

# MEDIENSERVICE

## Kaufkraftstudie: 6 von 10 Euro bleiben im Bezirk Schärding

Tourismus in der Stadt Schärding als  
wichtigen Umsatzbringer forcieren

Schärding, 26. Jänner 2015

## Ihre Gesprächspartner:

**KommR Johann Froschauer**  
Obmann der WKO Schärding

**Dr. Alois Ellmer**  
Leiter der WKO Schärding

**Mag.**

<https://cms.oe.wknet/.Node/?do=11&module=system&img=graphics-logo.png>  
**Roland Muraue**

## Immerhin 60 Prozent der Kaufkraft bleiben im Bezirk Schärdings Einzelhandel im Spannungsfeld von Passau

### Schwierige Rahmenbedingungen für den lokalen Einzelhandel

Erschwerend für die Handelsstrukturen im Bezirk kommt die Tatsache hinzu, dass Schärdings Wohnbevölkerung stagniert (minus 1 % seit 2001) und auch in den nächsten 15 Jahren nur unwesentlich anwachsen wird (+0,1 % bis 2030). Ein weiterer Schwachpunkt ist das deutlich unter dem öö. Schnitt (97,4 %) liegende einzelhandelspezifische Wohlstandsniveau (86,4 %).

„Dass sich unser Einzelhandel unter dieser schwierigen Ausgangslage dennoch gut gehalten hat, ist unter anderem den Anstrengungen auf dem Tourismussektor zu verdanken“, erklärt Froschauer. Vor allem die Nachnutzung der grenzüberschreitenden Landesausstellung 2004 hat sich bewährt. „Die Barockstadt Schärding sowie die vielen landschaftlich einmaligen Gebiete haben sich als Frequenzbringer herausgestellt und sollen als Tourismusdestinationen weiter beworben und noch forciert werden“, ist Froschauer überzeugt.

Wie stark attraktiv die Bezirkshauptstadt ist, zeigen die Nächtigungen im Gesamtbezirk. In den letzten 5 Jahren sind sie um knapp 3 % auf rund 126.000 gestiegen.

In Summe erzielte der Einzelhandel im Bezirk Schärding ein Volumen von 198 Mio. Euro. Dieser setzt sich aus 60 Prozent der gesamten regionalen Kaufkraft (280 Mio. Euro) und rund 30 Mio. Euro Zufluss zusammen. Froschauer sieht in der Tatsache, dass Schärding/St. Florian als stärkste Einkaufsregion im Bezirk die Eigenbindung der Bevölkerung in den letzten Jahren sogar deutlich steigern konnte, eine „gute Entwicklung, auf die man aufbauen und mit verstärkten gemeinsamen Offensiven – auch im Zusammenwirken mit touristischen Initiativen – gesondert werben sollte.“

### 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 vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer

umfangreichen Studie, die die WKO Oberösterreich in Kooperation mit dem Land OÖ 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 Schärディング wurden 710 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. In den drei untersuchten „Handelszentralorten“ des Bezirks Schärディング Andorf, Einkaufsraum Schärディング/St. Florian und Münzkirchen konnten insgesamt 185 Handelsbetriebe einer Begutachtung unterzogen 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).

### **Rund 60 % der regionalen Kaufkraft bleibt im Bezirk Schärディング**

280 Mio. Euro umfasst das gesamte einzelhandelsspezifische Kaufkraftvolumen im Bezirk. Von dieser Summe verbleiben 60 % in den Handelsbetrieben des Bezirks Schärディング (–3 % seit 2008). Besonders hoch ist die „Standorttreue“ der rund 56.000 Konsumenten des Bezirks bei „Waren des täglichen Bedarfs“ (81 % Bezirksbindung). Bei den mittelfristigen Gütern (z.B. Modeartikel, Spielwaren, Bücher, etc.) werden 38 % der Bezirkskaufkraft vor Ort gebunden. Bei den langfristigen Sortimenten (z.B. Möbel, Elektrowaren, Baumarktartikel) beträgt der Eigenbindungswert 43 %.

Betrachtet man die Kaufkrafteigenbindung der „zentralen“ Handelsstandorte des Bezirks, ist ersichtlich, dass die größte Einkaufsdestination Schärディング/St. Florian die höchste Kaufkrafteigenbindung (67 %) erreicht, gefolgt von Andorf (60 %) und Münzkirchen (38 %). Der Einkaufsraum Schärディング/St. Florian konnte seit 2008 die „Einkaufstreue“ der eigenen Bevölkerung um 10 % steigern.

