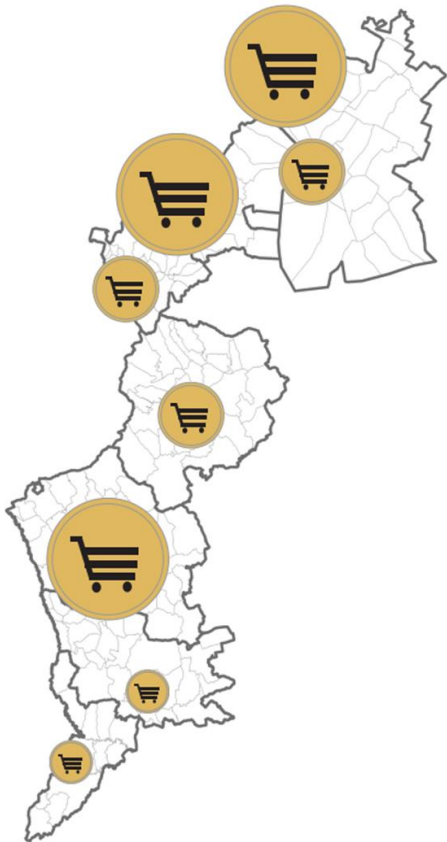
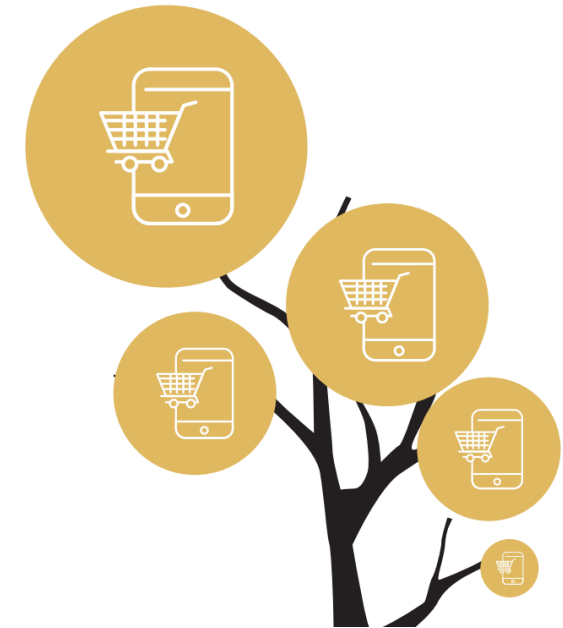


Kaufkraftstromanalyse Burgenland 2022

im Vergleich mit 2009 und Folgejahre



6 wichtige Kernaussagen zum Kaufverhalten und Einzelhandelsstruktur Burgenland 2022



Handelstag Burgenland
Eisenstadt, 28.02.2023
Ing. Mag. Georg Gumpinger



#schaffenwir
Eine Initiative der **WKO**

Trend 1: Kaufkraft-Eigenbindung sinkt seit 2009!

