

# MEDIENSERVICE

## Bezirk Ried besticht mit positiver Kaufkraftbilanz

Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham  
zählt zu Top-Einkaufsdestinationen  
in Oberösterreich

Ried, 27. Jänner 2015

## Ihre Gesprächspartner:

**LAbg Alfred Frauscher**  
Obmann der WKO Ried

**Mag. Christoph Wiesner**  
Leiter der WKO Ried

**MMag. Doris Dim-Knoglinger**  
Bezirksvorsitzende-Stv. Frau in der Wirtschaft Ried

**Mag. Roland Muraier**  
CIMA Beratung + Management GmbH

## Fast 8 von 10 Euro bleiben im Bezirk Ried: Fünfhöchste Kaufkraftbindung im Bundesland

309,4 Mio. Euro umfasst das gesamte einzelhandelsspezifische Kaufkraftvolumen im Bezirk Ried. Von dieser Summe verbleiben 79 % in den Handelsbetrieben vor Ort. „Das heißt, acht von zehn Euro bleiben im regionalen Einzelhandel. Das ist im oberösterreichweiten Vergleich der bemerkenswerte 5. Platz“, zitiert der Obmann der WKO Ried, Alfred Frauscher, aus den Ergebnissen der aktuellen Kaufkraftstudie. Nur die Städte Linz (81 %), Steyr (91 %) und Wels (89 %) sowie der Bezirk Vöcklabruck (84 %) erzielten höhere Werte.

Frauscher führt dies u.a. darauf zurück, dass der Einkaufsstadt Ried als unzweifelhaft wichtigster Einzelhandelsstandort im Bezirk eine hohe Attraktivität attestiert wird. So haben die öö. Konsumenten in einem Attraktivitäts-Ranking Rieds Innenstadt die Note 2,5 gegeben und damit ex aequo mit Steyr auf Platz 4 gereiht. Nur Linz (1,7), Bad Ischl (2,2) und Wels (2,3) liegen davor.

Eine Ursache für Rieds gutes Bezirksergebnis liegt für WKO-Obmann Frauscher „in der hohen Standorttreue unserer Bevölkerung“. Die 59.000 Konsumenten zeigen eine Bezirksbindung je nach Warengruppen zwischen 67 und 89 %. Beim zentralen Einkaufsraum Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham liegt die Kaufkrafteigenbindung bei oberösterreichweit sehr hohen 87 %. Frauscher: „Ebenfalls ein Spitzenwert im Vergleich mit den großen Einkaufsdestinationen im Land.“

### Positive Kaufkraftbilanz

Ein weiterer Grund für das gute Bezirksergebnis ist die positive Kaufkraftbilanz von 59,2 Mio. Euro, das sind um 23 Prozent mehr als 2008. Rund 55,9 Mio. Euro fließen ab, 15,9 Mio. Euro alleine in den stark wachsenden Online-Handel (+108 % seit 2008), inzwischen der größte Konkurrent für den stationären Einzelhandel.

In diesem Zusammenhang weist Frauscher auf die Schwerpunktoffensive „Und du?“ von Frau in der Wirtschaft Ried hin: „Damit soll das Bewusstsein für einen Einkauf in der Region geschärft und so die Nahversorgung im weitesten Sinn genauso wie die Region insgesamt gestärkt werden. Eine überaus begrüßenswerte Initiative, hinter der selbstverständlich die gesamte regionale Wirtschaft steht.“

Man dürfe trotz der guten Ergebnisse die Hände nicht in den Schoß legen, ist Frauscher überzeugt. Unser Bezirk, allen voran die Stadt Ried, ist ein attraktiver Handelsplatz. Deshalb müsse man sein Möglichstes tun, damit dies so bleibt und die Konsumenten nicht wegbrechen. „Der Konsument wird nämlich immer mobiler, und ist er einmal weg, ist er nur schwer wieder zurückzubringen“, so Frauscher.

## Untersuchung der Handelsstrukturen in Oberösterreich und Niederbayern

Die Analyse des Einkaufs- bzw. Konsumverhaltens und der Einzelhandelsstrukturen wird im Bundesland Oberösterreich bereits seit den 1980er Jahren in regelmäßigen Abständen durchgeführt. Die nun vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer umfangreichen Studie, welche die Wirtschaftskammer Oberösterreich in Kooperation mit dem Land Oberösterreich sowie der IHK Niederbayern initiierte.

