

Ried im Aufwind – Standortdynamik in der Innenstadt

Viele Orts- und Stadtkerne sehen sich bereits seit geraumer Zeit mit der Problematik konfrontiert, dass der wirtschaftliche Besatz mehr und mehr ausgedünnt wird. Insbesondere in den letzten Wochen und Monaten wurde dieses Faktum Österreich-weit medial sehr intensiv diskutiert.

Ried setzt auf moderne Gegenstrategie

In Zeiten des boomenden online-shoppings setzen Stadt, Stadtmarketing und die Rieder Innenstadtwirtschaft nachhaltige Aktivitäten und forcieren konsequent Gegenstrategien, um den Konsumenten einen **multifunktional attraktiven Stadtkern** bieten zu können. Die wichtigsten Komponenten dieses **multifunktional attraktiven Stadtkerns** sind dabei

- ein **leistungsfähiges**, mit wichtigen Ankerbranchen und -anbietern versehenes **innerstädtisches Einkaufszentrum** (Weberzeile)
- eine KernInnenstadt mit mehr und mehr **spezialisierenden (inhabergeführten) Betrieben** mit hoher Serviceorientierung
- eine **top-gestaltete, gut erreichbare Innenstadt** mit hoher Aufenthaltsqualität und ausreichender Parkplatzausstattung (mehr als 2.200 Parkplätze)
- ein gutes **Zusammenspiel** zwischen **Handel, Dienstleister** und **Gastronomie** mit entsprechenden Initiativen (z.B.: Gastro4tel, Feinschmeckerei am Rossmarkt, etc.)

Mit rund 32.000 m² Verkaufsfläche sowie 157 Betrieben verfügt der Rieder Stadtkern somit nicht nur über eine der größten Angebotsballungen oberösterreichischer Innenstädte, sondern liegt im Innviertel-Vergleich weit vor Braunau (5.800 m²) und Schärding (5.930 m²).

Knapp die Hälfte der Rieder Leerstände sind marktfähig

Bei **undifferenzierter** Betrachtung sind gegenwärtig rund **38 Leerstände** in der Rieder Innenstadt vorhanden, davon **78 %** in sogenannten **C-Lagen** (= Nebenlagen, vorwiegend in schlecht frequentierten Gassen und Straßen). Entscheidend für ein aktives Standortmarketing und somit auch für die Ansiedelung neuer Betriebe ist jedoch die Marktfähigkeit (= adäquate Mindestgröße, baulich gut sanierter Zustand, standortadäquate Mietpreise bzw. Mietrahmenbedingungen, etc.) dieser Objekte. **Uneingeschränkt „marktfähig“** sind derzeit jedoch insgesamt **25 Objekte**. Gemessen an der Anzahl der marktfähigen Flächen beträgt die Leerstandsquote 8 %. Der Österreichweite Benchmark für Bezirksstädte in der Größenordnung von 10.000 bis 20.000 Ew. liegt derzeit bei rund 15 %.

„StadtUp Ried“ als wichtiges Standortsignal

Als erste Stadt in Österreich startete das Rieder Stadtmarketing mit weiteren Netzwerkpartnern (z.B.: Wirtschaftskammer, AMS, Frau in der Wirtschaft, Junge Wirtschaft, Sparkasse Ried-Haag, Raiffeisenbank Ried, PZB, Infotech, etc.) im Jahr 2017 einen bislang in dieser Form neuartigen Standort-Business-Wettbewerb. Innerhalb eines 5monatigen Bewerbungszeitraums wurden **16 Konzepte** von Betriebsgründern bzw. jungen Unternehmen eingereicht. Aus den 5 prämierten Einreichungen wurden bislang **4 Unternehmen** in der Innenstadt angesiedelt. Neben den konkret realisierten Firmengründungen/-ansiedelungen – im Übrigen auch mehrerer weiterer, nicht prämierter „StadtUp“-Teilnehmer – lag der erfreuliche Nebenaspekt des „StadtUp“-Projekts in einer permanenten Standortbewerbung der Rieder Innenstadt.

22 angesiedelte Betriebe im Jahr 2018

Die Ansiedelungsbilanz im Jahr 2018 hat die Erwartungen bei weitem übertroffen. Insgesamt **22 neue Unternehmen** begründeten ihren Firmenstandort in den zentralen Lagen der Bezirkshauptstadt in Erdgeschoss-Lagen. 15 dieser Betriebe kommen aus dem Handel, 5 sind Gastronomieeinheiten und weitere 5 Unternehmen sind dem Dienstleistungssektor bzw. Handwerk zuzuordnen.

Wichtige Frequenzimpulse und wirtschaftliche Effekte

Diese Neuansiedelungen im Jahr 2018 generierten nicht nur wichtige Frequenzimpulse (insbesondere am Rossmarkt und Stelzhamerplatz), sondern stellen auch für die wirtschaftliche Weiterentwicklung der Stadt bedeutende Effekte dar:

- 51 neue Arbeitsplätze
- ca. 3.000 m² zusätzliche Verkaufs- und Betriebsflächen
- 6,7 Mio. € zusätzliche Umsatzimpulse (pro Jahr)

Weitere Intensivierung des Standortmarketings im Jahr 2019

Auch im Jahr 2019 werden seitens des Rieder Stadtmarketings neue bzw. zusätzliche Akzente im Standortmarketing für die Rieder Innenstadt gesetzt. Neben der aktiven Beratung von Hausbesitzern und anfragenden bzw. ansiedlungswilligen Betrieben stehen vor allem folgende Schwerpunktaktivitäten im Vordergrund:

- Standortoffensive –Direktansprache von interessanten Betrieben, insbesondere aus dem erweiterten regionalen Umfeld
- Vorbereitung eines neuen Standort-Business-Wettbewerbs („stadt up Ried 2.0“)
- Initiierung und Unterstützung von Franchiseberatungen für interessierte Rieder Betriebe
- Umsetzungseinleitung für ein innerstädtisches boarding house
- laufende Vermittler-Rolle zwischen Interessenten, Anfragen, Immobilieneigentümern