



Pressekonferenz | Donnerstag, 19. Mai 2016

Die aktuelle Einzelhandelsstruktur in Vorarlberg

Ergebnisse der KAVO 2016 - Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung Vorarlberg

Landesstatthalter Karlheinz Rüdissler (Wirtschaftsreferent der Vorarlberger Landesregierung)

Theresia Fröwis (Obfrau Sparte Handel, Wirtschaftskammer Vorarlberg)

Roland Murauder (Studienautor, Geschäftsführender Gesellschafter CIMA Beratung + Management GmbH)

Die aktuelle Einzelhandelsstruktur in Vorarlberg

Ergebnisse der KAVO 2016 - Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung Vorarlberg

Vorarlberg zählt zu jenen österreichischen Ländern, welche in regelmäßigen Abständen die Kaufkraftströme sowie Einzelhandelsstrukturen einer fundierten Bewertung bzw. einem Vergleich unterziehen. Seit kurzem liegt das Ergebnis der aktuellen Studie vor: "Sie bietet nicht nur eine vergleichende Trendanalyse des Einkaufsverhaltens der Bevölkerung bzw. der vorhandenen Angebotsstrukturen", sagt Landesstatthalter Karlheinz Rüdissler: "Die Studienergebnisse sind wichtige Grundlagen für lokale, regionale und landesweite raumplanerische und wirtschaftspolitische Entscheidungen."

Die aktuelle KAVO-Studie unterscheidet sich gegenüber den Untersuchungen aus den Jahren 2001 und 2009 in folgenden wesentlichen Punkten:

- detaillierte Berücksichtigung des Kaufkraftabflusses in den online-Handel
- Einbeziehung "zentraler" Handelsstandorte des Bregenzerwalds und des Montafons (Bezau, Egg, Hittisau, Schruns-Tschagguns) zusätzlich zu den elf zentralen Handelsstandorten des Rheintals (Dornbirn, Bregenz, Feldkirch, Bludenz, Hohenems, Lustenau, Rankweil, Lauterach, Götzis, Hard, Wolfurt)
- sie enthält Kaufkraft-Bilanzen zwischen Vorarlberger Bezirken und Regionen
- Beurteilung der Attraktivität innerstädtischer/-örtlicher Einkaufsräume durch befragte Konsumentinnen und Konsumenten
- Befragung von Handelsbetrieben zu aktuellen Themen im Vorarlberger Einzelhandel

Die Studie erfolgte im Auftrag des Landes, der Wirtschaftskammer und 15 Gemeinden. Im Zeitraum Mai 2015 bis März 2016 wurden im Rahmen der Untersuchung folgende Erhebungen durchgeführt:

- vollständige Primärerhebung des Einzelhandelsangebots in den 15 Zentralorten (insgesamt 1.881 Betriebe) sowie in den übrigen Vorarlberger Gemeinden (weitere 663 Betriebe)
- Primärerhebung des Konsumverhaltens (insgesamt 16.540 Telefoninterviews in Vorarlberg sowie im angrenzenden Raum)
- "Orts- und Stadtkern-Checks" in den 15 Zentralorten
- Handelsunternehmerbefragung von 1.263 Handelsbetrieben

"Die großen Herausforderungen, die wir aus der Studie ableiten, sind einerseits die Stärkung der Handelsstrukturen sowohl in den Orts- und Stadtzentren als auch in den Talschaften", sagt Theresia Fröwis, Obfrau der Sparte Handel in der Wirtschaftskammer Vorarlberg, "andererseits sehen wir uns verpflichtet, Maßnahmen gegen die zunehmende Kaufkraftabwanderung ins Ausland durch den Online-Handel zu ergreifen."

