

Jank: Einkaufsstrassen sind bedeutender Tourismusfaktor für Wien

ID: LCG11192 | 03.09.2011 | Kunde: Wollzeile (Wiener Einkaufsstrassen) | Ressort: Chronik Österreich | Medieninformation

Presseinformation

LCG11192 (WI) (CI) Samstag, 3. September 2011

Wien/ Lokales/ Buntel/ Wirtschaft/ Handel/ Gastronomie

Jank: Einkaufsstrassen sind bedeutender Tourismusfaktor für Wien
Wien - BILD

Anhang zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/wollzeile>

Utl.: „lteste Wiener Einkaufsstrasse feiert Umsatzplus von 4,8 Prozent mit einem rauschenden Jahresfest und stellt heimische Tradition und Wiener Charme in den Vordergrund =

Wien - Die Wiener Einkaufsstrassen ziehen sich wie ein dichtes Netz über das gesamte Stadtgebiet. Für die Wiener sind sie wichtige Lebensadern und sichern die Lebensqualität, den Touristen bieten sie Shoppingvergnügen auf höchstem Niveau und prägen das internationale Image Wiens, erklärte Wirtschaftsministerin Brigitta Jank Samstagvormittag im Vorfeld der Veranstaltung „Remasuri auf der Wollzeile“. Die Wollzeile erzielte entgegen dem allgemeinen Trend im Handel im ersten Halbjahr 2011 ein sattes Umsatzplus von 4,8 Prozent. Für den Erfolg der Einkaufsstrassen ist in erster Linie das steigende Interesse der Konsumenten für Qualitätsprodukte, die sich durch Nachhaltigkeit, Originalität und Authentizität auszeichnen,

verantwortlich. „Die Wollzeile bietet als Geschäftsstraße alles was das Herz begehrt: traditionsbewusstes Handwerk, höchste Produktqualität, hervorragende Gastronomie und eine lebendige Szene. Ein Abstecher in die Wollzeile – ob zum Shoppen, Flanieren oder Genießen – lohnt sich immer“, sagt Jank.

Zwtl.: Beliebte Einkaufsstraße für die Bezirksbewohner

„Für die Innere Stadt ist die Wollzeile etwas ganz besonderes; im Gegensatz zu anderen Einkaufsstraßen, die eher touristisch geprägt sind und in denen große internationale Ketten vertreten sind, ist die Wollzeile die beliebteste Einkaufsstraße für die Bezirksbewohner“, unterstrich Vize-Bezirksvorsteherin Jessi Lintl (V) und begrüßte die Initiative der Wollzeile, sich als historisch gewachsene Einkaufsmeile zu präsentieren, die bewusst mit dem Charme der Donaumetropole ihr Image schafft. Lobend hob Lintl weiters die kleinteilige Struktur mit den zahlreichen Wiener Traditionsunternehmen, kleinen Geschäften, vielfältigen Restaurants und Dienstleistungsbetrieben hervor. „Alteingesessene Unternehmen wie die K&K Hofkonditorei Heiner, das Teehaus Schönbichler und das Delikatessengeschäft Bäthle, um nur einige Beispiele zu nennen, vermitteln ein heimeliges Gefühl und repräsentieren Gemütlichkeit und Verbundenheit über viele Generationen hinweg. Handwerksbetriebe wie Schuster, Uhrmacher, Fleischhauer und Hutmacher prägen das breitgefächerte Angebot; die Vielzahl an Buchhandlungen, Haushaltsfachgeschäften und Textilgeschäften ist eindrucksvoll“, so die stellvertretende Bezirksvorsteherin weiter. Neue Unternehmen wie beispielsweise die kürzlich eröffnete Symbiose aus Galerie und Concept Store, „Yoshi“ Corner von Szenegastronomen Martin Ho werden sich wunderbar in die Struktur einfügen und den Branchenmix bereichern, unterstricht Lintl und bekräftigte die Bemühungen des Bezirks, Initiativen zur weiteren Belebung der Wollzeile zu unterstützen.

„Die Wienerinnen und Wiener sowie die internationalen Gäste

sollen sich wohlfühlen und gerne hier einkaufen. In einer Zeit, in der wir uns um traditionelle Werte und Nachhaltigkeit bemühen, das Beste, das wir alle für den weiteren Erfolg der Wollzeile tun können, so Lintl abschließend.

Zwtl.: Klare Identität

Für eine Schärfung der Identität der Einkaufsstraßen sprach sich Anahid Asvazadurian aus, um den Wienerinnen und Wienern als auch den internationalen Besuchern der Stadt ein möglichst vielfältiges und abwechslungsreiches Einkaufserlebnis zu bieten. „Wir greifen die alte Tradition wieder auf, in der Wien in unterschiedliche Viertel unterteilt war, die für spezielle Produkte, Qualität und Stärken standen, und interpretieren sie zeitgemäß und modern im 21. Jahrhundert“, so die Obfrau der Kaufleute auf der Wollzeile.

Zwtl.: Wiener Tradition und beliebte Gastronomie

Den besonderen Reiz der 788 Meter langen Wollzeile mit ihren rund 100 Geschäften sehen Jank und Asvazadurian vor allem im homogenen Branchenmix, der sich aus traditionsreichen Wiener Unternehmen und über die Grenzen des Landes hinaus bekannten Gastronomieunternehmen wie etwa „Plachutta“ oder „Figlmüller“ zusammensetzt, die für jeden Wienbesucher ein Muss sind. Gastronom Hans Figlmüller sen. sieht die Wollzeile als optimale Umgebung für seine beiden Restaurants im direkten Umfeld der ältesten Einkaufsstraße Wiens: „Wir profitieren vom historischen Kontext und der zentralen Lage und sehen eine positive Wechselwirkung mit den Kaufleuten, die uns gegenseitig befruchtet und uns vom jeweiligen Publikum profitieren lässt. Insbesondere der Zuwachs von heimischen Besuchern in der Wollzeile stellt einen Impuls für die Gastronomie dar. Die Besucher können sich hier auf ein 100-prozentig wienerisches Qualitätsprodukt verlassen“, erklärt Figlmüller.