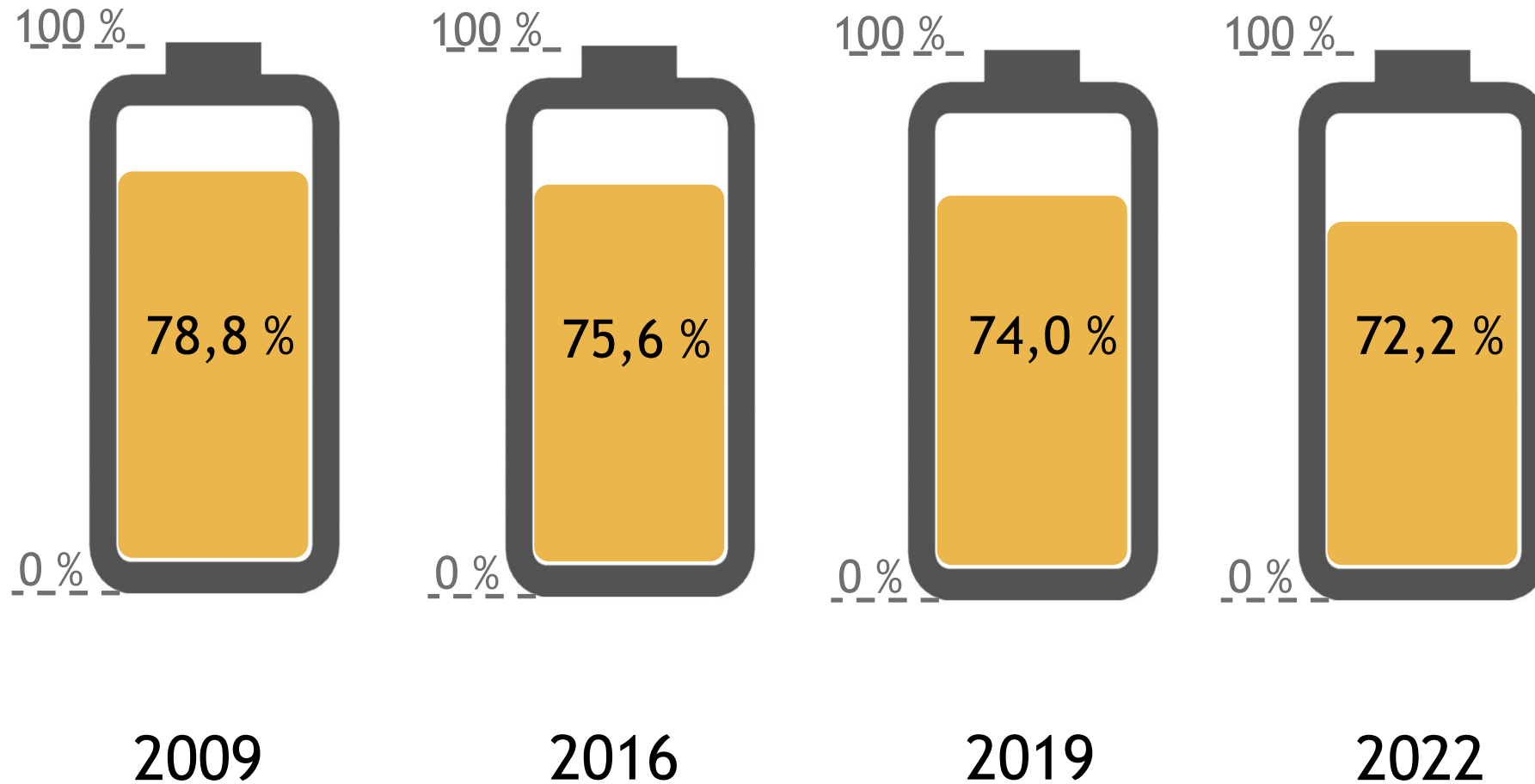


Kaufkraft-Eigenbindung des Burgenlandes
erreicht 2022 nur mehr **72,2 %!**

Vor allem die **Bezirke im Südburgenland**
verlieren hoch!



Entwicklung Kaufkraft-Eigenbindung Burgenland Gesamt



Veränderung des Käuferverhalten - der „hybride“ Kunde

Abgrenzung der Kunden-Typologien

konsistent

- Einheitliches Verhalten
- Stabil über die Zeit
- eindimensional



hybride

- Differenziertes Verhalten
- Relativ stabil
- bipolar



multi-optional

- divergierendes Verhalten
- Nicht mehr stabil
- mehrdimensional



paradox



Trend 2: Hohe Kaufkraftzuflüsse erzeugen leicht positive Kaufkraftbilanz

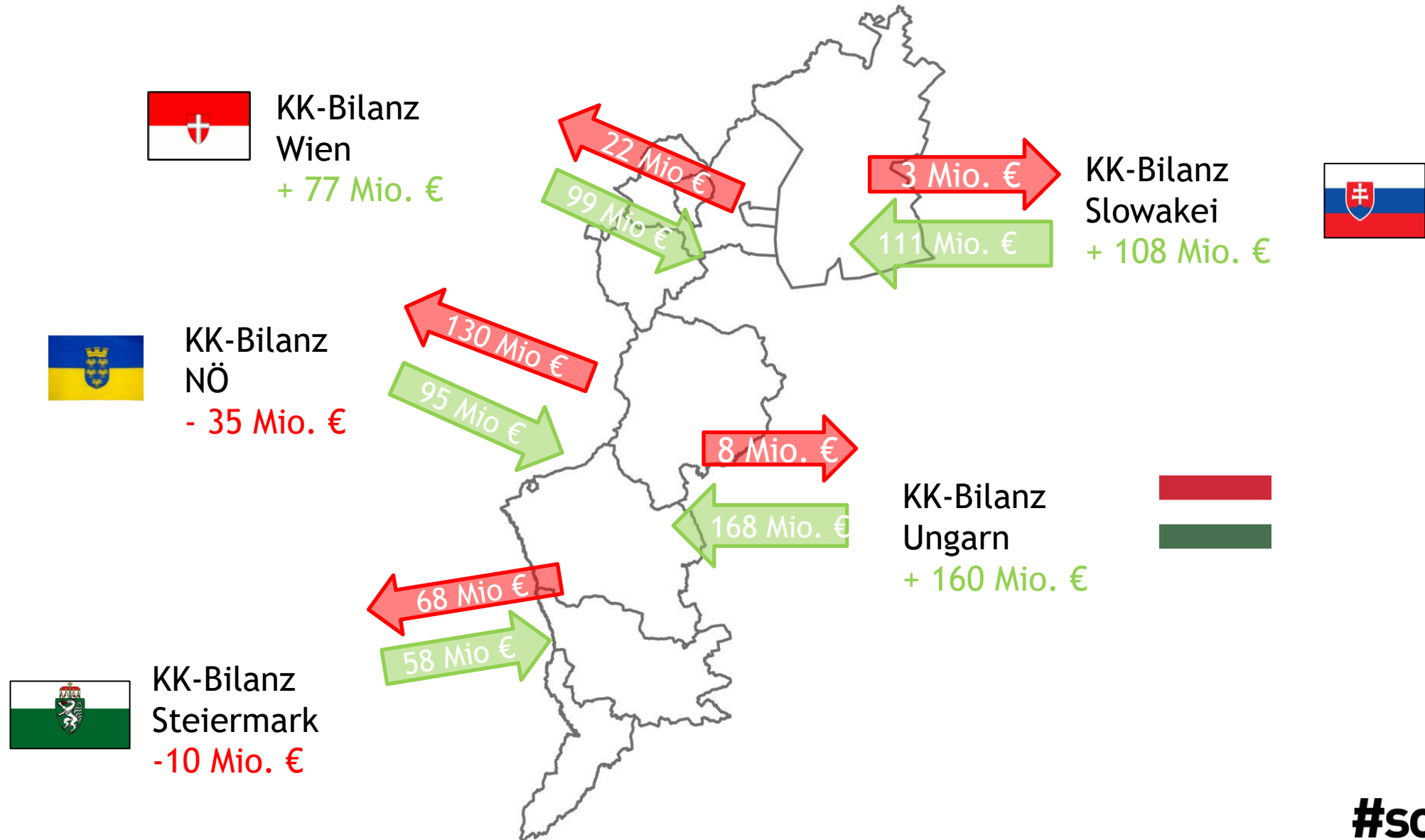


Nur die hohen Kaufkraft-Zuflüsse im Ausmaß von 787 Mio. € führen zu einer positiven Kaufkraftbilanz!

Die Abhängigkeit von Umsätzen aus anderen Regionen steigt weiter an, vor allem aus den Nachbarländern!



