



MEDIENSERVICE

Kaufkraft-Ströme: OÖ erzielt 250 Mio. € Überschuss

Online-Shopping ernste Konkurrenz
für Einzelhandel in OÖ und Bayern -
Kaufkraftpotenziale ausgeschöpft

Linz, 3. November 2014

Ihre Gesprächspartner:

Dr. Rudolf Trauner

Präsident der WKO Oberösterreich

Dr. Michael Strugl

Wirtschaftslandesrat OÖ

Erwin Huber

Vorsitzender Wirtschaftsausschuss im Bayr. Landtag

Walter Keilbart

Hauptgeschäftsführer IHK Niederbayern

Mag. Roland Murauer

CIMA Beratung + Management GmbH

Kurzversion:

Seit den 1980er Jahren werden in OÖ regelmäßig das **Einkaufsverhalten** und die **Einzelhandelsstrukturen** analysiert. Bei der jüngsten Studie wurden erstmals auch die **Kaufkraftzuflüsse** und **Kaufkraftabflüsse** in die angrenzenden **Bundesländer** sowie **Bayern** und **Südböhmen** erhoben.

Die Untersuchung zeigt eine **positive Kaufkraftbilanz für OÖ**: Jedes Jahr fließen um rund **250 Millionen Euro** mehr über die Grenzen nach Oberösterreich, als Bürger unseres Bundeslandes in den umliegenden Ländern ausgeben.

Der **Internet-Handel** hat sich überall zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz für den stationären Einzelhandel entwickelt. In Oberösterreich werden gegenwärtig **5 Prozent** der Kaufkraft oder **410,2 Millionen Euro** durch diese neuen Handelsformen gebunden.

Aus Sicht der oö. Konsumenten hat **Linz die attraktivste Innenstadt** (Note 1,7), gefolgt von Bad Ischl (2,2), Wels (2,3), Ried und Steyr (jeweils Note 2,5).

Die **touristische Kaufkraft** sichert viele, vor allem kleinere Handelsstandorte ab.

Die **Kaufkraftpotenziale** sind aktuell und auch mittelfristig überall **weitgehend ausgeschöpft**, die Mehrzahl der Handelsstandorte verfügt über **sehr dichte Angebotsstrukturen**. Aus diesem Grund muss künftig bei neuen, großflächigen Einzelhandelsprojekten und auch bei Erweiterungen bestehender Strukturen **sehr sensibel** vorgegangen werden.

WKOÖ-Präsident Dr. Rudolf Trauner

Dynamische Handelsentwicklung fordert Betriebe

Im Jahr 2003 wurden letztmalig die Kaufkraftströme in Oberösterreich analysiert, vor etwa fünf Jahren die Nahversorgerstrukturen. Um die zwischenzeitlich geänderten Rahmenbedingungen zu berücksichtigen, initiierten die WKO Oberösterreich, das Land Oberösterreich sowie die IHK Niederbayern im Jahr 2013 ein gemeinsames Projekt, die Kaufkraftströme und die Struktur des Einzelhandels in unserem Bundesland sowie in Niederbayern möglichst umfassend darzustellen. „Durch diese enge Kooperation ist es uns gelungen, für dieses Projekt sowohl eine Landes- als auch eine EU-Förderung aus dem INTERREG-Programm Österreich-Bayern zu erhalten“, so WKOÖ-Präsident Trauner. Im Zuge einer europaweiten Ausschreibung erhielt die Firma „CIMA Beratung + Management GmbH“ den Zuschlag für diese Untersuchung.

Bislang umfassendste Erhebung

Die Untersuchung dauerte von November 2013 bis Oktober 2014. Im Rahmen der aktuellen Studie wurden insgesamt 18.630 Haushalte in Oberösterreich und Niederbayern, den angrenzenden Bundesländern sowie in Südböhmen zu ihrem Konsumverhaltens telefonisch befragt.

Die Bestandsaufnahme der Einzelhandelsbetriebe erfolgte in Form von persönlichen Erhebungen direkt vor Ort. In 89 oberösterreichischen und 20 niederbayerischen Handelsstandorten wurden insgesamt 9731 Betriebe eingehend begutachtet, um wichtige Daten wie z.B. die Verkaufsfläche oder die Sortimentsstruktur zu analysieren.

