
| Mariahilfer Str. 80/85                 | Index        | 100              | 113              | 123              | 116              | 110              | 126              | 139              | 153              |
| Mariahilfer Str. 117/118               | Index        | 100              | 165              | 118              | 130              | 111              | 139              | 170              | 186              |
| <b>Samstag (jeweils im Oktober;)</b>   |              |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>Jahr</b>                            |              | <b>1996</b>      | <b>1998</b>      | <b>2000</b>      | <b>2002</b>      | <b>2004</b>      | <b>2006</b>      | <b>2008</b>      | <b>2010</b>      |
|  |              | (8.30 - 13.30 h) | (8.30 - 17.30 h) | (8.30 - 18.00 h) | (8.30 - 18.00 h) |
| Mariahilfer Str. 5/8                   | abs. Ziffern | 8.825            | 16.212           | 15.165           | 20.729           | 14.281           | 25.784           | 29.825           | 31.555           |
| Mariahilfer Str. 36/47                 | abs. Ziffern | 21.798           | 56.659           | 54.720           | 57.412           | 40.357           | 62.272           | 60.425           | 66.055           |
| Mariahilfer Str. 80/85                 | abs. Ziffern | 21.931           | 57.347           | 49.271           | 57.307           | 39.856           | 61.405           | 62.472           | 63.802           |
| Mariahilfer Str. 117/118               | abs. Ziffern | 15.130           | 45.137           | 31.180           | 35.380           | 24.600           | 36.757           | 43.812           | 46.144           |
| Mariahilfer Str. 5/8                   | Index        | 100              | 184              | 172              | 235              | 162              | 292              | 338              | 358              |
| Mariahilfer Str. 36/47                 | Index        | 100              | 260              | 251              | 263              | 185              | 286              | 277              | 303              |
| Mariahilfer Str. 80/85                 | Index        | 100              | 261              | 225              | 261              | 182              | 280              | 285              | 291              |
| Mariahilfer Str. 117/118               | Index        | 100              | 298              | 206              | 234              | 163              | 243              | 290              | 305              |

Quelle: Eigene Zusammenstellung / Berechnungen auf Basis der Passantenfrequenzzählungen der WKW

Abbildung 4 Passantenfrequenzen Mariahilfer Straße - Donnerstag

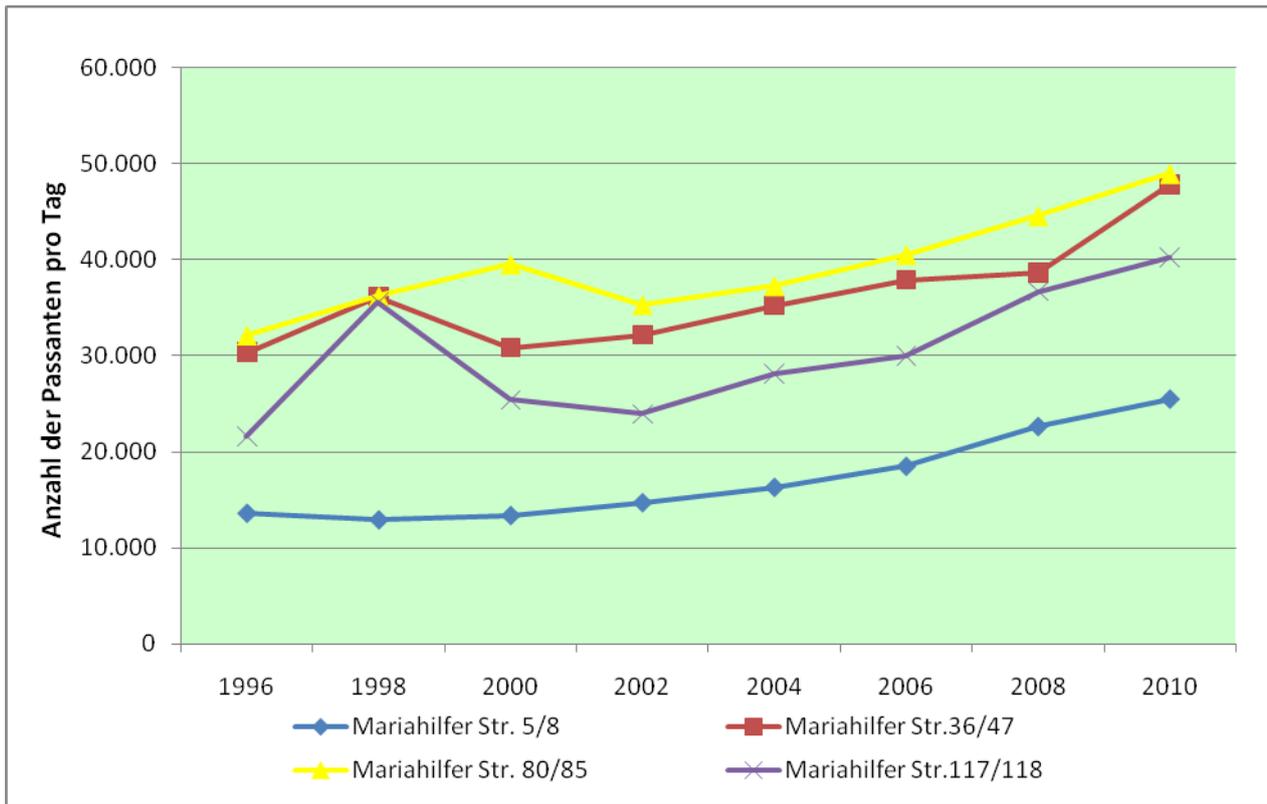
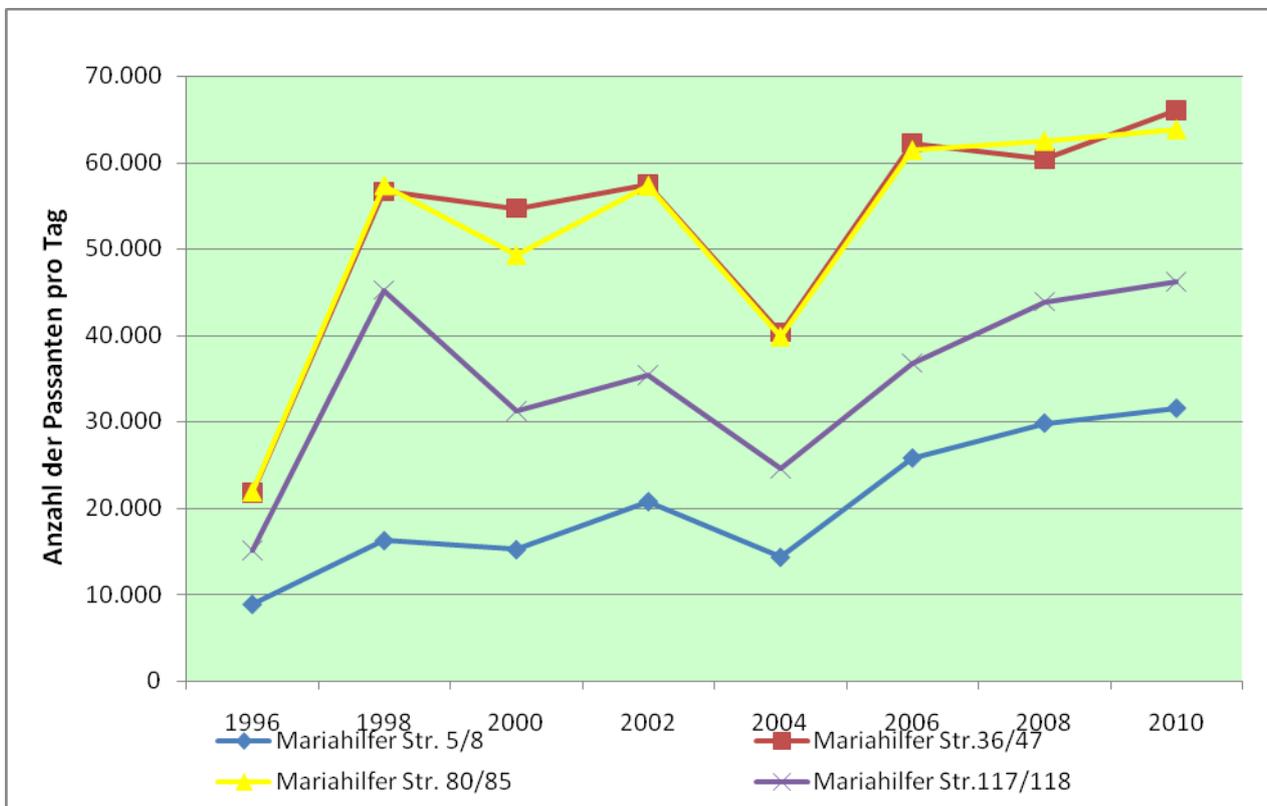


Abbildung 5 Passantenfrequenzen Mariahilfer Straße - Samstag



Quelle: Eigene Berechnungen / Grafik auf Basis der Passantenfrequenzziffern der WKW (beide Grafiken)

Zunächst ist anzumerken, dass die Werte des Jahres **2004** an beiden Zähltagen durch schlechtes Wetter negativ beeinflusst waren und diese deshalb kaum Aussagen zulassen.

Die Zählzeiten am Donnerstag wurden nur in geringem Maße gerändert; die Werte 1998 - 2006 gelten von 8.30 - **18.30** und jene **von 2008 - 2010 von 8.30 - 19.00 h.**

Die **Samstagswerte** des Jahres 1996 basieren auf der - mit den damaligen Ladenöffnungszeiten korrespondierenden - Zählzeit von jeweils 8.30 - **13.30 h**; die Werte 1998- 2006 gelten von 8.30 - **17.30** und jene **von 2008 - 2010 von 8.30 - 18.00 h.** Diese Zählzeiten tragen den veränderten Ladenöffnungszeiten und Einkaufsgewohnheiten Rechnung.

Insgesamt gesehen stiegen die Passantenfrequenzen der Mariahilfer Straße stark seit 1996. Besonders die Zählstellen am jeweiligen Ende der Geschäftsstraße (also Mariahilfer Straße 5/8 und Mariahilfer Straße 117/118) verzeichneten hohe Zuwachsraten. In allen Fällen waren die Eröffnungen neuer bzw. die Attraktivierungen bestehender Betriebe ein Grund dieses Wachstums. Bei der Zählstelle Mariahilfer Str. 5/8 kommt das Museumsquartier als Frequenzbringer hinzu.

Die Samstagswerte sind - relativ gesehen - wesentlich stärker als die Donnerstagswerte gestiegen; dies ist auf die Ausdehnung der Ladenöffnungszeiten und den damit verbundenen verstärkten Einkauf in höherrangigen Zentren - wie der Mariahilfer Straße - am Samstag zurückzuführen.

Hierzu ist anzumerken, dass die Geschäftsstraße - speziell am Samstag, aber auch am Donnerstag - außerhalb der Zählzeiten praktisch immer nur eine geringe Passantenfrequenz aufwies<sup>21</sup>; die Ausdehnung der Zählzeiten ist somit nicht der eigentliche Grund der gestiegenen Frequenzen.

**Die Mariahilfer Straße hat also primär ihre Samstags-Shopping-Funktion stark gesteigert und verdankt ihre Umsatzzuwächse - vgl. hierzu Kap. 3.6 - sicherlich zu einem guten Teil den stark gestiegenen Samstags-Umsätzen.**

---

<sup>21</sup> Eigene Beobachtungen und Gespräch mit Hrn. Dir. Brenner vom CUM

### 3.4 Vergleiche mit anderen Geschäftsstraßen

Passantenfrequenzen sind ein Indikator der Umsatzpotentiale der Betriebe einer Geschäftsstraße und so stellt sich die Frage, wie sich die Passantenfrequenzen der Mariahilfer Straße im Vergleich zu anderen Geschäftsstraßen entwickelt haben.

**Tabelle 5 Die relative Entwicklung der Passantenfrequenzen i. Vgl. mit anderen Geschäftsstraßen**

|   | 1994*      | 2002**     | 2010***    |
|---|------------|------------|------------|
| <b>Absolutwerte</b>                     |            |            |            |
| <b>(Passanten Donnerstag + Samstag)</b> |            |            |            |
| <b>Reihung nach Werten 1994</b>         |            |            |            |
| Graben 13/28                            | 59.934     | 90.639     | 125.096    |
| Mariahilfer Straße 36/47                | 57.472     | 92.620     | 113.923    |
| Kärntner Straße 16/19                   | 56.954     | 86.649     | 124.565    |
| Mariahilfer Straße 80/85                | 40.250     | 94.577     | 112.783    |
| Mariahilfer Straße 117/118              | 38.196     | 63.533     | 86.388     |
| Meidlinger Hauptstraße 47/54            | 25.047     | 28.199     | 33.538     |
| Mariahilfer Straße 5/8                  | 23.440     | 37.075     | 57.068     |
| Neubaugasse 7/10                        | 23.336     | 30.617     | 31.716     |
| Thaliastraße 41/46                      | 12.054     | 11.098     | 19.171     |
| <b>Indexwerte</b>                       |            |            |            |
| <b>Reihung nach Indexwert 2010</b>      |            |            |            |
| <b>Mariahilfer Straße 80/85</b>         | <b>100</b> | <b>235</b> | <b>280</b> |
| <b>Mariahilfer Straße 5/8</b>           | <b>100</b> | <b>158</b> | <b>243</b> |
| <b>Mariahilfer Straße 117/118</b>       | <b>100</b> | <b>166</b> | <b>226</b> |
| Kärntner Straße 16/19                   | 100        | 152        | 219        |
| Graben 13/28                            | 100        | 151        | 209        |
| <b>Mariahilfer Straße 36/47</b>         | <b>100</b> | <b>161</b> | <b>198</b> |
| Thaliastraße 41/46                      | 100        | 92         | 159        |
| Neubaugasse 7/10                        | 100        | 131        | 136        |
| Meidlinger Hauptstraße 47/54            | 100        | 113        | 134        |

\* Werte Donnerstag 8:30 - 18:30 h und Samstag 8:30 - 13 - 30 h

\*\* Werte Donnerstag 8:30 - 18:30 h und Samstag 8:30 - 17 - 30 h

\*\*\* Werte Donnerstag 8:30 - 19 h und Samstag 8:30 - 18 h

Quelle: Eigene Zusammenstellung / Berechnungen auf Basis der Passantenfrequenzzählungen der WKW

Absolut gesehen lag die Zählstelle Graben 13/28 mit 59.934 Passanten im Jahr 1994 an der Spitze; diese Position hielt diese Zählstelle auch 2010. Relativ gesehen – dies zeigen die **Indexwerte** - liegen aber die drei Zählstellen der Mariahilfer Straße auf den vorderen drei Plätzen. Die Zählstelle Mariahilfer Straße 36/47 „hinkt“ zwar etwas bei den Indexwerten nach, doch ist bereits ein relativ hohes Niveau gegeben, das sich schwer steigern lässt.

### 3.5 Verkaufsfläche

Die Verkaufsflächenentwicklung der Geschäftsstraße Mariahilfer Straße in ihrer Abgrenzung lt. Abbildung 1 (also inkl. Neubaugasse) war wie folgt<sup>22</sup>:

**Tabelle 6 Verkaufsfläche Mariahilfer Straße**

| Jahr | Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )<br>ohne Leerstände<br>(nur Ladeneinzelhandel) | Index | Quelle  |
|------|--|-------|---|
| 1996 | 134.927  | 100   | Standort+Markt, 1996                          |
| 2006 | 170.275  | 126   | Cima, 2006                                    |
| 2009 | 178.300  | 132   | KMU Forschung / S+M<br>Standort + Markt, 2009 |
| 2011 | 180.000<br>(Größenordnung)   | 133   | Eigene Schätzung                              |

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der zitierten Quellen

Flächenmäßig ist die Mariahilfer Straße bei weitem die stärkste kompakte Wiener Handelsdestination. Zwar rangiert die gesamte Wiener City mit über 200.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>23</sup> in verschiedenen Publikationen vor der Mariahilfer Straße, doch ist hierin der gesamte erste Bezirk inkludiert, der als solcher nicht als einheitliches Einkaufsziel wahrgenommen wird. Das "goldene U" (Kärntner Str., Graben, Kohlmarkt) wies 2008 rd. 58.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>24</sup> auf und ist am ehesten noch mit der Mariahilfer Straße zu vergleichen. Die Mariahilfer Straße rangiert flächenmäßig auch weit vor der SCS mit ihren rd. 130.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>25</sup> (ohne Fachmärkte im Umfeld).

Das Verkaufsflächenwachstum der Mariahilfer Straße ist primär auf Erweiterungen der integrierten Einkaufszentren (Gerngross, Generali Center, Stafa), Flächenoptimierungen von Großflächen (P&C und Leiner) und die Nutzung von in „zweiter Reihe“<sup>26</sup> und in Ober- und Untergeschossen gelegener Flächenressourcen zurück zu führen.

<sup>22</sup>Die Erhebungen 2001 (RegioPlan) und 2004 (Erhebung von Studenten der Uni Wien, Auswertung durch S+M – Standort+Markt) brachten keine plausiblen Ergebnisse bzw. enthielten größere Fehler und werden deshalb hier nicht dargestellt.

<sup>23</sup>KMU Forschung / S+M Standort + Markt, 2009

<sup>24</sup>Inzwischen ist die Verkaufsfläche dieses Bereichs durch etliche neue Stores (insbes. Peek&Cloppenburg, Kärntner Str.) sicherlich deutlich gestiegen; mehr als 70.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dürften aber per Ende 2011 nicht erreicht werden. Wert per 2008: KMU Forschung / S+M Standort + Markt, 2009

<sup>25</sup>KMU Forschung / S+M Standort + Markt, 2009

<sup>26</sup>So etwa die Neuansiedlung von Hofer, Mariahilfer Str. 85-87, lediglich der Zugang zum Geschäftslokal reicht bis zur Straße, der eigentliche Lokal-Eingang ist rd. 20 Meter von der Straße entfernt.

**Tabelle 7 Verkaufsfläche Mariahilfer Straße - Details**

|  | Flächen 2009<br>m <sup>2</sup> | Anzahl Betriebe |
|--|--------------------------------|-----------------|
| Kurzfristiges Angebot*   | 19.725                         | 84              |
| Mittelfristiges Angebot**  | 108.659                        | 297             |
| Langfristiges Angebot’*  | 49.952                         | 101             |
| <b>Verkaufsfläche Einzelhandel gesamt</b>                                | <b>178.336</b>                 | <b>482</b>      |
| Einzelhandelsbegleitendes Angebot <sup>27</sup><br>(insbes. Gastronomie) | 20.063                         | 181             |
| Leerstand  | 3.366                          | 41              |
| <b>Geschäftsflächen gesamt</b>   | <b>201.765</b>                 | <b>704</b>      |

\*Kurzfristiges Angebot: Lebensmittel, Drogerien/Parfümerien, Trafiken und Apotheken

\*\* Mittelfristiges Angebot: insb. Bekleidung, Schuhe, Papier, Sport/Spiel, Blumen

\*\*\* Langfristiges Angebot: insb. Elektro/EDV, Foto/Optik, Möbel, Uhren/Schmuck

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Ziffern von KMU Forschung / S+M Standort + Markt, 2009

Charakteristisch für die Geschäftsstraße Mariahilfer Straße ist die relativ große Fläche im Bereich des langfristigen Angebots; zurück zu führen ist dies insbesondere auf „Leiner“. Der starke Besatz der Mariahilfer Straße in diesem Angebots-Bereich ist ein USP, ein Alleinstellungsmerkmal der Geschäftsstraße und ein komparativer Vorteil gegenüber der City und etlichen anderen Einkaufsdestinationen.

Der Leerstand (3.366m<sup>2</sup>) ist primär auf geschlossene Flächen im Stafa zurückzuführen, weiters auf, infolge von Mieterwechseln und damit oft verbundenen Umbauten, kurzfristig nicht genutzte Lokale.

<sup>27</sup> Lt. Standort-Markt sind „einzelhandelsbegleitende Nutzung / Angebot“ wie folgt definiert:

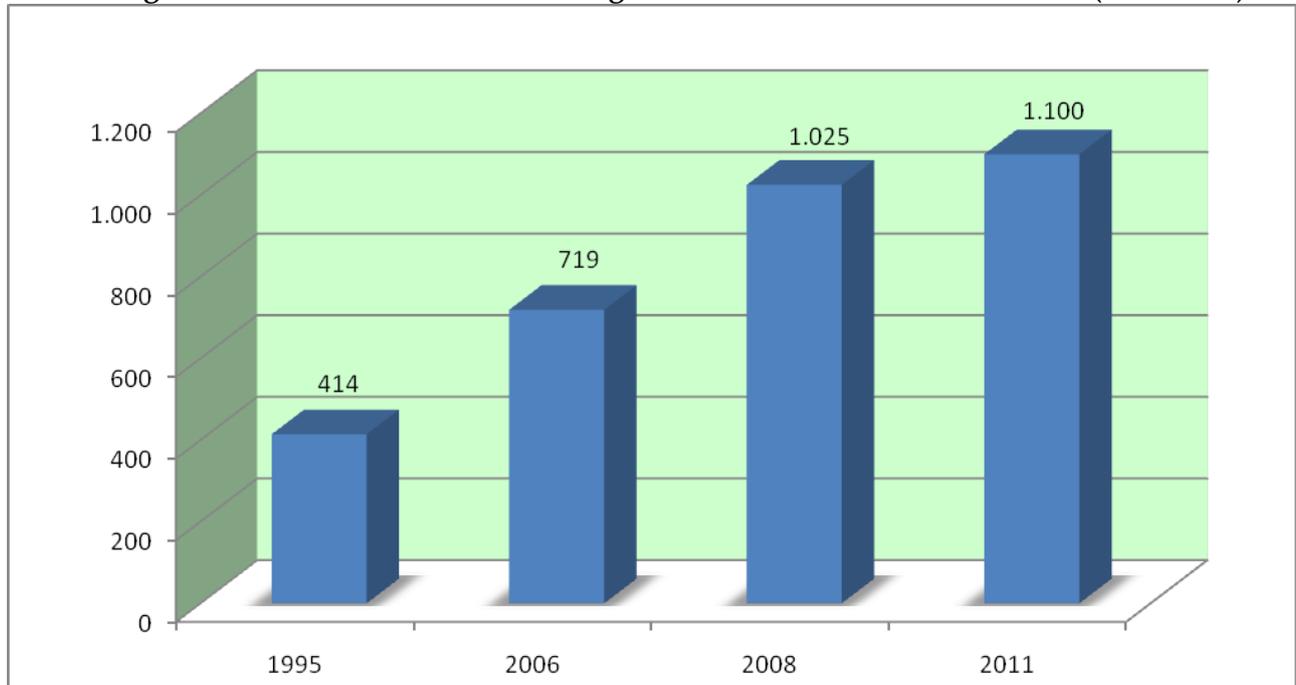
„Dies ist ein Überbegriff für die Nutzungen, die in den Geschäftsstraßen mit erhoben wurden, jedoch nicht zum Einzelhandel zählen. Diese können, neben den Leerständen, in drei weitere Untergruppen untergliedert werden:

- Gastronomiebetriebe: Das sind sämtliche Betriebe, die gastronomisch genutzt werden. Darunter fallen die Kaffeehäuser, (Themen-)Restaurants, Gast- und Wirtshäuser, Fast Food-Restaurants, Imbisse, Eissalons, Bars und Pubs, etc.
- Dienstleistungsbetriebe: Dazu zählen Frisöre, Kosmetiksalons, Putzereien, Schneidereien, Reisebüros, Kartenbüros, Nagelstudios, Solarien, Massageinstitute, Copyshops, Fotografen, Bestattungsinstitute, Banken (hier jedoch nur die Kundenfoyers). Ausgenommen wurden Versicherungen, da dies Büroflächen sind und somit über keine klassischen Geschäftsflächen verfügen, die vom Kunden begehbar sind.
- Sonstige Freizeiteinrichtungen: Dazu zählen Fitnesscenter, Bowling- und Kegelbahnen, Diskotheken, Tanzschulen, Wettbüros, Nachtclubs, Bühnen (wie etwa das Metropol oder Vindobona), etc.

