

Marktpotenzial und Chancen

für die
Döblinger
Hauptstraße



Marktpotenzial und Chancen für die Döblinger Hauptstraße, 1190 Wien

Die vorliegende Broschüre ist Bestandteil einer von der Wirtschaftskammer Wien beauftragten und der RegioPlan Consulting GmbH erstellten Studie über die Wettbewerbsfähigkeit ausgewählter Geschäftsstraßen Wiens.

Die Wirtschaftskammer Wien stellt bestehenden Unternehmen sowie Gründungswilligen bereits Informationen zu PassantInnenfrequenzen, Erdgeschoßzonennutzungen bzw. freien Lokalen zur Verfügung. Nun sollte erhoben werden, welche Zielgruppen, die für Betriebe interessant sind, sich an den Standorten aufhalten und was sie brauchen. So kann man Schlüsse ziehen, welches Angebot nachgefragt wird, was Ihnen fehlt und welche Anforderungen erfüllt sein müssen. Die Umgebung einzelner Viertel wurde analysiert, Einzugsgebiete definiert, Marktpotenziale berechnet und abschließend konkrete Maßnahmen abgeleitet.

Ziele sind die Steigerung des Aufkommens und der Zufriedenheit von PassantInnen durch die Erhöhung des Angebots und der Aufenthaltsqualität in den Geschäftsstraßen. In weiterer Folge soll sich etwaiger Leerstand reduzieren.

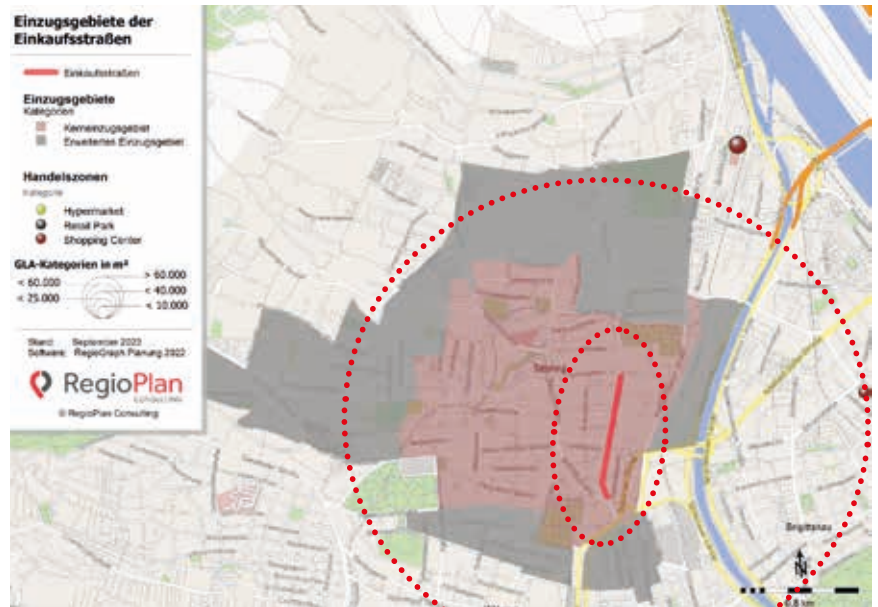
Nahversorgung ist ein wichtiger Teil unserer Lebensqualität

Die Vielfalt der Stadt kommt in der Marke „meinkaufstadt.wien“ am besten zur Geltung. Sie positioniert Wiens Geschäftsviertel, legt Schwerpunkte auf das regionale Einkaufen, auf Nachhaltigkeit durch kurze Lieferwege, auf die Veranstaltungen und vieles mehr.