Die wesentlichen Kernaussagen

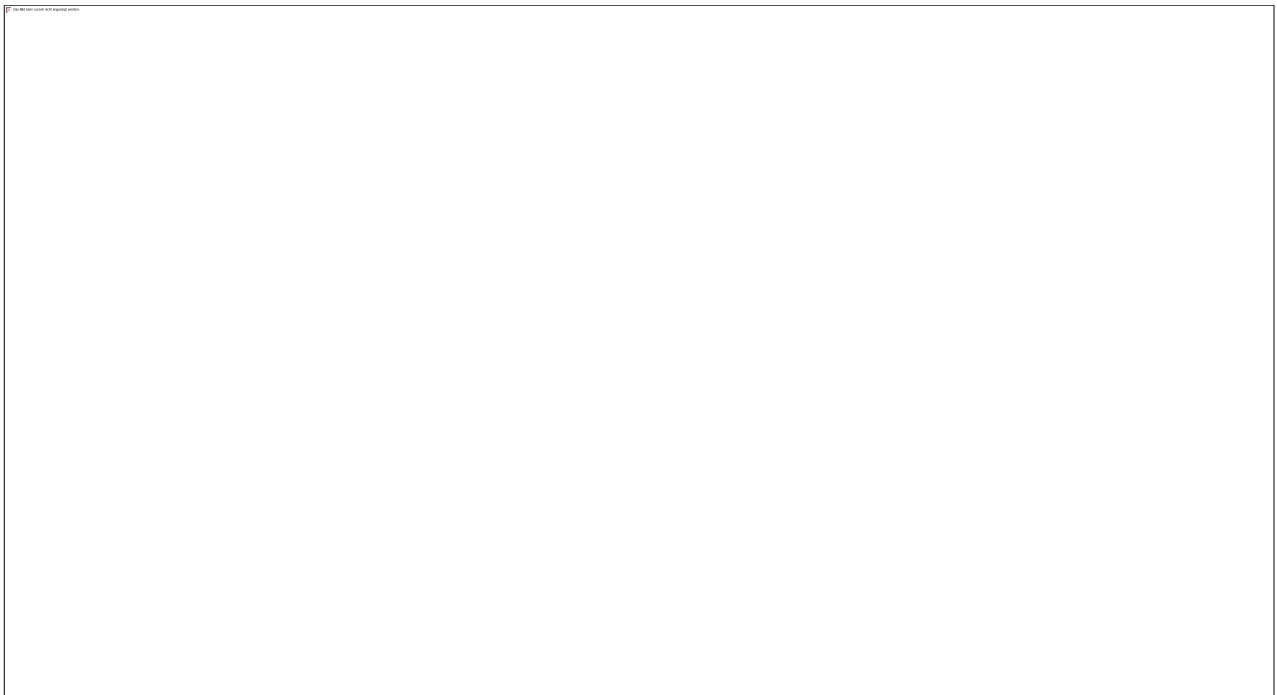
Wichtige Rahmenfaktoren sind für den Vorarlberger Handel grundsätzlich top!

Bei gesamtheitlicher Betrachtung der wichtigsten handelsrelevanten Rahmenbedingungen (z.B.: Bevölkerungsentwicklung und –dynamik; Tourismusintensität, Kaufkraftniveau, etc.) im Bundesland kann von einer grundsätzlich guten Ausgangslage für die Betriebe geurteilt werden. Einerseits steigerte sich – dank des starken Bevölkerungswachstums in Vorarlberg - das Kaufkraftvolumenspotenzial in der letzten Dekade um rund 230 Millionen Euro, andererseits entwickelten sich auch andere Kaufkraft wirksame Faktoren (z.B.: "Wohlstandsniveaus", touristische Nächtigungen) sehr positiv. Auch in den nächsten 10 bis 15 Jahren ist – auf Basis der Bevölkerungsprognosen – davon auszugehen, dass das "Kaufkraftfundament" weiter anwachsen wird.

Vorarlberg mit höchster Kaufkrafteigenbindung

Im Vergleich zu anderen österreichischen Ländern weist Vorarlberg mit einer Kaufkrafteigenbindung von 89,5 % den besten Wert auf – d.h. von 10 Euros, welcher der/die Vorarlberger Konsument/in ausgibt, werden 9 Euros im heimischen Handel umgesetzt. Die "treuesten" Kunden verzeichnet bei den definierten Zentralorten der Einkaufsraum Bludenz-Bürs mit 89 % Eigenbindung, gefolgt von Dornbirn (88 %) und Feldkirch (75 %).