### 3.6 Umsatz - Arbeitsplätze

Der Umsatz<sup>28</sup> der Mariahilfer Straße (inkl. Neubaugasse) und dessen Entwicklung stellen sich wie folgt dar:

**Abbildung 6** Nominelle Umsatzentwicklung der Mariahilfer Straße 2006-2011 (in Mio. €)



Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der oben zitierten Quellen

Real dürfte die Mariahilfer Straße von 1995 auf 2011 ihren Umsatz etwa um das 2,4-fache gesteigert haben.

**Tabelle 8** Umsatzentwicklung Mariahilfer Straße

| Jahr | Umsatz Mariahilfer Straße (Mio. €) | Index nominelles Wachstum* | Index approximatives reales Wachstum | Quelle (Umsatz)              |
|------|------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| 1995 | 414                                | 100                        | 100                                  | Standort+Markt, 1996         |
| 2006 | 719                                | 174                        | 140                                  | Cima, 2006                   |
| 2008 | 1.025                              | 248                        | 224                                  | KMU / Standort + Markt, 2009 |
| 2011 | 1.100                              | 266                        | 241                                  | eigene Schätzung             |

Rundungsdifferenzen sind möglich

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Ziffern von KMU Forschung / S+M Standort + Markt, 2009

<sup>28</sup>Der Umsatz einer Geschäftsstraße versteht sich inkl. MwSt, er umfasst keine Umsätze von Gastronomiebetrieben, Banken, so. Dienstleistungsbetrieben (wie z.B. Friseurbetrieben), Kfz-Handelsbetrieben, Tankstellen, Trafiken und Apotheken mit deren Medikamentenumsatz. Inkludiert hingegen sind Ladeneinzelhandelsumsätze von Bäckereien, Konditoreien, Fleischereien und Raumausstattern (größtenteils Gewerbebetriebe im Sinne der Wirtschaftskammersystematik).

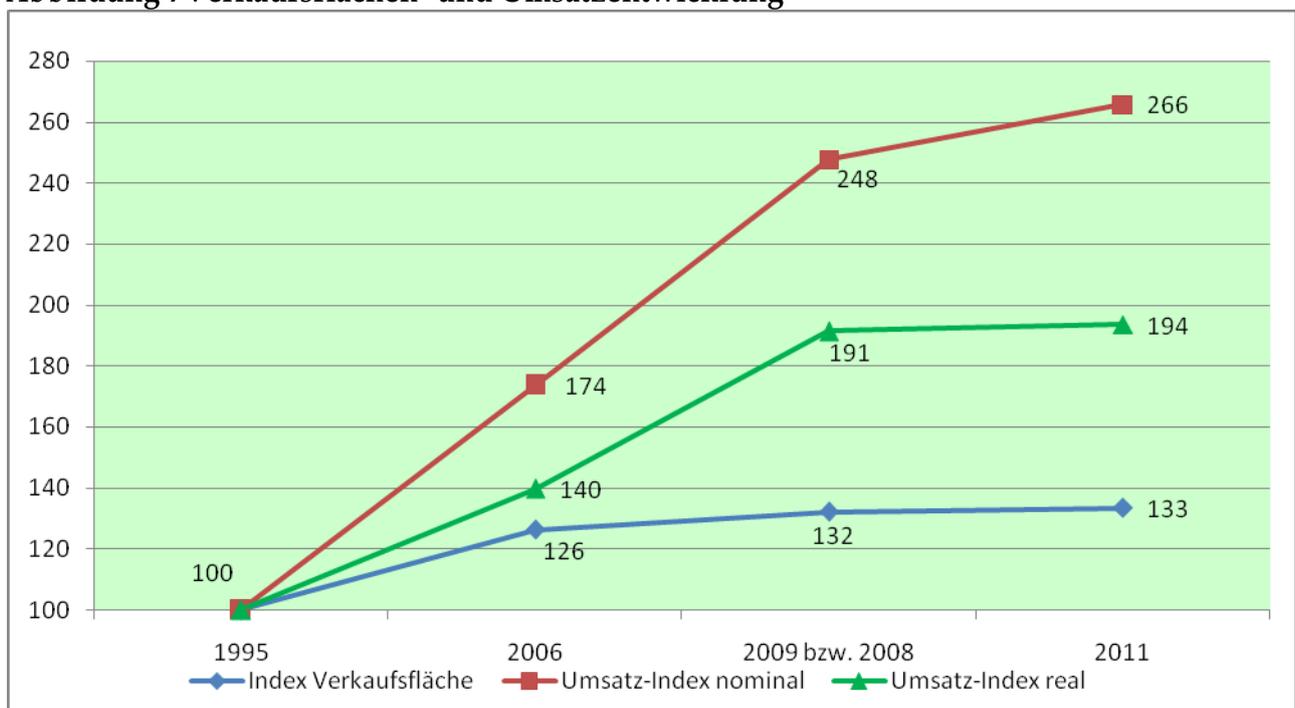
Auf der Mariahilfer Straße werden rd.  $\frac{1}{4}$  aller Umsätze der Wiener Hauptgeschäftsstraßen und rd. 10% des gesamten Wiener Einzelhandelsumsatzes erzielt<sup>29</sup>.

Die Mariahilfer Straße als Geschäftsstraße dürfte rd. 7.000 Handels-Beschäftigten<sup>30</sup> einen Arbeitsplatz bieten; hinzukommen geschätzte rd. 2.000 Beschäftigte im einzelhandelsbegleitenden Angebot (Gastronomie/Dienstleistungen), sodass zusammen rd. 9.000 Beschäftigte gegeben sein dürften<sup>31</sup>.

### 3.7 Verkaufs- und Umsatzentwicklung im Vergleich

In weiterer Folge fragt es sich, ob die Umsatzsteigerungen primär auf die Ausdehnung der Verkaufsfläche zurückzuführen sind oder ob die Flächenproduktivitäten gestiegen sind.

Abbildung 7 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der oben zitierten Ziffern von Cima, KMU Forschung und S+M - Standort + Markt

Es wurde das Jahr 1995 als Indexbasis (=100) gewählt, weil die Geschäftsstraßenumsätze ab 1995 dargestellt sind.

<sup>29</sup>Eigene Berechnungen auf Basis von KMU Forschung, S+M - Standort + Markt, 2009

<sup>30</sup>Beschäftigte nach „Köpfen“

<sup>31</sup>Eigene Schätzung auf Basis gängiger Kennziffern der Personalproduktivität. Die letzte Arbeitsstättenzählung wurde 2001 und erscheint für diese Berechnungen weniger geeignet.

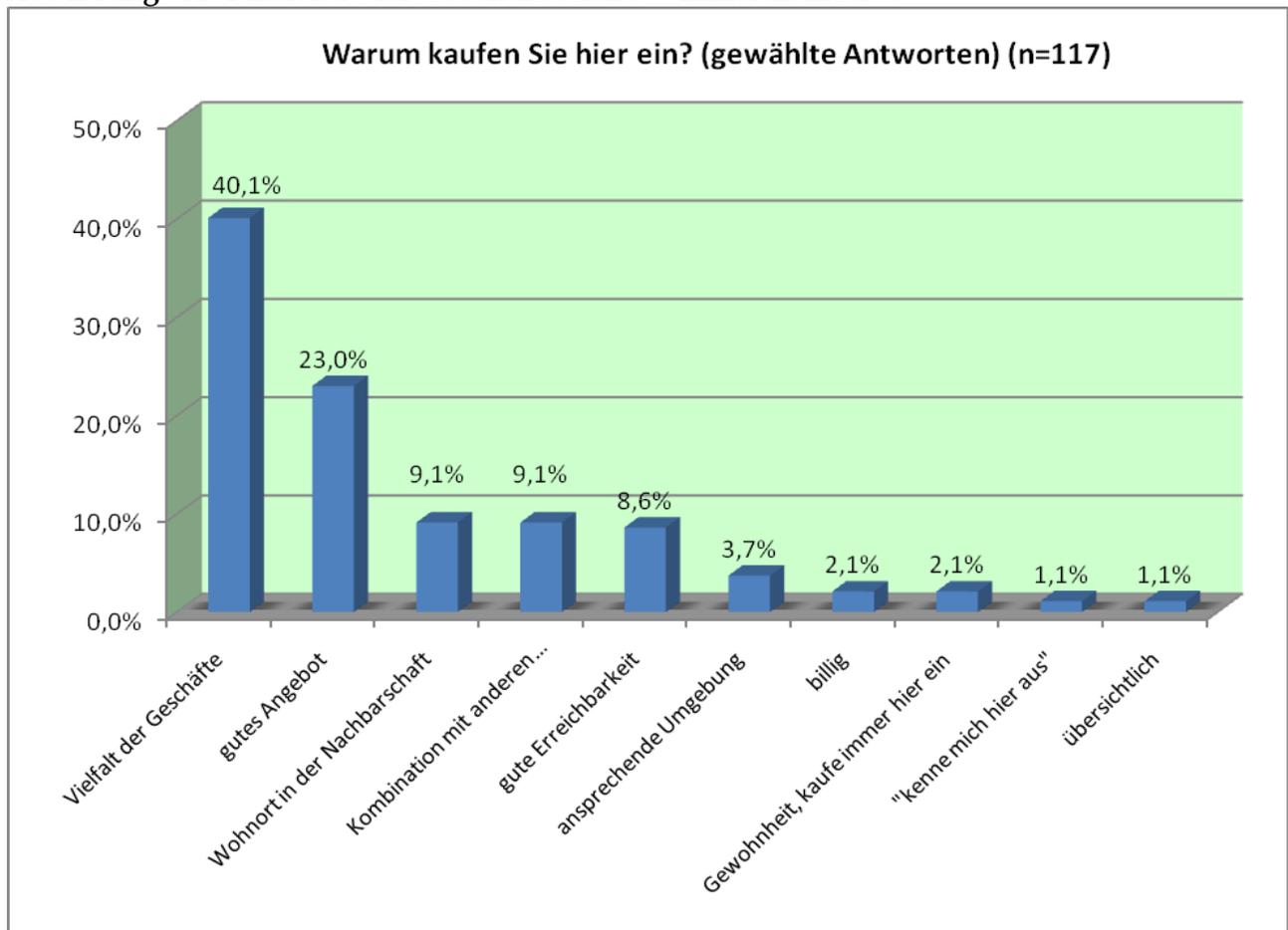
Die Umsätze sind – sowohl real als auch nominal – deutlich stärker als die Verkaufsflächen gewachsen. Dies ist zum einen auf die Ausweitung der Ladenöffnungszeiten<sup>32</sup> aber auch auf die Verdrängung umsatzschwächerer (meist auch ertrags- und finanzschwächerer) Betriebe durch umsatzstarke (meist auch ertrags- und finanzstärkere) Betriebe zurückzuführen.

### 3.8 Die Einkaufsmotive und gekaufte Warengruppen

Die WKW befragte im Zuge der Passantenzählung 2008 auch BesucherInnen der Geschäftsstraße über ihr Einkaufsverhalten. Die wesentlichen Ergebnisse für die Mariahilfer Straße sind nachfolgend dargestellt. Wichtig ist es, sich vor Augen zu halten, dass hierbei Probanden befragt wurden, die sich auf der Straße aufgehalten haben und so i.d.R. positiv zur Straße eingestellt waren.

Der wichtigste Grund, auf der Mariahilfer Straße einzukaufen ist deren „Vielfalt der Geschäfte“, an 2. Stelle folgt „gutes Angebot“.

**Abbildung 8** Attraktivität der Geschäftsstraße - Einkaufsmotive



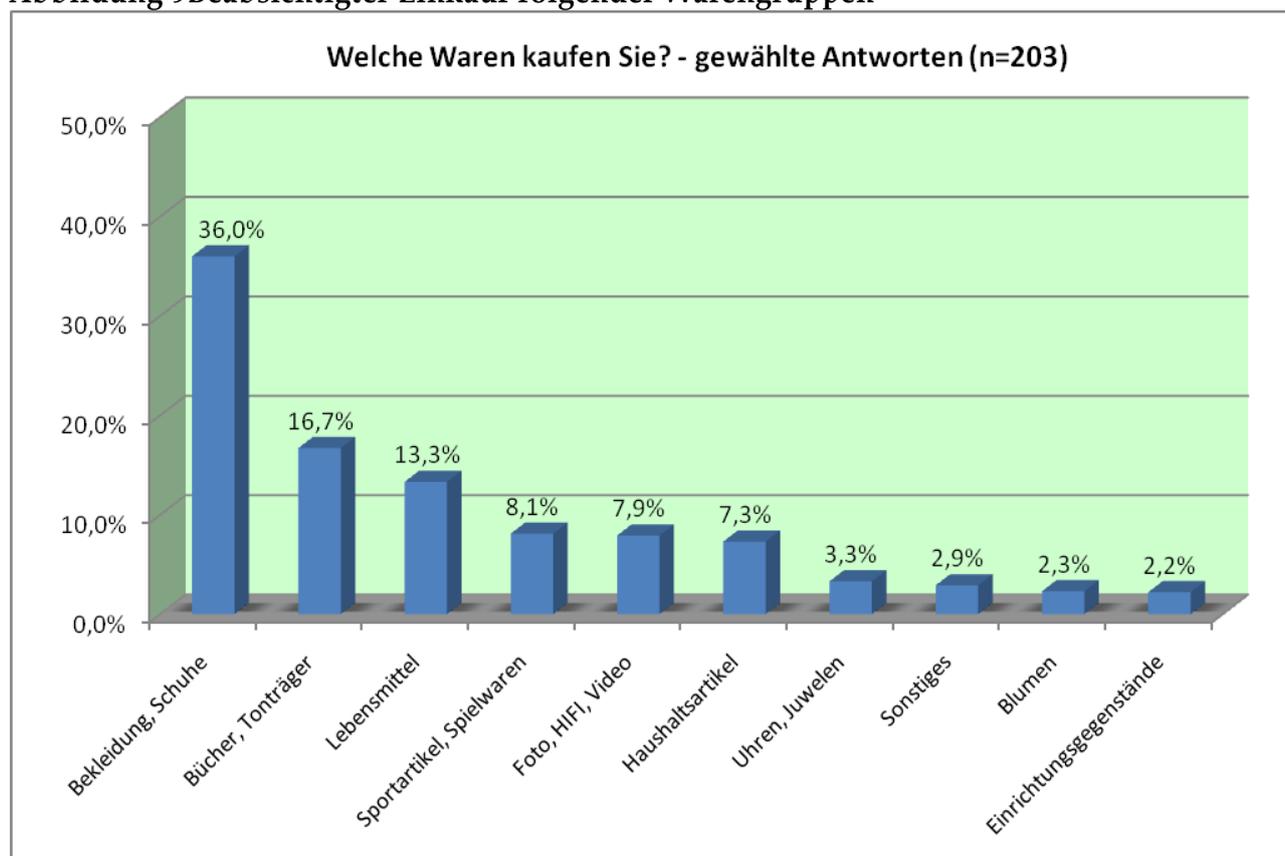
Quelle: Eigene Grafik auf Basis WKW: Passantenbefragung 2008

<sup>32</sup> 1995 war noch kein langer Samstag gegeben (die Läden waren i.d.R. nur am Samstag-Vormittag geöffnet)

Alle anderen Motive (wie Erreichbarkeit) sind weniger relevant aus der Sicht der KundInnen.

Primär werden Bekleidung und Schuhe (36%) auf der Mariahilfer Straße eingekauft; tatsächlich sind die Magneten großer Einkaufsstraßen auch primär die Bekleidungsgeschäfte.

**Abbildung 9** Beabsichtigter Einkauf folgender Warengruppen



Quelle: Eigene Grafik auf Basis WKW: Passantenbefragung 2008

### 3.9 Einzugsgebiet und Bevölkerung

#### 3.9.1 Einzugsgebiet

Mangels aktueller Daten ist bei der Einzugsbereichsabgrenzung auf die Kaufkraftströmeuntersuchung 2006 der Cima<sup>33</sup> zurückzugreifen.

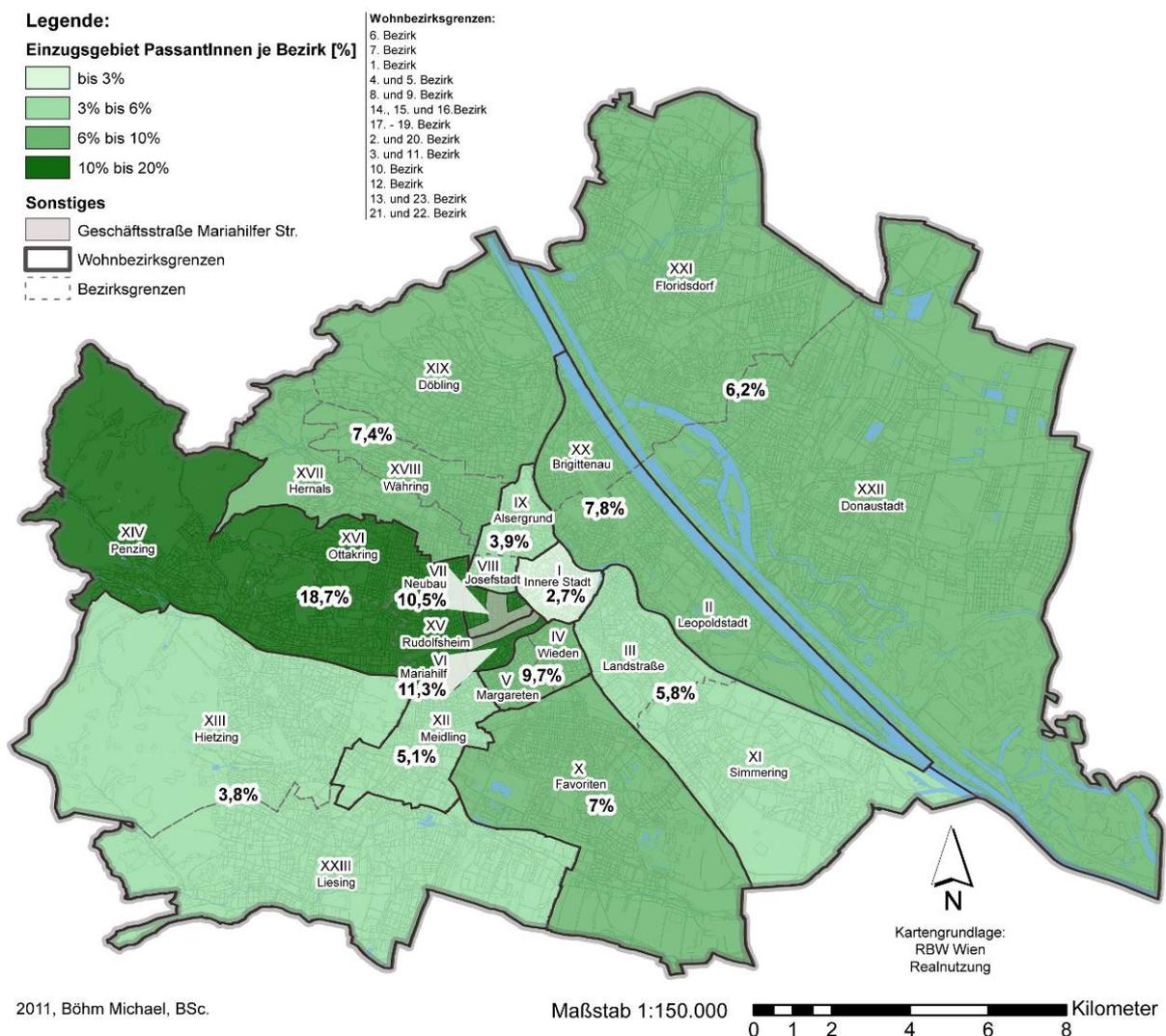
Die Mariahilfer Straße weist 17% Umsatzanteil aus den beiden eigenen Bezirken (6. und 7. Bezirk) auf, 23 % des Umsatzes „kommen“ aus angrenzenden Bezirken. Die restlichen

<sup>33</sup>Cima, 2006

60% sind sonstige Kaufkraftzuflüsse (Rest-Wien, NÖ etc.) und Streuumsätze (z. B. Touristen). Die sonstigen Kaufkraftzuflüsse sind in der Cima-Studie nicht weiter aufgeschlüsselt; leider gibt es sonst keine empirischen Ziffern zum Umsatz-Anteil der Nicht-Wiener auf der Mariahilfer Straße.