„Die enorme Dynamik hat die Handelsstruktur in den vergangenen Jahren verändert“, unterstreicht Trauner die Bedeutung der aktuellen Studie. Wer im Handel erfolgreich sein will, muss den sprichwörtlich „guten Riecher“ haben. Es gilt am Puls der Zeit zu bleiben und Trends zu erkennen.

Der Konsument ist mit seinen Einkaufsgewohnheiten ein wichtiger Faktor bei vielen Veränderungen im Handel. Die gestiegene Mobilität der Kunden, das Wachstum alternativer Vertriebsformen, Konzentrationstendenzen und das Wachstum von Flächen an der Peripherie fordern die Betriebe und stellen hohe Anforderungen an deren Flexibilität. „Die genaue Kenntnis des Kaufverhaltens und der Kaufmotive sind heutzutage zentrale Elemente für betriebswirtschaftliche Entscheidungen der Unternehmen“, so Trauner.

Entscheidungsgrundlagen für eine erfolgreiche Wirtschaftspolitik

„Kaufkraft und Handel sind wesentliche Merkmale für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und ein wichtiges Fundament für die Entwicklung eines Landes“, so der WKOÖ-Präsident. Zu- und Abflüsse von Kaufkraft sowie die Angebotsstrukturen sind bedeutende Parameter für die regionale Wirtschaftspolitik, den Handel, Investoren oder für Werbe- und Marketingkonzepte. Gesicherte Daten und Fakten sind deshalb wichtig, weil sie entscheidende Grundlagen für wirtschaftspolitische Weichenstellungen bilden, etwa für die Nahversorgung, Verkehrswege oder Raumplanung.

Hohe Standorttreue

Ein zentrales Ergebnis der Studie zeigt, dass die Oberösterreicher vorwiegend zuhause einkaufen. 87 Prozent der gesamten einzelhandelsspezifischen Kaufkraft Oberösterreichs bleiben im eigenen Bundesland. Im österreichweiten Vergleich hat nur Vorarlberg mit 94 Prozent eine noch höhere Kaufkrafteigenbindung. Bei den untersuchten Leitsortimenten ist in Oberösterreich bei den „Waren des täglichen Bedarfs“ (Lebensmittel, Drogeriewaren) mit 94 Prozent die höchste Bindung festzustellen.

Positive Kaufkraftbilanz

Aus den angrenzenden Bundesländern Niederösterreich, Salzburg und der Steiermark, aus Niederbayern, Südböhmen sowie aus dem Tourismus fließen jährlich rund 968,6 Millionen Euro in den oberösterreichischen Handel. Umgekehrt decken sich jedoch auch Oberösterreichs Konsumenten um zirka 719,5 Millionen Euro mit Waren ein, die sie außerhalb unseres Bundeslandes oder im Internet einkaufen. In Summe ergibt sich somit ein positiver Kaufkraftsaldo in Höhe von 249,1 Millionen Euro.

Einzelhandel mit hohem Umsatz

Der Einzelhandelsumsatz in unserem Bundesland beträgt aktuell 7,9 Mrd. Euro. Nur die Bundeshauptstadt Wien (9,8 Mrd. Euro) und Niederösterreich (8 Mrd. Euro) können noch größere Umsatzvolumina im Einzelhandel aufweisen.

Oberösterreichs Innenstädte bzw. Ortskerne binden zirka 32 Prozent des Umsatzes. Nur im Bundesland Salzburg weisen die innerörtlichen Handelszentren mit 34 Prozent eine noch stärkere Umsatzbindung auf.

Online-Shopping ist Konkurrenz

Die Konkurrenz aus dem Internet hat sich mittlerweile zu einem ernstzunehmenden Mitbewerber für den stationären Einzelhandel entwickelt. In Oberösterreich werden gegenwärtig fünf Prozent der Kaufkraft bzw. 410,2 Millionen Euro durch diese neue Handelsform gebunden. Mit 24,2 Prozent hat der heimische Buchhandel besonders hohe Kaufkraftabflüsse ins online-business zu verzeichnen. Auch Elektronikartikel (12,6 Prozent Kaufkraftabfluss) oder Bekleidung (12,1 Prozent Kaufkraftabfluss) werden von den Oberösterreichern gerne im weltweiten Netz eingekauft. Regional gesehen sind die Bewohner aus den Bezirken Linz-Land und Steyr-Land die eifrigsten Internet-Einkäufer. Insgesamt gehen rund 53 Prozent des gesamten Onlinehandels an ausländische Onlinehändler, der Rest verbleibt bei inländischen Internethändlern.

