

Die Innenstadt lebt und zeigt, was möglich ist untermauert mit Frequenzzahlen

Starke Investitionen, innovative Konzepte und ein buntes Veranstaltungsprogramm sorgen dafür, dass in der Landeshauptstadt eine Steigerung der Frequenz verzeichnet werden kann. Diese positive Entwicklung sorgt auch für neue Unternehmensansiedelungen.

Das Zentrum der niederösterreichischen Landeshauptstadt ist lebendig, kreativ und voller Impulse. Das Jahr 2025 bringt ein dichtes Veranstaltungsprogramm, das den öffentlichen Raum in eine Bühne für Kunst, Musik, Kulinarik und Sport verwandelt – getragen von starken Kooperationen, engagierten Unternehmer:innen und dem strategischen Wirken der Marketing St. Pölten GmbH und der Plattform St. Pölten.

Starke Impulse durch starke Investitionen

Ein entscheidender Grund für die positive Entwicklung: kontinuierliche Investitionen in Infrastruktur, Aufenthaltsqualität und Zukunftsprojekte. In den letzten fünf Jahren wurden von der Stadt St. Pölten allein im unmittelbaren Innenstadtbereich über 16 Millionen Euro investiert. Diese Investitionen haben nicht nur Straßen, Plätze und Bauwerke modernisiert, sondern die gesamte Innenstadt nachhaltig aufgewertet.

„Die neuesten Zahlen bestätigen: Leerstandsmanagement, Investitionen und kluge Nutzungskonzepte wirken. Im Stadtzentrum kommen die Leute zusammen, gehen ihrer Arbeit nach, nehmen Arzttermine wahr, treffen sich mit Bekannten in einem der vielen Lokale und gestalten ihre Freizeit bei den vielfältigen Veranstaltungen. Die Innenstadt gehört den Menschen – und genau das wird hier jeden Tag sichtbar,“ so Bürgermeister Matthias Stadler.

Laut Statistiken des Mobilfunkanbieters „Drei“ hat sich die Wochenfrequenz in der St. Pöltner Innenstadt von 2024 auf 2025 um 4,8% gesteigert. Die Summe aller Zählpunkte ergibt eine durchschnittliche Wochenfrequenz von 692.000. Diese Werte können zu Spitzenzeiten, zum Beispiel rund um Ostern oder Weihnachten noch übertroffen werden. Der Maximalwert 2024 lag bei 789.000 in der Weihnachtswoche. Die hier am stärksten vertretene Altersgruppe sind die 45 bis 54-Jährigen (unter 18-Jährige werden in der Statistik nicht angeführt).

Aufenthaltsqualität bringt Frequenz

Seit Anfang April liefert eine neue multimodale Dauerzählstelle am Bahnhofplatz auch wichtige Einblicke in das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung. Hier wurden allein am Eingang zur Fußgängerzone bisher rund 700.000 Fußgänger:innen erfasst (Stand: 14.5.2025) – das entspricht durchschnittlich 16.000 Personen pro Tag, Spitzenwert war der 30. April mit 23.600 Personen.

Auch der Radverkehr zeigt eine klare Entwicklung: Im April wurden durchschnittlich 750 Fahrräder pro Tag gezählt, im Mai bereits 850. E-Scooter bewegen sich konstant bei etwa 120 pro Tag. Die neuen Zählstellen ermöglichen eine datengestützte Planung und helfen, die wachsende Bedeutung aktiver Mobilitätsformen wie Gehen und Radfahren noch besser zu berücksichtigen.

Herausforderungen und Chancen im Handel

Der Grund, warum die hohe Frequenz nicht mit erhöhter Konsumfreudigkeit einhergeht, liegt laut Hannes Lindner von Standort + Markt daran, dass die Konsument:innen mit ihren Ausgaben vorsichtiger geworden sind: „Das Vertrauen in die wirtschaftliche Entwicklung ist angeschlagen. Man geht zwar gern in die Stadt, genießt Kaffee im Schanigarten, kauft aber weniger. Das liegt nicht an der Stadt selbst, sondern am knapper gewordenen Haushaltsbudget.“

Auch der Online-Handel beeinflusst das Bild: Während Lebensmittel nur zu etwa 2 % online gekauft werden, liegt der Online-Anteil bei Textilien bei rund 30 %. Besonders stark betroffen sind auch Sportartikel, Spielwaren und Elektronik. Diese strukturelle Verschiebung wird bleiben – umso wichtiger ist es, Innenstadtqualität zu schaffen, die über den reinen Einkauf hinausgeht.

Trotz aller Trends zeigt sich St. Pölten hier stabil und resilient:

- Seit der Schließung des Leiner-Hauses 2021 sind die Verkaufsflächen in der Innenstadt konstant geblieben – auf rund 42.000 m².
- Die Zahl der Geschäftslokale ist im Vergleich zwar geringer, doch St. Pölten verfügt über viele großflächige Einheiten – das erleichtert das Ansiedlungsmanagement und ermöglicht einen attraktiven Branchenmix.
- Das Verhältnis zwischen großen Ketten (z. B. Woolworth, H&M, Müller) und kleineren, individuellen Läden ist ausgewogen – wichtig ist dabei vor allem Qualität.
- Drogeriemärkte und Nahversorger wachsen – sie profitieren davon, dass immer mehr Menschen in der Innenstadt wohnen.
- Der Modehandel ist österreichweit unter Druck, doch St. Pölten zeigt sich auch hier überdurchschnittlich stabil.