Die Analyse der Kaufkraftströme umfasste dabei insgesamt 18.630 telefonische Haushaltsinterviews in Oberösterreich, Niederbayern, den angrenzenden Bundesländern sowie in Südböhmen. Im Bezirk Ried wurden 820 Personen befragt. Zusätzlich wurden Branchenmixanalysen in 89 öö. „zentralen“ Handelsstandorten sowie 20 grenznahen niederbayerischen Kommunen (Landkreise Deggendorf, Freyung-Grafenau, Rottal-Inn, Passau sowie Stadt Passau) durchgeführt. Im Bezirk Ried wurden die Handelsstrukturen des zusammenhängenden Einkaufsraums Ried-Aulolzmunster-Tumeltsham einer genauen Vor-Ort-Analyse unterzogen (Begutachtung von 230 Handelsbetrieben).

Auf Basis einer europaweiten Ausschreibung erhielt die CIMA Beratung + Management GmbH den Zuschlag zur Erstellung der Studie. Die Bearbeitungszeit betrug insgesamt 11 Monate (November 2013 bis Oktober 2014).

## Verbesserbare Ausgangslage für den regionalen Handel

Die Prosperität des Einzelhandels eines Bezirks hängt von einer Reihe von sozio-demografischen und ökonomischen Rahmenbedingungen ab. Betrachtet man die vier wesentlichen Faktoren in der Region zeigt sich, dass die Bevölkerungs- und somit auch die Konsumentenbasis in den letzten 12 Jahren weitgehend stagnierte (0,7 % Zuwachs). Auch in den nächsten 15 Jahren (bis 2030) wird die Einwohnerzahl im Bezirk nur geringfügig größer werden (1,9 % Zuwachs).

Auch wenn der Tourismus – insbesondere durch die Therme Geinberg – in den letzten Jahren zu einer erkennbaren wirtschaftlichen Größe heranreife (rund 177.000 Nächtigungen), musste bei dieser, auch für den Handel wichtigen Kennzahl innerhalb der letzten 5 Jahre ein Minus verkräftet werden (–2,7 %). Das deutlich unter dem OÖ-Durchschnitt (97,4 %) liegende Kaufkraftniveau des Bezirks (92,6 %) ist eine weitere verbesserbare Rahmenbedingung.

### **Fünfhöchste Kaufkraftbindung in OÖ**

309,4 Mio. Euro beträgt das gesamte einzelhandelsspezifische Kaufkraftvolumen im Bezirk Ried. Von dieser Summe verbleiben 79 % in den Handelsbetrieben vor Ort. Im Oberösterreich-Vergleich erreichen nur die Landeshauptstadt Linz (81 %), die Statutarstädte Steyr (91 %) und Wels (89 %) sowie der Bezirk Vöcklabruck (84 %) höhere Werte.

Besonders hoch ist die „Standorttreue“ der rund 59.000 Konsumenten des Bezirks Ried bei „Waren des täglichen Bedarfs“ (89 % Bezirksbindung). Auch bei den mittelfristigen Gütern (z.B. Modeartikel, Spielwaren, Bücher, etc.) werden mehr als zwei Drittel der Bezirkskaufkraft vor Ort gebunden (67 %). Bei dieser Bedarfsgruppe ist allerdings gegenüber dem Jahr 2008 ein Rückgang von 10 % festzustellen. Bei den langfristigen Sortimenten (z.B. Möbel, Elektrowaren, Baumarktartikel) beträgt der Eigenbindungswert außerordentlich hohe 70 %.

### **Trotz starker Konkurrenz hohe Standorttreue der eigene Bevölkerung**

Betrachtet man die Kaufkrafteigenbindung des Einkaufsraums Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham ist klar ersichtlich, dass die vor Ort wohnenden Bürger eine sehr hohe „Einkaufstreue“ zum Standort haben (87 %; 4. Stelle aller großen Einkaufsdestinationen in OÖ). Gegenüber 2008 reduzierte sich dieser Wert kaum (–2 %).