Bei der „Passantenbefragung 2008“ der WKW wurde nur nach dem Wohnort der **Wiener** Passanten der Mariahilfer Straße - ohne Berücksichtigung der Einkaufsbeträge - gefragt. Hierbei kamen ein gutes Fünftel (Rechenwert 21,8%) aus den beiden eigenen Bezirken, ein Drittel (Rechenwert 33,8%) kam aus angrenzenden Bezirken<sup>34</sup>, die restlichen knappen 50% (Rechenwert 44,4%) kamen aus dem restlichen Wien.

**Abbildung 10** Wohnbezirke der Passanten aus Wien  
**Wohnbezirke der PassantInnen**



Quelle: Eigene Grafik auf Basis WKW: Passantenbefragung 2008

<sup>34</sup> Inkludiert hierin sind die Bezirke 1., 4., 5. 8., 12., 15. und der 16. Bezirk

Bei der kartographischen Darstellung zeigt sich, dass erwartungsgemäß – grosso modo - mit zunehmender Entfernung von der Geschäftsstraße die prozentuellen Anteile der Bezirke geringer werden. Positive „Ausreißer“ sind der 21. (3,9%) und 22. Bezirk (2,3%), aus denen trotz relativ großer Entfernung einerseits und Donauzentrum und SCN andererseits beachtliche Anteile an Passanten kommen. Negative „Ausreißer“ sind die Bezirke 23., 13., 19. und 9. mit Anteilen unter 2%. Die Bewohner der Bezirke 13. und 19. dürften aus Gründen der Sozialstruktur häufig die Wiener City zum Einkaufen aufsuchen. Der 23. Bezirk tendiert einkaufsmäßig stark in den Bereich SCS / Vösendorf, der geringe Anteil des 9. Bezirkes kann hier nicht schlüssig erklärt werden; möglicherweise ist hierbei eine stichprobenbedingte Abweichung<sup>35</sup> gegeben. Weiters muss relativierend angemerkt werden, dass die Anteile nicht mit der Einwohnerzahl des Bezirkes gewichtet wurden.

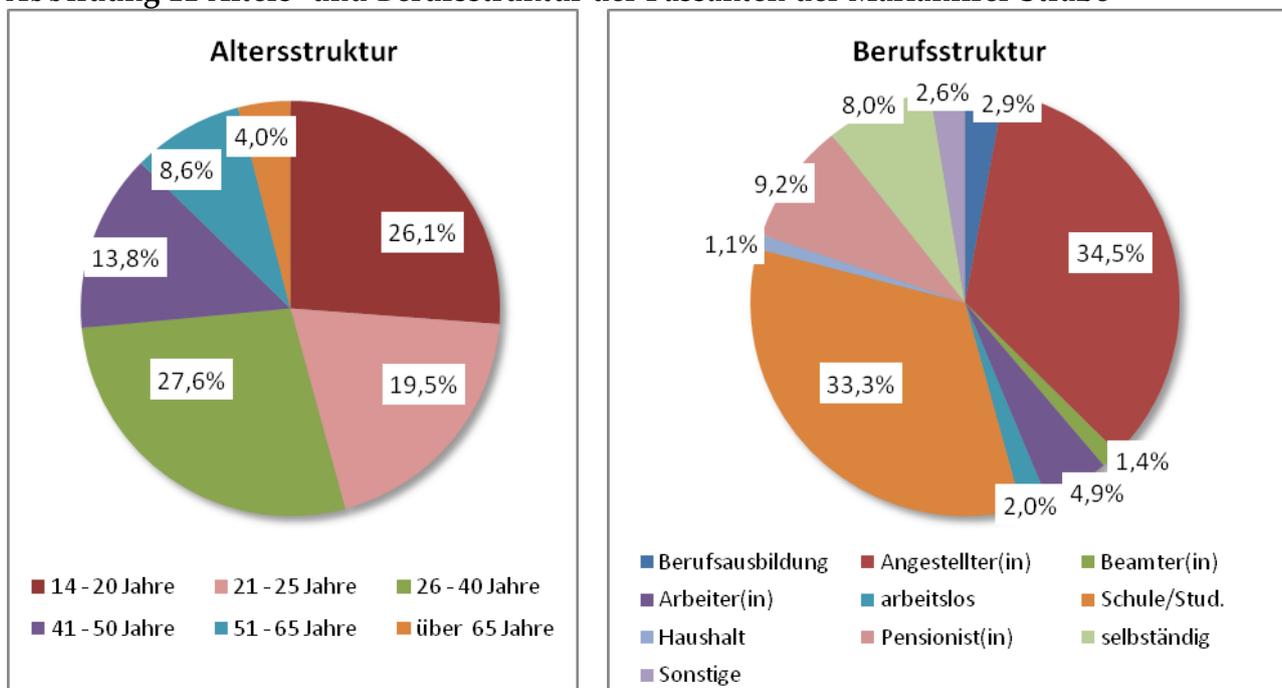
---

<sup>35</sup> Befragt wurden 257 Personen.

### 3.9.2 Zur Struktur der Passanten der Mariahilfer Straße

Die Passanten der Mariahilfer Straße sind relativ jung; die Gruppe bis 40 Jahre macht knapp 75% (Rechenwert 73,2%) aus (!).

Abbildung 11 Alters- und Berufsstruktur der Passanten der Mariahilfer Straße



Quelle: Eigene Grafik auf Basis WKW: Passantenbefragung 2008

Korrespondierend zur relativ „jungen“ Altersstruktur ist die Berufsstruktur der Passanten zu sehen; ein Drittel entfällt auf „Schule/Stud.“, lediglich 9,2 % sind Pensionisten<sup>36</sup>. Mit 34,5% sind die Angestellten die stärkste Berufs-Gruppe.

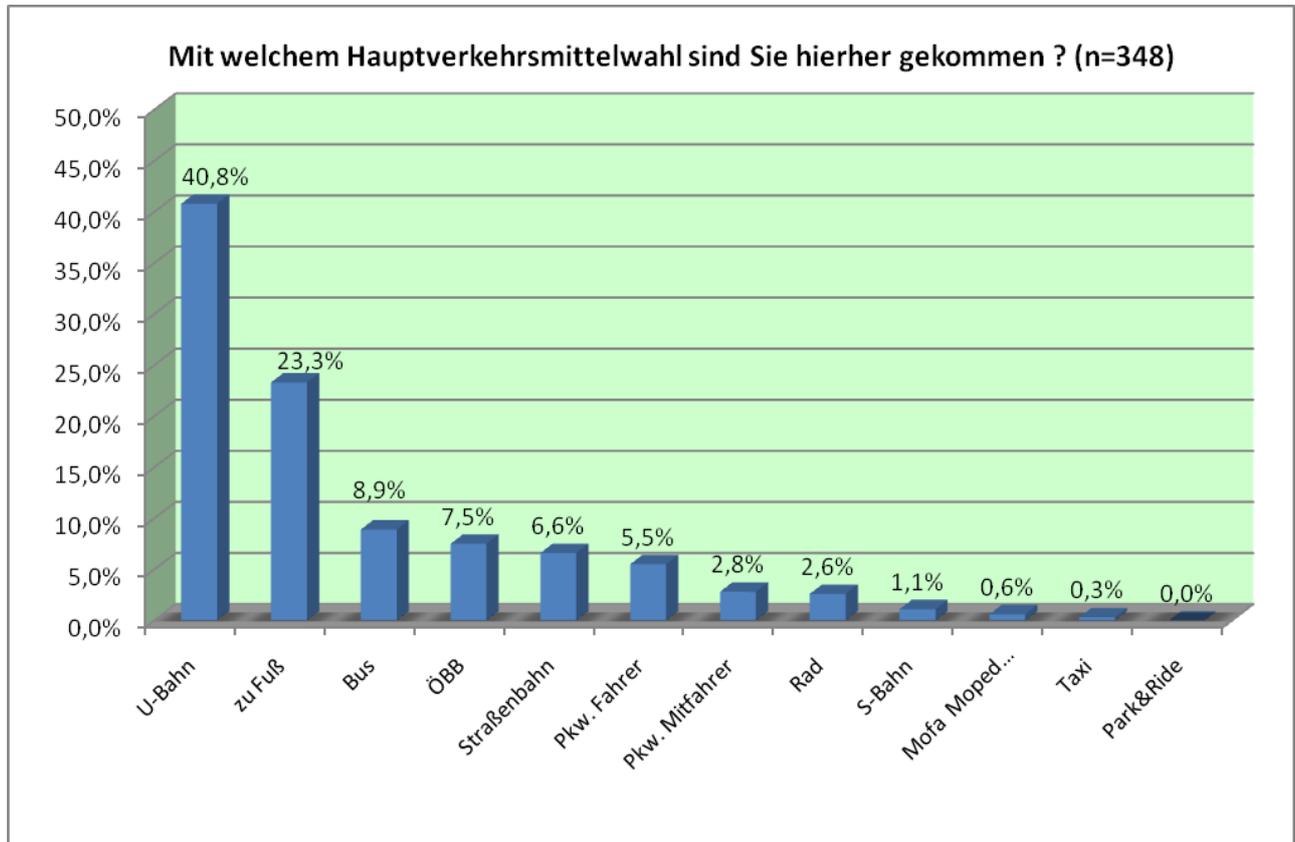
Die Zusammenschau von Alters- und Berufsstruktur zeigt, dass die Mariahilfer Straße primär von (jungen) Schülern und Studenten bevölkert wird und dass Ältere unterrepräsentiert sind.

<sup>36</sup> Wien insgesamt erreicht einen Pensionisten-Anteil von rd. 30%.

### 3.10 Verkehrsmittel

Ein großer Teil – nämlich gut 40% der PassantInnen der Mariahilfer Straße kommt mit der U-Bahn zur Geschäftsstraße.

Abbildung12 Verkehrsmittelwahl



Quelle: Eigene Grafik auf Basis WKW: Passantenbefragung 2008

Es dominieren bei den PassantInnen mit einem Anteil von rd. 2/3 die ÖV-BenützerInnen. Zu Fuß kommen rd. 1/4 der Passanten. Der IV-Anteil liegt bei rd. 9%, wobei die Relation PKW-Fahrer zu PKW-Mitfahrer bei 5,5% zu 2,9% liegt.

**Tabelle 9 Verkehrsmittelwahl der KundInnen der Mariahilfer Straße im Vgl. zur Meidlinger Hauptstraße und äußeren Favoritenstraße**

|                                      | PassantInnen<br>Mariahilfer Straße<br>% | z. Vgl:<br>PassantInnen<br>Meidlinger<br>Hauptstraße<br>% | z. Vgl:<br>PassantInnen<br>äußere Favoritenstr.<br>% |
|--------------------------------------|---|---|--|
| Öffentlicher Verkehr (ÖV)            | 64,9                                    | 48,2  | 50,1   |
| Fußgänger                            | 23,3                                    | 40,1  | 38,0   |
| Rad                                  | 2,6                                     | 0,0*  | 3,4  |
| Individualverkehr (IV) inkl.<br>Taxi | 9,3                                     | 11,6  | 8,6  |
| Summe                                | 100,0                                   | 100,0   | 100,0  |

Rundungsdifferenzen sind möglich

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis WKW: Passantenbefragung 2008,

Die Mariahilfer Straße weist einen deutlich höheren ÖV-Anteil als die Meidlinger Hauptstraße und die äußere Favoritenstraße auf. Letztere Geschäftsstraßen weisen auf Grund ihres geringeren Fern-Einzugsbereiches hingegen einen wesentlich höheren Fußgänger-Anteil auf.

Es muss betont werden, dass diese Werte nicht die Umsatzrelevanz der benützten Verkehrsmittel widerspiegeln. Bei den von uns befragten Betrieben aus den Bereichen Möbel / Einrichtung und Hausrat entfielen 50% und mehr Umsatzanteile auf PKW-KundInnen. Es ist auch erwiesen, dass PKW-KundInnen pro Geschäftsstraßen-Besuch im Schnitt höhere Einkaufsbeträge als FußgängerInnen und ÖV-BenützerInnen ausgeben<sup>37</sup>.

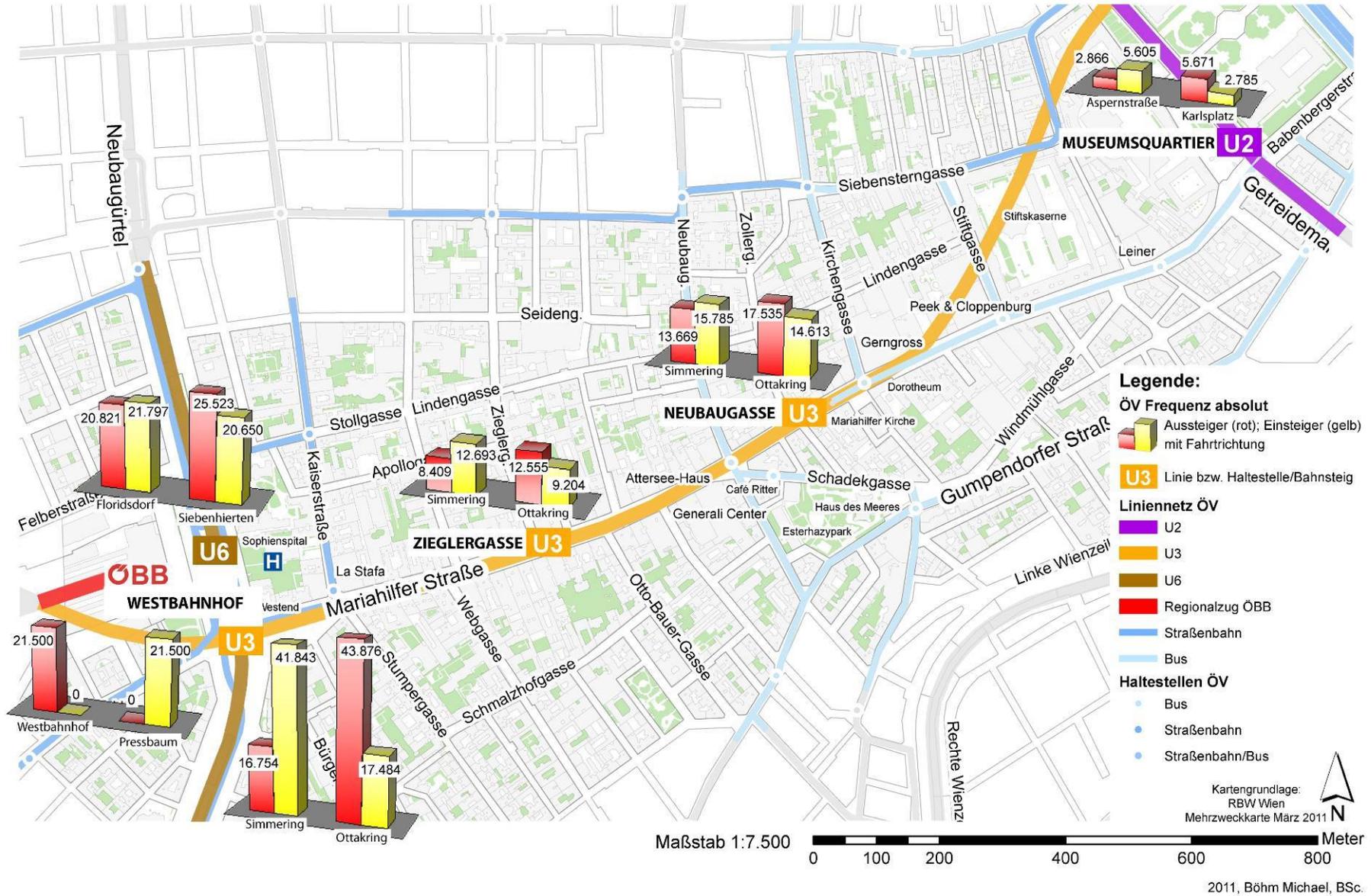
### 3.11 Fahrgastzahlen im Bereich Mariahilfer Straße

Die Passantenfrequenzen der Mariahilfer Straße werden - wie dargelegt - sehr stark vom ÖV generiert; die entsprechenden Fahrgastzahlen stellen sich wie folgt dar:

Mit rd. 210.000 Ein- und Aussteigern in Summe erreichen die U3 und U6 am Westbahnhof die Spitzenwerte der Geschäftsstraße. Die U3-Station Neubaugasse erreicht rd. 62.000 Ein- und Aussteiger, die U3-Station Zieglergasse rd. 43.000 Ein- und Aussteiger. Mit rd. 17.000 Ein- und Aussteiger ist die U2-Station Museumsquartier hingegen von deutlich geringerer Bedeutung.

<sup>37</sup> Vgl. u.a. Auer, Behrens, Mentor, Strafella, Stöferle: Straßenmarketing Mariahilferstraße, Studie im Auftrag des Wifi Wien, 1992

Abbildung 13 Frequenzen im hochrangigen ÖV



Bei den **Buslinien** ist der 13A mit knapp 13.000 Ein- und Aussteigern bei der Station Neubaugasse hervorzuheben. Der 14A, der hier endet (bzw. beginnt) erreicht rd. 6.000 Ein- und Aussteiger. Dagegen erreicht der 2A mit knapp 200 Ein- und Aussteiger nur eine geringe Frequenz an der Station Mariahilfer Straße / Stiftgasse.

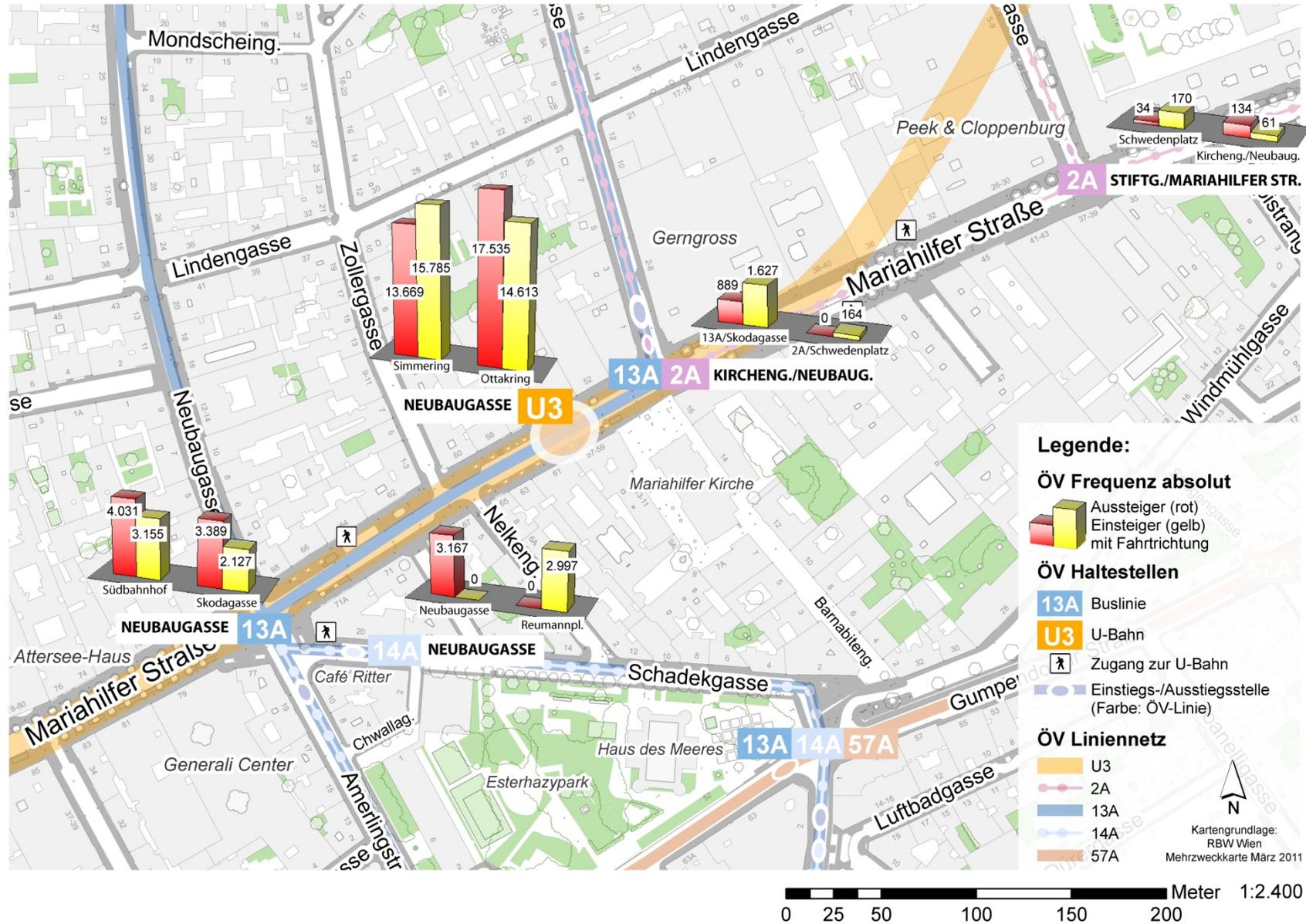
Die Frequenz des Westbahnhofs selber wird mittelfristig<sup>38</sup> mit rd. 43.000 Ein- und Aussteigern von der ÖBB angenommen, hinzukommen noch die Straßenbahn- und Buslinien im Bereich Westbahnhof. Spätestens an dieser Stelle muss aber auf das Problem der Mehrfachzählungen hingewiesen werden, weiters ist schließlich nicht erfasst, wohin die AussteigerInnen gehen bzw. EinsteigerInnen kommen.

Es lässt sich zusammenfassend aber sehr wohl festhalten, dass unter Berücksichtigung der oben referierten Verkehrsmittel-Statistik (ÖV 64,9% davon U-Bahn 40,8%), den Passantenfrequenzziffern, den geführten Gesprächen mit „Schlüsselpersonen“ und unseren Beobachtungen die ÖV-Knoten Westbahnhof und Neubaugasse wesentlich für die Geschäftsstraßenfunktion der Mariahilfer Straße sind. Knapp dahinter rangiert die Zieglergasse, weniger relevant ist die U2 für die Geschäftsstraße.