Einzugsgebiet und Zielgruppen

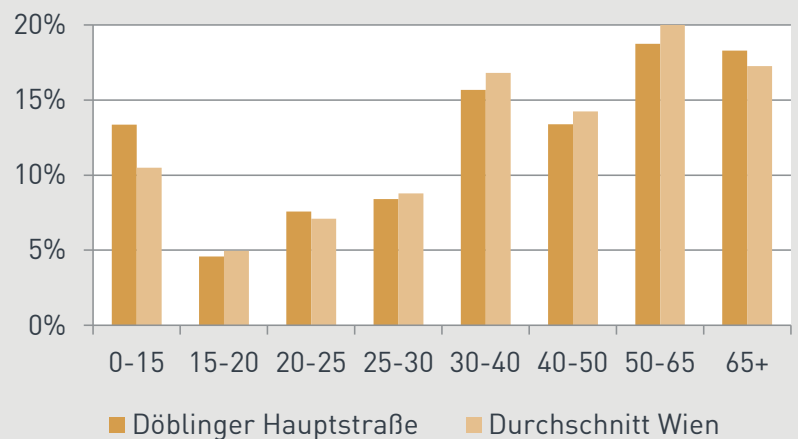
Das Einzugsgebiet der Döblinger Hauptstraße ist durch den Donaukanal, den Gürtel sowie weitere Handelszonen in der Umgebung beschränkt und kann daher nicht den gesamten 19. Bezirk abdecken. Zusätzlich zu den 56.000 EinwohnerInnen, gibt es rund 10.000 Beschäftigte im Einzugsgebiet (EZG).

Kern-EZG	26.000 EW
erweit. EZG	30.000 EW
Gesamt	56.000 EW

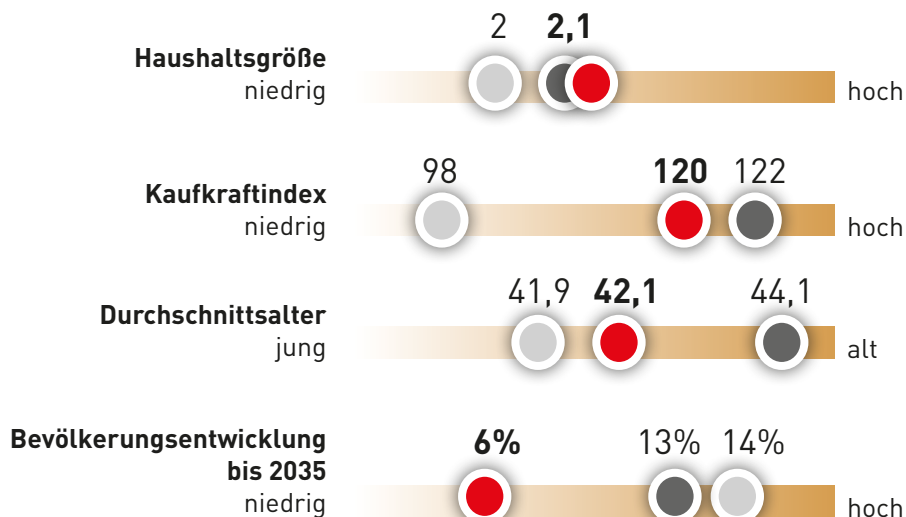


Altersstruktur

Im Vergleich zu Wien sind einerseits die 0-15 Jährigen sowie andererseits Personen 65+ überrepräsentiert. Mit 41,8% hat Döbling eine der höchsten Akademikerquoten.



Datenquelle: RegioData Research GmbH



Aktuelles

Sanierung Studentenwohnheim Home 4 Students mit über 100 Plätzen

Döblinger Hauptstraße für neue Mieter und Konzepte attraktiv wie Berliner Babo oder mama konstantina.

Marktanalyse

Datenquelle: RegioData Research GmbH

Aktivitäten und Mobilitätsverhalten

Die typischen Personen im Einzugsgebiet sind etwas älter, gebildet, mit überdurchschnittlicher Kaufkraft und sind gut situiert und legen Wert auf Ordnung und Ästhetik; die Personen haben Zeit auf der Straße zu Flanieren und sich dort länger aufzuhalten. Zentrale Aktivitäten der Zielgruppen:



Nahversorgung, schnelle Erledigungen

Personen kaufen zielgerichtet bei einem der Bäcker oder Supermärkte ein. Es findet sonst kein langer Aufenthalt auf der Straße statt und keine weitere Konsumation. Betrifft alle Altersgruppen.