### **Rieder Handelszonen versorgen weitgehend das gesamte Innviertel**

Die Dynamik und Anziehungskraft des Einzelhandels des Einkaufsraums Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham manifestiert sich im außerordentlich großen Einzugsgebiet und unterstreicht die Bedeutung dieses Einkaufsraums als „Shoppingdestination Nr. 1“ des Innviertels. Vor allem bei den mittelfristigen Bedarfsgütern erstreckt sich das klassische Einzugsgebiet (= Kaufkraftzufluss ab 10 %) nicht nur auf den eigenen Bezirk, sondern umfasst auch viele Gemeinden in den Nachbarbezirken Braun-

au, Grieskirchen, Schärding und Vöcklabruck (insgesamt 110.360 Personen/ +13 % seit 2008). Die Kaufkraftabschöpfung aus diesem Marktgebiet von 38 % zählt darüber hinaus zu höchsten Werten im gesamten Bundesland.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Marktrandzone; Zuflüsse von 1–9,9 %) dehnt sich auf fast sämtliche Gemeinden des Innviertels und Hausrückgebiets sowie Grenzgemeinden in Niederbayern aus (105.500 Personen).

### **Virtuelle Einkaufswelten als größter Konkurrent**

Der online-Einzelhandel stellt sich als die größte Konkurrenz des Einzelhandels im Bezirk Ried dar. Insgesamt 15,9 Mio. Euro oder 5 % des regionalen Kaufkraftvolumens fließen in die virtuellen Einkaufswelten. Gegenüber 2008 steigerte sich dieser Abfluss um 108 %.

Die dicht besetzten Handelszonen des öö. Zentralraums ziehen aus dem Bezirk rund 11,6 Mio. Euro ab (+9 % seit 2008), nach Niederbayern fließen 9,1 Mio. Euro (+43 % seit 2008). Insgesamt fließen aus dem Bezirk 55,9 Mio. Euro (+6 % seit 2008) ab

### **Deutlich mehr Zufluss als Abfluss**

Die Kaufkraftbilanz des Bezirks Ried mit seinen oberösterreichischen und niederbayerischen Nachbarregionen fällt sehr positiv aus (+59,2 Mio. Euro; +23 % seit 2008). Die Bilanz mit dem Bezirk Grieskirchen fällt am besten aus (+21,5 Mio. Euro). Ebenfalls hohe Bilanzgewinne sind mit dem Bezirk Schärding (+19,9 Mio. Euro) sowie dem Bezirk Braunau (+13,8 Mio. Euro) zu verbuchen. Geringere Zuflüsse stammen mit dem Bezirk Vöcklabruck (+3,9 Mio. Euro) sowie dem Landkreis Passau (+1 Mio. Euro) zu verzeichnen.

### **Umsatzstarker Einkaufsraum „Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham“**

Die Handelsbetriebe des Einkaufsraums Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham erwirtschaften einen Umsatzwert von 269,8 Mio. Euro pro Jahr (+4,5 % seit 2008). Im Vergleich der großen öö. Shoppingdestinationen liegt der Einkaufsraum an 7. Stelle. 80 % der gesamten Bezirksumsätze werden in den Einkaufsagglomerationen von Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham umgesetzt.

Rund ein Drittel des Gesamtumsatzes des Einkaufsraums wird im Zentrum der Schwanthaler-Stadt erzielt. Gegenüber 2008 hat die Umsatzkraft des Stadtzentrums um 13 % nachgelassen.

### **Tourismus spielt geringe Rolle**

Im Vergleich zu anderen öö. Bezirksstädten ist der Tourismus-relevante Handelsumsatz im Raum Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham (8 %) als noch deutlich steigerbar einzustufen.

### **103.750 m<sup>2</sup> Handelsfläche im Bezirk**

Im Bezirk konnte eine Verkaufsfläche von 103.750 m<sup>2</sup> (–8 % seit 2008) festgestellt werden. 80 % davon sind im Einkaufs-raums Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham, wobei im innerstädtischen Kernbereich von Ried derzeit 24 % der Verkaufsflächen liegen.