---

<sup>38</sup> Nach Fertigstellung des Westbahnhofs und des Zentralbahnhofs

Abbildung 14 ÖV-Frequenzen im Bereich Neubaugasse/Mariahilfer Straße



### 3.12 Stand und Entwicklung der Bevölkerung

Der 6. und 7. Bezirk, also der Nah-Einzugsbereich der Mariahilfer Straße, und Wien weisen voraussichtlich folgende Bevölkerungsentwicklung auf:

**Tabelle 10 Bevölkerungsentwicklung 6. und 7. Bezirk und Wien**

| Jahr   | 6. Bezirk | 7. Bezirk | eigene Bezirke<br>(Summe 6. + 7. Bez.) | übriges Wien | Wien insges. |
|--------|-----------|-----------|--|--------------|--------------|
| 2010*  | 29.544    | 30.298    | 59.842                                 | 1.638.980    | 1.698.822    |
| 2015** | 30.512    | 31.010    | 61.522                                 | 1.691.594    | 1.753.116    |
| 2020** | 31.373    | 31.766    | 63.139                                 | 1.748.415    | 1.811.554    |

\* Quelle: Statistik Austria: Bevölkerungsstand 1.1.2010; jeweils Werte zum 1.1. des Jahres

\*\* Quellen: ÖROK-Bevölkerungsprognose; Schriften Nr. 184 sowie eigene Berechnungen auf Basis der ÖROK-Bevölkerungsprognose; ; jeweils Jahres-Durchschnittswerte

#### Altersstruktur

Im Vergleich zu Wien weisen der 6. und 7. Bezirk signifikant weniger Kinder und Jugendliche aber auch weniger ältere (65 u. mehr Jahre) Bewohner als Wien insgesamt auf. Vice versa ist der Anteil der kaufkräftigen Altersklasse „20 bis 64 Jahre“ in beiden Bezirken deutlich höher wie in Gesamt-Wien.

**Tabelle 11 Bevölkerung nach Altersgruppen Jahr 2010\***

|            | unter 20 Jahre | 20 bis 64 Jahre | 65 u. mehr Jahre | Summe |
|------------|----------------|-----------------|------------------|-------|
|            | in %           | in %            | in %             |       |
| 6. Bezirk  | 14,7           | 70,4            | 14,9             | 100   |
| 7. Bezirk  | 14,7           | 71,3            | 14,0             | 100   |
| Wien insg. | 19,4           | 63,7            | 16,9             | 100   |

Quelle: Statistik Austria: Bevölkerungsstand 1.1.2010

### 3.13 Tourismus

#### 3.13.1 Besucherzahlen wichtiger Sehenswürdigkeiten

Die Mariahilfer Straße ist auch touristisch von Interesse; im Bereich der Straße befinden sich etliche frequentierte Sehenswürdigkeiten und kulturelle Einrichtungen:

**Tabelle 12 Besucherzahlen wichtiger Sehenswürdigkeiten und kulturelle Einrichtungen im Bereich Mariahilfer Straße**

|                                  | Besucher<br>(Tickets; gerundete Werte) |
|----------------------------------|--|
| Haus des Meeres / Aqua Terra Zoo | 408.000 (Wert 2010)                    |
| Leopold Museum (MQ)              | 316.000 (Wert 2009)                    |
| Museum Moderne Kunst (MQ)        | 241.000 (Wert 2009)                    |
| Theater der Jugend (Neubaugasse) | 140.000 (Wert 2009)                    |
| Kunsthalle Wien (MQ)             | 109.000 (Wert 2008)                    |
| Zoom Kindermuseum (MQ)           | 109.000 (Wert 2008)                    |

Quellen: [http://www.haus-des-meeres.at/de/Geschichte/405\\_145-Besucher.html](http://www.haus-des-meeres.at/de/Geschichte/405_145-Besucher.html),  
Schätzung Verfasser basierend auf Werten der Statistik Austria (Theater der Jugend) und Wien-Tourismus (übrige Besucherziffern)

Anzumerken ist zur Tabelle, dass von verschiedenen Sehenswürdigkeiten keine Ziffern per 2009 in der Liste der Besucherfrequenzen des Wiener Tourismusverbandes aufscheinen und deshalb pragmatischerweise Werte per 2008 ausgewiesen sind, zumal es hier primär um Größenordnungen geht. Ab 2010 wird auf diese jährliche Reihung überhaupt verzichtet, weil es große Unschärfen bei der Zählung von Besuchern gibt<sup>39</sup>.

Einige Sehenswürdigkeiten bzw. Museen, wie z.B. das Hofmobilien-Depot<sup>40</sup> und das Haydnhaus<sup>41</sup>, dürften nur geringe Besucherziffern aufweisen und scheinen in keinen Rankings auf.

<sup>39</sup>Die Presse. Printausgabe. 8.07.2011

<sup>40</sup> 1070 Wien, Andreasgasse 7

<sup>41</sup> 1060 Wien, Haydnngasse 19

### 3.13.2 Nächtigungen

Die Nächtigungsziffern beider Bezirke sind wie folgt:

**Tabelle 13 Nächtigungsziffern**

| Nächtigungsziffern | Nächtigungen<br>im Jahr 2010 | Anteil an den<br>Gesamtnächtigungen<br>in Wien 2010 |
|--------------------|------------------------------|---|
| 6. Bezirk          | 649.583                      | 6,0%  |
| 7. Bezirk          | 726.925                      | 6,7%  |
| <b>Summe</b>       | <b>1.376.508</b>             | <b>12,7%</b>  |

Quelle: Wien Tourismus und eigene Berechnungen

Die Hotels im Bereich Mariahilfer Straße schätzen die Lage zwischen Westbahnhof und City als sehr positiv ein<sup>42</sup>.

Die rd. 1,4 Mio. Nächtigungen entsprechen –sehr vereinfachend dargestellt - knapp 4.000 Personen Wohnbevölkerung, also rd. 7% der Wohn-Bevölkerung beider Bezirke.

### 3.13.3 Stellenwert des Shopping auf der Mariahilfer Straße

Zum Stellenwert des Shopping bei Wien-Touristen liegen Zahlen aus der Gästebefragung 2004 -2009<sup>43</sup> vor. Hierbei wurden – wenig überraschend - Kunst- und Kulturangebot (71%) und Sehenswürdigkeiten (70%) als wichtigste Gründe für eine Reise nach Wien genannt (bei der Frage waren Mehrfachnennungen möglich). Die „Einkaufsmöglichkeiten“ rangieren zwar erst an der 13. Stelle der Gründe für eine Wien-Reise, werden aber immerhin von 34% (Mehrfachnennungen möglich) als einer der Gründe für die Wien-Reise genannt; 82% der Gäste gehen während Ihres Wien-Aufenthaltes shoppen<sup>44</sup>. Gesucht werden primär typische Wiener bzw. österreichische Artikel.

Die Mariahilfer Straße hat lt. Wien Tourismus „Weltstadtniveau“ und wird von den Touristen als moderne Einkaufsstraße empfunden. Sie sollte -so Wien Tourismus - keinen „Dorfcharakter“ haben und es wird angemerkt, dass vor allem deutsche TouristInnen Fußgängerzonen (Fuzos) satt haben, weil es in Deutschland schon zu viele, oft weitgehend uniforme Fuzos gäbe.

<sup>42</sup> Gespräche mit Wien Tourismus (Hr. Dir. Kettner und Fr. Mag. Heintschel) sowie Geschäftsführung NH-Hotels Wien (Fr. Reutterer). An dieser Stelle dürfen wir uns noch einmal bei den genannten Gesprächspartnern für die wertvollen Informationen bedanken.

<sup>43</sup> Wien Tourismus: Gästebefragung 2004 - 2009, Wien 2009

<sup>44</sup> Wien Tourismus: Shopping und Tourismus in Wien, 2011

Neben diesen qualitativen Recherchen wurde der Umsatz-Touristenanteil der Mariahilfer Straße von uns geschätzt; dieser dürfte im Bereich von 5 - 10% liegen<sup>45</sup>. Dies wäre immerhin eine Größenordnung von € 50 - 100 Mio. für die Einkaufsstraße.

Zusammenfassend kann somit gesagt werden, dass Shopping zwar nicht ausschlaggebend für einen Wien-Besuch aber doch ein wichtiger, zu berücksichtigender wirtschaftlicher Faktor ist.

### **3.14 Mieten für Geschäftslokale**

Der Standortqualität der Straße entsprechend ist auch das Niveau der Geschäftsraummieten auf der Mariahilfer Straße relativ hoch.

Im besten Bereich der Geschäftsstraße zwischen Stiftgasse und dem Bereich Zieglergasse werden Spitzenwerte bis zu € 130/qm/Monat zuz. MwSt. und Betriebskosten für kleine Lokale<sup>46</sup> mit guter Konfiguration<sup>47</sup> direkt an der Straßenfront bezahlt<sup>48</sup>.

Die Durchschnittswerte liegen lt. „Geschäftsmietenliste der MA 25 für Wien 2011“ auf der Mariahilfer Straße etwa bei € 70 - 90 im mittleren Bereich der Geschäftsstraße und zwischen 30 und € 70 am Beginn und Ende der inneren Mariahilfer Straße. Die niedrigsten Mieten werden im Bereich Christian Broda-Platz im 6. Bezirk erreicht, was nach unseren Ausführungen über die Passantenfrequenzen nicht weiter erklärt werden muss.

---

<sup>45</sup> Eigene Berechnungen abgestimmt mit Wien Tourismus

<sup>46</sup> „Kleine“ Lokale weisen max. 80 qm auf.

<sup>47</sup> Eine „gute Konfiguration“ ist insbes. gegeben, wenn eine relativ große Schaufensterfront gegeben ist.

<sup>48</sup> Auskunft Immobilien-Sachverständiger Mag. Strafella

### 3.15 Zur Organisation der Kaufleute der Mariahilfer Straße

Die innere Mariahilfer Straße selber (als Straße gesehen) hat zwei Geschäftsstraßenvereine:

- den „CUM“, den „Club der Unternehmer der Mariahilfer Straße“ und
- den Verein „Kaufleute der Mariahilfer Straße“

Die „IG Kaufleute am Neubau“ vertritt die Kaufleute der Neubaugasse.

Mit allen drei Vereinen wurde gesprochen.

### 3.16 Die wirtschaftliche Struktur der Geschäftsstraße

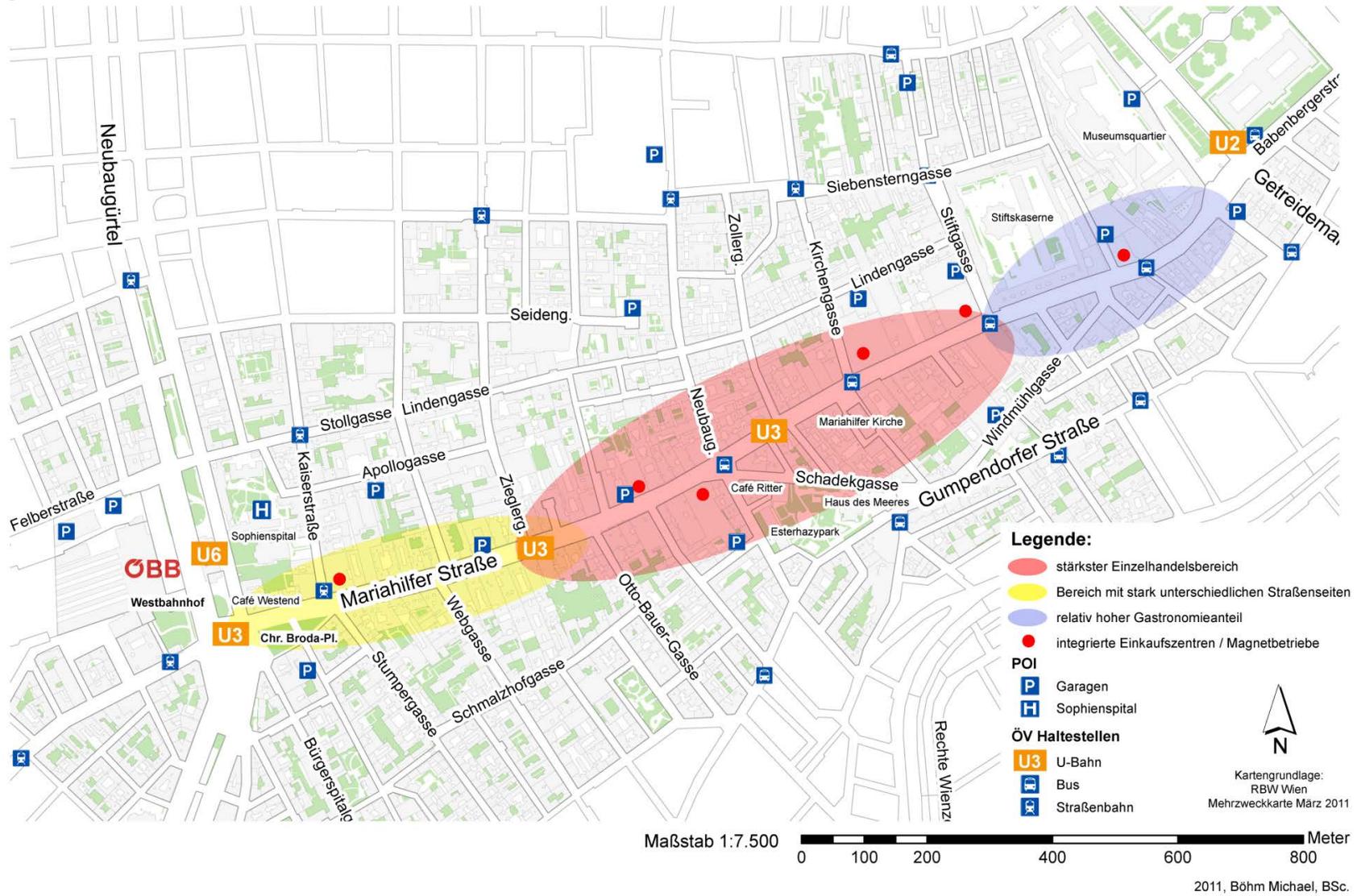
Die bisherigen Ausführungen partiell zusammenfassend sei noch einmal anhand der von uns erstellten Karte (folgende S.) auf die wirtschaftliche Struktur der Mariahilfer Straße eingegangen. Ihre Einzelhandels-Magneten sind:

- Leiner
- Peek&Cloppenburg
- Gerngross
- Generali Center
- H&M im Attersee-Haus und
- La Stafa

Der wichtigste Bereich der Geschäftsstraße ist der Kreuzungsbereich Mariahilfer Straße / Neubaugasse / Bundesländerplatz. Dieser Bereich verzeichnet rd. 80.000 Ein- und Aussteiger (U3 und Busse), von dieser Kreuzung geht die Neubaugasse weg, im Nahbereich finden sich das Generali Center, H&M im Attersee-Haus und Gerngross.

Der stadttinnere Teil der Mariahilfer Straße (hellblau im Plan unten markiert) weist neben dem Einzelhandel relativ viele Gastronomiebetriebe auf. In diesem Bereich ist auch abends (nach Geschäftsschluss) und am Sonntag eine gewisse Frequenz gegeben. Zwischen Stiftgasse und Zieglergasse (rosa im Plan unten markiert) dominiert der Einzelhandel; in diesem Bereich liegen auch die wichtigsten Magnetbetriebe der Straße. Der stadttäußere Teil der Geschäftsstraße (gelb im Plan unten markiert) weist auf der Straßenseite des 7. Bezirks wesentlich höhere Passantenfrequenzen und dementsprechend auch eine höhere Standortqualität als die Straßenseite des 6. Bezirks auf. Der Grund hierfür ist – wie bereits erwähnt – der ÖV-Knoten Westbahnhof (ÖBB, U6, etc.).

Abbildung 15 Die Struktur der Geschäftsstraße



Die einzige (größere) Ruhezone ist der Christian Broda-Platz am Ende der Geschäftsstraße, was auf einer Einkaufstraße mit 1,8 km Länge eindeutig zu wenig ist.

## 4. INTERVIEWS MIT „SCHLÜSSELPERSONEN“

### 4.1 Methodik

Gesprochen wurde von uns, z.T. gemeinsam mit dem Team der Sozialraumanalyse, mit 19 „Schlüsselpersonen“; im Wesentlichen waren dies neben den BezirksvorsteherInnen:

- die Geschäftsleutevereinigungen („CUM - Club der Unternehmer der Mariahilfer Straße“, „Kaufleute der Mariahilfer Straße“ und „IG Kaufleute am Neubau“) als Vertreter der Kaufleute
- Einkaufsstraßen-Manager der „Wiener Einkaufsstraßen“
- verschiedene dominante einzelne Betriebe der Geschäftsstraße
- einige Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe, eine Sprachschule und einZivilingenieurbüro
- die ÖBB im Hinblick auf den Westbahnhof
- Garagenbetreiber.

Wir dürfen uns an dieser Stelle noch einmal herzlich bei den og. Gesprächspartnern für die äußerst interessanten Gespräche bedanken.

### 4.2 Ergebnisse

Die Aussagen der Gesprächspartner lassen sich stichwortartig wie folgt zusammenfassen:

#### 4.2.1 Zur Funktion der Mariahilfer Straße

- die Mariahilfer Straße ist ein überregionales Zentrum mit hohem Bekanntheitsgrad und langer Tradition; sie ist eine „**Marke**“; die Mariahilfer Straßekennt man praktisch in ganz Österreichund z.T. auch im angrenzenden Ausland
- die Geschäfte der Mariahilfer Straße sind im mittleren bis leicht gehobenen Genre positioniert, die Mariahilfer Straßehat ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis; der gehobene Bedarf wird nicht abgedeckt; hierfür wird die City aufgesucht
- die Mariahilfer Straße verzeichnet Kunden aller Altersschichten; stark besucht wird sie von jüngeren KundInnen; sie gilt als „hipp“.

#### 4.2.2 Zur Gestaltung der Mariahilfer Straße

- Abgelehnt wurde von allen befragten Geschäftsleuten (und den Geschäftsstraßen-Vereinen) eine durchgängige Fuzo, generell sollte man nicht die Straße (und auch nicht Teil-Abschnitte) für den IV sperren; auch Fuzo's in kleineren Teilabschnitten werden weitgehend abgelehnt. Die meisten Gesprächspartner argumentieren, dass die jetzige Verkehrslösung im Wesentlichen zufriedenstellend sei und nur kleinere Probleme, wie der Radverkehr, gegeben sind. Ein Büro auf der Mariahilfer Straße gab an, den Standort aufzugeben, wenn die Erreichbarkeit per PKW nicht mehr gegeben sei.
- Alle Betriebe (auch die Büros) und die drei Geschäftsstraßen-Vereine vertreten praktisch einheitlich die Meinung, dass die Mariahilfer Straße (inkl. Neubaugasse) für PKW-Kunden erreichbar sein muss. Zum einen wohnen viele Kunden in(ländlichen) Bereichen mit schlechter ÖV-Anbindung; ein Einkauf auf der Mariahilfer Straße wäre für diese Kundenschichten äußerst mühsam, insbesondere dann wenn Kleinkinder gegeben sind. Zum anderen wollen etliche Kunden der Branchen Möbel/Wohnungseinrichtung, Hausrat/Geschirr, Elektro u.ä. schwere, sperrige Waren (z. B. Kleinmöbel, Geschirr-Service, Fernseher, Tonanlagen, PC's etc.) möglichst sofort mit dem PKW mitnehmen. Eine „sanfte“ Einschränkung des PKW-Verkehrs wird aber von vielen Betrieben als Notwendigkeit bei der Umgestaltung der Straße gesehen und auch nicht grundsätzlich abgelehnt. Beide Geschäftsstraßenvereine der Mariahilfer Straße schlugen in diesem Sinne auch relativ hohe Schwellen zur Reduktion der Geschwindigkeit auf der Straße vor. Es wurde bei den Gesprächen aber immer wieder betont, dass die Verkehrssituation äußerst komplex sei und nur „Gesamt-Pakete“ beurteilt werden können.
- In drei Fällen wurden „shared space“-Lösungen als grundsätzlich überlegenswert bezeichnet
- die meisten Befragten, insbesondere die Garagenbetreiber betonen, dass die Querungs-Möglichkeiten erhalten bleiben sollten
- die Garagenbetreiber weisen darauf hin, dass eine schlechte Erreichbarkeit der Garagen äußerst negativ wäre und u.a. den Parkplatz-Such-Verkehr stark erhöhen würde
- die meisten befragten Geschäftsleute gehen davon aus, dass bei einer Neugestaltung Kurz-Parkplätze auf dem öffentlichen Gut wegfallen; die meisten sind der Ansicht, dass dies bei einer attraktiveren Gestaltung der Geschäftsstraße per saldo in Kauf genommen werden kann (bzw. muss)
- z. T. wird argumentiert, dass die Mariahilfer Straße eine moderne Geschäftsstraße ist und als solche auch eine moderne, innovative Gestaltung „verlangt“ und auch – auf Grund des jungen Publikums – „verträgt“
- seitens der die „IG Kaufleute am Neubau“ wird betont, dass die Übergänge („Portale“) von der Mariahilfer Straße in die Neubaugasse und auch in die anderen Seitengassen so gestaltet werden müssen, dass diese Seitengassen auch nach der Umgestaltung der Mariahilfer Straße als attraktive Gassen

wahrgenommen werden und die Umgestaltung der Mariahilfer Straße nicht zu einem erhöhten Verkehrsaufkommen im 7. Bezirk führen darf

- auch die Bezirksvorstehungen des 6. und 7. Bezirks wiesen bei den geführten Gesprächen sehr deutlich auf letzteres Problem (selbstverständlich auch für den 6. Bezirk) hin
- von einem Ziviltechniker-Büro<sup>49</sup> auf der Mariahilfer Straße wurde vorgeschlagen, den
  - Verkehr soweit wie möglich unter die Erde zu verlagern (Bsp. Singapur, partiell Oberlech)
  - Anlieferungen / Taxis nach hinten zu verlagern
  - Garagen (z.B. Leiner-Garage mit Messepalast-Garage) unterirdisch zu verbinden

#### 4.2.3 Mängel im baulich-technischen Bereich und bei der Verkehrsorganisation

- Lt. den meisten Befragten ist die Beleuchtung der Gehsteige unzureichend, weiters sollte die Beleuchtung sensor-gesteuert sein (Helligkeits-Sensoren)
- Äste der Bäume verdecken z. T. die Beleuchtung der Straße und nehmen häufig die Sicht auf Geschäfts- und Hinweis-Schilder
- alle Befragten weisen darauf hin, dass RadfahrerInnen - und z.T. auch Mopeds und Motorräder - immer wieder FußgängerInnen gefährden
- z. T. wurde von Kaufleuten der Mariahilfer Straße angeregt, dass keine großen Busse der Wiener Linien mehr durch die Mariahilfer Straße fahren sollten
- die IG Kaufleute am Neubau will andererseits unter keinen Umständen eine geänderte Linienführung des 13A, weil dieser „die Lebensader der Neubaugasse“ wäre
- mehrere Befragten urgieren, dass Verkehrsampeln frequenzorientiert geschaltet werden
- der Christian Broda-Platz sollte eine attraktivere Begrünung erhalten
- mehrere Schlüsselpersonen beklagen, dass es zu wenig öffentliche WC-Anlagen gibt
- praktisch alle Befragten wiesen darauf hin, dass Bänke z.T. kaputt und morsch und z.T. überhaupt verschwunden sind
- von beiden Geschäftsstraßenvereinen der Mariahilfer Straße<sup>50</sup> wird bemängelt:
  - die Sauberkeit der Einkaufsstraße könnte besser sein
  - Demonstrationen und z.T. auch Punks und Bettler stören

---

<sup>49</sup> Hr. DI Gobiet

<sup>50</sup> CUM und Vereine der Kaufleute der Mariahilfer Straße

- der CUM fordert eine einzige Ansprechperson für die Mariahilfer Straße; die Kompetenzverteilung auf zwei Bezirke mache die durchgängige Durchsetzung vieler Anliegen kompliziert.