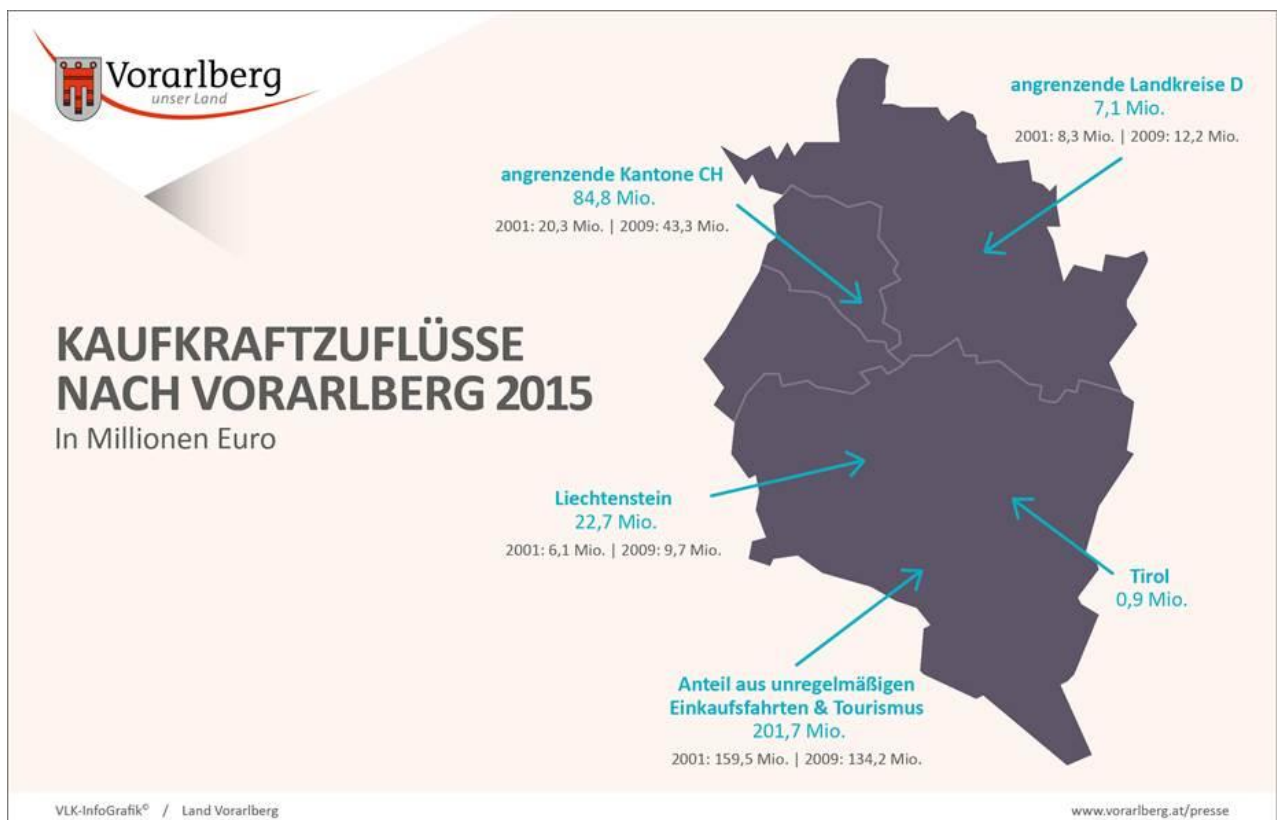
Die höchste Kaufkrafteigenbindung auf Bezirksebene verzeichnet der Bezirk Dornbirn (84 %), insbesondere aufgrund des quantitativ und qualitativ sehr dichten Einzelhandelsangebots der Bezirkshauptstadt. Der Bezirk Bregenz mit seiner hohen Anzahl an kleineren und peripheren, ländlichen Gemeinden hat die geringste Binnen-Bezirks-Kaufkraftbindung (73 %).



Die 29 Gemeinden des Rheintals können die Kaufkraft vor Ort am besten halten (89 %). Ebenfalls hohe Eigenbindungen sind im Walgau feststellbar (80 %). In den peripheren, stark ländlich strukturierten Teilregionen (Montafon, Bregenzerwald) sind in erster Linie die kurzfristigen Werte als zufriedenstellend zu bezeichnen.