Kaufkraft-Bilanzen - Burgenland Gesamt 2022



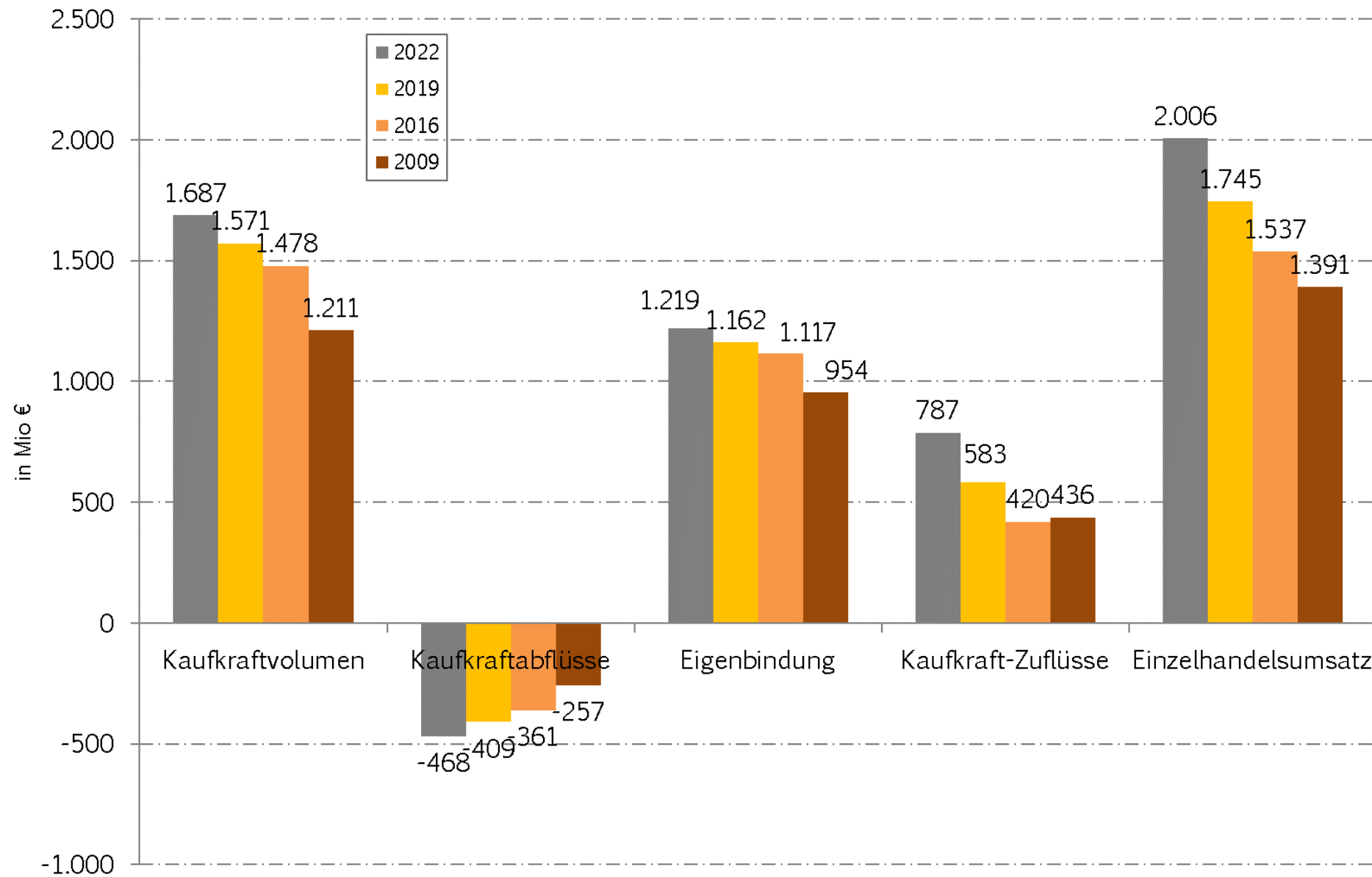
Trend 3: Einzelhandelsumsatz 2022 übersteigt bereits 2 Mrd. €



Der **Einzelhandelsumsatz** im burgenländischen Einzelhandel steigt aufgrund des **hohen Verkaufsflächen-Wachstums** deutlich an.



Kaufkraft-Verteilung Burgenland im Vergleich 2009 bis 2022



Trend 4: Online-Handel mit hoher Dynamik und starkem Wachstum !