#### 4.2.4 Zum Branchenmix der Mariahilfer Straße

- der Branchenmix wird von praktisch allen Befragten als sehr gut bezeichnet, vereinzelt wird das Fehlen von Geschäften im gehobenen Genre moniert
- typische Wiener Betriebe sterben aber – was allgemein bedauert wird – auch auf der Mariahilfer Straße aus
- die Gastronomie ist im Wesentlichen o.k., das Traditionslokal „Servus“ fehlt jedoch<sup>51</sup>

### 4.3 Resumee der Interviews

Insgesamt kann gesagt werden, dass die Meinungen der Befragten nur geringfügig von einander differierten und auch kaum von unseren Wahrnehmungen und – wie z.T. schon gezeigt wurde – von den statistischen Erhebungen und Studien abweichen.

---

<sup>51</sup> Das Servus war am Standort 1060 Wien, Mariahilfer Straße 57-59, in dem Gebäudekomplex, in dem u.a. das Haydn-Kino ist und der von der Signa-Gruppe (Rene Benko) gekauft wurde. Am Standort bestand seit 1912 ein Gastronomiebetrieb; ursprünglich ein Kaffeehaus, zum Schluss führte die bekannte Gastronomie-Familie Knebel das Lokal als Cafe-Restaurant. Das „Servus“ war ein bekannter Treffpunkt.

## 5. BEFRAGUNGSERGEBNISSE GRUNDLAGENFORSCHUNG 2008“

## DER „SOZIALWISSENSCHAFTLICHEN

Im Rahmen dieser Großstudie wurde u.a. erhoben, inwieweit die Befragten mit ihrem Wohngebiet zufrieden sind und wo sie einkaufen. Da die Mariahilfer Straße ein wesentlicher Teil beider Bezirke ist, ist es instruktiv, sich zunächst einmal die Zufriedenheit der Bezirksbevölkerung hinsichtlich verschiedener Kriterien vor Augen zu führen.

**Tabelle 14 Wie zufrieden sind Sie damit in Ihrem Wohngebiet?**  
(„Schulnotenskala“: 1 = sehr zufrieden, 5 = gar nicht zufrieden)

|              | der Nähe zu Grünanlagen | dem Anschluss an öffentliche Verkehrsmittel | dem Ansehen des Wohnviertels | der Sicherheit | den Leuten in der Nachbarschaft | der Nähe zu einem Kindergarten | der Nähe zu einer Schule | der Nähe zu Gesundheitseinrichtungen | Sitzgelegenheiten | Rad-Abstellmöglichkeiten | der Benutzerfreundlichkeit von Gehsteigen | der Bepflanzung | öffentlichen WC-Anlagen | Befragte (n) |
|--------------|-------------------------|---|------------------------------|----------------|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------------------|--------------------------|---|-----------------|-------------------------|--------------|
| 6. Bezirk    | 2,61                    | 1,22  | 1,79                         | 2,09           | 1,73                            | 1,60                           | 1,42                     | 1,47                                 | 2,46              | 2,66                     | 1,93                                      | 2,60            | 3,60                    | 168          |
| 7. Bezirk    | 2,92                    | 1,27  | 1,72                         | 1,90           | 1,70                            | 1,50                           | 1,39                     | 1,43                                 | 2,75              | 2,66                     | 2,00                                      | 2,93            | 3,87                    | 170          |
| TOTAL (Wien) | 1,71                    | 1,48  | 2,12                         | 2,20           | 1,89                            | 1,53                           | 1,50                     | 1,54                                 | 2,35              | 2,71                     | 1,84                                      | 2,12            | 3,61                    | 870          |

Die Ergebnisse überraschen kaum; größere Nachteile beider Bezirke werden i. Vgl. zu Wien insbes. bei den Grünanlagen, Sitzgelegenheiten, der Benutzerfreundlichkeit von Gehsteigen und der Bepflanzung gesehen. Es ist zu überlegen, ob und inwieweit bei einer Neugestaltung der Mariahilfer Straße diese von der Bevölkerung beider Bezirke empfundenen Mängel berücksichtigt werden können. Vorteile werden insbes. beim ÖV und dem Ansehen des Wohnviertels gesehen.

Hierbei – ebenso wie bei den folgenden Tabellen – ist zu beachten, dass sich die referierten Ergebnisse auf die beiden jeweiligen Bezirke, **nicht** (allein) auf die Mariahilfer Straße beziehen. Anzumerken ist weiters, dass signifikante Unterschiede nur bei zahlenmäßigen Differenzen von mehreren % gegeben sind.

Bei der Bewertung der „Nähe zu Grünanlagen“ durch die Bevölkerung beider Bezirke überrascht eher, dass mit 2,61 (6. Bezirk) und 2,92 (7. Bezirk) nach der Schulnotenskala immer noch relativ gute bis zufriedenstellende Bewertungen vergeben werden. Ähnlich ist die Beurteilung bei der „Benutzerfreundlichkeit von Gehsteigen“ und der „Bepflanzung“.

Ein schlechtes Ergebnis wird nur bei „öffentlichen WC-Anlagen“ mit 3,60 (6. Bezirk), 3,87 (7. Bezirk) und 3,61 (Wien) erzielt; diese Ergebnisse signalisieren auch für die Mariahilfer

Straße Handlungsbedarf, zumal auch etliche Schlüsselpersonen dies als Problem ansprachen.

**Tabelle 15 Was davon wäre für die Verbesserung der Lebensqualität in Ihrem Wohngebiet notwendig?(Angaben in %)**

|                 | Errichtung von Wohnstraßen<br>oder Fußgängerzonen | Tempo-30-Zonen | Wohn-Sammelgaragen | bessere Anbindung an öffentliche<br>Verkehrsmittel | Ausbau von Radverkehrs-Anlagen<br>(Radwege, Radfahrstreifen,<br>Radfahren gegen die Einbahn) | Errichtung von Grünflächen in der<br>Wohnumgebung | Innenhofbegrünung | breitere Gehwege | bessere Gehsteig-Reinigung | Abfallcontainer für die Mülltrennung | Wachzimmer | Befragte (n) |
|-----------------|---|----------------|--------------------|--|--|---|-------------------|------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------|--------------|
| 6. Bezirk       | 26  | 27             | 40                 | 7  | 44   | 58  | 42                | 14               | 39                         | 34                                   | 13         | 168          |
| 7. Bezirk       | 39  | 35             | 51                 | 9  | 47   | 66  | 50                | 19               | 43                         | 38                                   | 14         | 170          |
| TOTAL<br>(Wien) | 24  | 27             | 31                 | 20   | 37   | 32  | 25                | 13               | 27                         | 30                                   | 22         | 8.700        |

Da die Antworten zu „Errichtung von Wohnstraßen und Fußgängerzonen“ (2. Spalte, Tab. 15) nicht nur Fußgängerzonen sondern eben auch Wohnstraßen betreffen und sich zusätzlich auf die gesamten Bezirksgebiete beziehen, lassen sich die 26% (6. Bezirk) bzw. 39% (7. Bezirk) an Nennungen in dieser Antwort-Kategorie nur partiell - in einem nicht abzuschätzenden Umfang - als Votum für eine Fußgängerzone auf der Mariahilfer Straße interpretieren. Grundsätzlich sind aber die Errichtung von Wohnstraßen oder Fußgängerzonen für die Bevölkerung sehr wohl wichtige Themen.

Die Prioritäten der Bevölkerung beider Bezirke liegen allerdings auf

- der Errichtung von Grünflächen in der Wohnumgebung (58%<sup>52</sup> bzw. 66%)
- Innenhofbegrünung (40% bzw. 51%)
- Wohn-Sammelgaragen (44% bzw. 47%) und
- Radverkehrs-Anlagen (Radwege, Radfahrstreifen, Radfahren gegen die Einbahn) (44% bzw. 47%).

Der **tägliche Bedarf** wird in beiden Bezirken stark auf (Detailhandels-) Märkten gedeckt (35% bzw. 22%), wobei anzumerken ist, dass bei der Beantwortung dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren. Der höhere %-Satz im 6. Bezirk ergibt sich durch die Naschmarkt-Nähe. Dominant bei der Deckung des täglichen Bedarfssind natürlich die

<sup>52</sup> Der 1. Wert betrifft den 6. Bezirk, der 2. Wert den 7. Bezirk.

Supermärkte mit rd. 90%. Die Bevölkerung beider Bezirke kauft nur 1% des täglichen Bedarfs in Einkaufszentren außerhalb Wiens, was stark unter dem Wiener Schnitt von 4% liegt.

**Tabelle 16 „Wo decken Sie Ihren täglichen Bedarf an Einkäufen?“  
(Mehrfachnennungen)**

|             | auf<br>Märkten | in kleinen<br>Geschäf-<br>ten | in<br>Super-<br>märkten | in Einkaufs-<br>zentren<br>in Wien | in Einkaufs-<br>zentren<br>außerhalb<br>Wiens | keine<br>An-<br>gabe |
|-------------|----------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------------------|---|----------------------|
| 6. Bezirk   | 35%            | 21%                           | 91%                     | 10%                                | 1%  | 1%                   |
| 7. Bezirk   | 22%            | 25%                           | 90%                     | 11%                                | 1%  | 1%                   |
| TOTAL(Wien) | 22%            | 19%                           | 90%                     | 16%                                | 4%  | 1%                   |

**Großeinkäufe** werden im 6. Bezirk immerhin noch zu 18% und im 7. Bezirk zu 15% auf Märkten gedeckt. In Einkaufszentren außerhalb Wiens decken 4% aller Bewohner des 6. Bezirks und 5% der Bewohner des 7. Bezirks ihren Bedarf. Beide Bezirke liegen damit – trotz der Mariahilfer Straße „vor der Haustür“ – kaum unter dem Wiener Schnitt von 6%.

**Tabelle 17 „Und wo erledigen Sie Ihre Großeinkäufe?“  
(Mehrfachnennungen)**

|             | auf<br>Märkten | in kleinen<br>Geschäf-<br>ten | in<br>Super-<br>märkten | in Einkaufs-<br>zentren<br>in Wien | in Einkaufs-<br>zentren<br>außerhalb<br>Wiens | keine<br>An-<br>gabe |
|-------------|----------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------------------|---|----------------------|
| 6. Bezirk   | 18%            | 8%                            | 81%                     | 14%                                | 4%  | 6%                   |
| 7. Bezirk   | 15%            | 11%                           | 80%                     | 16%                                | 5%  | 8%                   |
| TOTAL(Wien) | 11%            | 6%                            | 80%                     | 23%                                | 6%  | 5%                   |

## 6. DIE VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DER MARIAHILFER STRASSE

### 6.1 Bevölkerungsentwicklung

Die Bevölkerungsentwicklung des 6. und 7. Bezirks wurde in ähnlicher Form bereits in Kap. 3.12 dargelegt und sei hier - im Hinblick auf die weitere Argumentation - noch einmal ausgewiesen:

**Tabelle 18** Bevölkerungsentwicklung 6. und 7. Bezirk 2001 - 2030

| Jahr    | 6. Bezirk | 7. Bezirk | eigene Bezirke (Summe 6. + 7. Bez.) | Index eigene Bezirke | „übriges Wien“ | Index „übriges Wien“ |
|---------|-----------|-----------|-------------------------------------|----------------------|----------------|----------------------|
| 2001    | 27.873    | 28.305    | 56.178                              | 100                  | 1.494.083      | 100                  |
| 2010*   | 29.544    | 30.298    | 59.842                              | 107                  | 1.638.980      | 110                  |
| 2015**  | 30.512    | 31.010    | 61.522                              | 110                  | 1.691.594      | 113                  |
| 2020*** | 31.373    | 31.766    | 63.139                              | 112                  | 1.748.415      | 117                  |

\* VZ 2001 (Rechtlich verbindliche Bezirks- und Gemeindeergebnisse; Kundmachung vom 23.9.2004)

\*\*Quelle: Statistik Austria: Bevölkerungsstand 1.1.2010; jeweils Werte zum 1.1. des Jahres

\*\*\*Quellen: ÖROK-Bevölkerungsprognose; Schriften Nr. 184 sowie eigene Berechnungen auf Basis der ÖROK-Bevölkerungsprognose; ; jeweils Jahres-Durchschnittswerte

Der Nah-Einzugsbereich der Mariahilfer Straße und noch stärker der erweiterte Einzugsbereich „übriges Wien“ sollten von diesem beachtlichen Bevölkerungswachstum profitieren können zumal auch Niederösterreich und das Burgenland Bevölkerungszuwächse verzeichnen sollten.

### 6.2 Kaufkraftpotentiale

Beim dargestellten Bevölkerungswachstum im 6. und 7. Bezirk und dem von uns angenommenem geringen realen pro-Kopf-Wachstums<sup>53</sup> der ladeneinzelhandels-relevanten Verbrauchsausgaben ist folgende Entwicklung der Kaufkraftpotentiale anzunehmen:

(s. Tab. nächste Seite)

<sup>53</sup>Die zukünftigen realen pro-Kopf-Wachstumsraten wurden mit 0,5% p.a. (im Durchschnitt) angesetzt.

**Tabelle 19 Kaufkraftpotentiale des 6. und 7. Bezirks**

|      | Bevölk.<br>eigene<br>Bezirke<br>(Pers.) | Summe<br>Kauf-<br>kraftpo-<br>tential<br>(Mio. € p.a.) | d<br>a<br>v<br>o<br>n: | Kurz-<br>fristbe-<br>darf <sup>54</sup><br>(Mio. €<br>p.a.) | Beklei-<br>dung <sup>55</sup><br>(Mio. €<br>p.a.) | Hausrat<br>inkl.<br>Elektro <sup>56</sup><br>(Mio. € p.a.) | Wohn-<br>ungs-<br>einricht-<br>ung <sup>57</sup><br>(Mio. € p.a.) | Sonst.<br>Bedarf <sup>58</sup><br>(Mio. €<br>p.a.) |
|------|---|--|------------------------|---|---|--|---|--|
| 2010 | 59.842                                  | 433*   |                        | 161   | 81  | 56   | 58  | 76   |
| 2015 | 61.522                                  | 456  |                        | 170   | 86  | 59   | 62  | 80   |
| 2020 | 63.139                                  | 480  |                        | 179   | 90  | 62   | 65  | 84   |

\*jeweils Kaufkraft und Preise 2010; Rundungsdifferenzen sind möglich

\*\*jeweils Kaufkraft 2015, Preise 2010; Rundungsdifferenzen sind möglich

\*\*\*jeweils Kaufkraft 2020, Preise 2010; Rundungsdifferenzen sind möglich

Ursache dieses geschätzten Wachstums von immerhin knapp 10% von 2010 auf 2020 ist in erster Linie das Bevölkerungswachstum.

Es versteht sich, dass der Prognose im Hinblick auf die derzeitige Wirtschaftslage nur grober Orientierungscharakter zukommen kann.

### 6.3 Die Bahnhof City

Am **Westbahnhof** wurde die „Bahnhof City“ (EZ Westbahnhof) mit rd. 17.000 m<sup>2</sup> Betriebsfläche<sup>59</sup> am 23.11.2011 eröffnet. Das EZ wird von der deutschen ECE, die auf Bahnhofs-EZ spezialisiert ist, gemanagt. Der Magnetbetrieb ist „Mercur“; H&M, üblicherweise ein „Muss“ für EZ und große Geschäftsstraßen, ist in der Bahnhof City nicht vertreten.

Der Westbahnhof zählt lt. gängiger Abgrenzung<sup>60</sup> nicht mehr zur Geschäftsstraße (innere) Mariahilfer Straße. Der tatsächliche einzelwirtschaftliche Erfolg des EZ kann - bei der kurzen Betriebszeit, die zudem von der Vorweihnachtszeit überlagert wurde - noch nicht anhand repräsentativer empirischer Ergebnisse beurteilt werden. Wir schätzen, dass die Geschäftsstraße Mariahilfer Straße durch die Bahnhof City nicht übermäßig

<sup>54</sup> Kurzfristbedarf: Lebensmittel, Haushaltswaren und Kosmetika

<sup>55</sup> Inkl. Schuhe

<sup>56</sup> Hausrat / Elektro: Geschirr, Glas, Porzellan, Haushalts- und Elektrogeräte, anteilig Werkzeug und Material für Heimwerker, Garten und Kfz

<sup>57</sup> Wohnungseinrichtung: Möbel, Teppiche / Bodenbeläge, Tapeten

<sup>58</sup> sonstiger Bedarf: Schmuck/Uhren, Tonträger und Videos, Foto, Film, Autozubehör, Sportgeräte, Bücher, Spielwaren und anteilig Werkzeug und Material für Heimwerker

<sup>59</sup> Diese dürften etwa 12.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entsprechen

<sup>60</sup> S. Kap. 2, S. 5

konkurrenziert wird, weil das EZ von der komparativen Attraktivität - u.a. der Branchenvielfalt - her nicht mit der Mariahilfer Straße mithalten kann<sup>61</sup>.

## 6.4 Projekte

Die Signa-Gruppe (Rene Benko) hat den Gebäudekomplex Mariahilfer Straße 57-59, in dem sich u.a. das Haydn-Kino befindet und das geschlossene „Servus“ lokalisiert war, gekauft. Nach dem Umbau werden neue Shops, u.a. mit zumindest einem bekannten, in Österreich noch nicht vertretenen US-Mode-Label, am Standort untergebracht<sup>62</sup>.

Das „La Stafa“-Zentrum, das dzt. (September 2011) ab dem 3. Stockwerk leer steht, wird lt. CUM (weiter) verkauft und dann wahrscheinlich ebenfalls umgebaut.

Weiters ist auf der Ebene einzelner Betriebe anzumerken, dass sich immer wieder neue Shops und Gastro-Betriebe auf der Mariahilfer Straße ansiedeln (wollen). So sollen nach verschiedenen Presseberichten u.a. die Abercrombie & Fitch-Tochter<sup>63</sup> "Hollister" und das zur Inditex-Gruppe gehörende Mode-Label "Massimo Dutti" Lokale auf der Mariahilfer Straße suchen.

## 6.5 Entwicklungsfaktoren der Mariahilfer Straße

Die Entwicklung einer Geschäftsstraße ist im Wesentlichen eine Funktion der Faktoren:

1. Entwicklung der Marktpotentiale / Ausgaben der Konsumenten
2. Erreichbarkeit
3. Angebot
4. Konkurrenz
5. Aufenthalts-Qualität / Ambiente
6. zentrale Einrichtungen
7. Geschäftsstraßen-Marketing (im weitesten Sinne)

Die Faktoren sind immer im Kontext der gesamten Entwicklung - also relativ und komparativ - zu sehen. Z.B. erhöht sich üblicherweise im Laufe der Zeit die Aufenthalts-Qualität in den meisten Zentren; es wird fast überall neu gestaltet, verbessert, umgebaut etc. Würde ein Zentrum nur erhalten; würde es im „Konzert“ der sich laufend verbessernden Mitbewerber zurückfallen.

---

<sup>61</sup> Allerdings kann sich durch die an einem Bahnhof möglichen längeren Öffnungszeiten beim Verkauf von „Reiseartikeln“ (auch am Sonntag) - je nach Interpretation und Inanspruchnahme dieser Möglichkeiten - ein gewisser Vorteil für die Bahnhof City ergeben.

<sup>62</sup> Lt. telefonischer Auskunft Signa-Gruppe

<sup>63</sup> Abercrombie&Fitch und Inditex sind bedeutende - etwa mit H&M vergleichbare - internationale Handelskonzerne.

Die dargestellten Faktoren sollten sich auf der Mariahilfer Straße wie folgt entwickeln:

**Tabelle 20** Entwicklungsfaktoren der Mariahilfer Straße

| Faktor   | Voraussichtliche Entwicklung bis 2020  | Gewichtung   | Ausprägung auf Mahi*   |
|--|--|--------------|------------------------|
| Entwicklung der Kaufkraftpotentiale / Ausgaben der Konsumenten | Wachstum des Kaufkraftpotentials der Mahi, da Bevölkerung im 6. und 7. Bezirk und Gesamt-Wien wächst und ein geringfügiges Wachstum der Pro Kopf-Ausgaben angenommen werden kann | sehr wichtig | + / ++                 |
| Angebot auf der Mahi   | immer wieder neue Projekte / Shops (s. voriges Kap.) und Gastro-Betriebe   | sehr wichtig | ++                     |
| Konkurrenz   | Mahi profitiert von den Konzentrationstendenzen; allerdings steigende Konkurrenz durch Fachmärkte und Internet-Käufe   | sehr wichtig | +                      |
| Erreichbarkeit   | dzt. schon gut, keine wesentlichen Verbesserungen mehr realistisch   | wichtig      | =                      |
| Aufenthalts-Qualität / Ambiente                                | sollte komparativ gesehen durch die Umgestaltung deutlich besser werden  | wichtig      | +                      |
| zentrale Einrichtungen   | dzt. schon gut, keine spürbare Verbesserung mehr zu erwarten   | wichtig      | =                      |
| Geschäftsstraßen-Marketing                                     | dürfte praktisch gleich bleiben (engagiertes Management, aber begrenzte finanzielle Ressourcen)  | wichtig      | =                      |
| <b>Summe</b>   |  |              | <b>Deutliches Plus</b> |

\* Mahi = Mariahilfer Straße

Zur grundsätzlichen Entwicklung von Geschäftsstraßen ist anzumerken, dass trotz Zuwächsen im Internet-Handel, die großen Handelskonzerne davon ausgehen, dass große Geschäftsstraßen ihre jetzige Funktion auch in Zukunft behalten werden.

