

MEDIENSERVICE

Vöcklabruck ist der umsatzstärkste Bezirk außerhalb des Zentralraums

84 Prozent der Kaufkraft bleiben
im Bezirk Vöcklabruck

Vöcklabruck, 4. Februar 2015

Ihre Gesprächspartner:

Angelika Winzig
Obfrau der WKO Vöcklabruck

Wolfgang Hochreiter
Bezirksstellenleiter der WKO Vöcklabruck

Roland Murauer
CIMA Beratung + Management GmbH

Vöcklabruck ist umsatzstärkster Bezirk außerhalb des Zentralraums - 84 Prozent der Kaufkraft bleiben im Bezirk Vöcklabruck

Sehr zufrieden mit der Einzelhandelsstruktur im Bezirk Vöcklabruck zeigt sich Angelika Winzig, Obfrau der WKO Vöcklabruck: „Es zeigt sich ganz klar, dass die Betriebe im Bezirk Vöcklabruck die Wünsche ihrer Kunden gut kennen und es auch verstehen, sie zufriedenzustellen. 84 Prozent des gesamten Volumens können im Bezirk gehalten werden, das sind mehr als 600 Millionen Euro im Jahr. Erfreulich ist vor allem auch, dass neben dem Zentralort Vöcklabruck auch die ländlichen Einkaufszentren, insbesondere das Mondseeland und Schwanenstadt, eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraftbindung erzeugen können.“

Der Bezirk Vöcklabruck sei nach wie vor ein interessantes Pflaster für den Einzelhandel, sagt Winzig. Die gute Mischung und vor allem der direkte Kontakt zu den Kunden führen dazu, dass sich der Bezirk Vöcklabruck als bester Handelsstandort neben dem Ballungsraum etablieren kann. „Die Herausforderung des virtuellen Einkaufs müssen die Betriebe aufnehmen und mit Gegenstrategien antworten. Die Einkaufswelt im Internet ist heute schon für die Betriebe in Vöcklabruck ein größerer ‚Konkurrent‘ als große Einkaufszentren in den Nachbarbezirken. Die Sparte Handel der WKOÖ unterstützt ihre Betriebe mit Informationen beim Aufbau des Internethandels als zweite Schiene zum klassischen Handel“, erklärt Winzig.

Als Konsequenz aus der aktuellen Kaufkraftstudie für den Bezirk Vöcklabruck ergeben sich für WKO-Bezirksstellenleiter Wolfgang Hochreiter drei Hauptkriterien:

- Die bereits jetzt schon sehr hohe Dichte an Verkaufsflächen macht es notwendig, das Augenmerk auf eine qualitative Aufwertung der bestehenden Handelszentren und Handelsbetriebe zu richten und nicht auf einen weiteren Ausbau mit neuen Flächen auf der grünen Wiese. Die Aktivierung leerstehender Geschäfte wird eine wichtige Herausforderung.
- Beim touristischen Umsatz ist durchaus noch Potenzial nach oben möglich. Positive Hotspots wie Mondsee oder St. Georgen sollten als Beispiel für andere Tourismusorte dienen. Auch eine partielle Sonntagsöffnung für echte Tourismusgemeinden - wie sie St. Wolfgang oder die Tourismuszentren in Salzburg seit Jahrzehnten haben - könnte den Handel im Bezirk stärken.

- Die vielen Handels- und Werbegemeinschaften im Bezirk Vöcklabruck und den einzelnen Regionen bzw. Gemeinden zeigen offenbar positive Auswirkungen und werden auch in Zukunft von der WKO-Bezirksstelle unterstützt und gefördert. Der Bezirk Vöcklabruck weist ja eine Struktur mit vielen kleinregionalen Zentren wie kein anderer Bezirk in Oberösterreich auf, in denen Kooperationen und Zusammenarbeit in Wirtschaftsvereinen und -verbänden sehr gut funktionieren.

Umfassende Untersuchung der Handelsstrukturen in OÖ und Niederbayern

Die Analyse des Einkaufs-/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 (Industrie- und Handelskammer) Niederbayern initiierte.

