



NAFES

Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft
zur Förderung des Einkaufs in
Stadt- und Ortszentren

Ausgabe 39 06/2025



Einkaufen im Zentrum: Das muss sich lohnen!

Wenn wir für etwas Zeit und Geld investieren, dann muss sich das lohnen und einen Mehrwert bringen. Wie oder wodurch kann sich also ein Einkauf im Ortszentrum lohnen?

Das Einkaufen im Zentrum lohnt sich für die Kundinnen und Kunden bekanntlich nur dann, wenn irgendetwas „besser“ ist als bei den beiden anderen zur Verfügung stehenden Optionen – bei den peripheren Shoppingcentern und vor allem im Online-Einkauf. „Besser“ kann in diesem Zusammenhang vieles bedeuten: mehr Nähe, bessere Kombinationsmöglichkeiten mit anderen Besorgungen, mehr Überraschungen, mehr Emotion, mehr soziale Kontakte etc. Die Aufgabe für die Ortszentren ist somit klar definiert: genau diese Einkaufsgründe zu schaffen, zu erhalten und zu fördern. Es reicht allerdings nicht, dass sich das Einkaufen im Zentrum für die Kundschaft lohnt – es muss sich auch für den Einzelhändler lohnen!

Fortsetzung Seite 2



Johanna Mikl-Leitner
Landeshauptfrau

NAFES LOHNT SICH JEDENFALLS!

In unserer Zeit messen wir unseren Einsatz für eine Tätigkeit meist daran, in welchem Ausmaß er sich für uns lohnt. Dies verweist auf einen effizienten Umgang mit persönlicher Zeit und Energie. Es ist aber auch ein Zeichen dafür, wie sehr wir uns an der Wirtschaft orientieren, die natürlich gewinnbringend und rentabel arbeiten muss. Wir in Niederösterreich haben als Land der Freiwilligen gelernt, dass Rentabilität nicht nur zählbaren Gewinn bedeutet, sondern dass sich Einsatz in vielerlei Hinsicht lohnen kann. Wenn wir unsere Orts- und Stadtzentren aus diesem Blickwinkel heraus als Standorte für Handel, Gastronomie und Dienstleistung wahrnehmen und ihre Standortqualitäten neu und positiv bewerten lernen – als Orte des Miteinanders, der Solidarität oder gemeinsamer Aktivitäten, die einen Einkauf im Zentrum zum Erlebnis machen können – ist auch unsere Unterstützung durch die NAFES gut angelegt. Dann können wir aus voller Überzeugung sagen „NAFES lohnt sich – für alle Beteiligten!“



Wolfgang Ecker
Präsident der Wirtschaftskammer NÖ

EINKAUFEN ALS VIELSEITIGE AUFGABE MIT MEHRWERT.

Multitasking bedeutet, mehrere Dinge gleichzeitig tun zu können. Das ist oft anstrengend und braucht gute Planung. Trotzdem erwarten wir das in vielen Lebensbereichen. Der Einkauf ist dabei keine Ausnahme, denn Einkaufen heißt heute nicht mehr nur, Dinge zu besorgen. Es soll ein Erlebnis mit gutem Ambiente sein; bequem, angenehm und am besten verbunden mit Gastronomie, Freizeitangeboten und Dienstleistungen.

Damit sich Menschen gerne ins Stadt- oder Ortszentrum begeben und dieses beleben, braucht es also einiges: gepflegte und einladende Plätze, ein gutes Zusammenspiel verschiedener Branchen und einen Handel, der flexibel ist. Händlerinnen und Händler sollen kreativ sein, viele Ideen haben und persönlich auf ihre Kundschaft eingehen. So wird der Einkauf zu einer lohnenden Sache – für alle Beteiligten.



„ES WIRD SICH LOHNEN!“ – MIT OBJEKTIVEM BLICK, KREATIVITÄT UND AKTIVER KOMMUNIKATION ZUM ERFOLG!

„GEWINN ERWIRTSCHAFTEN“ – KRITERIUM FÜR ERFOLG UND MISSERFOLG.