Wirtschaftslandesrat Dr. Michael Strugl Nahversorgungsförderung, Ortskernbelebung und restriktive Raumplanung

Die vorliegenden Ergebnisse der Untersuchung der Kaufkraftströme und der Einzelhandelsstrukturen in unserem Bundesland untermauern die Notwendigkeit verschiedener Schwerpunktsetzungen der Wirtschafts- und Raumordnungspolitik in Oberösterreich, insbesondere die Förderung einer starken Nahversorgungsstruktur in allen Regionen des Landes im Rahmen der „Nahversorgungsförderung Neu“, die Belebung der Ortskerne im Zuge der Dorf- und Stadtentwicklung sowie weiterhin eine restriktive Haltung der Raumordnung gegenüber neuen Einkaufszentren bzw. dezentralen Standorten für zentrumsrelevante Warenangebote.

Linz, Bad Ischl, Wels, Ried und Steyr haben die attraktivsten Innenstädte

Im Zuge der Studie wurden auch Oberösterreichs Konsumenten hinsichtlich der Wichtigkeit verschiedener innerstädtischer Einkaufsfaktoren befragt. Daraus lassen sich folgende Ergebnisse ableiten:

- Die attraktivste Innenstadt in Oberösterreich heißt Linz (Note 1,7), gefolgt von Bad Ischl (2,2), Wels (2,3), Ried und Steyr (jeweils 2,5).
- Beim City-Branchenmix schneidet ebenfalls Linz hervorragend ab (2,0). Auf den weiteren Plätzen sind Wels (2,5), Bad Ischl (2,6) und wiederum Ried und Steyr (jeweils 2,7) zu finden.

- Bei der Frage nach der Parkplatzsituation ergibt sich jedoch ein etwas anderes Bild: Hier liegt Rohrbach (2,0) vor Eferding und Freistadt (jeweils 2,1).

Touristische Kaufkraft sichert viele, auch kleinere Handelsstandorte ab

Sofern entsprechende Angebote vor Ort vorhanden sind, profitiert der heimische Einzelhandel insbesondere auch vom Tourismus: 13 Prozent des oberösterreichischen Einzelhandelsumsatzes basiert auf Einkäufen von Tages- und Nächtigungstouristen. Die Studie belegt, dass in vielen, vor allem kleineren und tourismusintensiven Handelsdestinationen der Tourismus maßgeblich zur Prosperität des lokalen Handels beiträgt: So sind in St. Wolfgang am Wolfgangsee 73 Prozent der Handelsumsätze touristisch bedingt, in Windischgarsten 37 Prozent und in Bad Ischl 30 Prozent.

Sehr dichte Verkaufsflächen-Agglomerationen in OÖ

Oberösterreich hat sich in den vergangenen Jahren als attraktiver Handelsinvestitionsstandort erwiesen. Aus diesem Grund weist unser Bundesland auch relativ dichte Verkaufsflächen-Agglomerationen und Angebotsstrukturen auf.

In Oberösterreich sind gegenwärtig 2,4 Mio. m² an Einzelhandelsverkaufsfläche vorhanden. Mit einem „Dichte“-Wert von 1,7 m² pro Einwohner liegt Oberösterreich hinter Kärnten und Salzburg mittlerweile an dritter Stelle in Österreich. Die größten Agglomerationen sind in

- Linz (353.900 m²),
- Wels (271.550 m²),
- Steyr-Dietach (154.600 m²) und
- Ansfelden (130.950 m²)