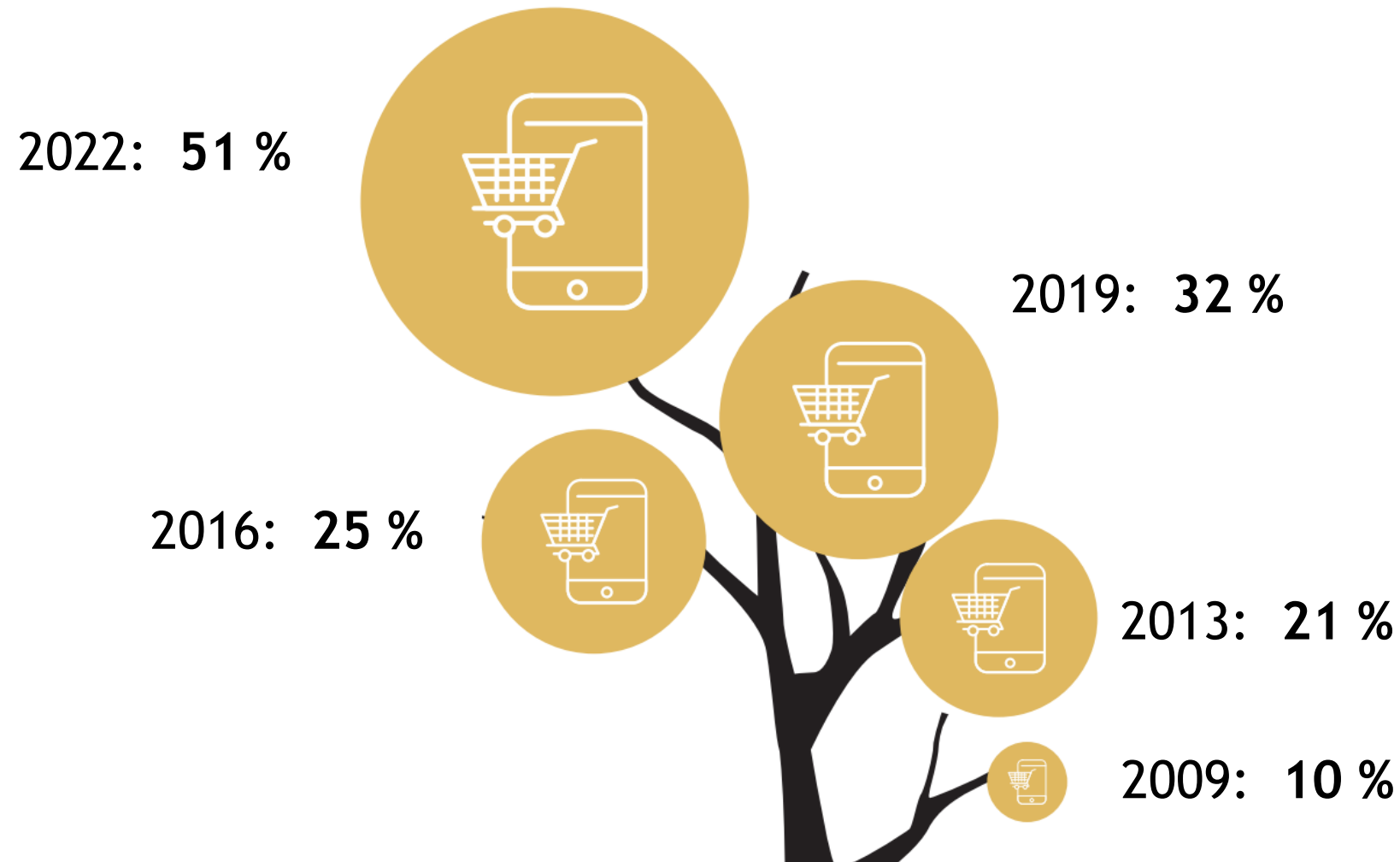
Der Anteil des **Online-Handels 2022** am Kaufkraft-Volumen ist seit 2009 bereits **5 x** so hoch **prozentual angestiegen !**

Lokaler und regionaler Einzelhandel verstärkt digital „sichtbar“



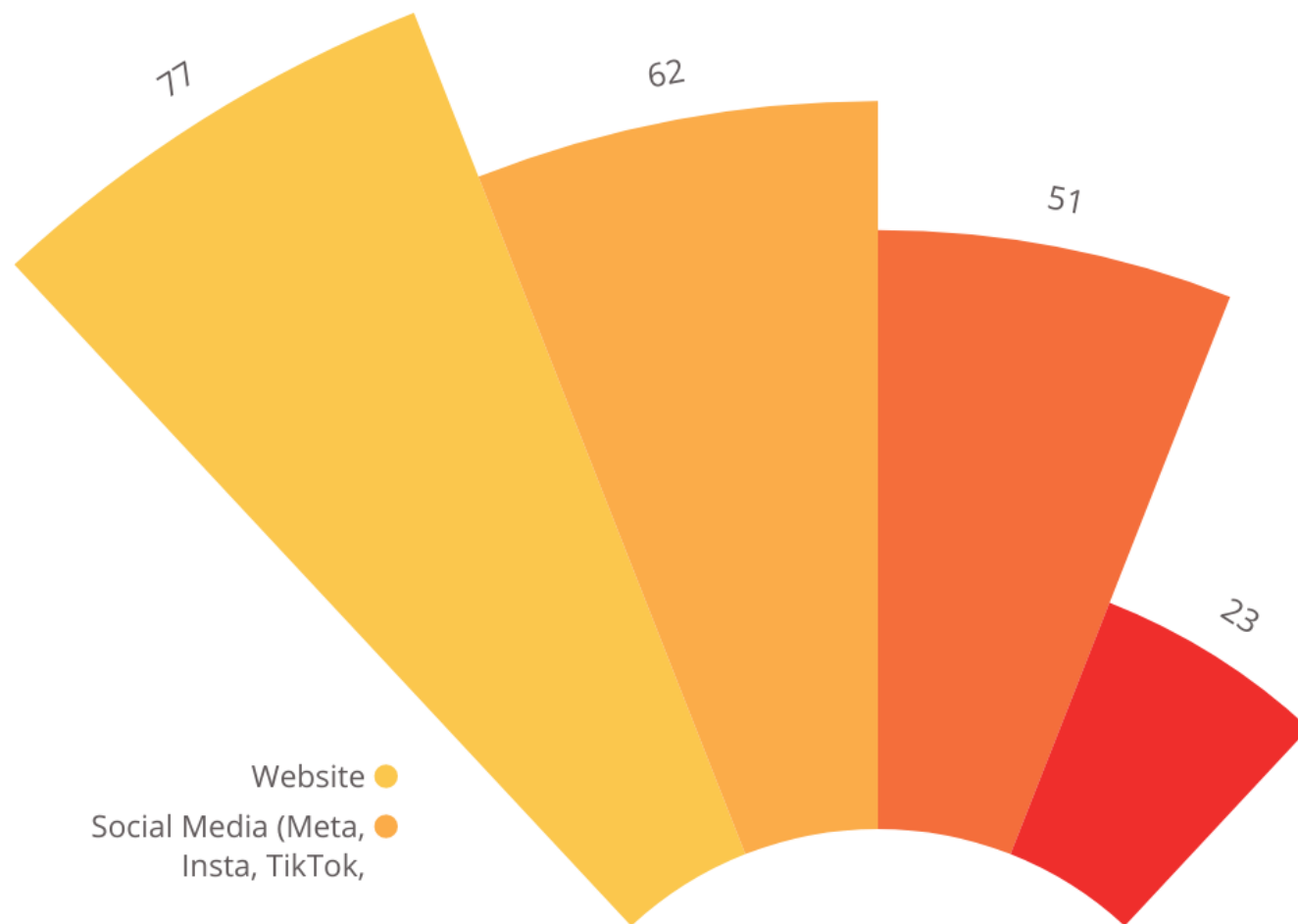
Online-Handel Gesamt im Vergleich 2009 bis 2022