Spezialisierte Händler & Flanieren

Vorwiegend älteres kaufkräftiges Publikum, zielgerichtetes Einkaufen bei einem der spezialisierten Händler (Schmuck, Uhren, etc.). Personen sind leicht durch weiteres Angebot auf der Straße zu halten, beispielsweise für einen Aufenthalt in einem Café.



Essen gehen am Abend

Es gibt mehrere Lokale an der Straße, Personen gehen vor oder nach dem Essen noch entlang der Straße spazieren. (Geschäfte aber abends teilweise geschlossen). Altersgruppe aber vorwiegend ältere Personen, bedingt durch die Qualität und Preisklasse der Restaurants.



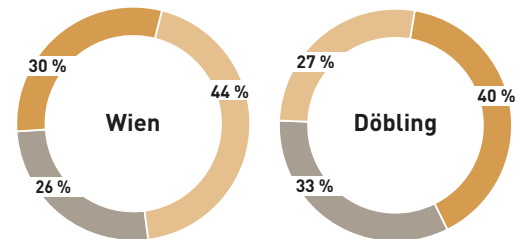
ÖV-Pendler

Der Pendler möchte zur Straßen- oder U-Bahn, hat wenig Zeit und trifft nur schnelle bis keine Erledigungen vor Ort. Betrifft alle Altersgruppen. Pendler sind schwierig durch Handelsangebote abzufangen, sondern eher empfänglich für To-Go Gastronomie.

Die **PKW-Dichte** in Döbling liegt bei 42 PKW/100 EW, also über dem Wiener Durchschnitt von 37 PKW.

- Hoher Anteil an PKW Kunden, da Straße ohne Einschränkungen erreichbar.
- Döblinger Hauptstraße durch Straßenbahn und U-Bahn gut an ÖV angeschlossen
- kein separater Radweg, Engstellen auf dem Gehsteig

Döbling mit älterem Publikum mit höherer Kaufkraft eher autoaffin, jedoch zieht die Döblinger Hauptstraße durch die Nähe zum Gürtel und Straßenbahn Erschließung auch andere Zielgruppen an.



■ MIV= Motorisierter Individualverkehr
 ■ NMIV = Nichtmotorisierter Individualverkehr
 ■ ÖV = Öffentlicher Verkehr

SWOT-Analyse

- **ÖV Pendler Achse** und Nähe zu U-Bahn und Straßenbahn
- **hohe Kaufkraft im Bezirk**
- gute Bausubstanz und gepflegte Geschäftslokale
- interessant für Investitionen
- **kompakter** Straßenabschnitt
- hohe **Qualität** der bestehenden Geschäftslokale (Schmuck, Gastronomie, Boutique, Pflege/Kosmetik etc.)
- guter Ruf des Bezirkes

Stärken

- **breiter Straßenquerschnitt** (inkl Straßenbahn), daher wenig Relation zwischen zwei Seiten, auch nicht als Fuß- oder Radwegzone gestaltbar
- viel **Verkehr (MIV)**
- nicht als Zentrum im Bezirk wahrgenommen, eher als **Transitstraße**
- ladet nur abschnittsweise zum Flanieren ein
- **Konkurrenz** durch andere Handelszonen
- Lage in einem **Auspendlerbezirk**
- **wenig Platz** für erweiterte Gehsteige, Schanigärten etc.