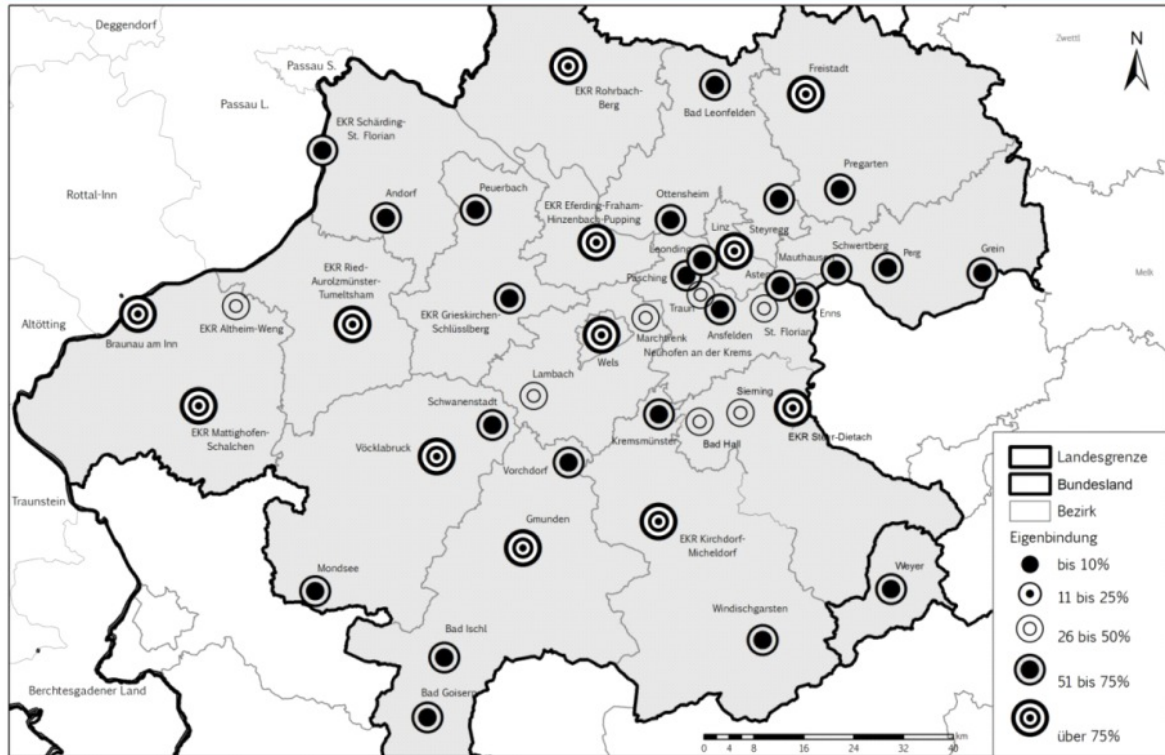
lokalisiert worden.

Ausgeschöpfte Kaufkraftpotenziale zwingen zu sensibler Ansiedlungspolitik

Oberösterreich weist erfreulicherweise zufriedenstellende und gute Einzelhandelskennziffern auf. Dessen ungeachtet darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Kaufkraftpotenziale in unserem Bundesland aktuell und auch mittelfristig weitgehend ausgeschöpft sind. Ebenso verfügt die Mehrzahl der Handelsstandorte über sehr dichte Angebotsstrukturen. Das unterstreicht einmal mehr die Richtigkeit der restriktiven Haltung im Rahmen der Raumordnung bei neuen großflächigen Einzelhandelsprojekten.

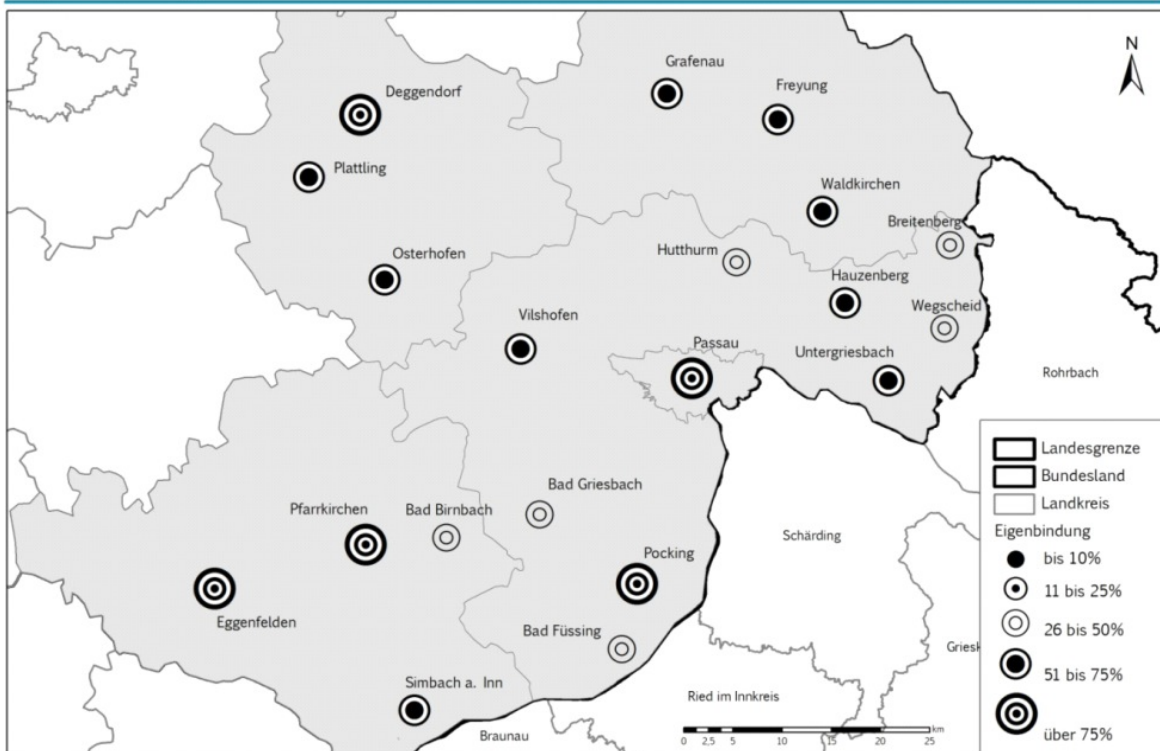
Eigenbindung der Zentralorte in Oberösterreich 2014