(in % der Kaufkraft-Abflüsse Burgenland gesamt)

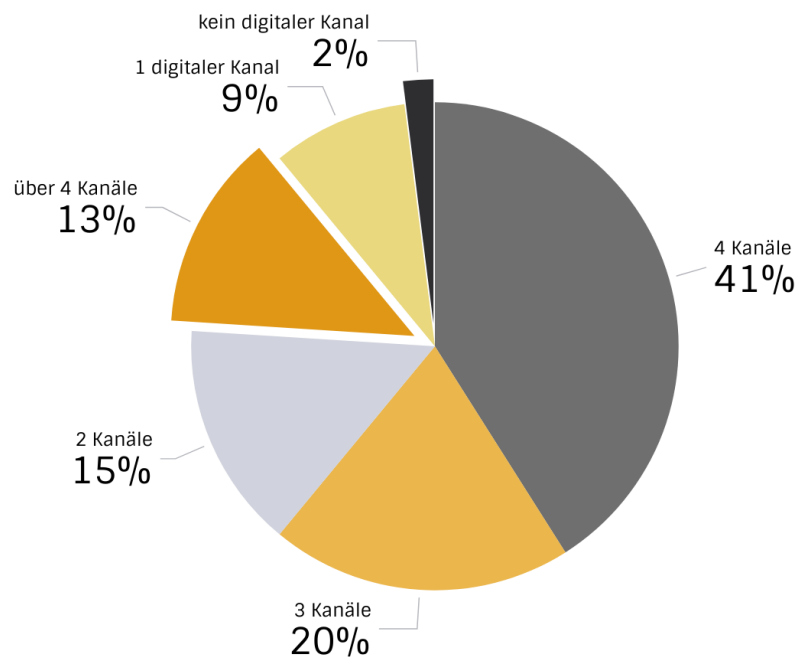


Digitale Kanäle der Handelsunternehmen im Burgenland 2022

(in % der befragten Unternehmen)



Website ●
Social Media (Meta,
Insta, TikTok, ●



● digitale Plattformen
(LinkedIn, Xing, usw.)
● Eigener Online-Shop

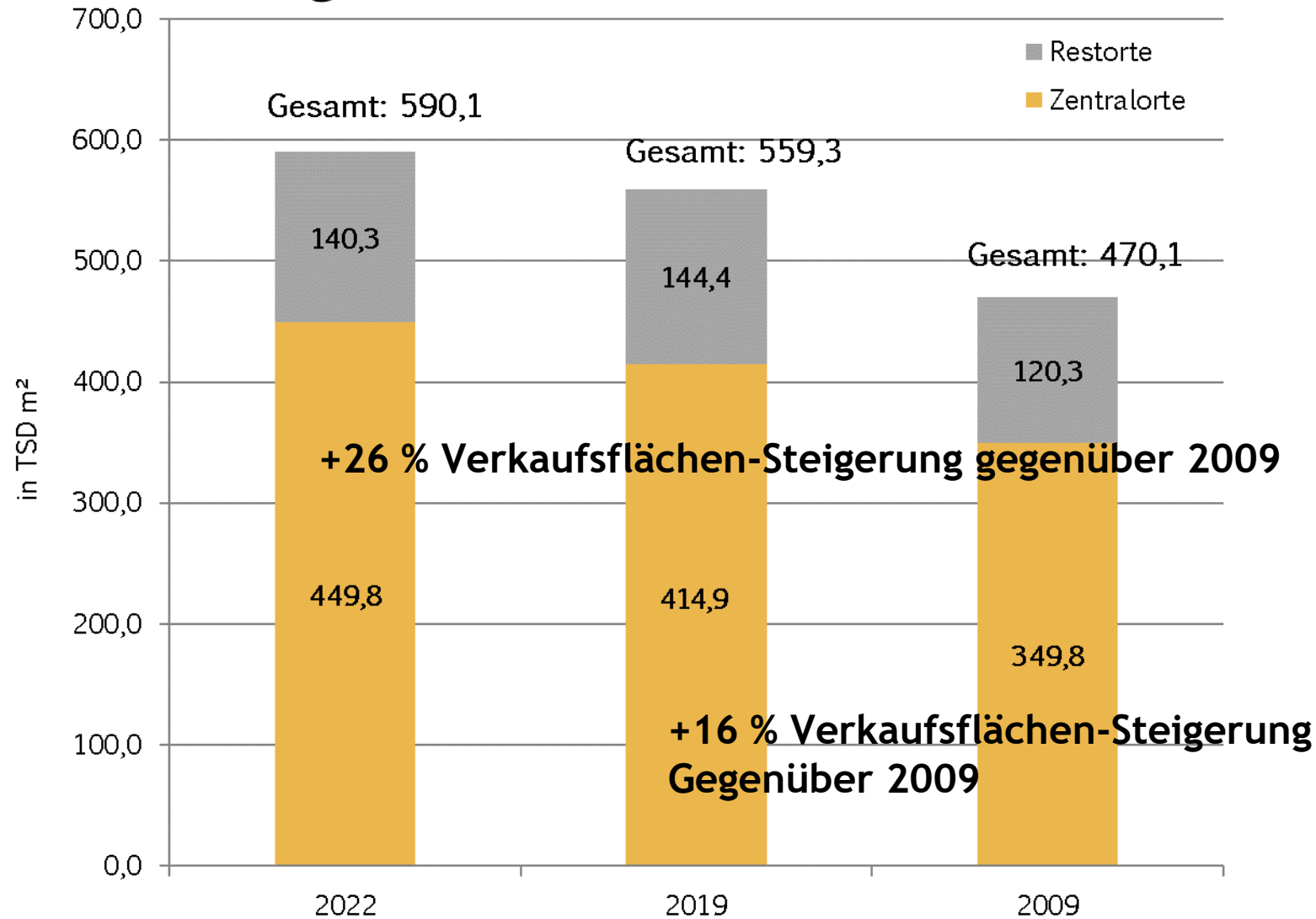
Trend 5: Verkaufsflächensteigerung zu Lasten der Innenstädte/Ortskerne !