Dornbirn mit größtem Einzugs- bzw. Marktgebiet aller Vorarlberger Handelsstandorte

Insbesondere bei den, für den Status einer attraktiven Einkaufsstadt so wichtigen mittelfristigen Bedarfsgütern (Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Spielwaren, etc.) zeigt sich in sehr deutlichem Maß die Attraktivität bzw. Anziehungskraft der Handelszonen Dornbirns. Mit mehr als 72.000 Haushalten weist die Vorarlberger Messestadt ein "klassisches Einzugsgebiet" (= Kaufkraftzuflüsse aus umliegenden Gemeinden von mehr als 10 %) auf, welches in etwa den addierten Marktgebieten der drei nachfolgenden Städte (Feldkirch, Bregenz, Bludenz-Bürs) entspricht.



317,2 Millionen Euro an "externem" Kaufkraftzufluss

Der Vorarlberger Einzelhandel zieht aus allen benachbarten Räumen insgesamt 115,5 Millionen Euro an. Diese Summe geht auf regelmäßige Einkaufsfahrten von Konsumentinnen und Konsumenten der Nachbarregionen hervor. Zusätzlich sind Einnahmen aus unregelmäßigen

Einkaufsfahrten bzw. aus dem Tourismus zu addieren. In Summe ergibt sich daraus für das gesamte Bundesland ein Gesamtzufluss in Höhe von 317,2 Millionen Euro. Der höchste Anteil an Zuflüssen entfällt auf Waren des täglichen Bedarfs mit 162,1 Millionen Euro (51 %).

Der Trendvergleich 2009-2015 zeigt einen **Anstieg der Kaufkraftzuflüsse von 59 %**. Bedingt durch den hohen Frankenkurs sind gegenwärtig die (Ost-)Schweizer und Liechtensteiner wesentlich stärker in den Vorarlberger Einkaufszonen anzutreffen.

Mit 201,7 Millionen Euro Kaufkraftzufluss wird die Bedeutung des Nächtigungs-**Tourismus** bzw. des Tagestourismus für den Vorarlberger Einzelhandel klar hervorgehoben.

Der **attraktivste Shopping-Standort** für Schweizer aus dem Bodenseeraum bzw. den Kantonen St. Gallen und Appenzell-Innerrhoden, ist die **Stadt Dornbirn** (25,2 Millionen Euro, plus 108 % Zuwachs). Während vor 7 Jahren Dornbirn noch mit deutlichem Abstand die wichtigste Einkaufsdestination der Eidgenossen war, haben mittlerweile andere grenznahe Vorarlberger Standorte erheblich aufgeholt. So konnte **Hohenems** die Zuflüsse aus dem grenznahen Schweizer Raum um 226 % auf 22,5 Millionen Euro steigern. Auch die **Feldkircher Einzelhandelslagen** sind seit geraumer Zeit für Konsumentinnen und Konsumenten aus dem Fürstentum Liechtenstein sowie dem Kanton St. Gallen hochattraktiv (148 % mehr Kaufkraftzuflüsse auf 21,2 Millionen Euro).

Trotz stark boomenden online-Handels: Kaufkraftbilanz des Vorarlberger Handels ist positiv

Insgesamt fließen 202,2 Millionen Euro des Vorarlberger Kaufkraftvolumens in stationäre und virtuelle Einkaufsdestinationen außerhalb des Bundeslandes. Gegenüber 2009 hat sich diese Summe mehr als verdoppelt (+ 110 %). Über die Hälfte aller Abflüsse werden dabei im online-Handel gebunden (104,2 Millionen Euro; Zunahme von 172 % gegenüber 2009). Ebenfalls zugenommen haben die Abflüsse nach Deutschland (50,7 Millionen Euro bzw. + 77 %), wobei hier der Hauptanteil in der Warengruppe "Lebensmittel" (32 %) sowie "Möbel" (16 %) liegt.

Stellt man sämtliche Zu- und Abflüsse gegenüber, verzeichnet Vorarlberg einen eindeutigen **Bilanzgewinn** mit + 115,0 Millionen Euro. Betrachtet man nur die Verflechtungen mit den Nachbarregionen Schweiz, Liechtenstein, Deutschland und Tirol ist trotz einer negativen Bilanz mit angrenzenden deutschen Landkreisen ein Überschuss von 43,7 Millionen Euro festzustellen.