Nachhaltig kann ein Handelsunternehmen nur funktionieren, wenn es Gewinne erwirtschaftet. Die Wünsche und Hoffnungen der Bevölkerung und Stadtverwaltungen in Bezug auf Nahversorgung sind dabei nicht ausschlaggebend. Das Erzielen von Gewinnen in den Stadtkernen wird allerdings immer schwieriger: 25% des gesamten Einzelhandelsvolumens fließen bereits seit Langem in die Peripherie, und bei innenstadt-relevanten Sortimenten hat der Onlinehandel ebenfalls schon fast denselben Anteil erreicht. Die logische Folge ist, dass die notwendigen Quadratmeterumsätze nicht mehr erzielt werden können und die Geschäftsfläche entweder verkleinert oder aufgegeben werden muss.

„FLÄCHE MAL BEVÖLKERUNG“ – KLARES RECHENMODELL ZUR RENTABILITÄT.

Ob sich eine Handelsfläche, ein Gastronomiebetrieb oder eine Dienstleistung aus Unternehmenssicht rechnet oder nicht, lässt sich relativ einfach ermitteln, wie ein (sehr vereinfachtes) Beispiel zeigt: Eine Person gibt pro Jahr ca. €3.200,- für Lebensmittel aus. Der durchschnittliche Quadratmeterumsatz im Lebensmittelhandel beträgt €7.600,- pro Jahr. Das bedeutet, dass ein durchschnittlich großer Haushalt etwa den Umsatz für 1m² Verkaufsfläche im Lebensmittelhandel generiert. Da ein Lebensmittelgeschäft jedoch mindestens 500m² Verkaufsfläche benötigt, um profitabel zu sein, ergibt sich ein rechnerisches Bevölkerungspotential von mindestens 1200 Einwohnerinnen bzw. Einwohnern im Einzugsgebiet – in der Realität ist dieser Wert sogar höher, denn man kauft ja auch bei anderen Geschäften ein. Befinden sich weniger Personen im Einzugsgebiet, wird es zu keiner Ansiedlung kommen, und bestehende Betriebe werden Schwierigkeiten haben. Diese Berechnung lässt sich auf alle innerstädtischen Nutzungen mit direktem Kundenkontakt übertragen.

Sehr grobe Richtwerte für die minimale Bevölkerungszahl (EW) im Einzugsgebiet von Handel, Gastronomie oder Dienstleistung sind beispielsweise*:

Supermarkt	ca. 1500 EW
Drogeriemarkt	ca. 3800 EW
Bekleidungsgeschäft	ca. 5000 EW
Schuhgeschäft	ca. 5800 EW
Pizzeria	ca. 2700 EW
Restaurant	ca. 3500 EW
Praktischer Arzt	ca. 1600 EW
Zahnarzt	ca. 5300 EW

*) Anmerkung: Die Angaben können nach Standort und kleinräumiger Lage stark schwanken.



© Benedikt Weiss

„FLEXIBLE MODELLE UND SORTIMENTE“ – MIT KREATIVITÄT ZUR KOSTENREDUKTION.

Fast alle Expansionsabteilungen filialisierter Handels- und Gastronomieunternehmen führen ähnliche Berechnungen durch und entscheiden auf dieser Basis, ob ein Standort eröffnet oder geschlossen wird. Falls sich eine Nutzung – etwa für den letzten Nahversorger – nicht oder nicht mehr rentiert, weil zu wenig Potential vorhanden ist, sind Kostenreduktion und damit Kreativität gefragt wie beispielsweise:

- Verkürzung der Öffnungszeiten
- hybride Geschäftsmodelle (zeitweise ohne Personal)
- Mietkostenunterstützung
- Vereinsgründungen
- Aufnahme zusätzlicher Sortimente und Dienstleistungen

„OBJEKTIVE BETRACHTUNG“ – VORAUSSCHAUENDE ÜBERLEGUNGEN WAGEN.