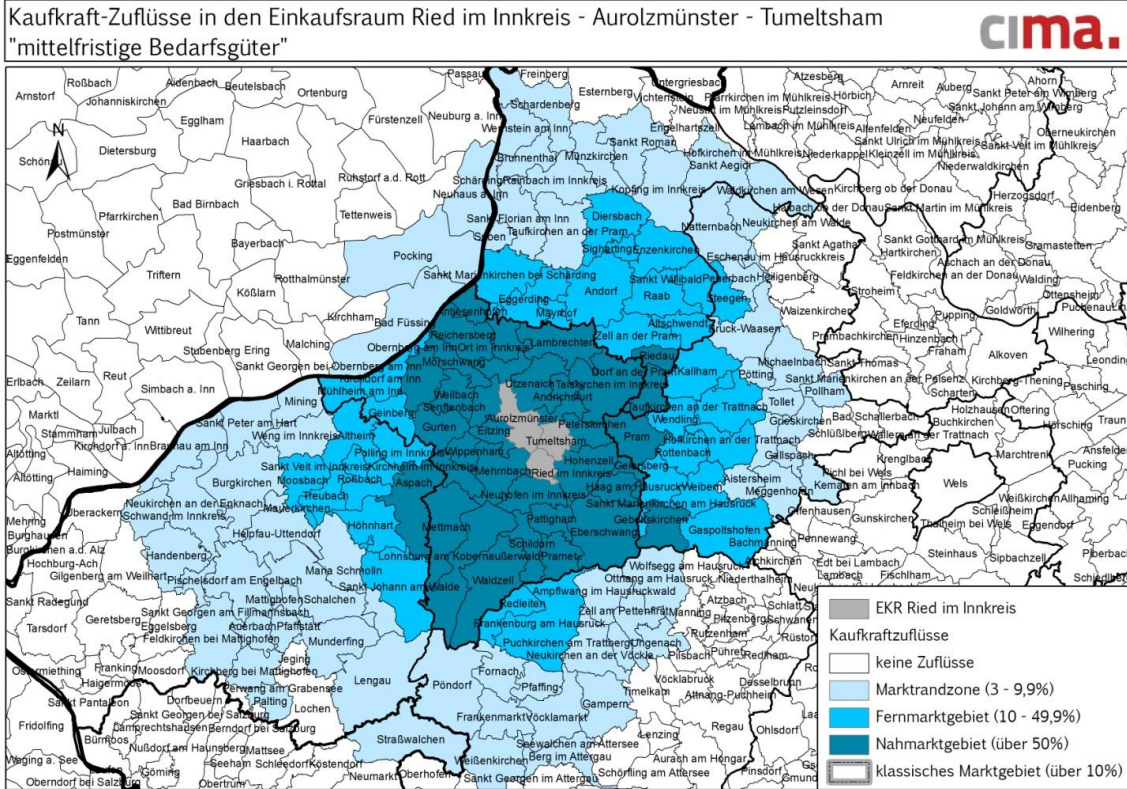
Oberösterreichs Einzelhandel besteht aktuell zu 50 % aus Filialbetrieben. Im Raum Ried-Aurolzmünster-Tumeltsham liegt diese Quote bei 55 % (+2 % seit 2008).

### **Beste Werte für Rieder Innenstadt**

Im Zuge der Kaufkraftstromanalysen wurden Oberösterreichs Konsumenten eine Reihe von Fragen zur Attraktivität innerstädtischer Einkaufsräume gestellt. Aus Sicht der Befragten punktet das Rieder Stadtzentrum vor allem bei den Punkten „Gesamtattraktivität“ (Note 2,5; 4. Platz in OÖ), „Qualität des Branchenmix“ (Note 2,7; 4. Platz) sowie Service- und Fachberatung der Innenstadtbetriebe (Note 1,8; 4. Platz).