Die Entwicklung der Kaufkraftpotentiale und die Ausgaben der Konsumenten wurden bereits dargestellt. Weiters profitiert die Mariahilfer Straße von den Konzentrationstendenzen im Einzelhandel; der Konsument orientiert sich immer großräumiger und sucht bevorzugt große Zentren und weniger kleine Agglomerationen und Streulagen auf.

Dem „demand pull“ steht ein wachsendes Angebot, ein „supply push“ durch neue Betriebe und weitere „hippe“ Labels gegenüber; dies sind sehr gute Voraussetzungen für das Wachstum einer Geschäftsstraße.

**In Summe sollte die Mariahilfer Straße somit sehr wohl eine deutliche Aufwärtsentwicklung erreichen können.**

## 7. DIE ANWENDUNG DER GESCHÄFTSSTRASSEN-CHECKLIST AUF DIE MARIAHILFER STRASSE

### 7.1 Ergebnisse

Im Rahmen einer früheren Geschäftsstraßen-Studie<sup>64</sup> wurde vom Verfasser ggst. Arbeit eine Checklist zur Stärkung der Geschäftsstrassenfunktionen von innerstädtischen Zentren entwickelt. Die Anwendung dieser Checklist auf die Mariahilfer Straße ergibt nachfolgendes Bild:

**Tabelle 21 Checklist für die Stärkung der Geschäftsstraßenfunktionen**

| Faktor / Kriterium   | Beurteilung der Mariahilfer Str.<br>neutral (=),<br>negativ (-),<br>positiv (+) | Begründung<br>(soweit erforderlich/<br>sinnvoll)  | Bedeutung<br>(im Hinblick auf<br>Geschäftsstraßen-<br>funktion) |
|--|---|---|---|
| <b>1. ENTWICKLUNG<br/>MARKTPOTENTIALE /<br/>AUSGABEN DER<br/>KONSUMENTEN</b>                 |   |   |   |
| 1.1 Ladeneinzelhandels-<br>relevante Kaufkraft der<br>Kunden                                 | +   | Im 6. und 7. Bezirk wohnen -<br>weitgehend - kaufkräftige und<br>konsumstarke Bevölkerungsschichten                                   | 1   |
| 1.2 Einzugsbereiche der GS<br>(Geschäftsstraße)  | +   | Lässt sich mangels Daten nicht genau<br>belegen; durch<br>Konzentrationstendenzen<br>wahrscheinlich Ausdehnung der<br>Einzugsbereiche | 1   |
| 1.3 Verteilung der Ausgaben<br>(Kaufkraftströme)<br>innerhalb bestehender<br>Einzugsbereiche | +   | Mahi profitiert von den<br>Konzentrationstendenzen bei den GS   | 1   |
| <b>2. ERREICHBARKEIT</b>   |   |   |   |
| 2.1 FußgängerInnen   |   |   |   |
| breite Gehsteige   | -   | Gehsteige sind z.T. zu schmal, viele<br>Kunden empfinden Straße als<br>„überfüllt“  | 1   |
| bequemer Gehsteig-<br>Belag  | - / =   | Gehsteig-Belag hat kleine Fehler  | 2   |
| Fußgängerzone /<br>verkehrsarme Zone   | -   | jetzige Situation ist einer Top-GS*<br>nicht angemessen   | 2   |

GS = Geschäftsstraße

<sup>64</sup>Stöferle, F., Vorschläge zur Stärkung der Geschäftsstraßenfunktionen der Wiener Geschäftsstraßen am Beispiel der Meidlinger Hauptstraße, im Auftrage der MA 18, Wien 2009

**Forts. Tabelle 22**

| <b>Faktor / Kriterium</b>   | <b>Beurteilung der Mariahilfer Str.</b> | <b>Begründung (soweit erforderlich / sinnvoll)</b>  | <b>kommerzielle Bedeutung*</b> |
|---|---|---|--------------------------------|
| Fußgängerübergänge  | -/=                                     | Zu wenige Übergänge, PassantInnen queren jedoch Straße im mittleren Teil häufig auch ohne Fußgängerübergänge  | 1                              |
| Barrierefreiheit soweit wie möglich   | -/=                                     |   | 2                              |
| Blindenleitwege   | -                                       |   | K-O.-Krit. /Muss               |
| <b>2.2 Rad</b>  |   |   |                                |
| Radwege von den Wohnorten zur GS  | -/=                                     |   | 2                              |
| sichere Radwege auf GS  | -                                       |   | 2                              |
| Rad-Abstellplätze   | -                                       | Zu wenig Rad-Abstellplätze  | 2                              |
| <b>2.3 ÖV</b>   |   |   |                                |
| hochrangiger ÖV; U-Bahn, S-Bahn   | ++                                      | insbes. U2, U3, U6, Westbahn  | 1                              |
| ÖV; Bus, Straßenbahn  | =                                       |   | 2                              |
| <b>2.4 MIV</b>  |   |   |                                |
| Zufahrten / Erreichbarkeit  | =                                       | Erreichbarkeit ist gut  | 1                              |
| Parkmöglichkeiten   | -/=                                     | Für eine innerstädtische GS nicht schlecht, für eine Top-GS sind Verbesserungen anzustreben, Garagen sollten günstigere Tarife haben und verstärkt benützt werden | 1                              |
| Parkleitsysteme   | =/-                                     | Es sind Verbesserungen  | 2                              |
| Signalisation   | -                                       | Es sind Verbesserungen  | 2                              |
| <b>3. ANGEBOT / BETRIEBE DER GS</b>   |   |   |                                |
| <b>3.1 Branchen-Mix Handel und konsumnahe so. Betriebe/ Gewerbe (Banken, Bäcker etc.)</b> |   |   |                                |
| Sortimentsbreite (Vielfalt des Angebots)  | ++                                      | Sowohl Flagship-Stores und Top-Geschäfte als auch (noch) kleinere individuelle „wienerische“ Geschäfte  | 1                              |
| Sortimentstiefe (Spezialisierung)   | =                                       | Im wesentlichen gut, z.T. eine gewisse „Vermassung“   | 1                              |
| Qualität der Produkte   | =/+                                     |   | 1                              |
| Mode-Entsprechung   | ++                                      | „hippe“ Mahi  | 1                              |
| Preise / Sonderangebote   | =                                       |   | 1                              |
| Personal, Freundlichkeit, Beratung / Fachkenntnisse                                       | =                                       | wahrscheinlich sind Freundlichkeit und Fremdsprachenkenntnisse besser geworden  | 1                              |
| Äußeres Erscheinungsbild / Fernwirkung der Betriebe                                       | +                                       | Von Ausnahmen abgesehen, sehr gut   | 1                              |

**Forts. Tabelle 22**

| <b>Faktor / Kriterium</b>  | <b>Beurteilung der<br/>Mariahilfer Str.</b> | <b>Begründung<br/>(soweit erforderlich / sinnvoll )</b>  | <b>kommerzielle Bedeutung*</b> |
|--|---|--|--------------------------------|
| Inneres<br>Erscheinungsbild /<br>Schaufenster  | +   | Von Ausnahmen abgesehen, sehr<br>gut   | 2                              |
|  | +   | Von Ausnahmen abgesehen, gut   | 1                              |
| <b>3.2 Gastronomie</b>   |   |  |                                |
| Betriebstypen-Mix /<br>Vielfalt  | =   | Wenig große typische Wiener<br>Kaffeehäuser  | 1                              |
| Preise / Image   | +   | Von Ausnahmen abgesehen, gut   | 1                              |
| Qualität der Produkte  | +   | Von Ausnahmen abgesehen, gut   | 1                              |
| In-Lokale / zeitgeistig  | +   | Etliche moderne Lokale   | 2                              |
| Personal, Freund-<br>lichkeit, Fachkenntnisse,<br>Fremdsprachen-<br>kenntnisse                           | =   | wahrscheinlich sind Freund-<br>lichkeit und Fremdsprachenkennt-<br>nisse besser geworden   | 1                              |
| Äußeres<br>Erscheinungsbild /<br>Fernwirkung der<br>Betriebe   | +   | Von Ausnahmen abgesehen, gut   | 1                              |
| Inneres<br>Erscheinungsbild  | +   |  | 2                              |
| <b>3.3 Märkte</b>  |   |  |                                |
| Detailhandelsmärkte  | =   | Da Naschmarkt-Nähe stellt sich<br>Problem nicht  | 2                              |
| Bauernmärkte   | =   | Naschmarkt-Nähe  | 2                              |
| Temporäre Märkte   | -   | Markt bei Mariahilfer Kirche ist in<br>der jetzigen Form als positiver<br>Versuch zu werten aber kein<br>Magnet. Problem hierbei:                    | 3                              |
| Flohmärkte   | ++  | Naschmarkt-Nähe<br>Flohmarkt Neubaugasse!!!  | 2                              |
| <b>3.4 Erweiterung des<br/>Angebots</b>  |   |  |                                |
| Integrierte EZ   | ++  | Drei integrierte EZ auf Mahi   | 1                              |
| Integrierte Fachmärkte<br>und ähnliche Formen  | =/+   | Eybl zwar in äußerer Mahi, aber<br>auch positiv für innere Mahi  | 2                              |
| <b>4. AUFENTHALTSQUALI<br/>TÄT / AMBIENTE /<br/>ÖFFENTLICHER RAUM</b>                                    |   |  |                                |
| 4.1 „Eingangsportale“  | -   | Chr. Broda-Platz (Mariahilfer<br>Platzl) erfüllt diese Funktion nicht;<br>bei 2-er Linie überhaupt kein<br>Hinweis auf Mahi                          | 2                              |
| 4.2 „Gestaltungsqualität“ der<br>Straße  | =/-   | Jetzige Gestaltung weist wenig<br>Qualität auf; lediglich einige<br>Fassaden (u.a. Hotel Kummer,<br>Atterse-Haus und Gerngross)<br>sind sehr positiv | 2                              |
| 4.3 Schaffung / Existenz<br>eines Wahrzeichens der<br>GS (z. B. Denkmal für<br>eine Persönlichkeit etc.) | -   | Mahi hat kein „Highlight“, Chr.<br>Broda-Platz erfüllt diese Funktion<br>nicht   | 2                              |
| 4.4 Straßenbäume /<br>Begrünung  | =/-   | Bäume werden von Geschäfts-<br>leuten z.T. als zu groß empfunden;<br>wenig Blumen / so. Grün auf GS  | 2                              |
| 4.5 Entrümpelung v GS<br>(street cluttering)   | -   | Schanigärten stören z.T. , zu viele<br>Telefonzellen   | 1                              |

**Forts. Tabelle 22**

| <b>Faktor / Kriterium</b>                       | <b>Beurteilung der<br/>Mariahilfer Str.</b> | <b>Begründung<br/>(soweit erforderlich / sinnvoll)</b>   | <b>kommerzielle Bedeutung*</b> |
|---|---|--|--------------------------------|
| 4.6 klare Signalisation, kein Schilderwald      | -   |  | 2                              |
| 4.7 „Einkaufsatmosphäre“ / Konsumstimmung       | +   |  | 1                              |
| 4.8 hot spots                                   | =   | Einige „hot spots“ durch Betriebe, ansonsten wenige Highlights   | 1                              |
| 4.9 Attraktive Fassaden / Häuser                | +   | etliche Fassaden sind sehr positiv   | 1                              |
| 4.10 Begrünung / Blumen                         | - / =                                       | Könnte etwas besser sein; Chr. Broda-Platz sollte insbes. besser begrünt werden  | 2                              |
| 4.11 Ruhebereich / Sitzbänke                    | -   | zu wenig Ruhezonen   | 1                              |
| 4.12 Sauberkeit                                 | = / -                                       | Situation nicht schlecht; kleinere Verbesserungen sind anzustreben   | K-O.-Krit.                     |
| 4.13 Sicherheit (Taschen-Diebstähle etc.)       | =   | Situation nicht schlecht; temporäre Probleme (wie z. B. früher „Hütchenspieler“) lassen sich kaum vermeiden, sollten aber z.T. schneller gelöst werden | K-O.-Krit.                     |
| <b>5. ZENTRALE EINRICHTUNGEN</b>                |   |  |                                |
| 5.1 Öffentliche zentrale Einrichtungen          |   |  |                                |
| Bezirksamt / so. Dienststellen                  | =   |  | 2                              |
| Sonstige, wie z.B. Leihbüchereien, Musikschulen | =   |  | 2                              |
| 5.2 Private zentrale Einrichtungen              |   |  |                                |
| Ärzte   | +   | etliche Ärzte  | 2                              |
| so. med. Einrichtungen (Labors, Röntgen etc.)   | +   | u.a. WGKK  | 2                              |
| <b>6. GS-MARKETING - WERBUNG</b>                |   |  |                                |
| 6.1 Bestand einer Kaufleutevereinigung          | =   | zwei Kaufleute-Vereinigungen für Mahi, die aber wenig kooperieren, eine Kaufleute-Verein für Neubaugasse   | 1                              |
| 6.2 Positionierung der GS                       | +   | „hippe“ Mahi, GS ist gut positioniert  | 1                              |
| 6.3 Leerstandsmanagement                        | =   | nicht erforderlich auf Mahi  | 2                              |
| 6.4 Werbepläne                                  | = / +                                       |  | 1                              |
| 6.5 Home page der GS                            | +   |  | 1                              |
| 6.6 Einkaufsführer                              | +   | Home page des CUM  | 2                              |
| 6.7 Weihnachtsbeleuchtung                       | = / -                                       | Weihnachtsbeleuchtung der Mahi fällt u.a. im Vgl. zu Graben und Rotenturmstr. stark ab   | 2                              |
| 6.8 so. laufende Maßnahmen                      | = / +                                       | u.a. Einkaufsgutscheine  | 2                              |

## 7.2 Folgerungen

Aus der Anwendung der Checklist auf die Mariahilfer Straße lassen sich folgende Ansatzpunkte für Maßnahmen ableiten, wobei pragmatischerweise einzelne Punkte zusammengefasst werden sollen:

- Pkt. 1 (Entwicklung Marktpotentiale / Ausgaben der Konsumenten) der Checklist zeigt in Kombination mit Kap. 6 (Die voraussichtliche Entwicklung der Mariahilfer Straße) deutlich, dass die **Geschäftsstraße Wachstumspotentiale hat**
- Pkt. 2 zeigt, dass auf der Mariahilfer Straße deutliche **Defizite für FußgängerInnen** gegeben sind; es gibt z. T. keine ausreichend breiten Gehsteige, keine Fußgängerzone bzw. verkehrsarme Zone; d.h. hier besteht Handlungsbedarf. Ein taktiles Leitsystem für Sehbehinderte fehlt auf der Mariahilfer Straße; ein solches ist ein Muss.  
Für den (fließenden) **Radverkehr** auf der Mariahilfer Straße besteht Handlungsbedarf aber auch für zusätzliche Radabstellplätze.  
Hinsichtlich des **ÖV** kann kaum auf realistisch behebbare Mängel hingewiesen werden.  
Beim **IV** sind insbes. Verbesserungen beim Parken (Garagen sollten günstigere Tarife haben und verstärkt benützt werden) anzustreben, weiters sind bessere Leitsysteme und eine bessere Signalisation erforderlich
- Aus **Pkt. 3** ist zu folgern, dass der Markt bei der Mariahilfer Kirche attraktiviert werden sollte
- **Pkt. 4** (Aufenthaltsqualität / Ambiente / Öffentlicher Raum) zeigt folgende Ansatzpunkte auf:
  - die Geschäftsstraße sollte attraktivere „Eingangsportale“ haben
  - die Straße hat dzt. kein wirkliches „Highlight“; positiv (wenn auch sehr ambitioniert) wäre ein Wahrzeichen der Geschäftsstraße (z. B. Denkmal für eine Persönlichkeit / Idol etc.)
  - Verbesserungen betr. street cluttering
  - bessere Signalisation und Info-Möglichkeiten
  - die Begrünung (insbes. beim Chr. Broda-Platz) kann noch verbessert werden; u.a. mehr Blumen
  - es sollten mehr Ruhebereiche und Sitzbänke gegeben sein
  - die Sauberkeit ist zum großen Teil relativ gut; kleinere Verbesserungen sind aber schon anzustreben, nicht nur durch die MA 48, auch durch die Grundstückseigentümer (Pflicht der Gehsteig-Säuberung)
- hinsichtlich **Pkt. 5** (Zentrale Einrichtungen) lassen sich keine realistischen Verbesserungen aufzeigen
- aus **Pkt. 6** (GS-Marketing – Werbung) ergibt sich, dass während der Umbauphase und dann bei Fertigstellung der „neuen Mariahilfer Straße“ Werbung / Kommunikation sehr wichtig sind. Vorteilhaft wäre es, wenn es nur einen Geschäftsleuteverein für die Mariahilfer Straße gäbe bzw. die beiden Vereine

intensiver kooperieren würden. Ein eigener Geschäftsleuteverein für die Neubaugasse hat hingegen seine volle Berechtigung, da die Neubaugasse doch ein eigener Bereich ist und sich u.a. als „Straße der Spezialisten“<sup>65</sup> erfolgreich positioniert hat.

## 8. ZUM MANAGEMENT DES ÖFFENTLICHEN RAUMS MARIAHILFER STRASSE

### 8.1 Street Cluttering

Von „Street Cluttering“ spricht man, wenn durch ein Übermaß an Einbauten, Werbe- und Verkaufsschilder, Schanigärten etc. die Nutzbarkeit des öffentlichen Raums eingeschränkt wird. Bei Street Cluttering kann eine gute architektonische Gestaltung kaum wirken, Street Cluttering verhindert ein entspanntes Flanieren der PassantInnen, weil die Straße als eng, überfüllt, „angeräumt“ und „stressig“ empfunden wird. Street Cluttering reduziert die kommerzielle Attraktivität und die Aufenthaltsqualität der Geschäftsstraße.

Zu diskutieren sind auf der Mariahilfer Straße insbes.:

- die optische Gestaltung, die Anordnung und die Anzahl der Schanigärten
- die Anzahl der Telefon- und Internet-Zellen
- die Größe der Taxistandplätze
- die Hinweisschilder / A-Ständer

Betont sei – um Missverständnisse zu vermeiden – dass gut gestaltete und gut geführte Schanigärten wesentliche Elemente der Aufenthaltsqualität und unverzichtbarer Bestand einer lebendigen Geschäftsstraße sind.



Schanigarten mit Dach, das die Sicht beeinträchtigt



Mehrere Schanigärten zusammen können eine „Barriere“ bei der Straßenquerung bilden

<sup>65</sup><http://www.einkaufsstrassen.at/einkaufsgebiete/7-neubau/neubaugasse/>

Zu den gegebenen **Schanigärten** der Mariahilfer Straße ist aber u.a. anzumerken, dass sie „Gärten“ in dem Sinne bleiben sollten, dass sie z.T. mehr Blumen / Pflanzen aufweisen sollten, keine Dächer, allenfalls Sonnen- bzw. Regenschirme, gegeben sein sollten (s. obige Fotos) und keine Beeinträchtigung der Sicht gegeben sein darf. Weiters sind „Ketten“ von Schanigärten, die eine „Barriere“ bei der Straßenquerung bilden können, zu vermeiden.

Hinsichtlich der Anzahl der **Telefonzellen** und der Größe und Anzahl der **Taxistandplätze** ist relativierend anzumerken, dass von uns keine Gespräche mit den entsprechenden Unternehmen geführt wurden und uns keine genauen Auslastungsziffern bekannt sind. Bei den Interviews mit den Schlüsselpersonen wurden aber sehr wohl Telefonzellen und Taxistandplätze als überprüfenswert genannt. Dies deckt sich mit unseren Beobachtungen<sup>66</sup>, dass insbes. die Telefonzellen auf der Geschäftsstraße nicht bzw. kaum benutzt werden. Wie bereits erwähnt, sollte mit der A1 (früher Telekom) und der Standesvertretung der Taxi-Unternehmen abgeklärt werden, ob im „Handyzeitalter“ bzw. einer Nacht-U-Bahn<sup>67</sup> Reduktionen vertretbar sind, um (wertvollen) Platz für PassantInnen zu bekommen.

Die Hinweisschilder, A-Ständer und Werbschilder nehmen ebenfalls z.T. Platz weg; auch diese sind maßvoll einzusetzen.



Werbeschild mit Kabel befestigt an Verkehrsschild



Werbeschild nimmt Platz weg und stellt durch das Befestigungskabel eine Gefahr dar

**Waren-Ausräumungen** sind nach unseren Beobachtungen (Sommer und Herbst 2011) auf der Mariahilfer Straße generell relativ selten; die wenigen Ausräumungen stören die PassantInnen auch nicht. Etliche Betriebe haben offene Geschäftsfronten, wodurch Waren-Ausräumungen nicht mehr dringlich sind.

<sup>66</sup>Nach unseren Recherchen sind z. B. zwanzig Telefonzellen allein auf dem Gehsteig der rechten Seite (7. Bezirk) der Mariahilfer Straße dzt. gegeben; hinzukommen noch die Telefonzellen in den U-Bahn-Stationen.

<sup>67</sup>Lt. Pressemeldungen verzeichneten die Taxis spürbare Umsatz-Rückgänge durch die Nacht-U-Bahn. Vgl. u.a. <http://www.news.at/articles/1037/10/277826/taxler-nacht-u-bahn-wir-10-prozent-kunden>



Waren-Ausräumungen im Bereich Mariahilfer Str. 115



Gehsteig im Bereich Mariahilfer Str. 115; Ansicht zeigt, dass diese Waren-Ausräumungen (noch) nicht stören

Grundsätzlich sei aber im Hinblick auf denkbare Verschlechterungen auch für die Mariahilfer Straße auf dieses Problem hingewiesen<sup>68</sup>.