Die Analyse der Kaufkraftströme umfasste dabei insgesamt 18.630 telefonische Haushaltsinterviews in Oberösterreich, Niederbayern, den angrenzenden Bundesländern sowie in Südböhmen. Im Bezirk Vöcklabruck wurden 950 Personen befragt. Zusätzlich wurden Branchenmixanalysen in 89 oberösterreichischen „zentralen“ Handelsstandorten sowie 20 grenznahen niederbayerischen Kommunen durchgeführt. In den neun untersuchten „Handelszentralorten“ des Bezirks Vöcklabruck (Attnang-Puchheim, Mondsee-Land, Schörfling/See- walchen, Frankenburg, Frankenmarkt, Schwanenstadt, St. Georgen im Attergau, Timelkam und Vöcklabruck) konnten insgesamt 612 Handelsbetriebe begutachtet werden. 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).

Grundsätzlich gute Rahmenbedingungen für den Einzelhandel im Bezirk

Die wichtigsten ökonomischen Einflussfaktoren für den Handel im Bezirk Vöcklabruck haben sich in den letzten Jahren grundsätzlich gut entwickelt. Die hohen Tourismuskennzahlen (rund 1 Mio. Nächtigungen) samt einem Plus im Zeitraum 2009 bis 2013 (1,7 Prozent) sowie das gute Kaufkraftniveau (97,9 Prozent) stellen positive Rahmenbedingungen für die Handelsbetriebe im Bezirk dar. Zudem wächst die Bevölkerung im Bezirk Vöcklabruck um 3,7 Prozent bis zum Jahr 2030.

Umsatzstärkster Bezirk außerhalb des öö. Ballungsraums

Mit 715,5 Mio. Euro Einzelhandelsumsatz erweist sich der Bezirk Vöcklabruck als der umsatzstärkste Bezirk außerhalb des öö. Ballungsraums. Rund 50 Prozent des Umsatzwertes werden in der Bezirkshauptstadt erwirtschaftet. Trotz der Nähe zu starken Handelszentren wie Wels und Salzburg kann der Bezirk 84 Prozent seines 716 Mio. Euro umfassenden Kaufkraftvolumens in der eigenen Region halten. Hervorzuheben ist vor allem, dass nicht nur „Waren des täglichen Bedarfs“ im eigenen Bezirk eingekauft werden (96 Prozent Bindung), sondern in überdurchschnittlichem Ausmaß auch mittel- (z.B.: Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel) und langfristige Bedarfsgüter (z.B.: Möbel, Elektrowaren, Baumarktartikel). Hier liegen die Bindungsquoten bei 69 Prozent bzw. 77 Prozent. Von den betrachteten „zentralen“ Handelsstandorten des Bezirks kann vor allem Vöcklabruck (88 Prozent) besonders hohe Kaufkraft der eigenen Bevölkerung binden. Aber auch der Handel im Mondseeland erreicht einen guten Bindungswert von 65 Prozent. Die übrigen „zentralen“ Handelsdestinationen des Bezirks erreichen Werte zwischen 40 Prozent (Frankenmarkt) und 60 Prozent (St. Georgen im Attergau).

Positive Kaufkraftbilanz

Die Kaufkraftbilanz des Bezirks Vöcklabruck mit seinen unmittelbaren Nachbarregionen ist mit 14,2 Mio. Euro positiv. Besonders vorteilhaft erweist sich der Kaufkraftaustausch mit dem Bezirk Gmunden (+ 28 Mio. Euro). Während die Kaufkraftbilanzen mit dem Bundesland Salzburg sowie den Bezirken Braunau und Grieskirchen beinahe ausgeglichen sind, verliert Vöcklabruck um 11,3 Mio. Euro Kaufkraft nach Wels.

„Virtuelle“ Einkaufswelten als größte Konkurrenz

Weder die Fachmarkt- und Einkaufszentrenagglomerationen aus Wels (16,1 Mio. Euro Abfluss), noch Salzburg (17,8 Mio. Euro Abfluss), sondern die „virtuellen“ Einkaufswelten erweisen sich als stärkste Konkurrenz des regionalen Handels (30,7 Mio. Euro Abfluss). Der gesamte Kaufkraftabfluss aus dem Bezirk summiert sich auf 105 Mio. Euro.