Schwächen

Chancen

- **neue Konzepte/medial wirksame Mieter** steigern Interesse an Döblinger Hauptstraße
- Leerstands **Umnutzungen**
- **Studentenwohnheim** zur zusätzlichen Belebung (und sozialen Durchmischung)
- Fokus auf **Nahversorgungsfunktion** und **Gastronomie** bleibt auch künftig in der Nachfrage stabil

Risiken

- **Absiedlung** durch zu teure Mietkosten
- **Q19** als Bezirkszentrum gewinnt durch filialisierte, große Mieter an Bedeutung
- sollte PKW-Verkehr nicht zurückgehen, **eingeschränkte Aufenthaltsqualität** im Vergleich zu anderen Zonen
- wenig zukunftssträchtige **Freizeitnutzungen**
- eher **hohes Durchschnittsalter** kann zu Bevölkerungsabnahme führen, wenn keine entsprechenden Angebote geschaffen werden

Wirtschaftliche Aspekte und Potenziale

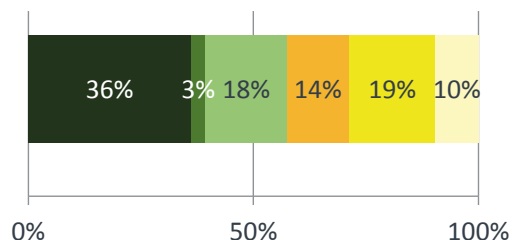
Einkaufsstraßen und Handelszonen in Österreich weisen je nach Reichweite und Typ jeweils typische Nutzungsmixe auf, die mit der vorliegenden Zone verglichen werden.

Die Döblinger Hauptstraße hat laut Typologie RegioPlan die Funktion der **Nahversorgung mit hohem Anteil von 36% für Kurzfristbedarf und geringerem Angebot** im mittel- und langfristigen Bedarf. Im Vergleich mit dem idealtypischen Nutzungsmix ist Dienstleistung und Gastronomie überdurchschnittlich stark vertreten, passend zur erhöhten Kaufkraft in Döbling. Kurzfristbedarf und Bekleidung sind noch ausbaufähig.

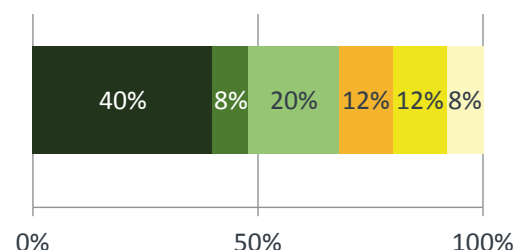
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Freizeiteinrichtung
- Kurzfristbedarf
- Bekleidung
- Mittelfristiger Bedarf

*Hinweis: Kurzfristbedarf (Lebensmittel + Drogerie), Mittelfristiger Bedarf (Wohnungseinrichtung, Hausrat & Elektronik, Sonstiger Auswahlbedarf), Dienstleistung (z.B. Friseur, Kosmetik), Freizeit (z.B. Fitness, Vereine)

Nutzungsmix Döblinger Hauptstraße



Nutzungsmix Typ Nahversorgung



Datenquelle: bestehender Nutzungsmix: S+M Beratungsges.m.b.H

Marktpotenzial

Marktpotenziale je Branche in Mio € pro Jahr, abzgl. Onlineausgaben	Kerneinzugsgebiet	Erweitertes Einzugsgebiet	Summe
Kurzfristbedarf	106,9	126,6	233,5
Bekleidung	27,5	32,5	60
Wohnungseinrichtung	12,9	15,3	28,2
Hausrat & Elektronik	22,3	26,4	48,7
Sonstiges	22,4	26,5	48,9
Gastronomie	52,4	62,1	114,5
Summe	244,4	289,4	533,8
Weitere relevante Branchen für die Sockelzone			
Friseur, Kosmetikinstitute	9,4	11,2	20,6
Freizeit- und Kulturdienstleistungen	31,6	37,5	69,1
Summe	41,0	48,7	89,7

Das **Marktpotenzial** zeigt die in einem Gebiet insgesamt potenziell abschöpfbare Summe an Ausgaben in einer bestimmten Branche. Es wird berechnet durch die Konsumausgaben je Branche und die Einwohnerzahl im Gebiet und gewichtet mit dem Kaufkraftindex.