Ob ein Handelsgeschäft oder ein Gastronomiebetrieb ausreichende Erträge erwirtschaften kann, zeigt sich meist schon Jahre im Voraus an Kriterien wie etwa:

- fehlenden Erneuerungsmaßnahmen
- veralteten Betriebstypen
- Überalterung der Kundschaft
- fehlender Nachfolger bzw. fehlende Nachfolgerin bei der anstehenden Betriebsübergabe

Das ist nicht nur dann problematisch, wenn es sich um das letzte Geschäft oder Wirtshaus im Ort handelt – auch in größeren Ortszentren sind Leerstände ein deutliches Zeichen für strukturelle Schwierigkeiten.

„AKTIVE KOMMUNIKATION“ – MITEINANDER LÖSUNGEN FINDEN.

Um diesen Schwierigkeiten vorzubeugen, sind Gemeinden und Städte aufgerufen, die „Opferrolle“ hinter sich zu lassen und stattdessen so frühzeitig wie möglich aktiv einzugreifen. Wenn sich irgendwo derartige Probleme abzeichnen, sollte als allererste Maßnahme seitens der Kommunalverwaltung oder des Stadtmarketings umgehend Kontakt mit dem Hauseigentümer bzw. der Hauseigentümerin aufgenommen werden – nach dem Motto: „Wir haben ein Problem – lösen wir es gemeinsam!“ So ergeben sich oft viele Lösungen abseits von bloßen Finanzausschüssen. Wichtig sind jedoch die Kontaktaufnahme und der Austausch zwischen Vermieter, Mieter und Stadtverwaltung. Man muss miteinander reden – am besten persönlich. Oft lassen sich so Lösungen finden, die für alle von Nutzen sind: für die Kundinnen und Kunden, für die Stadt und für den Vermieter bzw. die Vermieterin, denn wie sagt ein altes Sprichwort: „Durch's Reden kommen d'Leut z'samm!“

Kontakt & Information:

DI Wolfgang Richter
RegioPlan Consulting GmbH
T 01/586 04 53
w.richter@regiodata.eu
www.regioplan.eu



„MEINE GESCHÄFTSIDEE“: GRÜNDERWETTBEWERB IN KREMS.

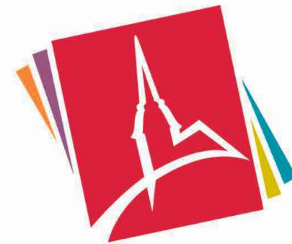
Das Stadtmarketing Krems führte im Frühsommer 2025 erstmalig einen Start up-Wettbewerb für innovative Geschäftsgründungen in der Kremser Altstadt durch.

Im Fokus des Wettbewerbs stehen Gründungen im Bereich der Unteren Landstraße, die derzeit zu einer hochwertigen Begegnungszone umgebaut wird. Hier gibt es attraktive Geschäftsflächen, die auf neue Ideen innovativer Gründerinnen bzw. Gründer warten. Die Stadt Krems, das Kremser Stadtmarketing und zahlreiche Partnerinnen bzw. Partner stellen für einen erfolgreichen Start wertvolle Preise zur Verfügung: Neben einer Startförderung von 6.000,- Euro, etwaigen Mitarbeiter- und Standortförderungen oder vergünstigten Mieten gibt es für die Gewinnerinnen und Gewinner auch Unterstützung durch eine Steuerberatung, eine Werbeagentur und einen IT-Dienstleister. Die Einreichfrist endete Mitte Juni, nun werden alle Geschäftsideen von einer Jury bewertet und davon bis zu sechs Projekte ausgezeichnet.



WIR HAINFELDER: ERFOLGREICHES STADTMARKETING STÄRKT EINKAUFSTADT.