Weitere **dezentrale Steigerung** der **Verkaufsflächen** gegenüber 2019, vor allem durch Entwicklungen in den Bezirken Neusiedl (Parndorf, Kittsee,...), Oberwart und Eisenstadt, **schwächen Innenstädte/Ortskerne** weiter

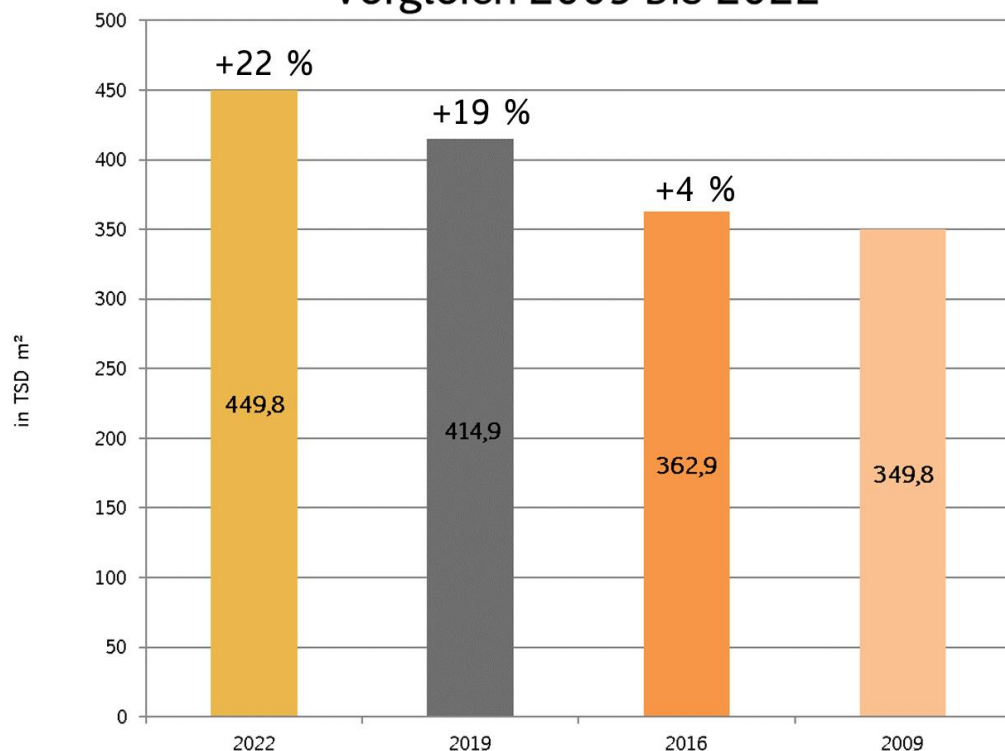


Verkaufsfläche Burgenland Gesamt im Vergleich 2009, 2019 und 2022 (in Tsd m²)