## 8.2 Bewirtschaftungsplan

Die Nutzungsansprüche sind in einem „Bewirtschaftungsplan“ zu koordinieren. Hierbei ist zu regeln, wer, was im öffentlichen Raum der Geschäftsstraße aufstellen darf<sup>69</sup>.

Ziel muss sein, die durch die Reduktion des Street Cluttering - gewonnenen Flächen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität der Geschäftsstraße zu nützen.

<sup>68</sup> Nach den Beobachtungen des Verfassers sind große Warenausräumungen häufig ein Problem auf Wiener Geschäftsstraßen.

<sup>69</sup> Hingewiesen sei in diesem Zusammenhang auf den von der MA 19 koordinierten Bewirtschaftungsplan der Kärntner Straße.

## 9. VORSCHLÄGE ZUR UMGESTALTUNG DER MARIAHILFER STRASSE AUS DER SICHT DER GESCHÄFTSSTRASSENFUNCTION

### 9.1 Zur Funktion der Mariahilfer Straße - stadtplanerische Aspekte

Die Mariahilfer Straße ist - neben der City - ein „überregionales Zentrum“. Sie ist überdurchschnittlich stark gewachsen und **hat das Potential auch in Zukunft zu wachsen**. Diese Attraktivität der Mariahilfer Straße auch für die Zukunft zu erhalten ist im Sinne einer gesamtstädtischen Planungsstrategie, denn diese Geschäftsstraße

- ist mittels ÖV hervorragend erschlossen und im Hinblick auf eine bessere Auslastung des ÖV und eine nutzungsverträgliche Mobilität aus stadtökologischer Sicht und gesundheitlicher Rücksichtnahme für die Wohnbevölkerung sehr wertvoll
- ist ein **Gegenpol zu autoorientierten, nicht integrierten Einkaufszentren**
- sichert und bindet städtische Kaufkraft und **generiert dadurch Einkommen und Steuermittel zur Finanzierung der großstädtischen Infrastruktur**
- **sichert Arbeitsplätze** im dicht bebauten Gebiet.

### 9.2 Zur Verkehrslösung aus der Sicht der Geschäftsstraßenfunktion

Eine überregionale Geschäftsstraße, die praktisch ganz Niederösterreich und das Burgenland als Fern-Einzugsbereiche aufweist und ein Gegenpol zu autoorientierten Shopping Centers auf der grünen Wiese sein soll, kann auf Autofahrer-KundInnen nicht verzichten. Wie auch von den befragten Betrieben betont wurde, wohnen viele Kunden in ländlichen Bereichen mit schlechter ÖV-Anbindung. Weiters wollen etliche Kunden der Branchen Möbel/Wohnungseinrichtung, Elektro u.ä. schwere, sperrige Waren - sog. „Autowaren“ - sofort mit dem PKW mitnehmen.

Eine moderate Einschränkung des PKW-Verkehrs wird aber von vielen Betrieben und auch vom Verfasser der Arbeit als Notwendigkeit bei der Umgestaltung der Straße gesehen. Der durchschnittliche PKW-Kunde hat schließlich „gelernt“, dass man im dicht bebauten Stadtgebiet nicht überall zufahren und parken kann und **durchaus Einsicht gezeigt, dass der PKW-Verkehr in innerstädtischen Bereichen - so z. B. auch im Bereich Neubaugasse - „sanft“, im Zuge der Umgestaltung dieser Geschäftsstraße, eingeschränkt wurde**. Diese Einschränkungen waren für die Geschäftsstraßenfunktion aber auch die Aufenthaltsfunktion letzterer Einkaufsstraße positiv.

Aus der Sicht der Geschäftsstraßenfunktion sind somit Lösungen zu empfehlen, die den PKW-Verkehr „sanft“ einschränken. Im mittleren Teil der Mariahilfer Straße, etwa zwischen Stiftgasse und Zieglergasse, erscheinen aus dieser Sicht shared space-Lösungen sehr überlegenswert. Das Planungs-Büro Käfer empfiehlt eine shared space-Lösung auf

der Mariahilfer Straße im Abschnitt zwischen Neubaugasse und Zieglergasse<sup>70</sup>. Nachdem jedoch der Bereich Stiftgasse – Neubaugasse sehr hohe Passantenfrequenzen (und damit zusammenhängend Einzelhandelsmagneten<sup>71</sup>) aufweist, ist zu überlegen, auch diesen Bereich in eine shared space-Lösung einzubeziehen.

Von der Empirie her ist zwar darauf hinzuweisen, dass noch keine vergleichbaren (großen) Geschäftsstraßen bzw. Teile von Einkaufsstraßen in Österreich shared space-Lösungen aufweisen, doch queren auch derzeit schon PassantInnen im Bereich zwischen Zieglergasse und Stiftgasse häufig die Mariahilfer Straße an Stellen ohne Fußgängerübergang. Die Autofahrer, die meist sowieso nur im Schritt fahren können, verhalten sich – nach unseren Beobachtungen – weitgehend rücksichtsvoll.

In London ist mit der Kensington High street eine große Geschäftsstraße mit shared space gegeben; doch sind Vorbehalte beim Übertragen solcher Erfahrungen, u.a. im Hinblick auf das Konsumentenverhalten, gegeben.

**Bei Fußgängerzonen-Lösungen** für die Einkaufsstraße würde die Erreichbarkeit der Geschäftsstraße für die PKW-Kunden stärker als bei shared space-Lösungen eingeschränkt; es würde auch – wahrscheinlich und vorbehaltlich der Kenntnis der jeweiligen Detail-Lösungen – schwerer für KundInnen die sog. „Autowaren“ sofort mitzunehmen. Da auch für Hotels, Bürobetriebe und etliche andere Branchen die grundsätzliche Erreichbarkeit per PKW wichtig ist, kann gesagt werden, dass die jetzige Vielfalt der wirtschaftlichen Nutzungen auf der Straße bei Fußgängerzonen-Lösungen möglicherweise beeinträchtigt würde.

Bei Fußgängerzonen- und dies gilt auch für andere Lösungen, die den PKW-Kunden-Verkehr sehr rigoros einschränken – besteht, je nach den Details einer solchen Lösung, die Gefahr, dass Betriebe mit vielen Autowaren im Sortiment den Standort Mariahilfer Straße aufgeben und – dies ist weitgehend die Praxis – an den Stadtrand gehen bzw. bestehende Filialen in peripheren Lagen forcieren. Dabei ist aber gerade der starke Besatz der Mariahilfer Straße in den Bereichen Möbel/Einrichtung, Elektro und Hausrat/Geschirr ein USP, ein Alleinstellungsmerkmal der Geschäftsstraße und ein komparativer Vorteil gegenüber der City und etlichen anderen Einkaufsdestinationen.

**Kleinere Einbahn-Regelungen** im Bereich zwischen Stiftgasse und Zieglergasse wären wahrscheinlich kaum schädlich für die Geschäftsstraßenfunktion, solange diese nicht zu häufigen Staus und sonstigen Behinderungen führen.

Einschränkend sei zu obigen Ausführungen angemerkt, dass die Frage der Verkehrslösung hier aus dem Blickwinkel der Geschäftsstraßenfunktion behandelt wird; es versteht sich, dass Verkehrsprobleme ganzheitlich, unter der Berücksichtigung der Interessen aller Beteiligten – insbes. der Anrainer – zu sehen sind.

---

<sup>70</sup> vgl.: Verkehrsplanung Käfer, Begegnungszone Shared Space / StraßeFairTeilen, Pilotprojekt Mariahilfer Straße, Studie im Auftrag der Wiener Umweltweltschutzanstalt und MA 18, Wien 2009.

<sup>71</sup> Insbes. sind Peek&Cloppenburg und Gerngross zu erwähnen.

Die Notwendigkeit von Verbesserungen im Hinblick auf den **Radverkehr** braucht hier kaum begründet werden. Es sind Lösungen zu empfehlen, die „schnelle“ RadfahrerInnen von langsamen RadfahrerInnen trennen. Derzeit benützen schnelle **RadfahrerInnen** schon stark die Gumpendorfer Straße<sup>72</sup>; im Rahmen der Verkehrsanalyse ist abzuklären, ob mit dem Ausbau von Radwegen auf der Gumpendorfer Straße und anderen Parallelstraßen die schnellen Radfahrer von der Geschäftsstraße „weg verlagert“ werden können. Ein stark frequentierter Radweg auf der Mariahilfer Straße wäre nicht sinnvoll, weil dieser eine Barriere darstellen würde und Konflikte zwischen RadfahrerInnen und FußgängerInnen vorprogrammiert bzw. nicht gelöst wären.

In jedem Falle muss die Einhaltung von Geschwindigkeitslimits bei allen Radfahrern und dem MIV in der Mariahilfer Straße – zumindest zum Beginn – intensiv kontrolliert werden.

### 9.3 Schaffung von mehr Raum für die hohen FußgängerInnenfrequenzen

Unabhängig von jeder Verkehrslösung ist die Schaffung von mehr Raum für die hohen Fußgängerfrequenzen, und zwar der **effektiven** (also von FußgängerInnen tatsächlich nutzbaren) Weg**breite**, insbes. im mittleren Teil der Mariahilfer Straße zwischen Stiftgasse und dem Bereich U-Bahn-Station Zieglergasse, zu empfehlen. Die effektive Gehsteigbreite muss dem bisherigen und zukünftigen Wachstum der Geschäftsstraße und der zu verbessernden Aufenthaltsqualität Rechnung tragen<sup>73</sup>.

### 9.4 „Innovative“ architektonische Gestaltung

Jede Stadt und Geschäftsstraße hat ihre Eigenheiten und individuellen Strukturen<sup>74</sup>. Die Mariahilfer Straße ist eine moderne, junge, innerstädtische Geschäftsstraße und sollte der Sozialstruktur der PassantInnen und den Betrieben der Geschäftsstraße entsprechend auch in innovativer, moderner Weise umgestaltet werden.

### 9.5 Realisierung eines neuen innovativen Beleuchtungskonzepts

Die gegebene (Straßen-) Beleuchtung der Geschäftsstraße leuchtet die Gehbereiche und Ruhezonen zu wenig aus. Mit einer neuen energiesparenden Beleuchtung in modernem Design sollte dieses Manko behoben werden.

---

<sup>72</sup> Ergebnisse SRA

<sup>73</sup> Hingewiesen sei in diesem Zusammenhang auch auf die kürzlich fertig gestellte Arbeit von Miko, K., Stadler-Vida, M., "planen aber sicher", queraum kultur- und sozialforschung, Studie im Auftrage der MA 18, Wien 2011. In der Studie wird u.a. darauf hingewiesen, dass sich ältere Menschen unsicher fühlen, wenn Gehsteige sehr stark frequentiert sind.

<sup>74</sup> Gerhard Berger (MD-BD) im Standard vom 3.9.2009

## 9.6 Ruhezonon

Von den Schlüsselpersonen und auch vom Verfasser der Studie wird bemängelt, dass die Mariahilfer Straße nur wenige Ruhezonon hat. Derzeit ist der Christian Broda-Platz am äußeren Ende der der Geschäftsstraße der einzige größere öffentliche Raum mit Verweilqualität. Letztere sollte mit einer attraktiveren Begrünung noch erhöht werden können.

Im Hinblick auf den sehr begrenzten Raum im Bereich der Geschäftsstraße sehen wir bei der Schaffung weiterer (erforderlicher) Ruhezonon zwei Varianten:

- **innovativ gestaltete (viele) kleine Verweilzonon** bzw. kleinere Gruppen von ein bis vier Ruhebänken im Abstand von etwa 100 Meter auf beiden Seiten der Straße. Im Bereich des Christian Broda-Platzes und des MQ sind keine Ruhebänke erforderlich; sodass auf den verbleibenden rd. 1,5 km Länge der Mariahilfer Straße je rd. 15 kleine Ruhezonon mit je rd. 20 - 25 Bänken entstehen sollten; dies wären etwa 40 - 50 Ruhebänke für die Geschäftsstraße<sup>75</sup>. Zusätzlich sollten diese - wenn man will - „Mini“-Ruhezonon einen gesonderten Bodenbelag, z. T. Trinkwasserbrunnen und eine gewisse Begrünung erhalten
- eine „**große Variante**“ sehen wir in der Schaffung größerer **Verweilzonon** und ergänzender **Freiräume** indem (s. Karte unten) z.B.
  - Sackgassen-Bereiche (Delkahof und Sackgasse beim Dorotheum, Mariahilfer Str. 88 a)
  - Verweilzonon in der Mitte des öffentlichen Raums (bisherige Fahrbahn und Autoabstellstreifen)
  - Flächen auf einer zweiten, zu schaffenden Ebene<sup>76</sup>
  - Innenhöfe / Passagen / Durchgänge wie die Schulhof-Passage<sup>77</sup> und der Raimundhof<sup>78</sup>
  - kleinere Fußgänger-Bereiche wie die Barnabitingasse und
  - Kreuzungsbereiche wie z. B. der Bereich Barnabitingasse / Schadekgasse / Gumpendorfer Straße / Haus des Meeres

in die Gestaltung der Geschäftsstraße einbezogen und als Freiräume und Ruhezonon genutzt werden bzw. vorhandene Ruhezonon-Funktionen in diesen Bereichen verstärkt werden.

---

<sup>75</sup>Hinsichtlich der Gestaltung der Ruhebänke sei beispielhaft sei auf das Positivbeispiel „Enzi“ im MQ hingewiesen

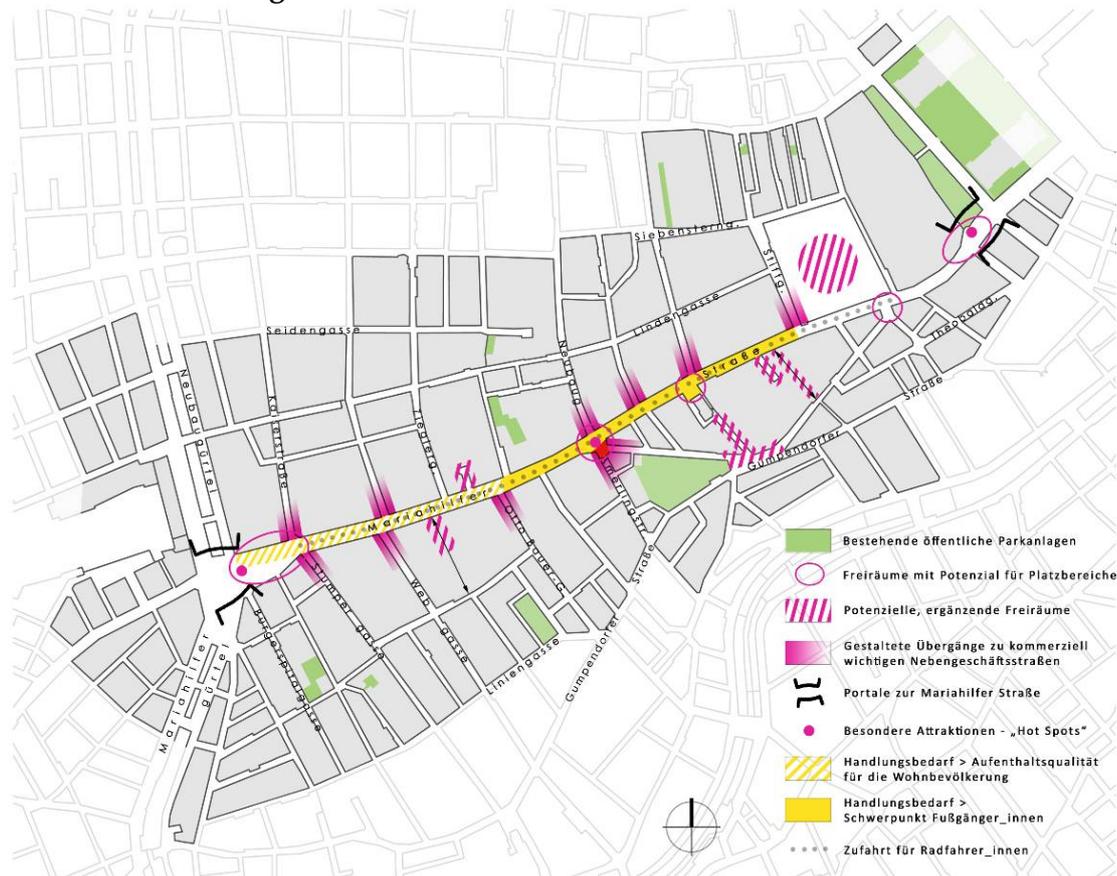
<sup>76</sup>Diese Anregung wurde dem „TU-Projekt“ entnommen; ArchitekturstudentInnen der TU Wien, Zukunft Mariahilferstraße; Neue Konzepte für die Umgestaltung der Inneren Mariahilferstraße (MHS) in Wien, Wien, 2011

<sup>77</sup>Die Schulhof-Passage führt von der Mariahilfer Straße zur Schmalzhofgasse und liegt zwischen Webgasse und Otto Bauer-Gasse.

<sup>78</sup>Der Raimundhof hat die Adresse 1060 Wien, Mariahilfer Straße 45 und führt von der Mariahilfer Straße zur Windmühlgasse bzw. Stiegengasse.

**Freiräume mit Potentialen für Platzbereiche** sind insbes. die Bereiche Mariahilfer Straße / Theobaldgasse / Windmühlgasse sowie Mariahilfer Straße / Museumsquartier / Rahlstiege.

**Abbildung 16** Potenzielle ergänzende Freiräume und Übergänge zu wichtigen Nebengeschäftsstraßen



Quelle: Karte erstellt von tilia

### 9.7 Seitengassen und Nebengeschäftsstrassen

Die Übergänge („Portale“) von der Mariahilfer Straße in die Neubaugasse und auch in die anderen wichtigen Seitengassen müssen so gestaltet werden, dass diese Seitengassen auch nach der Umgestaltung der Mariahilfer Straße als attraktive Gassen wahrgenommen werden. Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass man von einer neu, sehr gut und ambitioniert gestalteten großen Geschäftsstrasse (Mariahilfer Straße) in eine - übertrieben gesagt - „altmodische“, unattraktive Straße geht (gehen würde).

Ohne unbedingten Anspruch auf Vollständigkeit sind in diesem Sinne als konkrete Maßnahmen beispielhaft zu erwähnen:

- die Gestaltung der Mariahilfer Straße sollte etwa 20 Meter in die jeweilige Seitengasse „hineingezogen“ werden und dann „fließend“ in die (bestehende) Gestaltung der Seitengasse übergehen
- mit Transparenten und Schildern ist darauf hinzuweisen, dass weitere interessante Angebote in den Seitengassen zu finden sind



Transparent „Die Straße der Spezialisten“ (Beschriftung im roten Kreis) und „Neubaugasse“; am Beginn der Neubaugasse von Mariahilfer Straße / Bundesländerplatz aus



Transparent in „Fahnenform“ an einem fixen Masten, Hinweis auf Reinprechtsdorfer Straße



Hinweisschild zwischen Generali Center und Bundesländerplatz; u.a. mit „COLLINS HÜTE“; Richtergasse 1 / Ecke Neubaugasse (mit rotem Hinweispfeil Richtung Standort)

## 9.8 Angebots-Defizite

Vorweg ist fest zu halten, dass die Mariahilfer Straße praktisch alles bietet. Trotzdem wurden auch auf dieser Geschäftsstraße Branchenlücken genannt bzw. von uns festgestellt und seien im Hinblick auf allfällige Neu-Ansiedlungen erwähnt:

- Bereich Eisenwaren (früher von „Kaindl“ abgedeckt)
- Wiener Kaffeehaus

Es sind zwar noch größere traditionelle Wiener Kaffeehäuser<sup>79</sup> auf der Mariahilfer Straße gegeben, die Mariahilfer Straße würde durchaus aber noch ein bis zwei weitere große Wiener Kaffeehäuser „vertragen“. Es gibt im Vergleich zur City – auch wenn diese größer ist – relativ wenig Wiener Kaffeehäuser im Bereich Mariahilfer Straße; auch das „Servus“ fehlt – wie bereits erwähnt – vielen KundInnen<sup>80</sup>.

## 9.9 Management in der Geschäftsstraße

Zur Minimierung des **Street Cluttering** ist ein „Bewirtschaftungsplan“ zu erstellen<sup>81</sup>. Hierbei ist zu regeln, wer, was im öffentlichen Raum der Geschäftsstraße aufstellen darf. Zu erstellen wäre dieser Plan in Absprache mit den (betroffenen) Betrieben von den zuständigen Behörden unter Mitwirkung und Koordination der Kaufleutevereinigungen der Mariahilfer Straße und den Wiener Einkaufsstrassen.

## 9.10 Garagen

Während in vielen europäischen Großstädten PKW-KundInnen innerstädtischer Geschäftsstraßen fast automatisch Garagen zum Parken aufsuchen, wird in Wien primär versucht, einen – relativ billigen bzw. kostenlosen – Stellplatz im öffentlichen Raum zu finden. Das Kurzparken in den Wiener Garagen wird – so viele Gesprächspartner bei den „Schlüsselinterviews“ – von vielen KundInnen als zu teuer empfunden. U.a. bieten ja die EZ auf der grünen Wiese Gratisparkplätze.

Die Garagenbetreiber führen ihre Kurzpark-Tarife<sup>82</sup> auf die verlangten, hohen Pachten<sup>83</sup> und die hohen Errichtungskosten von Garagen im Stadtgebiet zurück. Bei den Garagen im Bereich Mariahilfer Straße sind – nach den geführten Gesprächen mit zwei Garagenbetreibern – durchaus freie Kapazitäten für Kurzparker gegeben.

Dass komplexe Problem der Garagen kann hier nicht gelöst werden. Vorgeschlagen wird als ad hoc-Maßnahme nach dem Abschluss der Umgestaltungsmaßnahmen eine „Gratis-Kurzparkaktion“ durchzuführen. Eine solche Aktion wurde 1993 mit großem Erfolg durchgeführt; die Kunden der Mariahilfer Straße konnten damals (nach Abschluss der Bauarbeiten) eine Stunde lang gratis in sechs Garagen im Bereich der Einkaufsstraße parken.