Trotz der Konkurrenz im Internet konnte der Leerstand im Stadtzentrum von Hainfeld bisher recht gut in Schach gehalten werden. Einen gewichtigen Beitrag dazu leistet der 2001 gegründete Stadtmarketingverein „Wir Hainfelder“, bei dem die meisten gewerblichen Betriebe der Stadt Mitglied sind. So hat sich die Stadtgemeinde Hainfeld mit rund 4000 Einwohnerinnen bzw. Einwohnern im Laufe der Jahre als „DIE“



Hainfeld.
„Wir Hainfelder“



Einkaufsstadt im Bezirk Lilienfeld etabliert. Der Wirtschaftsverein unterstützt durch gemeinsames Marketing, Bonusaktionen (Papier-Tragtaschen, Hainfeld-Card, Hainfelder Münze) und Veranstaltungen. Mit der Vereinszeitung „Hainfelder“, Website und Facebook informiert er über das Stadtleben. Events wie Märkte, Einkaufsnächte, Faschingsumzug oder Yogawochen fördern die



Hainfeld.
„Wir Hainfelder“

regionale Wirtschaft und locken Besucherinnen wie Besucher an. Dabei wird auf Nachhaltigkeit und soziales Engagement geachtet. Der Verein finanziert sich über Mitgliedsbeiträge, Veranstaltungseinnahmen und Unterstützung der Stadt, auch Einzelpersonen können sich einbringen. Manche Projekte werden eingestellt, Neues wird ausprobiert – Mut zur Veränderung trägt ebenso wesentlich zum Erfolg bei, wie der ehrenamtliche Einsatz aller, besonders des Vorstands.



HYBRID-MARKT:

NAHVERSORGUNG IN MARKGRAFNEUSIEDL GESICHERT.



© Oliver Klein

KommR Julius Kiennast sen., Bürgermeister Wolfgang Seidl, Kauffrau Enida Smajic, Julius Kiennast, Wolfgang Fuchs (NAFES) (v.l.n.r.)

Nachdem in der Marktgemeinde Markgrafneusiedl (Bezirk Gänserndorf) bereits 2010 mit finanzieller Unterstützung durch die Gemeinde und die NAFES ein Nahversorgerstandort ins Leben gerufen worden war, wurde dieser Standort nun – wiederum mit Hilfe von Gemeinde und NAFES – zu einem sogenannten Hybrid-Markt aufgewertet.

Hybrid-Märkte sind Lebensmittelgeschäfte, die zu Kernzeiten mit Personal geführt werden, zu Randzeiten jedoch „nur“ in Selbstbedienung sowie mit Self-Checkout-Kasse für einen Einkauf geöffnet sind. Ein wichtiger Bestandteil ist die Kaffee-Ecke, die für die Bevölkerung von Markgrafneusiedl schon seit vielen Jahren ein beliebter Treffpunkt und Ort der Kommunikation ist. Zusätzlich wurden von der Gemeinde vor dem Geschäft öffentliche Sitzmöglichkeiten bereitgestellt, die nicht nur der Bevölkerung, sondern auch den Radtouristinnen und -touristen am Marchfeldkanal eine Verweilmöglichkeit bieten sollen.

JETZT: Online-Antragstellung auf www.nafes.at!



Impressum • Für den Inhalt verantwortlich:

Amt der NÖ Landesregierung
Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten
Wirtschaftskammer Niederösterreich – Sparte Handel

Gestaltung: www.horvath.co.at

Fotos: NAFES, shutterstock

Druck: Amt der NÖ Landesregierung, Amtsdruckerei

Kontakt:

NIEDERÖSTERREICHISCHE ARBEITSGEMEINSCHAFT ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFES IN STADT- UND ORTSZENTREN

DI Alexandra Schlichting, MA
Geschäftsführerin der NAFES
Abteilung Raumordnung und
Gesamtverkehrsangelegenheiten
Landhausplatz 1, 3109 St. Pölten
T +43(0)2742/9005-14902

alexandra.schlichting@noel.gv.at

Mag. Wolfgang Fuchs
Referent
Sparte Handel
Wirtschaftskammer-Platz 1
3100 St. Pölten

T +43(0)2742/851-19310
F +43(0)2742/851-19319

nafes@wknoe.at