### **Einkaufsraum Schärディング/St. Florian versorgt zwei Drittel der Bevölkerung**

Das größte Einzugs- bzw. Marktgebiet aller „Zentralorte“ des Bezirks weist der Einkaufsraum Schärディング/St. Florian auf. Vor allem bei den wichtigen mittelfristigen Warengruppen (Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Spielwaren, etc.) versorgt der Be-

zirkshauptstadt-Einkaufsraum 65 % der regionalen Bevölkerung (36.600 Personen) und schöpft durchschnittlich 30 % an Kaufkraft ab. Weitere rund 50.000 Personen befinden sich in der Marktrandzone (= Zuflüsse von 1–9,9 %), welche deutlich über den eigenen Bezirk hinausgeht (Zuflüsse auch aus den Bezirken Grieskirchen, Ried und dem Landkreis Passau).

Andorf weist vor allem bei „Waren des täglichen Bedarfs“ ein beachtliches Einzugsgebiet auf und etablierte sich als wichtiger „Nahversorgungsknotenpunkt“ für die umliegenden Gemeinden (14.300 Personen im „klassischen“ Einzugsgebiet samt 16 % Abschöpfung). Münzkirchen versorgt vor allem die Nachbargemeinden Diersbach, Rainbach und St. Roman mit Lebensmittel sowie Drogeriewaren.

### **Kaufkraftabflüsse in den öö. Zentralraum verringerten sich**

Der oberösterreichische Zentralraum (Linzer und Welser Einkaufszonen) hat in den letzten Jahren ein wenig an Anziehungskraft auf die im Bezirk Schärding wohnhaften Konsumenten verloren. Seit 2008 reduzierte sich der Kaufkraftabfluss von 9 auf 7,6 Mio. Euro pro Jahr (–16 %). Auch die Grieskirchner Handelsstandorte müssen aktuell mit deutlich weniger Kaufkraftzuflüssen aus Schärding rechnen (6,1 Mio. Euro, –25 % seit 2008). Das nahe Niederbayern und hier insbesondere die „Drei-Flüsse-Stadt“ Passau konnten hingegen um 17 % mehr Kaufkraft aus dem Bezirk anziehen (37 Mio. Euro).

### **Online-Handel immer stärker**

16,1 Mio. Euro oder 6 % der Bezirkskaufkraft binden aktuell die „virtuellen“ Einkaufswelten. Differenziert nach Warengruppen shoppen die Bewohner des Bezirks besonders stark Bücher/Schreibwaren (26 % Anteil am Kaufkraftvolumen), Bekleidung (16 %), Spielwaren (15 %) sowie Elektroartikel (11 %) online. Seit 2008 steigerte sich dieser Abfluss um 243 %.

### **Negative Bezirks-Kaufkraftbilanz**

Trotz 30,1 Mio. Euro Kaufkraftzuflüsse in den Einzelhandel des Bezirks Schärding stellt sich Kaufkraftbilanz sowohl mit den unmittelbar angrenzenden Nachbarregionen (–50 Mio.) als auch mit allen weiteren Standorten (–71 Mio.) negativ dar. Die Handelsbetriebe des Bezirks Schärding erwirtschaften einen Umsatzwert von 198 Mio. Euro pro Jahr ( 2 % seit 2008).

Rund die Hälfte dieses Bezirksumsatzes wird in der Bezirkshauptstadt inklusive Verflechtungsraum St. Florian erwirt-

schaftet (97 Mio. Euro). 33 Mio. Euro an Handelsumsatz erzielt Andorf, 10 Mio. Euro Münzkirchen.

### **Tourismus wichtiger Umsatzbringer**

Während auf Gesamtbezirksebene die touristisch bedingten Einzelhandelsumsätze nur einen kleinen Umsatzanteil aufweisen (4,7 %), sind die Tages- und Nächtigungsgäste für den Handel und hier insbesondere für die innerstädtischen Betriebe der Bezirkshauptstadt ein wichtiger monetärer Faktor (14 % Umsatzanteil; + 1 % seit 2008). Von den drei Innviertler Bezirkshauptstädten erreicht somit Schärding den höchsten touristischen Umsatzanteil.