Touristische Umsatzrelevanz sehr unterschiedlich ausgeprägt

7 Prozent des Bezirksumsatzes bzw. 49 Mio. Euro sind Ausgaben von Tages- und Nächtigungstouristen. Während beispiels-

weise in St. Georgen im Attergau ein Viertel der Handelsumsätze Tourismus-basierend sind und auch im Mondseeland immerhin 21 Prozent der Erlöse von Gästen stammen, liegen die Werte für Vöcklabruck (13 Prozent) und Schörfling/Seewalchen (7 Prozent) eher im durchschnittlichen Bereich.

Mondseeland mit starker Ortskern-Umsatzstruktur

40 Prozent der Einzelhandelsumsätze im Mondseeland werden in den Ortskernen dieser Gemeinden, insbesondere in Mondsee, umgesetzt. Auch Schwanenstadt hat mit 38 Prozent Stadtkern-Umsatzanteil einen deutlich über dem OÖ-Schnitt (32 Prozent) liegenden Wert. Der Umsatzanteil des Zentrums der Bezirkshauptstadt liegt bei 16 Prozent.

„Shopping“-Destination Vöcklabruck

Die hervorragenden Kennzahlen des Bezirks basieren zu einem Gutteil auf der Dynamik und Attraktivität des Handels in der Bezirkshauptstadt. Vöcklabruck zieht nicht nur erheblich Kaufkraft aus dem eigenen Bezirk an (37 bis 40 Prozent Abschöpfung von 113.700 bzw. 163.550 Personen im klassischen Einzugsgebiet bei mittel- und langfristigen Sortimenten), sondern erweist sich auch für Konsumenten aus den oö. Nachbarbezirken sowie Salzburger Grenzgemeinden als interessante Einkaufsdestination. Im Zuge der Kaufkraftstromanalysen wurden Oberösterreichs Konsumenten auch eingeladen, die Attraktivität von insgesamt 18 Innenstädten zu beurteilen. Vöcklabrucks Zentrum liegt bei allen Teilaspekten wie z.B.: Gesamtattraktivität (Note 2,8; 5. Platz in OÖ), Qualität des Branchenmixes (Note 2,8; 5. Platz in OÖ), Service- und Fachberatungskompetenz (Note 1,8; 4. Platz in OÖ) auf den vorderen Plätzen.