Im Einzugsgebiet der **Döblinger Hauptstraße** liegt ein Potenzial für Handel und Gastronomie von **533,8 Mio. €** vor und weitere 89,7 Mio. € für weitere relevante handelsnahe Branchen. Dabei zeigt sich der Kurzfristbedarf und die Gastronomie mit dem höchsten Potenzial.

Datenquelle: RegioData Research GmbH

Potenzialausschöpfung

Branche	Abschöpfung des stationären Marktpotenzials	für Einkaufsstrassen-Typ üblich?
Kurzfristbedarf	€€€€€	✗
Bekleidung	€€€€€	~
Wohnungseinrichtung	€€€€€	✓
Hausrat & Elektronik	€€€€€	✓
Sonstiges	€€€€€	✓
Gastronomie	€€€€€	~

Die Abschöpfung entspricht der Typologie der Döblinger Hauptstraße (Nahversorgung). Eine Herausforderung sind weitere Nahversorgungszonen und alternative Angebote als Konkurrenten im Einzugsgebiet sowie ein Kaufkraftabfluss in die umliegenden Bezirke.

Branchen mit Handlungsbedarf (dunkel/hell zeigt Hierarchie der Empfehlung)

Kurzfristbedarf	Fokus verändern / Nische	konzentriertes Angebot	mehr Angebot/ Vielfalt
Bekleidung	Fokus verändern / Nische	mehr Angebot/ Vielfalt	
Gastronomie	mehr Angebot/ Vielfalt	Fokus verändern / Nische	

Empfehlungen für die **Verbesserung der Abschöpfung** in den noch nicht voll ausgeschöpften Branchen.

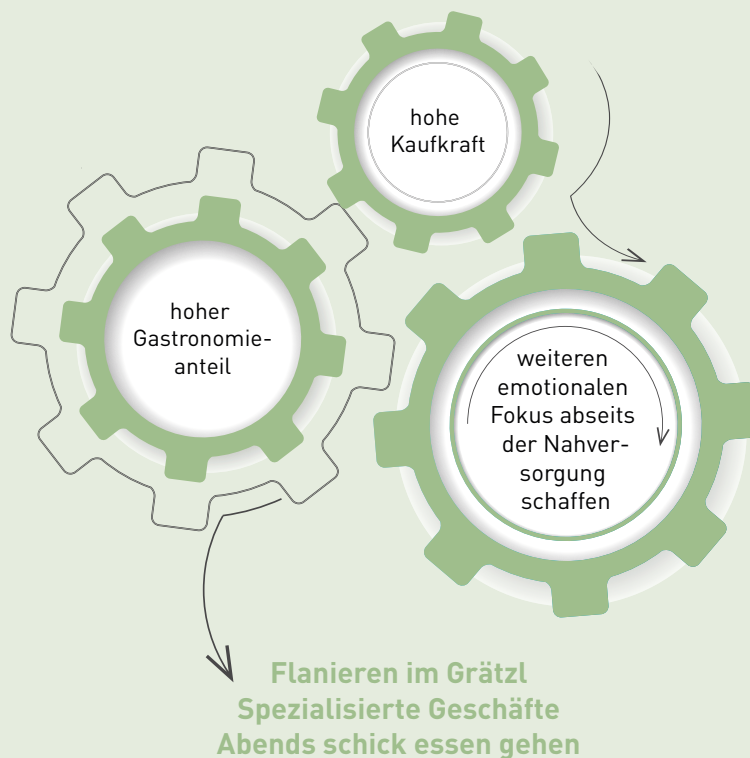
Handlungsfelder

Branche	Abschöpfung zukünftig	Flächenpotenzial	Betriebstypen
Kurzfristbedarf	€€€€€	250 m²	Unverpackt, Greissler, Delikatessen
Gastronomie	€€€€€	350 m²	2-3 Lokale (Imbiss, Restaurant, Bowl/Burrito, Eis/Café)
Bekleidung	€€€€€	300 m²	Boutique, Second-Hand / Vintage, Design / Print