Die derzeit stark expandierende Handelskette Woolworth eröffnete erst am 6. März 2025 im Fachmarktzentrum in der Rödlgasse eine Filiale. Nun hat sich Leon Vakovits, Expansionsmanager Woolworth Österreich, bereits den zweiten Standort in der Landeshauptstadt gesichert. Schon bald wird im „Promenade – City Shopping“ eine zweite Woolworth Filiale – auf rund 1.400 Quadratmeter Shopfläche – eröffnen.

Weitere erfreuliche Neuerungen: Kaiser's Kaiserschmarrn Wunderland hat in der Kremser Gasse kürzlich eröffnet und ebenfalls Juwelier Hügler in der Schreinerergasse 4, die Bestattung Himmelblau kommt in die Herrengasse und Jones wird von Liberty Woman übernommen.

Eine realistische Einschätzung

„Die Leute nehmen vor allem hartnäckigen Leerstand wahr. Der wirkt trist. Doch St. Pölten hat eine der niedrigsten Leerstandsquoten unter den Vergleichsstädten – unter dem österreichweiten Schnitt von 5,5 %. Das Stadtmarketing macht hier hervorragende Arbeit“, so Hannes Lindner.

Auch die aktuell hohe Fluktuationsrate von 18 % in der Gesamtstadt – vor allem Folge des Endes pandemiebedingter Stützungen – ist kein schlechtes Zeichen. Wichtig ist: Die Leerstände nehmen nicht zu. Dies ist nicht zuletzt dem geschuldet, dass dem Thema Leerstand besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird und laufend neue Anfragen verzeichnet, sowie Verhandlungen und Vermittlungen durchgeführt werden können.

Zu Beginn des Jahres wurde die Traditionsbuchhandlung Schubert in der Wiener Straße 6 vom Kral-Verlag übernommen. Geschäftsführerin Elisabeth Ivancich möchte die Tradition bewahren, hat aber auch viele neue Ideen, die frischen Wind ins Unternehmen bringen sollen. Wie es der Zufall will, wird das Haus in der Wiener Straße 6 in kürze saniert und Kral-St. Pölten zieht um ins ehemalige Geschäftslokal von Tchibo am Herrenplatz. Somit gibt es noch mehr Raum für neue Ideen und das Traditionsunternehmen bleibt quasi direkt in der Nachbarschaft erhalten.

Wohlfühlklima und Zukunftsmusik

Der Shopflächen-Index, also das Verhältnis von Geschäftsfläche zur Straßenlänge, ist in St. Pölten überdurchschnittlich gut. Die kurzen Wege sind ein entscheidender Faktor für Wohlfühlklima und Kund:innenbindung.

„Die Westseite des Rathausplatzes, wo früher Leiner war, hat großes Potenzial. Eine gelungene Entwicklung dort könnte einen neuen, positiven Spin auslösen – idealerweise mit einer Mischung aus Wohnen, Arbeiten und Konsum“, blickt Hannes Lindner positiv in die Zukunft. Hier pocht die Stadt auf eine rasche Umsetzung des vorgelegten Projektes durch den aktuellen Eigentümer.

Stadtmarketing zahlt sich aus

Veranstaltungen, Programm in den Straßen und auf den Plätzen und natürlich die Betreuung der Händler:innen sind das Steckpferd von Matthias Weiländer, Geschäftsführer der Marketing St. Pölten GmbH & Citymanager.

„Unsere Innenstadt hat sich zur Bühne für ein neues, urbanes Lebensgefühl entwickelt. Wer St. Pölten heute besucht, findet nicht nur attraktive Shops, sondern ein inspirierendes Gesamterlebnis. Es ist das Zentrum, das eine Stadt ausmacht und wir sind laufend dabei diese weiterzuentwickeln, damit die Leute gerne hier Zeit verbringen“, ist Matthias Weiländer überzeugt davon, dass St. Pölten auch in Zukunft einen lebendigen Stadtkern haben wird.

Und die Bemühungen zeigen Wirkung: So hat sich erst vor kurzem Gastronom Duško Lukić dazu entschlossen, in das Lokal am Rathausplatz/Ecke Heitzlergasse zu investieren und das jetzt brandneue Restaurant & Bar Teatro daraus zu machen. Das Restaurant wurde innen renoviert und modernisiert und bietet in feinem Ambiente ab sofort österreichische Spezialitäten kombiniert mit Lukić's – in der Region bereits bekannter – Balkanküche.

Gemeinsam stärker

Seit 19 Jahren ist das Miteinander bei der stp*Plattform im Fokus. Und der Wirtschaftsverein wird immer stärker, zählt aktuell rund 360 Mitglieder. Das ist ebenso ein Baustein des vielfältigen Wirtschaftsmotors der Landeshauptstadt. Wenn viele Fäden sich miteinander verbinden, bildet sich ein tragfähiges Gewebe. Diese Vernetzung leistet für die regionalen Betriebe, für die Stadt und ihre Institutionen die Plattform. Das Ergebnis: Mehr Ideen, mehr Kraft, mehr Tempo für die Entwicklung des Wirtschafts- und Lebensstandortes St. Pölten.

„Die Plattform ist für mich ein Ort des Austauschs, der Zusammenarbeit und der Inspiration, hier treffen Innovation und regionale Stärke aufeinander. Ich bin davon überzeugt, dass wir gemeinsam mehr für St. Pölten erreichen können,“ so Daniela Kittel, Obmann-Stellvertreterin der stp* Plattform.