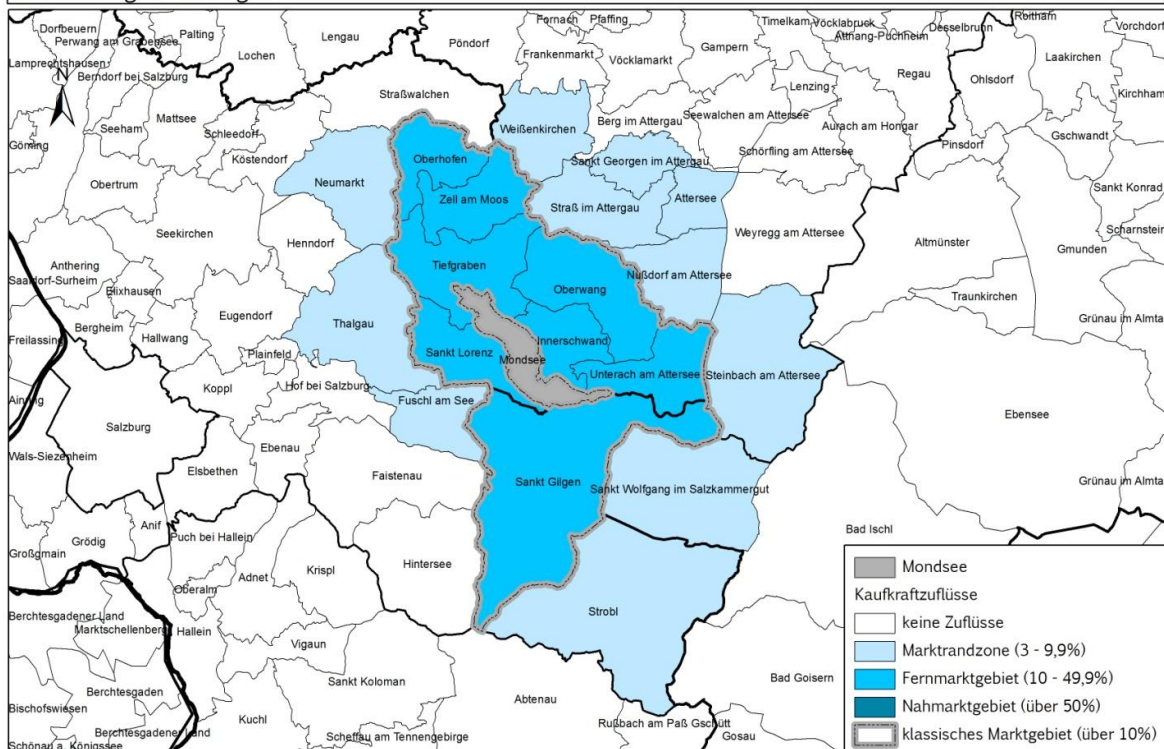
Enorme Verkaufsflächendichte im Bezirk

Mit 1,7 m² pro Einwohner oder 225.850 m² weist der Bezirk Vöcklabruck bereits eine sehr hohe Verkaufsflächendichte (OÖ 1,7 m² pro Einwohner) auf. 50 Prozent aller Verkaufsflächen sind in der Bezirkshauptstadt konzentriert (112.050 m²). Mit 9,4 m² Verkaufsfläche pro Einwohner weist Vöcklabruck die mit sehr deutlichem Abstand größte Verkaufsflächen-Dichte aller großen oö. Städte auf.



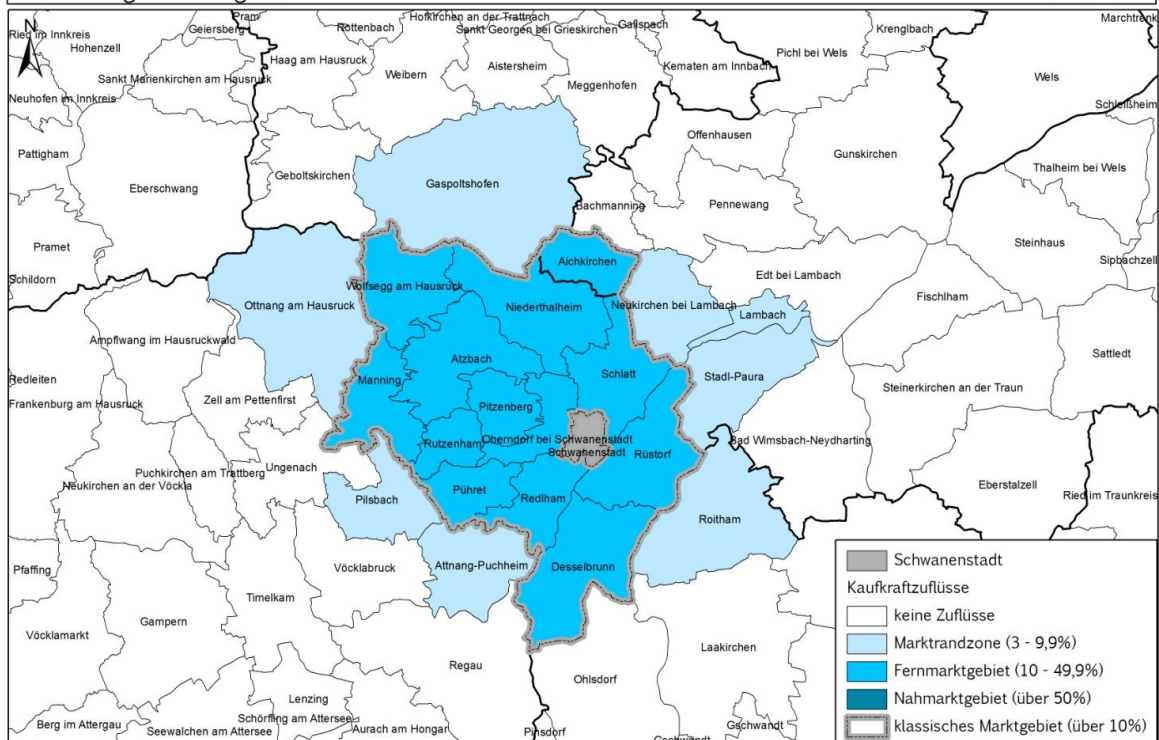
Kaufkraft-Zuflüsse in den Einkaufsraum Mondsee-Land 2014
"mittelfristige Bedarfsgüter"

cima.