---

<sup>79</sup> Zu nennen sind an größeren Kaffeehäusern das Cafe Ritter und das Cafe Westend. An mittleren traditionellen Kaffeehäusern sei als Beispiel auf das schon 120 Jahre bestehende „Ciro“ (1060 Wien, Mariahilfer Str. 121) hingewiesen.

<sup>80</sup> Ergebnis der Interviews mit den Schlüsselpersonen

<sup>81</sup> Hingewiesen sei in diesem Zusammenhang noch einmal auf den von der MA 19 koordinierten Bewirtschaftungsplan der Kärntner Straße.

<sup>82</sup> Die Stunde Kurzparken kostet im Schnitt meist etwas über € 3, da aber in den meisten Garagen die angefangene Stunde voll verrechnet wird, ergeben sich bei einem Einkauf über 2,5 Stunden Parkgebühren im Bereich von € 10.

<sup>83</sup> Im Regelfall sind Errichter / Investor einerseits und Betreiber der Garage nicht identisch, letzterer pachtet meist von ersterem die Garage.

Angeregt wurde von einem Garagenbetreiber auch eine Stützung des Garagen-Kurzparks durch die Wirtschaftskammer und die öffentliche Hand, um so durch eine höhere Auslastung der Garagen einen flat rate-Tarif zu ermöglichen.

Es sollte in weiterführenden Gesprächen überlegt werden, wie Garagenplätze zu leistbaren Konditionen den **Bewohnern und Kunden** im Bereich der Mariahilfer Straße zur Verfügung gestellt werden können.

### 9.11 Info-Points und Apps

Die rd. 500 Einzelhandelsbetriebe der Geschäftsstraße (inkl. Neubaugasse in funktioneller Abgrenzung) und die rd. 200 Betriebe des Einzelhandel-begleitenden Angebots (insbes. Gastronomie) sollten ebenso wie öffentliche Einrichtungen (u.a. WC's, Polizeistationen etc.), Parkgaragen, Ärzte, Rechtsanwälte, Notare, Gesundheitseinrichtungen (u.a. Krankenhäuser) etc. an mehreren Info-Points auf der Geschäftsstraße aufgerufen werden können. Apps, z.B. über freie Garagenplätze und auch Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe der Straße, sind von einigen Betrieben als zukünftige Möglichkeiten genannt worden, derzeit aber - soweit uns bekannt - noch nicht realisiert.

Die Info-Points könnten in Absprache mit der A1 evtl. partiell in jetzigen öffentlichen Telefonzellen<sup>84</sup> untergebracht werden.

Zukunftsbezogen sind (neben den Info-Points) Apps mit Informationen über die Geschäftsstraße zu forcieren; weil mit dem Handy topaktuelle Informationen, praktisch von jedem Aufenthaltsort aus abgerufen werden können.

### 9.12 Öffentliche WC's

Da über zu wenige verfügbare WC's geklagt wird, Toiletten aber unter Berücksichtigung der WC's in U-Bahn-Stationen, Gastronomiebetrieben und Kaufhäusern etc. in ausreichendem, wenn auch nicht optimalem Ausmaße gegeben sind, ist im Hinblick auf den hohen Errichtungs- und Erhaltungsaufwand zusätzlicher öffentlicher Toiletten primär eine bessere Information sinnvoll.

Anzuführen ist, dass das einzige, gut sichtbare öffentliche WC der Einkaufsstraße sich Ecke Mariahilfer Straße/Amerlingstraße (unterirdisch) befindet; weitere öffentliche Toiletten befinden sich im Bereich der U-Bahn-Stationen, dem MQ und dem Westbahnhof.

Es bietet sich an, diese besser zu kommunizieren (u. a. mit größeren Piktogrammen) und besser zu beschildern.

---

<sup>84</sup> Dies hätte u.a. den Vorteil, dass Leitungen vorhanden wären.



Der sehr kleine WC-Hinweis auf dem Stations-Schild kann von den PassantInnen der Einkaufsstraße kaum wahrgenommen werden.

Optimal wären natürlich auch zusätzliche Wickelmöglichkeiten. Die Sauberkeit der WC's muss sichergestellt werden.

Positiv ist in diesem Zusammenhang hervorzuheben, dass es inzwischen eine App gibt, die die öffentlichen Toiletten in Wien auflistet; allerdings nutzen eher nur jüngere Konsumenten Apps.

### 9.13 Begleitendes PR- und Marketing-Konzept

Um die Kunden so gut wie möglich auf der Geschäftsstraße zu halten, ist ein begleitendes PR- und Marketing-Konzept für die Zeit vor und während der Umgestaltung der Mariahilfer Straße zu konzipieren und einzusetzen. Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass während der Umgestaltung der Geschäftsstraße auf dieser kaum mehr eingekauft werden kann. Es müssen den Kunden u.a. dargelegt werden:

- die Gründe der Umgestaltung der Geschäftsstraße („Wir bauen für Sie um, weil die Mariahilfer Straße ....
- die wichtigsten Hindernisse / Beeinträchtigungen
- die „Rezepte“ / Hilfsmittel zur Umgehung der Hindernisse

Die **Fertigstellung der Umgestaltung** ist ebenso zu kommunizieren; hierbei sind dem Kunden die Vorteile der Umgestaltung und die Neuerungen insbes. jene der Verkehrsgestaltung darzulegen.

Mit den Wiener Einkaufsstrassen und den Geschäftsstraßenvereinen sind die geeigneten Partner für diese Maßnahmen gegeben.

#### **9.14 Abstimmung der Umgestaltung mit den Unternehmern**

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass – so wie bisher bei Geschäftsstraßenumbauten in Wien gehandhabt – es wichtig ist, Bauzeitpläne und Details der Umgestaltung mit den Unternehmern abzustimmen. Die Baumaßnahmen und Bauabschnitte müssen „verträglich“ gestaltet werden, dass die Betroffenen – dies gilt natürlich auch für die Wohnbevölkerung – möglichst wenige Beeinträchtigungen hinnehmen müssen. Es versteht sich, dass z.B. größere Baumaßnahmen im Advent äußerst negativ für den Umsatz wären.

#### **9.15 Maßnahmen-Mix**

„Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“; dies gilt auch hier. Die dargelegten Maßnahmen müssen auf einander abgestimmt werden.

Es reichen auch nicht einseitige Maßnahmen im öffentlichen Raum, es müssen die Geschäftsleute, die Wohnbevölkerung, die Hausbesitzer etc. einbezogen werden bzw. „mitziehen“. Die Neugestaltung der Mariahilfer Straße durch die Stadt Wien sollte Anlass für alle genannten Gruppen sein, aktiv an der Aufwertung der Geschäftsstraße mit zu arbeiten.

## 10. ZUSAMMENFASSUNG

Die **Ist-Situation** der Mariahilfer Straße lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die innere Mariahilfer Straße inkl. Neubaugasse liegt umsatz- und flächenmäßig zwar hinter der City, die üblicherweise als **eine** Wiener Hauptgeschäftsstraße geführt wird; sie liegt aber umsatz- und flächenmäßig deutlich vor dem „goldenen U“ (Kärntner Straße, Graben und Kohlmarkt) und ist - so gesehen - **die größte Geschäftsstraße Wiens und auch Österreichs**. Die Mariahilfer Straße rangiert mit ihren 180.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche auch weit vor der SCS (rd. 130.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ohne Fachmärkte im Umfeld)
- zur **Einzelhandels-Verkaufsfläche (rd. 180.000 m<sup>2</sup>)** der Geschäftsstraße kommen **rd. 20.000 m<sup>2</sup> im einzelhandelsbegleitenden Angebot (primär Gastronomie)** hinzu
- im Jahr 2011 dürften **knapp € 1,10 Mrd. Einzelhandels-Umsatz** auf der Mariahilfer Straße erreicht werden
- auf der Mariahilfer Straße werden rd.  $\frac{1}{4}$  aller Umsätze der Wiener Hauptgeschäftsstraßen und **rd. 10% des gesamten Wiener Einzelhandelsumsatzes** erzielt
- die Mariahilfer Straße hat seit 1995 ihren **Umsatz nominal um knapp 170% und real um rd. 140% gesteigert**; der Umsatz der Straße ist wesentlich stärker als die Verkaufsfläche (rd. 30% Zuwachs) gestiegen
- dies ist zum einen auf die Ausweitung der Ladenöffnungszeiten aber auch auf die Verdrängung umsatzschwächerer Betriebe durch umsatzstarke Betriebe zurückzuführen, „Kehrseite“ dieser Entwicklung war und ist das sog. **„shake out“**, **die Verdrängung traditioneller Wiener Spezialgeschäfte durch - meist internationale - Ketten**
- die **Geschäftsstraße** Mariahilfer Straße ist ein **wichtiger Arbeitgeber**; in den Geschäftslokalen der Mariahilfer Straße arbeiten **rd. 9.000 Beschäftigte**; **nicht inkludiert hierin sind die Beschäftigten der Büros, der Stiftskaserne und der übrigen Arbeitgeber**
- Alleinstellungsmerkmale der Mariahilfer Straße sind insbes. der **relativ starke Besatz** der Geschäftsstraße in den Bereichen **Möbel/Einrichtung und Elektro/Hausrat/Geschirr** und **die jungen, urbanen KundInnen der Einkaufsstraße**
- die **Mariahilfer Straße** ist eine **„Marke“**; man kennt sie praktisch in ganz Österreich und z.T. auch im Ausland
- die **Passantenfrequenzen der Mariahilfer Straße** sind **stark gestiegen**, derzeit werden am Samstag an der stärksten Zählstelle (Bereich „Gerngross“) rd. 66.000 Passanten erreicht
- rd. 90% der PassantInnen kommen mit dem ÖV (64,9%), zu Fuß (23,3%) oder mit dem Rad (2,6%) auf die Mariahilfer Straße (Werte aus 2008); **die Mariahilfer Straße ist im Gegensatz zu Shopping Centers am Rande der Stadt umweltfreundlich**

- von der kulturellen Diversität her ist anzumerken, dass unter den KundInnen **etwa 5 - 10% TouristInnen** sein dürften und dass
- **WienerInnen mit Migrationshintergrund auf der Einkaufsstraße unterrepräsentiert sind**, diese suchen eher die Lugner-City auf
- die Mariahilfer Straße profitierte und kann auch in Zukunft vom **Bevölkerungswachstum** des Naheinzugsbereichs (also des 6. und 7. Bezirks) **profitieren**, ebensowächst die Bevölkerung der Ferneinzugsbereiche (insbes. restliches Wien, NÖ und Burgenland)
- die **Nachfrage nach zusätzlichen Einzelhandelsflächen** auf der Mariahilfer Straße ist nach wie vor gegeben; sie ist ein **vom Einzelhandel und der Gastronomie hoch eingeschätzter Standort**
- die **Aufenthaltsqualität der Mariahilfer Straße ist relativ gering**; es fehlen sowohl Ruhezeiten als auch „hot spots“; gerade aber die Abfolge, der Wechsel zwischen (anregenden) hot spots und (entschleunigenden) Ruhezeiten ist ein Qualitätsmerkmal einer attraktiven Geschäftsstraße mit Verweilqualität

Somit ist in **Zukunft ein weiteres beachtliches Wachstum der Geschäftsstraße möglich und sehr wahrscheinlich**, wenn mehr Platz für Fußgänger geschaffen wird und die Straße modernisiert wird.

Das **Wachstum der Mariahilfer Straße ist stadtplanerisch sinnvoll**, weil sie

- mittels ÖV hervorragend erschlossen ist und damit ein Gegenpol zum Einkauf per PKW in nicht integrierten Einkaufszentren ist
- ein sehr gutes Angebot - genremäßig und auch räumlich gesehen - zwischen Innenstadt und Lugner-City bietet
- Kaufkraftabflüsse aus Wien vermindert und
- zusätzliche Arbeitsplätze im dicht bebauten, hervorragend erschlossenen Raum bietet.

Bei der **Umgestaltung sind aus der Sicht der Geschäftsstraßenfunktion folgende Maßnahmen** hervorzuheben:

- es sind Verkehrslösungen vorzuziehen, die das Netz für **den PKW-Verkehr nur wenig und „sanft“ einschränken**. Für den Zwei-Rad-Verkehr, insbes. den schnelleren **Radverkehr**, müssen bessere **Lösungen** gefunden werden. Im mittleren Teil der Mariahilfer Straße, etwa zwischen Stiftgasse und Zieglergasse, erscheinen somit aus der Sicht der Geschäftsstraßenfunktion **shared space-Lösungen sehr überlegenswert**
- Verbreiterung der **effektiv** nutzbaren Fußgängerflächen
- **„innovative“ architektonische Gestaltung**; die Mariahilfer Straße „verlangt“ innovative“, moderne Lösungen; u.a. sollten Überlegungen angestellt werden, wo und inwieweit Teile des Verkehrs unter die Erde verlagert werden können

- Realisierung eines neuen innovativen **Beleuchtungskonzepts**
- Schaffung von **zusätzlichem urbanem Raum wie Verweil- und Ruhezeiten** für „konsumfreie“ Nutzungen in der Form
  - **innovativ** gestalteter (**vieler**) **kleiner Ruhezeiten** mit ein oder mehreren Gruppen von Sitzgelegenheiten im Abstand von etwa 100 Meter **und / oder**
  - **Schaffung größerer Ruhezeiten** im bisherigen Straßenbereich oder in Sackgassen, Durchgängen und Innenhöfen, evtl. Ruhezeiten auf einer zweiten, höheren, zu schaffenden Ebene
- Erstellung eines **Bewirtschaftungsplanes**
- Reduktion des Parkplatz-Suchverkehrs und Kompensation entfallender Kurzparkplätze, u.a. durch **die stärkere Inanspruchnahme der zahlreichen Parkgaragen** im Bereich der Mariahilfer Straße
- **Info-Points**; in Absprache mit der A1 evtl. partiell in jetzigen Telefonzellen, zukunftsbezogen sind weiters **apps** zu entwickeln
- **attraktive Gestaltung der Übergänge** („Portale“) von der Mariahilfer Straße in die Neubaugasse und in die anderen Seitengassen
- **Verbesserungen hinsichtlich öffentlicher WC's**; bessere Hinweis-Schilder zu den bestehenden WC's in U-Bahn-Stationen, dem MQ und dem Westbahnhof
- begleitendes **PR- und Marketing-Konzept während und nach der Umgestaltung**
- **Abstimmung der Bauzeitpläne mit den Unternehmern**

Die dargelegten Maßnahmen müssen auf einander abgestimmt werden.

Weiters müssen - wie es dzt. schon geschieht - die Geschäftsleute, Hausbesitzer und die Wohnbevölkerung einbezogen werden.

In diesem Sinne wurden bei den „**Dialog-Veranstaltungen Mariahilfer Straße**“ die wesentlichen Ergebnisse der gegenständlichen Geschäftsstraßenanalyse, der Sozialraumanalyse, der Verkehrsstudie und der Lieferverkehrs-Analyse zur Mariahilfer Straße an drei Tagen im November 2011 präsentiert. Es ergaben sich hierbei keine wesentlichen neuen Aspekte.

Die Neugestaltung der Mariahilfer Straße durch die Stadt Wien sollte Anlass für alle genannten Gruppen sein, aktiv an der Aufwertung der Geschäftsstraße mit zu arbeiten.

Dr. F. Stöferle  
Dozent FH  
Allg. beeideter u. gerichtlich zertifizierter  
Sachverständiger für Betriebswirtschaft

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

|  |    |
|--|----|
| Abbildung 1 Die Geschäftsstraße „Mariahilfer Straße“   | 6  |
| Abbildung 2 Passantenfrequenzen  | 9  |
| Abbildung 3 Tagesganglinien Mariahilfer Straße 36/47 – Werte 2010 (Passanten p.h)              | 11 |
| Abbildung 4 Passantenfrequenzen Mariahilfer Straße – Donnerstag                                | 14 |
| Abbildung 5 Passantenfrequenzen Mariahilfer Straße – Samstag                                   | 14 |
| Abbildung 6 Nominelle Umsatzentwicklung der Mariahilfer Straße 2006-2011                       | 19 |
| Abbildung 7 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung   | 20 |
| Abbildung 8 Attraktivität der Geschäftsstraße - Einkaufsmotive                                 | 21 |
| Abbildung 9 Beabsichtigter Einkauf folgender Warengruppen                                      | 22 |
| Abbildung 10 Wohnbezirke der Passanten aus Wien  | 23 |
| Abbildung 11 Alters- und Berufsstruktur der Passanten der Mariahilfer Straße                   | 25 |
| Abbildung 12 Verkehrsmittelwahl  | 26 |
| Abbildung 13 Frequenzen im hochrangigen ÖV   | 28 |
| Abbildung 14 ÖV-Frequenzen im Bereich Neubaugasse / Mariahilfer Straße                         | 30 |
| Abbildung 15 Die Struktur der Geschäftsstraße  | 36 |
| Abbildung 16 Potenzielle ergänzende Freiräume und Übergänge zu wichtigen Nebengeschäftsstraßen | 60 |

## ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

|       |   |
|-------|---|
| AW    | Auswahlbedarf                                   |
| BK    | Bekleidungsbedarf (Textilien und Schuhe)        |
| BZ    | Bezirkszentrum                                  |
| bzw.  | beziehungsweise                                 |
| DZ    | Donauzentrum                                    |
| EZ    | Einkaufszentrum bzw. Einkaufszentren            |
| EZB   | Einzugsbereich                                  |
| etc.  | et cetera                                       |
| FMZ   | Fachmarktzentrum                                |
| Fuzo  | Fussgeherzone                                   |
| ggst. | gegenständlich                                  |
| GS    | Geschäftsstraße                                 |
| HGS   | Hauptgeschäftsstraße                            |
| HR    | Hausrat (und Elektro, ohne Wohnungseinrichtung) |
| KF    | Kurzfristbedarf                                 |
| Mahi  | Mariahilfer Straße                              |
| MIV   | motorisierter Individualverkehr                 |
| MQ    | Museumsquartier                                 |
| Nfl.  | Nutzfläche                                      |
| NGS   | Nebengeschäftsstraße                            |
| ÖV    | Öffentlicher Verkehr                            |
| SO    | Sonstiger Auswahlbedarf                         |
| Vkfl. | Verkaufsfläche                                  |
| WE    | Wohnungseinrichtung                             |
| WKW   | Wirtschaftskammer Wien                          |

## LITERATURVERZEICHNIS

- ArchitekturstudentInnen der TU Wien, Zukunft Mariahilferstraße; Neue Konzepte für die Umgestaltung der Inneren Mariahilferstraße (MHS) in Wien, Wien 2011
- Auer, K., Behrens, M., .Strafella, F., Stöferle, F., Straßenmarketing Mariahilfer Straße, Studie im Auftrag des Wifi Wien, 1992
- Cima, Kaufkraftstromanalyse Wien 2006, Studie im Auftrag der WKW, 2007
- Dialoge zur Stadtentwicklung – STEP 05: Lebendige Straßen – Einkaufen in Wien, 5., Schössl Lichtspiele, Margaretenstr. 127
- Doubek C, Stöferle F., Fachmarktprojekte aus verkehrlicher und stadtstruktureller Sicht, Stadtprofil 11, Werkstattberichte 12, Hrsg.: Stadtplanung Wien und Wirtschaftskammer Wien, 5/1996
- Doubek C., Kaufmann, A., Steinmann, O., Kaufkraftströmestudie 1990, Wien,1994
- Doubek C., Kaufmann, A., Stöferle F., Kaufkraftstromanalyse Wien 1998, Studie im Auftrag der MA 18 und der Wirtschaftskammer Wien, Wien 1999, Stadtprofil 2, Werkstattberichte 25, Hrsg.: Stadtplanung Wien und Wirtschaftskammer Wien, 1999
- KMU Forschung , S+M - Standort + Markt, Der Wiener Handel 2009, Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien, 2009
- Miko, K., Stadler-Vida, M. , "planen aber sicher", queraum kultur- und sozialforschung, Studie im Auftrage der MA 18, Wien 2011
- RegioPlan; Shopping Center Top 100, Ausgabe 2006, Wien 2006
- S+M - Standort + Markt, Status und Entwicklung der Wiener Hauptgeschäftsstraßen 1986, Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung und Stadtgestaltung, Band 18, MA 18, Wien 1987
- S+M - Standort + Markt, Zentrumsituation im Raum Wien, Stadtprofil 10, Werkstattberichte 11, Hrsg.: Stadtplanung Wien und Wirtschaftskammer Wien, 5/1996
- Steinbach J., Hilger, S., Erneuerungsstrategien für ausgewählte Geschäftszentren, Werkstattberichte Nr. 20, Hrsg.: Stadtplanung Wien und Wirtschaftskammer Wien, 1997;
- Stöferle F., stadmland, Trafico, Zentren an neuen Stationen der U1-Nord - Exemplarische Untersuchung für den Entwicklungsbereich „Brachmühle“ und Erarbeiten von Grundlagen für Zentren an U-Bahn-Stationen im 22. Bezirk, im Auftrage der Stadt Wien - MA 18, Wien 1999
- Stöferle, F., Vorschläge zur Stärkung der Geschäftsstraßenfunktionen der Wiener Geschäftsstraßen am Beispiel der Meidlinger Hauptstraße, im Auftrage der Stadt Wien - MA 18, Wien 2009
- Studer, H. (tilia), Stoik, Ch. (FH Campus), Sozialraumanalyse Meidlinger Hauptstraße, Studie im Auftrag der Stadt Wien- MA 18, Wien, 2011
- Studer, H. (tilia), Stoik, Ch. (FH Campus), Sozialraumanalyse Mariahilfer Straße, Studie im Auftrag der Stadt Wien – MA 18, Wien, 2011
- Verkehrsplanung Käfer, Begegnungszone Shared Space / StraßeFairTeilen, Pilotprojekt Mariahilfer Straße, Studie im Auftrag der Wiener Umweltweltschutz und MA 18, Wien 2009
- Verkehrsplanung Käfer, Lieferverkehrs-Analyse Mariahilfer Straße, Studie im Auftrag der WKW, Wien 2011
- Wiener Institut für Standortberatung (WIST): Kaufkraftströme – Die Wiener Geschäftsstrassen, Struktur und Einzugsbereiche, Studie im Auftrag der Stadt Wien und der Handelskammer Wien, 1970, Bd. 4 der WIST-Schriftenreihe
- WKW: Passantenbefragung 2008
- WKW: Passantenzählungen der Jahre 1994 – 2010