Zwtl.: Remasuri auf der Wollzeile

Mit der den ganzen Samstag stattfindenden Veranstaltung „Remasuri auf der Wollzeile“ möchte sich die Einkaufsstraße als typisches Wiener Original präsentieren und vor allem die Wienerinnen und Wiener auf den breiten Mix aus Qualitätsprodukten aus ihrer Heimatstadt aufmerksam machen. Mit einem bunten Mix aus Gastronomie, Unterhaltung und Show wird einen Tag lang das Einkaufserlebnis auf der Wollzeile attraktiv inszeniert und mit einer Portion Wiener Charme präsentiert. Neben einem gratis Fiaker-Shuttle, der die Besucher über die beliebte und 1862 erstmals unter diesem Namen urkundlich erwähnte Einkaufsmeile kutschiert, warten unter anderem ein historischer Werkelmann mit Wienerliedern, ein Kasperltheater für die Kinder sowie Wiener Weine aus eigens kreierten Spritzergläsern auf die Besucherinnen und Besucher. Zwischen Stubentor und Stephansplatz warten der Traditionsheurige „Wieninger“ und das Restaurant „Zur Wickenburg“ mit kulinarischen Schmankerln auf und sorgen somit für den guten Geschmack auf der Wollzeile. Am Aktionstag, der den Herbstauftakt auf der Wollzeile einläutet, beteiligen sich unter anderem die Buchhandlungen Morawa und Frick, Socketti Mode, das Kindermodengeschäft Herzilein mit einem eigens gestalteten „Herzilein Bus“ oder die Boutique Max Well sowie das Traditionsunternehmen Berndorf, das im März 2011 in Chicago (USA) mit dem Global Innovator Award der International Houseware Association als innovativer Einzelhändler für Haushaltwaren ausgezeichnet wurde. In der 1870 gegründeten Teehandlung Schönbichler wartet man mit einer Teeverkostung auf und bei der Confiserie Berger gibt es unwiderstehlich süße Kostproben.

Zwtl.: Zeitgemäße Kundenbindung

Wer vom Einkaufserlebnis auf der ältesten Einkaufsstraße Wiens künftig noch mehr profitieren möchte, kann mit der kürzlich aufgelegten „Wollzeile Card“ in den Genuss zahlreicher Vorteile bei 37 angesiedelten Unternehmen kommen. Von der ersten

Kundenbindungskarte einer innerstädtischen EinkaufsstraÙe sind bereits 12.000 Stück im Umlauf, wobei das Interesse der Konsumenten laut Asvazadurian nicht abreiÙe. Mit dem Kundenbindungsprogramm orientieren sich die Kaufleute auf der Wollzeile an zeitgemäÙen Marketingmaßnahmen und fördern die Interaktion mit ihren Kunden, wobei man auch hier wieder vom gemeinsamen Auftritt stark profitiert und sich gegenseitig befruchtet und neue Kundenschichten anspricht.

Zwtl.: Die Geschichte der Wollzeile

Die Wollzeile ist die älteste Straßenbezeichnung Wiens, denn sie wird bereits im Schotten-Stiftbrief von 1158 (linea lanarum) erstmalig genannt. Die Wollzeile (damals „Wollstrazze“ genannt) war eine von Heinrich Jasomirgott angelegte Vorstadt, die erst später mit der Stephanskirche in die Stadt gezogen wurde. Dort befanden sich die Niederlassungen, der ins Morgenland gebrachten und bezogenen Waren, welche hohe Bedeutsamkeit für den Handel der Stadt Wien hatten. Eine der acht Stadtpforten Wiens befand sich beim Taschnergässchen und führte nach Ungarn (Hauptverkehrsstraße).

1221 wurde die Stadt Wien unter Leopold dem Glorreichen um die Wollzeile bis hin zum Stubentor erweitert, da sich in der Straße die wichtigsten Handelsniederlassungen befanden und diese bei einem feindlichen Einfall als erste angegriffen worden wären. Zu dieser Zeit stand auch das älteste Rathaus Wiens in der Wollzeile. Da sich durch den häufigen Verkehr mit dem Morgenland Krankheiten wie der Aussatz in der Wollzeile häuften, wurden in Folge Badhäuser errichtet. Daraus leitet sich auch der Name des Stubentors, das lateinisch „porta stuparum“ (Badestube) genannt wurde. Die ersten Häuser der Wollzeile entstanden bereits zur Zeit der Römer.

Die älteste „Trinktaferne“ (Weinstube Wiens) galt als Schlupfwinkel der Prostitution, da sie außerhalb der Stadtmauern

gelegen war. 1397 wurde dann erstmalig die Münzprägung in der Wollzeile urkundlich erwähnt. Das oberste Hofpostamt für Österreich, Ungarn und Böhmen befand sich seit 1624 in der Wollzeile 30 (Palais Paar). Das Gebäude wurde trotz zahlreicher Proteste 1938 abgerissen. Ein Zimmer des Palais befindet sich heute im Metropolitan Museum of Art in New York City (USA).

~

Einkaufsstraße Wollzeile

Website: <http://www.wollzeile.com>

~

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisuregroup.at>. (Schluss)

Rückfragehinweis:

leisure communications

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: +43 664 8563001

E-Mail: akhaelss@leisuregroup.at