Kaufkraft-Zuflüsse nach Schwanenstadt 2014
"mittelfristige Bedarfsgüter"

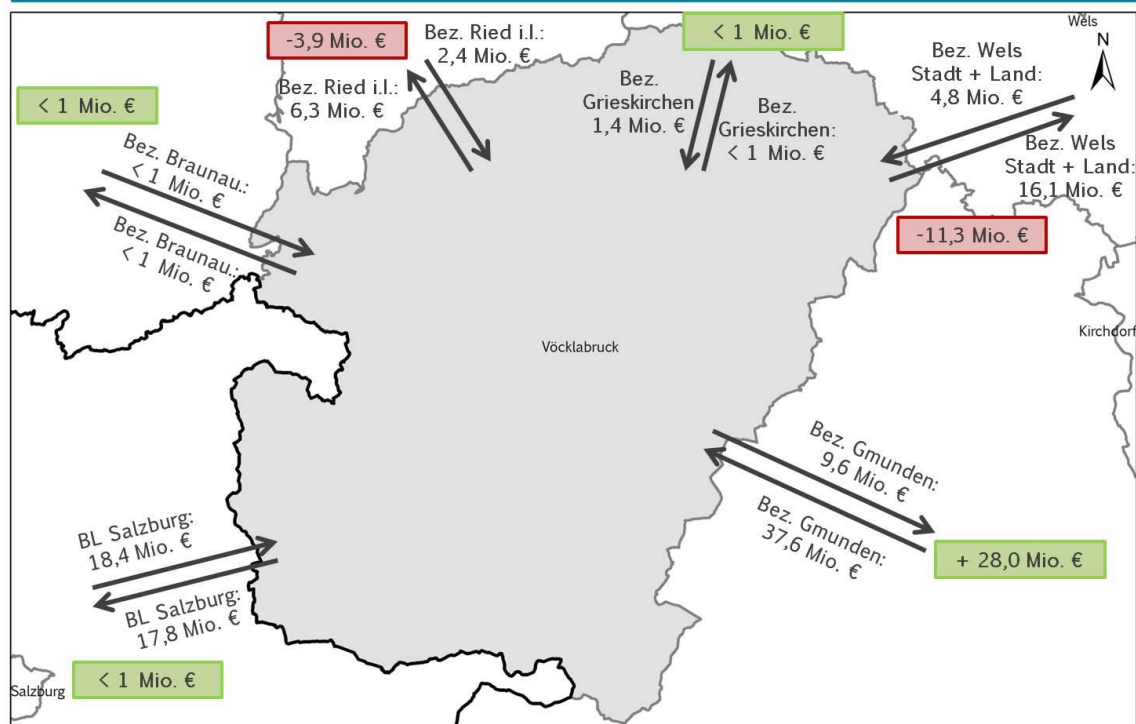
cima.



Kaufkraftbilanz mit Nachbarregionen

Bezirk Vöcklabruck

cima.



Fachbegriffe

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, Vermögensverzehr und Kredite).
Kaufkraftvolumen	Gibt die gesamte Kaufkraft aller Haushalte in einer Gemeinde monetär in Euro an.
gebundene Kaufkraft bzw. Eigenbindung	Gibt den Anteil jener Kaufkraft monetär in Euro an, der auch tatsächlich in einer Gemeinde von den eigenen Bürgern 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 Kaufkrafteigenbindung + Kaufkraftzuflüsse minus den Kaufkraftabflüssen
Nahmarktgebiet	Alle Gemeinden im Einzugsgebiet mit durchschnittlichen Kaufkraftzuflüssen aller Haushalte von mehr als 50 Prozent.
Fernmarktgebiet	Alle Gemeinden im Einzugsgebiet mit durchschnittlichen Kaufkraftzuflüssen der Haushalte zwischen 10 und 49 Prozent.
Marktrandzone oder Marktrandgebiet	Gemeinden, bei welchen zwar noch Kaufkraftverflechtungen erkennbar sind, die Kaufkraftzuflüsse der Haushalte jedoch zwischen 3 bis 9,9 Prozent liegen.
Klass. Einzugsgebiet	= „Nahmarkt-“ und „Fernmarktgebiet“