cima.



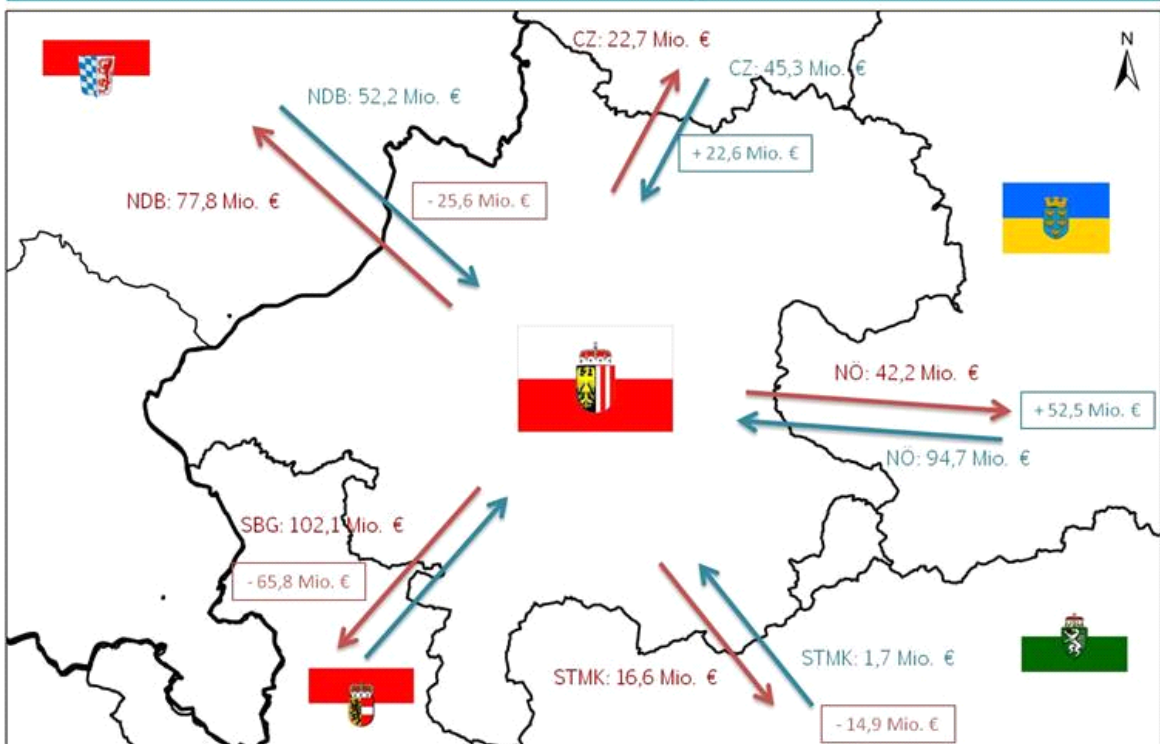
Eigenbindung der Zentralorte in Niederbayern 2014

cima.



Kaufkraftbilanz Oberösterreich - Nachbarregionen

cima.



Anmerkung:

touristischer Kaufkraftzufluss nach OÖ: 738,5 Mio €

Kaufkraftabfluss aus Oberösterreich in den online-Handel: 410,2 Mio €