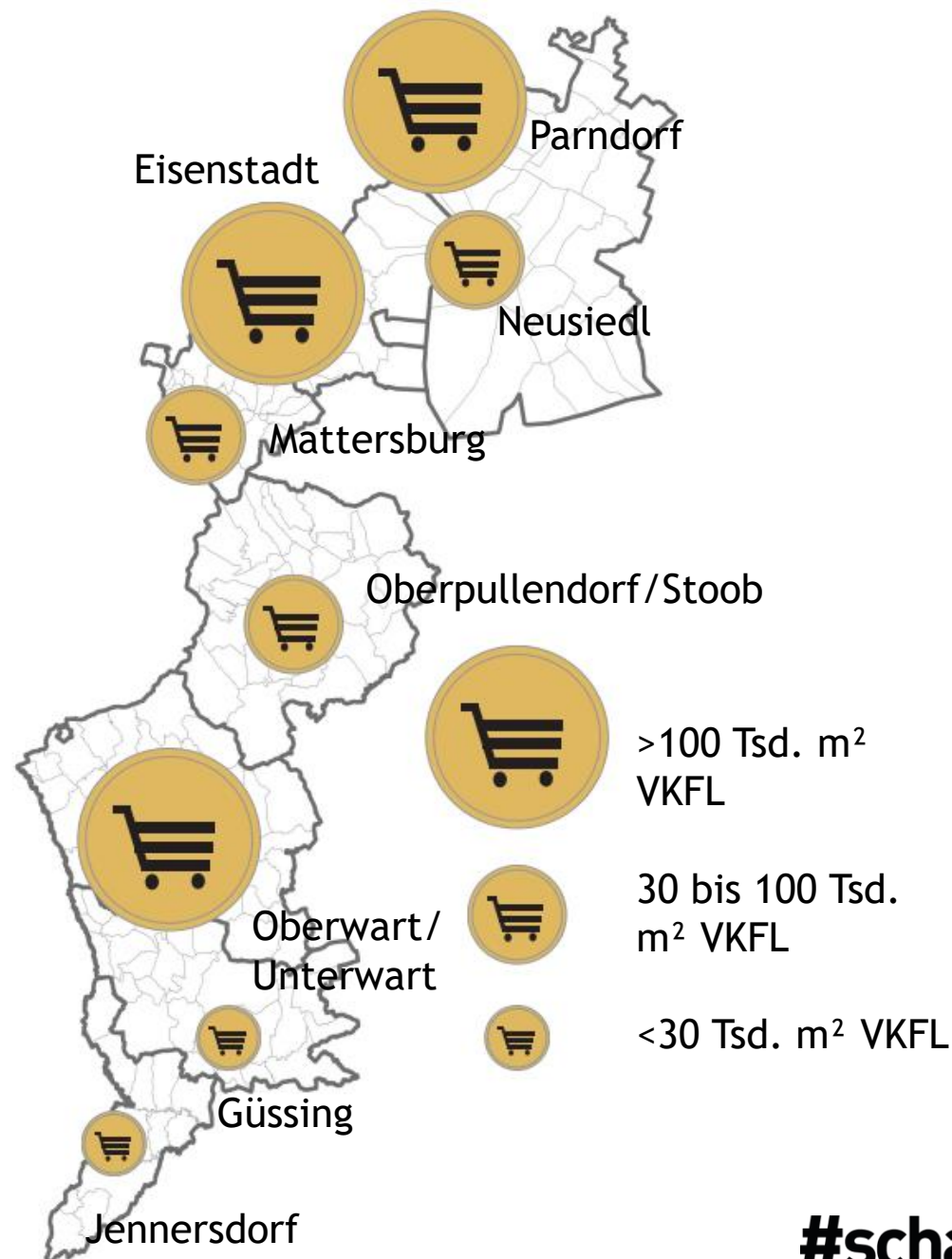


Verkaufsflächen-Bilanz nach Bezirks-Vororten Burgenland 2022

Verkaufsfläche Burgenland Zentralorte im
Vergleich 2009 bis 2022



Anmerkung: ohne Flächen Pinkafeld 2019 und 2022



Entwicklung Verkaufsflächen-Verteilung nach Lagen im Vergleich 2009, 2016 und 2022

Zentralorte Burgenland Gesamt -
in % der Gesamtfläche



2009

Anteil VKFL
Innenstadt

Anteil VKFL
Streu-/Peripherielage



2016



2022

Trend 6: Weitere Steigerung der Filialisierung!

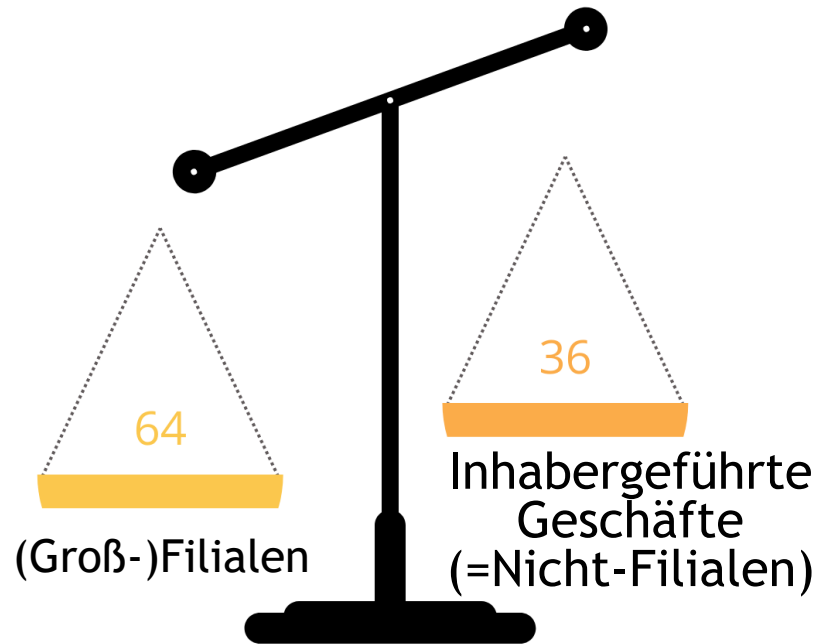


Burgenland hat **höchste Dichte** an
(Großketten und internationalen)
Filialbetrieben in Gesamt **Österreich**

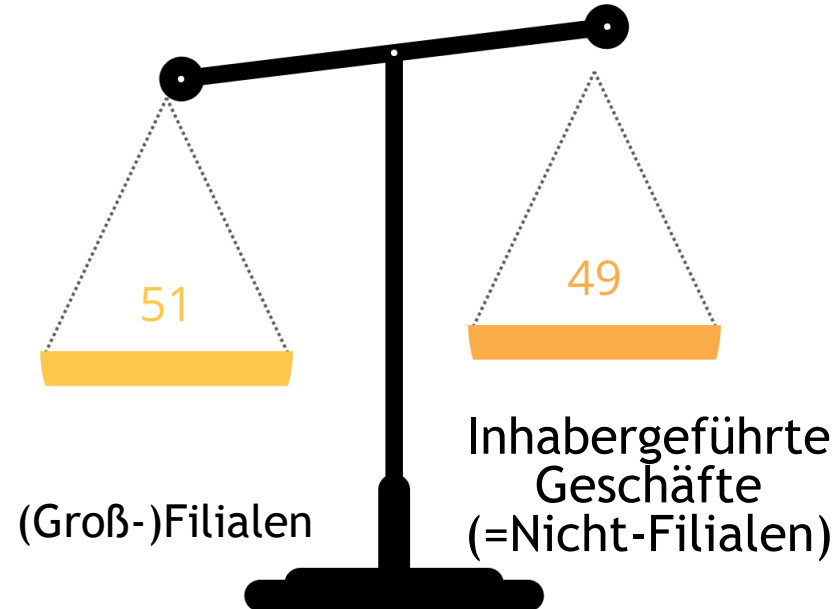


Entwicklung Filialisierungsgrad im Vergleich 2009 und 2022

Zentralorte Burgenland Gesamt -
in % der Verkaufsstellen (inkl. Parndorf)

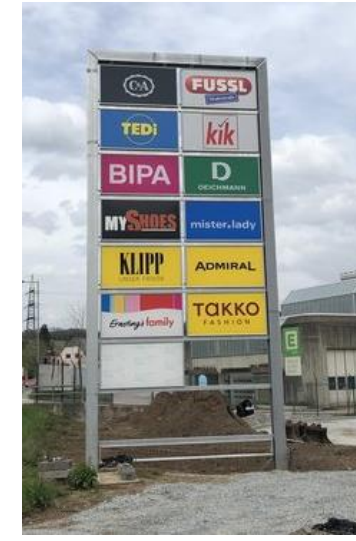
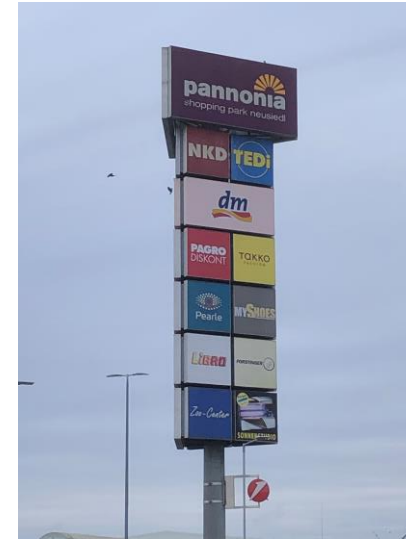


2022



2009

Austauschbarkeit ?