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

Im gesamten Bezirk konnte eine Verkaufsfläche von 59.400 m<sup>2</sup> festgestellt werden. 50 % davon sind in der Stadt Schärding (inkl. St. Florian) zu finden, wobei im innerstädtischen Kernbereich 20 % der Verkaufsflächen liegen. Der gesamte Bezirk liegt mit einer Dichte von 1,1 m<sup>2</sup> pro Einwohner im unteren Mittelfeld aller öö. Teilregionen.

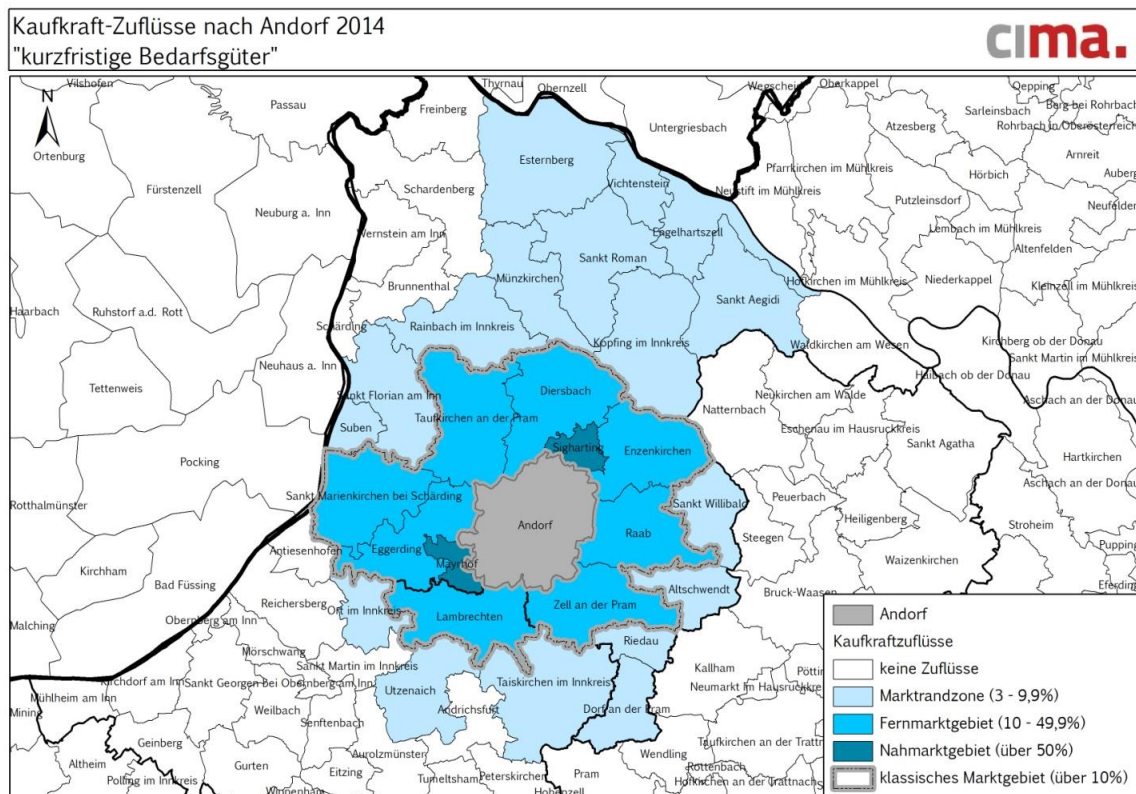
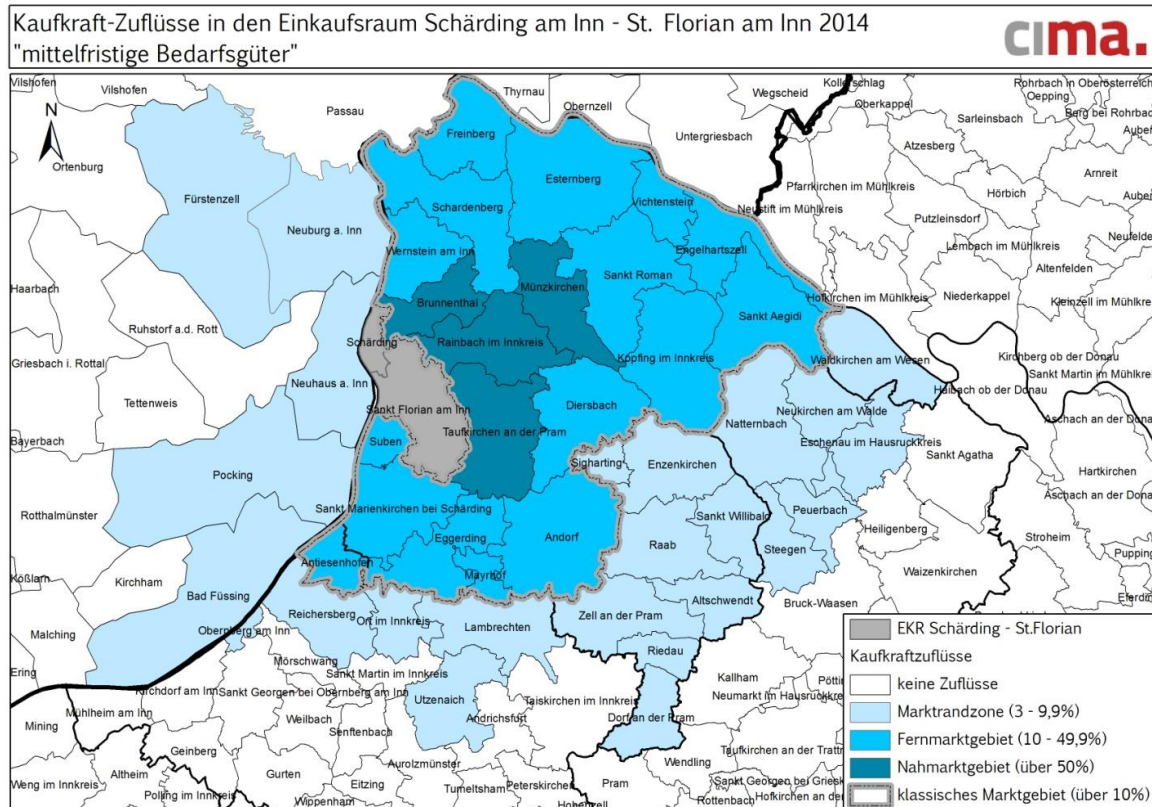
### **Hoher Filialisierungsanteil in Schärding**