Branche	Anzahl aktuell	Potenzial	Beispiele für Nutzungen
Dienstleistungen	36 Angebote	-	Anteil Dienstleistungen im Mix sehr hoch
Kultur & Soziales	-	1-2 Angebote	Tageszentrum, Beratungsstelle, Galerie,
Freizeit	2 Angebote	1-2 Angebote	Sport Studio, Yoga, Vereinslokal, Kampfsport

Um die Rolle als Nahversorger zu stärken ist eine höhere Abschöpfung im Bereich Kurzfristbedarf möglich, die beispielsweise durch ein „unverpackt“ oder Greissler Konzept erreicht werden kann. Weiters kann das den Handel ergänzende Angebot durch 1-2 Nutzungen im Bereich Kultur & Soziales sowie Freizeit erweitert werden. Zusätzliche Angebote im Bereich Bekleidung und Gastronomie unterstützen die Besonderheiten der Straße. (siehe nächste Graphik)

Maßnahmen für Verbesserung der Einkaufsstraße



Besonderheiten & Chancen

Die Döblinger Hauptstraße kann sich durch ein Angebot an hochrangiger Gastronomie und spezialisierten Geschäften profilieren und hebt sich damit von einer reinen Einkaufsstraße für Nahversorgung ab. Es können mehrere Zielgruppen, über die Bevölkerung im Einzugsgebiet hinaus, angesprochen werden.

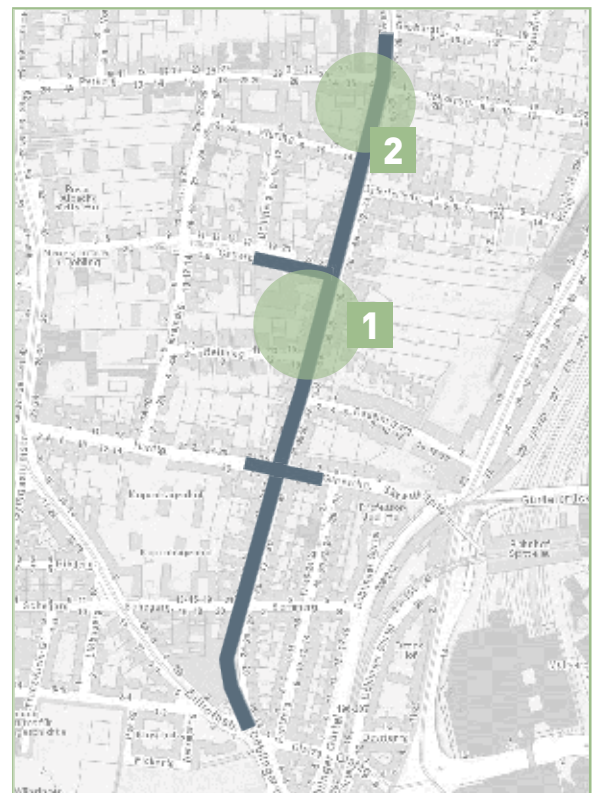
Subzentren

Die Maßnahmen konzentrieren sich primär auf die Subzentren der Straße. So werden Passantenfrequenzen gebündelt und Agglomerationen verstärkt, um dort Leerstände priorisiert zu füllen. Durch die Stärkung der Subzentren mit höchster Angebotsdichte und Passantenfrequenz entsteht eine allgemein höher wahrgenommene Attraktivität des gesamten Straßenzuges.

