

# Pressemappe

Anlässlich des Pressegesprächs im Vorfeld der  
Veranstaltung „Remasuri auf der Wollzeile“  
am **3. September 2011** um 10.00 Uhr vor der Aula der  
Akademie der Wissenschaften.

Es sprechen:

- **Brigitte Jank**, Präsidentin der Wirtschaftskammer Wien
- **Jessi Lintl**, stellvertretende Bezirksvorsteherin der Inneren Stadt
- **Hans Figlmüller sen.**, Gastronom
- **Anahid Asvazadurian**, Unternehmerin und Obfrau des Vereins IG Wollzeile
- **Erwin Pellet**, Wirtschaftskammer-Spartenobmann (Handel)

## Facts & Figures

Veranstaltung:	Remasuri in da Wollzeile
Datum:	Samstag, den 3. September 2011
Dauer:	10.00 - 18.00 Uhr
Adresse:	1010 Wien, Wollzeile
Website:	<a href="http://www.wollzeile.com">www.wollzeile.com</a>
Veranstalter:	Verein IG Wollzeile
Teilnehmende	
Geschäfte:	23
Geschäfte und	
Unternehmen:	144
Vereinsmitglieder:	44
Länge:	788 Meter
Programm:	Gastronomie, gratis Fiaker-Shuttle, Kasperltheater Wiener Werklmann, Angebote der Geschäfte
Presse-Downloads:	<a href="http://presse.leisuregroup.at/wollzeile">http://presse.leisuregroup.at/wollzeile</a>
Pressekontakt:	leisure communications Alexander Khaelss-Khaelssberg Tel.: +43 664 8563001 E-Mail: <a href="mailto:akhaelss@leisuregroup.at">akhaelss@leisuregroup.at</a>

Presseinformation

LCG11192 (WI) (CI)

Samstag, 3. September 2011

Wien/Lokales/Buntes/Wirtschaft/Handel/Gastronomie

## Jank: Einkaufsstrassen sind bedeutender Tourismusfaktor für Wien - BILD

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

**Utl.: Älteste 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 Wirtschaftskammer-Präsidentin **Brigitte 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 schärft. 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 Böhle, 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’s Corner“ von Szenegastronomen **Martin Ho** würden 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, Qualitäten 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 Kasperltehater 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 Haushaltswaren 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 Einkaufsstraße sind bereits 12.000 Stück im Umlauf, wobei das Interesse der Konsumenten laut Asvazadurian nicht abreißt. Mit dem Kundenbindungsprogramm orientieren sich die Kaufleute auf der Wollzeile an zeitgemäßen 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 Badehäuser errichtet. Daraus leitet sich auch der Name des Stubentors, das lateinisch „porta stuparum“ (Badestube) genannt wurde. Die ersten Bäder 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](mailto:akhaelss@leisuregroup.at)

Presseinformation

LCG11174 (CI) (WI)

Mittwoch, 10. August 2011

Wien/Lokales/Wirtschaft/Handel

## Tradition gegen Shopping-Flaute

**Utl.: Wiener Einkaufsstraße Wollzeile vermeldet entgegen Österreich-Trend Umsatzplus von 4,8 Prozent im ersten Halbjahr. Positive Entwicklung durch innovative Kundenbindung =**

Wien - Während der Absatz im heimischen Einzelhandel laut Statistik Austria-Veröffentlichung von vergangener Woche mit einem Minus von 0,8 Prozent leicht rückläufig war, freut sich die Wiener Wollzeile als Prototyp der innerstädtischen Einkaufsstraße über ein neues Rekordergebnis mit einem Umsatzzuwachs von 4,8 Prozent. „Wir verzeichnen verstärkt lokales Publikum, das den breiten Branchenmix in den innerstädtischen Einkaufsstrassen abseits des standardisierten Angebots der Einkaufszentren frequenter“, erklärt Einkaufsstrassen-Obfrau **Anahid Asvazadurian** anlässlich der Veröffentlichung der Halbjahreszahlen. Das gewachsene Angebot internationaler Labels in der Wiener City wecke in den Konsumenten vermehrt den Wunsch nach Originalität, Individualität und Traditionsmarken, so Asvazadurian. Zudem zieht die Wollzeile durch ihr über die Grenzen des Landes hinaus bekanntes Gastronomieangebot mit Wiener Klassikern wie Figlmüller oder Plachutta überdurchschnittlich viele Touristen an, die ebenfalls zum wirtschaftlichen Aufschwung auf der ältesten Einkaufsstraße der Bundeshauptstadt beitragen.

### Zwtl.: Innovative Kundenbindung

In Sachen Kundenbindung setzt die Einkaufsstraße zwischen Stubentor und Stephansplatz, die ihr traditionell wienerisches Angebot in den Vordergrund stellt, auf bewährte Instrumente, die auch in den großen Malls zum Einsatz kommen. Mit der im Dezember 2010 eingeführten „Wollzeile Card“, von der bereits 12.000 Exemplare im Umlauf sind, belohnt die Einkaufsstraße mit ihren rund 100 Geschäften und



Gastronomiebetrieben die Kundentreue und steigert die branchenübergreifende Interaktion mit ihren Stammkunden. Zudem lockt die 788 Meter lange Einkaufsstraße mit ansprechenden Events neues Publikum an, bei denen ebenfalls auf den sympathischen Wiener Traditionsfaktor gesetzt wird. Am 3. September 2011 findet als Auftakt für die bevorstehende Herbst- und Wintersaison erstmals das „Remasuri“ (Anm.: Dialektausdruck für umtriebige Geschehen) statt, bei dem ein gratis Fiaker Shuttle, ein Wiener Werklmann mit Gesang, ein Kasperltheater für die Kleinen, Wiener Wein aus dem eigens gestalteten Wollzeile-Glas und zahlreiche Angebote der teilnehmenden Geschäfte sowie Wiener Schmankerln zum genüsslichen Besuch auf der Einkaufsstraße laden.

~

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](mailto:akhaelss@leisuregroup.at)

## Information

## Liste der am Remasuri teilnehmenden Mitglieder

Wilhelm Frick GmbH

Ihre Brille Optik

Theehandlung Schönbichler

Reformhaus Staudigl

Berndorf Boutique

Socketti Mode

Herzilein-Wien

König & Eberhardt GmbH

Turczynski

Schneeweiss

Morawa Buch und Medien GmbH

Confiserie Berger Walter Fürhapter GesmbH  
& Co KG

Floralstudio

AIDA Chocolaterie & Großkonitorei

A.L.Hasbach Buhhandlung & Antiquariat

Patrizia Kaufmann Schmuck Design

Max Well Fashion Trading GmbH

Stino Optik GmbH

Herder - Zach Buch GmbH

Suki Suesserott Halbedelsteine

Floralstudio

Robertino Exklusive Schuhe

Gloriette Bekleidungswerk GmbH /

Vienna Shirt Makers