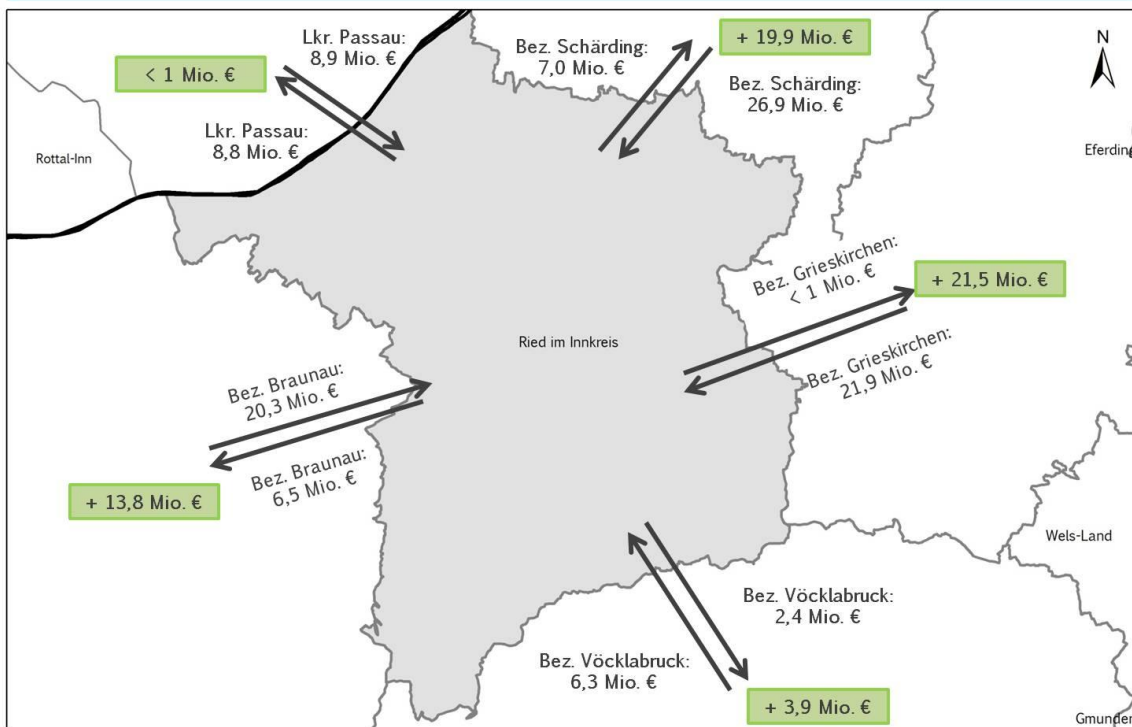
Einzugsgebiete

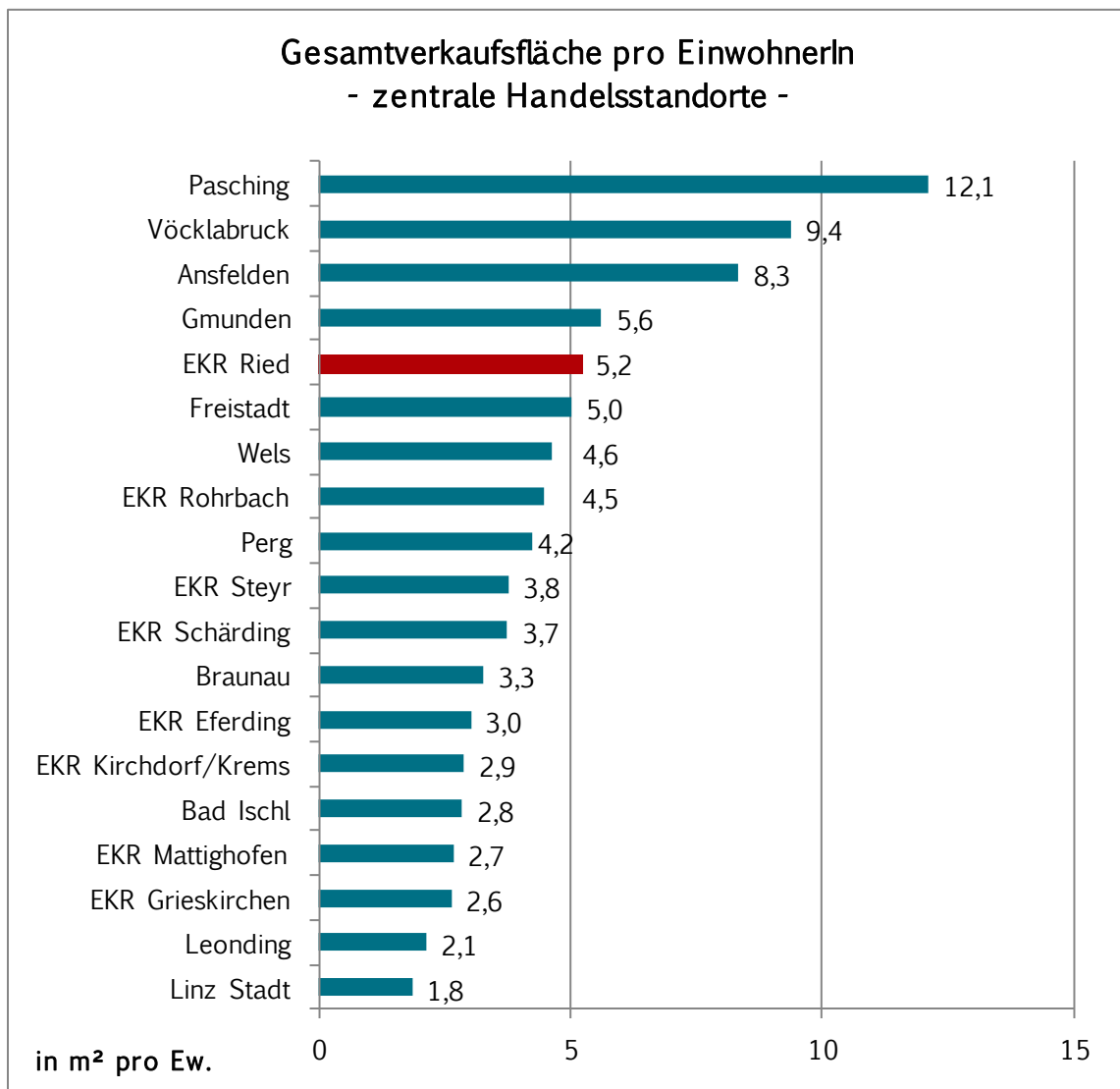


Kaufkraftbilanz

Kaufkraftbilanz mit Nachbarregionen  
Bezirk Ried im Innkreis

**cima.**







Fachbegriff	Definition
Kaufkraft	Unter Kaufkraft wird die Fähigkeit einer Person verstanden, mit verfügbarem Geld in einem bestimmten Zeitraum Güter erwerben zu können (= alle Geldmittel, die einer Person zur Verfügung stehen, wie Gehalt, Pensionen, Beihilfen, Vermögens-verzehr und Kredite).
Kaufkraftvolumen	Gibt die gesamte Kaufkraft aller Haushalte in einer Gemeinde monetär in € an.
gebundene Kaufkraft bzw. Eigenbindung	Gibt den Anteil jener Kaufkraft monetär in € an, der auch tatsächlich in einer Gemeinde von den eigenen BürgerInnen ausgegeben wird.
Kaufkraftabfluss	= jene Kaufkraft einer Gemeinde, die nicht vor Ort gebunden ist
Kaufkraftzufluss	= jene Kaufkraft, die nicht von Haushalten der jeweiligen Standortgemeinde stammt, jedoch in der Standortgemeinde gebunden wird („Kaufkraft von außen“)
Einzelhandelsumsatz	Entspricht der tatsächlich in einer Gemeinde gebundenen Kaufkraft und ergibt sich durch die Addierung der Kaufkräfteeigenbindung + Kaufkraftzuflüsse minus den Kaufkraftabflüssen
Nahmarktgebiet	Alle Gemeinden im Einzugsgebiet mit durchschnittlichen Kaufkraftzuflüssen aller Haushalte von mehr als 50%.
Fernmarktgebiet	Alle Gemeinden im Einzugsgebiet mit durchschnittlichen Kaufkraftzuflüssen der Haushalte zwischen 10 und 49%.
Marktrandzone oder Marktrandgebiet	Gemeinden, bei welchen zwar noch Kaufkraft-verflechtungen erkennbar sind, die Kaufkraftzuflüsse der Haushalte jedoch zwischen 3-9,9 % liegen.
Klass. Einzugsgebiet	= „Nahmarkt-“ und „Fernmarktgebiet“