56 % aller Handelsbetriebe des Einkaufsraum Schärding/St. Florian sind bereits als Filialbetriebe einzustufen. Hier liegt die Barockstadt nicht nur bereits deutlich über dem Landesdurchschnitt (50 %), sondern auch vor vielen ähnlich großen Bezirksstädten.

### **Tolle Service- und Fachberatungskompetenz des Schärddinger City-Einzelhandels**

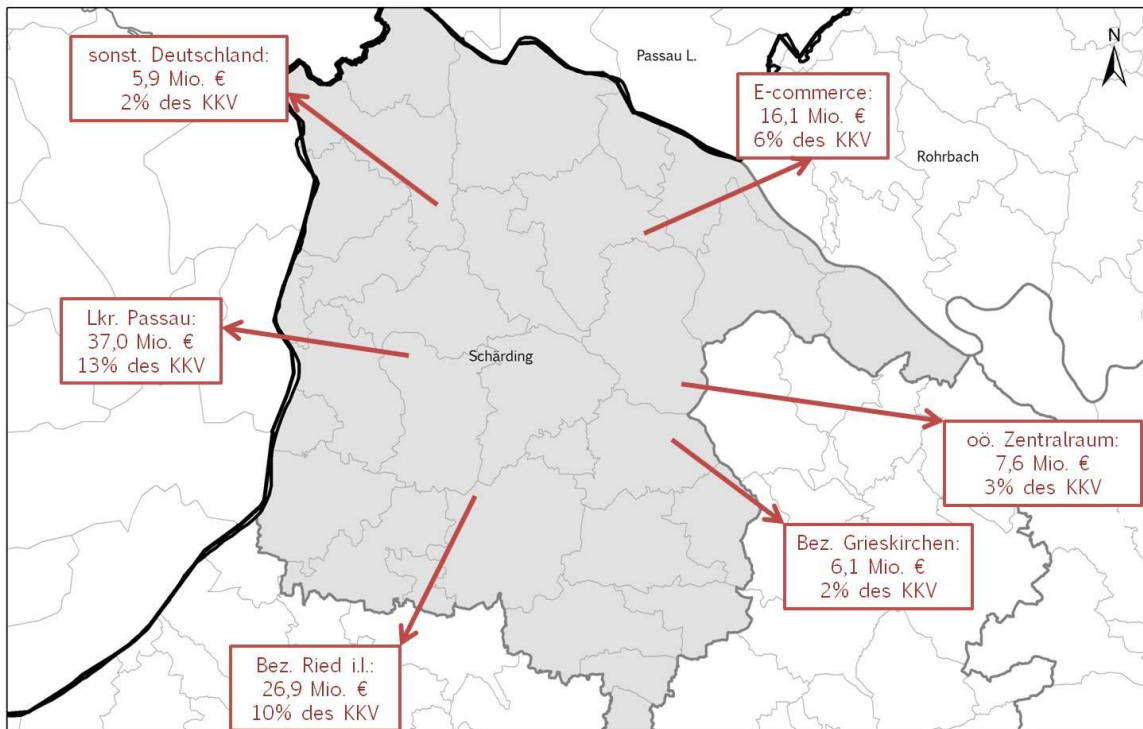
Im Zuge der oberösterreichweiten Konsumentenbefragungen wurde eine Reihe von wichtigen innerstädtischen Rahmenbedingungen abgefragt. Während Schärddings Zentrum bei der Gesamtattraktivität und Qualität des Branchenmix mittelmäßige Noten zugeordnet wurden, sind die Innenstadt-Shopper der Ansicht, dass Schärding – gemeinsam mit Bad Ischl – Oberösterreichs kompetenteste und service-freundlichste Handelsbetriebe aufweist.