Subzentren auf der Döblinger Hauptstraße:

1.: Kreuzung Döblinger Hauptstraße – Gatterburggasse: viele kleinteilige Händler, vielfältiges Angebot (Bekleidung, Geschenke/ Basteln, Dienstleister), Straßenbahn Station als Frequenzpunkt

2.: Kreuzung Döblinger Hauptstraße – Pokornygasse: Nahversorgung



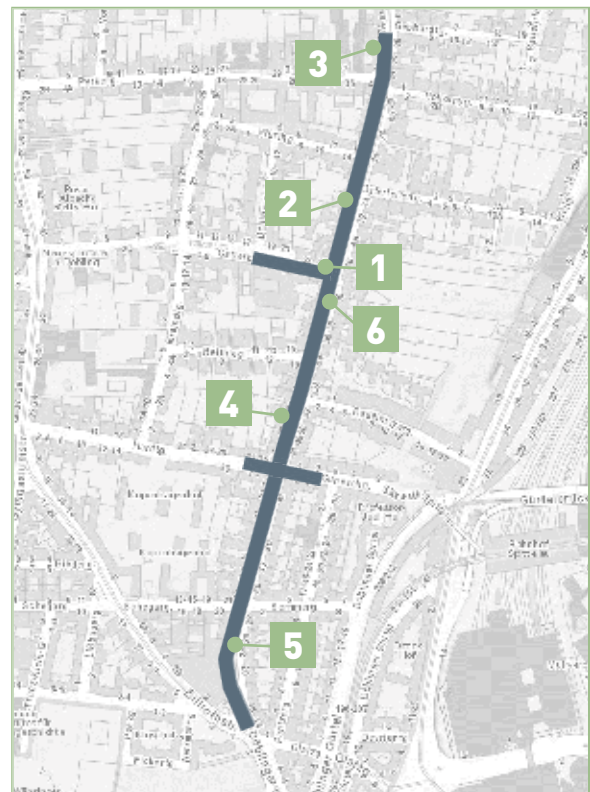
Maßnahmen – aktuelle Leerstände füllen

Für die Nachnutzung sollen zentrale Lagen (gute ÖV-Anbindung) und Lagen mit hoher Nutzungsdichte priorisiert werden. Neue Nutzungen können mit bereits vorhandenen Nutzungen kombiniert werden, beispielsweise Nahversorger mit Gastronomen (z.B. einer Bäckerei) ergänzen. Freizeit, Kultur & Soziales sind besser an den Randbereichen der Straßen als Attraktoren verortet, da dort auch größere Flächen günstiger verfügbar sind.



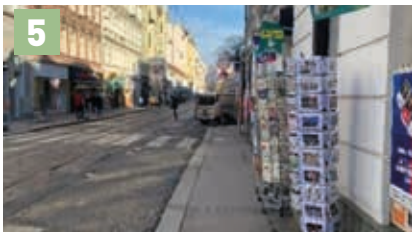
Verortung konkreter Nutzungen mit Bedarf

- wichtige Schlüssellage bei der Straßenbahn Station, Nachnutzung künftig zu evaluieren (1)
- mehrere sehr kleine EG-Flächen > für Pop-Ups und Nutzungen mit wenig Platzbedarf gezielt vermarkten (2,3)
- Ergänzung im Bereich Freizeit, Kultur und Soziales (4,5)
 - bietet sich in Randlage auf der Straße an, da gezielter aufgesucht
 - z.B. durch älteres Publikum im Bezirk
 - Yoga / Sport / Bewegungstherapie
 - Tanzstudio
 - Galerien / Ateliers
- ergänzendes Bekleidungsangebot im Subzentrum (6)
 - Vintage / Retro
 - Boutique



Maßnahmen für die Verbesserung konkreter Orte

- Sichtachsen, z.B. Spittelauer Müllverbrennungsanlage als „Foto-Spots“ markieren (1)
- Schanigarten vor der Bäckerei in der wenig befahrenen Nebengasse (2)
- Schanigarten vor Eisgeschäft (3)
- Verkaufsstände von Geschäften auf die Straße
- Sitzbank bei Hausvorsprung an der Wand vor dem Nagelstudio (4)
- Einbuchtung des Straßenraum vor der Trafik als Gehsteig umbauen, Stelle ist nur eine kurze zusätzliche Spur und hat für Verkehrsfluss wenig Mehrwert, bildet derzeit aber eine gefährliche Engstelle auf dem Gehsteig (5)
- Eingänge in die Döblinger Hauptstraße bzw. in den Bereich der Handelszone deutlicher gestalten
- kleiner Platz vor Eingang Eurospar besser gestalten (Bänke, Punschhütte im Winter, nutzbare Wiese statt abgegrenzter Fläche) (6)