Einzigartigkeit ?



„Konsum“

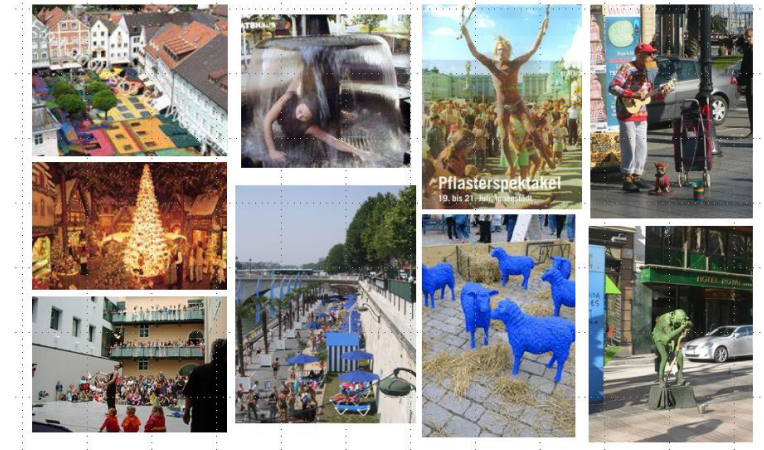


„Kommunikation“

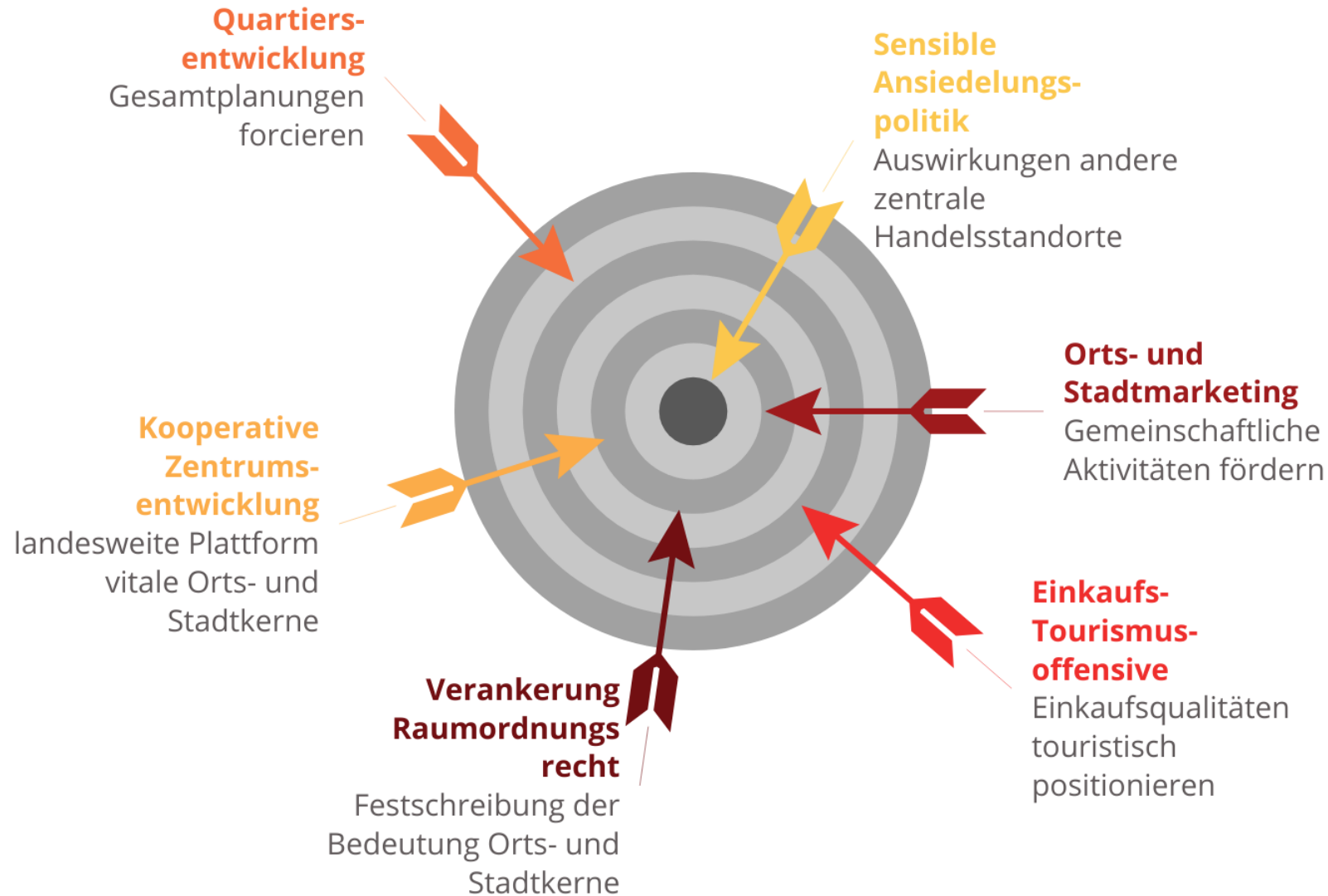
„Kultur“



„Kreativität“



Empfehlungen



**„Früher war selbst
die Zukunft
besser.“**



Karl Valentin