### Einzugsgebiete



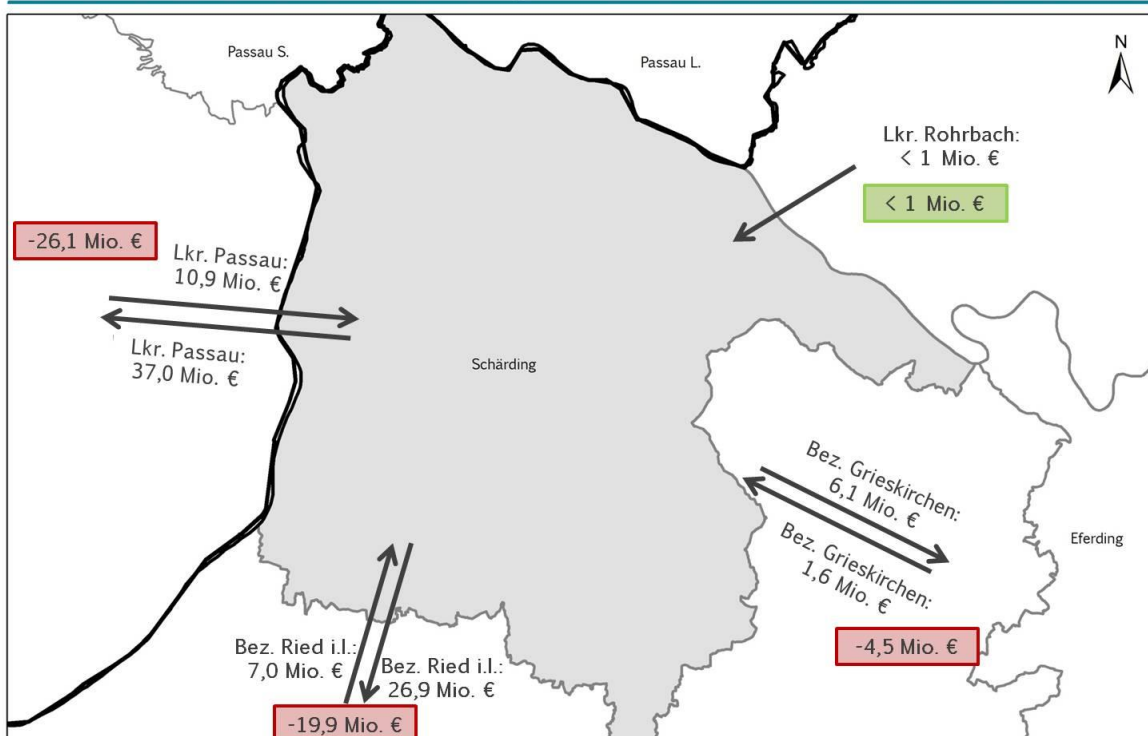
Kaufkraftabfluss aus dem Bezirk

Kaufkraft-Abflüsse aus dem Bezirk Schärding



Kaufkraftbilanz

Kaufkraftbilanz mit Nachbarregionen  
Bezirk Schärding



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“