Maßnahmen für die Verbesserung der Aufenthaltsqualität

Für die Steigerung der Aufenthaltsqualität bedarf es generell Bäume, Beete und Pflanzen. Dies würde nebenbei auch das Mikroklima auf der Straße verbessern. Möglich ergänzende Konzepte wären das „Essbare Stadt“ Konzept (Beete mit Beeren, Gemüse, Kräutern etc.) sowie die Betreuung der Pflanzen durch lokale Händler, wie dies derzeit im 7. Bezirk zu sehen ist. Die Pflanzenkästen sind mit Aufkleber „hier gießt *Name des Geschäftes*“ beschriftet, was zusätzlich eine subtile Werbemaßnahme darstellt. Weitere Maßnahmen sind Parklets und Baumscheiben, um die Kette an parkenden Autos aufzubrechen, Tempo 30 Zonen für Verkehrsberuhigung und bessere Sicherheit bei Straßenquerungen sowie zusätzliche Radabstellanlagen.



Schanigärten wie dieser wirken einladend & verbessern Mikroklima.



Kette an parkenden Autos optisch nicht schön, Gehsteig wirkt subjektiv enger.



Tempo 30 als Maßnahme für Sicherheit und Verkehrsberuhigung.



Schwierige Straßenquerungen

Next Steps zur Realisierung

Schlüsselobjekte



- Prüfung Eigentumsverhältnisse von Schlüsselobjekten (Ecklagen, zentrale Lagen, Großflächen) und Kontaktaufnahme
- Abklärung Möglichkeiten der Flächennutzung
- Detailprüfung möglicher Nutzungen aufgrund des Grundrisses, Widmung und Flächenkonfiguration

Aufenthaltsqualität



- kostengünstige, einfach realisierbare Maßnahmen Schritt für Schritt umsetzen
- v.a. Bänke, mobile Begrünungen, Genehmigungen für Schanigärten
- Verkehrsreduktionen prüfen

Leerstände



- Vermietungsvorschläge an Eigentümer von Leerständen unterbreiten
- gegebenenfalls Detailprüfung anbieten
- realistische Miete bei Umnutzung vermitteln
- Die Plattform freielokale.at liefert Informationen zu freien Geschäftslokalen in Wien

Marketing und Management



- Vermarktungsunterstützung lokaler Händler durch Online Präsenz, Beschilderung, Bewerbung in Bezirkszeitungen etc. günstig ermöglichen
- Eingänge zur Straße, Wegeführung verdeutlichen
- Kooperation/Management durch bestehende Institutionen prüfen
- Verantwortliche Ansprechperson für Konzeptionierung und Nachvermietung für Eigentümer definieren

Ansprechpartner in der Wirtschaftskammer Wien

Standort & Infrastrukturpolitik

T +43 1 514 50 1645
E standortpolitik@wkw.at

- Auskunft zu Straßenumbauprojekten
- Unterstützung bei Ansuchen von Schanigärten und Ladezonen
- Kennzahlen zu den Geschäftsstraßen wie PassantInnenfrequenzen

Standortservice

T +43 1 514 50 1010
E standortservice@wkw.at

- Kostenfreie Standortanalysen
- freielokale.at
- Unterstützung bei Betriebsanlagengenehmigungen

WK0 im Bezirk

T +43 1 514 50 3900
E wkoimbezirk@wkw.at

- Die Bezirksobleute der WK Wien sind selbst erfahrene UnternehmerInnen und besuchen die Betriebe direkt vor Ort
- Businessstreffen zur Vernetzung der Unternehmen im Grätzel
- Themenveranstaltungen