+20 % Umsatzplus seit 2009

Die wirksame Kaufkraft im gesamten Land Vorarlberg beträgt 2 Milliarden Euro. Mit 1 Milliarde Euro wird knapp die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes im kurzfristigen Bedarf umgesetzt; 23 % binden mittelfristige Sortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel. Die restlichen 28 % werden im Langfrist-Segment erwirtschaftet (u.a. Elektrogeräte, Baummarktartikel, Möbel). Im Vergleich zu 2009 ist ein Anstieg des Umsatzes um 20 % festzustellen.

Bezirkshauptstädte als Umsatz-"hot spot" des Vorarlberger Einzelhandels

Die enorme Dichte des Handelsangebots in den vier Bezirksstädten belegt auch der Umsatzanteil – Bludenz (samt Bürs), Bregenz, Dornbirn und Feldkirch kommen zusammen auf rund 50 % des Landeseinzelhandelsumsatzes.

Durch die Angebotsstärke der größeren Städte und Gemeinden weisen viele kleinere Handelsstandorte, nicht nur in den peripheren ländlichen Regionen Vorarlbergs (Bregenzerwald, Montafon), sondern auch im Rheintal (z.B.: Lustenau, Wolfurt) Umsatzniveaus auf, welche schwerpunktmäßig durch die lokalen Nahversorgungsangebote getragen werden.

Stabilisierung der Orts- und Stadtkern-Umsätze

Während bei Zeitreihenanalysen landesweiter Einzelhandelsstrukturanalysen beispielsweise in Niederösterreich (2006-2013: -2,3 %) oder Salzburg (2004-2014: -2,5 %) sich die Umsatzanteile innerstädtischer Handelszonen weiter reduzierten, konnte in Vorarlberg seit 2009 gesamtheitlich

eine Stabilisierung erreicht werden (von 31 % im Jahr 2009 auf 32 % im Jahr 2015). Einzelne Standorte konnten ihre Orts- und Stadtkernumsätze sogar deutlich steigern wie beispielsweise Götzis (+ 4 %), Rankweil (+ 4 %), Bregenz (+ 3%).

31 % Marktanteil der Einkaufs- und Fachmarktzentren

Insgesamt verfügen die 23 größten Einkaufs- und Fachmarktzentren Vorarlbergs über einen stationären Umsatz-Marktanteil von ca. 23 %. Besonders ausgeprägt ist die Marktposition bei den "innenstadtrelevanten Waren" mit ca. 31 %.

"Ländle"-Einzelhandel hochproduktiv

Vorarlbergs Einzelhandel "produziert" eine Nettoflächen-Produktivität von insgesamt 3.930 Euro pro m² Verkaufsfläche. Sowohl im Vergleich zur Österreichweiten Kennzahl der KMU Forschung Austria (3.300 Euro pro m²) als auch zu den CIMA-Werten anderer Bundesländer (z.B.: Wien/4.060 Euro pro m²; OÖ/3690 Euro pro m²; Salzburg/3.400 Euro pro m²; Burgenland/2.960 Euro pro m²) kann der "Ländle"-Handel als sehr produktiv gewertet werden. Gegenüber den KAVO-Studien 2001 und 2009 haben die Flächenerträge kontinuierlich zugenommen. Zwischen 2001 und 2009 sowie 2009 und 2015 ist jeweils eine Erhöhung um 4 % festzustellen.

Rheintal zählt zu den dichtest besetzten Handelszonen Österreichs

Im gesamten Bundesland Vorarlberg befinden sich 529.150 m² an Verkaufsflächen (1,4 m² pro Einwohner). Mit 433.200 m² entfällt ein Anteil von 82 % auf die 15 untersuchten Handelsstandorte.

Der **Bezirk Dornbirn** weist mit 154.800 m² die höchste Verkaufsfläche aller Vorarlberger Teilregionen auf (1,8 m² pro Ew.). 72 % aller Vorarlberger Verkaufsflächen sind im **Rheintal** konzentriert (382.500 m²). Dies entspricht einer Verkaufsflächendichte von 2,1 m² pro Einwohner. Mit knapp 78.000 m² macht der **Walgau** einen Anteil von 15 % an der gesamten Vorarlberger Verkaufsfläche aus (1,6 m²/Ew.). Auf Gemeinden des **Bregenzerwaldes** entfallen 6 % (31.000 m² oder 1,0 m²/Ew.). Im **Montafon** konnten knapp 16.100 m² an Handelsfläche festgestellt werden (1,1 m²/Ew.).