

MEDIENSERVICE

Perg beweist sich selbst- bewusst zwischen Ballungsgebieten

Von 340 Mio. Euro Kaufkraftvolumen
bleiben 63 Prozent in der Region

Perg, 17. November 2014

Ihre Gesprächspartner:

Wolfgang Wimmer
Obmann der WKO Perg

Franz Rummerstorfer
Bezirksstellenleiter der WKO Perg

Mag. Roland Muraier
CIMA Beratung + Management GmbH

Perg und Mauthausen präsentieren sich als die „Handelsflaggschiffe im Bezirk Kleinere Standorte punkten mit sehr guten Flächenproduktivitäten

„Unser Bezirk beweist sich auch in der Handelslandschaft als selbstbewusste Region, die sich erfolgreich zwischen Ballungsgebieten behaupten kann“ zieht der Obmann der WKO Perg Wolfgang Wimmer erste Bilanz aus den bisher vorliegenden Ergebnissen einer groß angelegten Einzelhandelsstudie. „Die Studie gibt uns aber auch einige Aufträge mit: Noch mehr Schwerpunkte auf die Gestaltung und Bewirtschaftung der Ortskerne und ganz besonders eine gemeindeübergreifende Zusammenarbeit der lokalen Akteure. Wir werden unseren Teil dafür tun, denn die Entwicklung des Handels ist ein wesentlicher Baustein für die Zukunft unseres Bezirkes.“

„In Wahrheit sind wir schon mittendrin“, ergänzt Franz Rummerstorfer, WKO-Bezirksstellenleiter: „Heuer haben wir ein Projekt gestartet, das die örtlichen Werbevereine näher zusammenbringen soll und von dem wir uns neue Impulse für den Bezirk erwarten. Die Zukunft wird spannend; die Grundlage für unser Handeln bringt die Handelsstudie auf den Tisch.“

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 Niederbayern initiierte.

Die Analyse der Kaufkraftströme umfasste dabei insgesamt 18.630 telefonische Haushaltsinterviews in Oberösterreich, Niederbayern, den angrenzenden Bundesländern sowie in Südböhmen. Im Bezirk Perg wurden 820 Personen befragt. Zusätzlich wurden Branchenmixanalysen in 89 oberösterreichischen „zentralen“ Handelsstandorten sowie 20 grenznahen niederbayerischen Kommunen (Landkreise Deggendorf, Freyung-Grafenau, Rottal-Inn, Passau sowie kreisfreie Stadt Passau) durchgeführt. In den fünf untersuchten „Handelszentralorten“ des Bezirks Perg (Perg, Mauthausen, Grein, Schwert-

berg, St. Georgen an der Gusen) konnten insgesamt 263 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-Okttober 2014).

Bezirk Perg weist adäquate Kaufkraftbindung auf

Vom handelsrelevanten Kaufkraftvolumen des Bezirks Perg im Ausmaß von rund 340 Mio € werden insgesamt 63 % in der eigenen Region gebunden (OÖ-Gesamtwert: 87 %). Insbesondere bei Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren, etc.) liegt die Kaufkrafteigenbindung bei 79 %. Bei der Betrachtung der Kaufkrafteigenbindungen der „zentralen“ Handelsstandorte im Bezirk Perg zeigt sich, dass die Bezirkshauptstadt die größte „Standorttreue“ der eigenen Bevölkerung aufweist (72 %), knapp dahinter liegt Mauthausen mit einer Eigenbindungsquote von 71 %. Grein weist 56 % auf, Schwertberg 40 % und St. Georgen an der Gusen 33 %.

Perg und Mauthausen als wichtigste „Handelsdestinationen“

Die dichten Handelsstrukturen in Perg und Mauthausen sichern nicht nur in erheblichem Ausmaß die Versorgung mit Waren und Gütern der eigenen Bezirksbevölkerung, sondern sind auch attraktiv für KonsumentInnen aus den Nachbarregionen. So weist beispielsweise Mauthausen bei den wichtigen mittelfristigen Bedarfsgütern (z.B.: Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, etc.) ein „klassisches“ Einzugsgebiet von 54.810 Personen auf (siehe Karte im Anhang) und schöpft dabei 18 % an Kaufkraft ab. Perg kommt in dieser Bedarfsgruppe zwar auf ein kleineres „klassisches“ Einzugsgebiet, die Kaufkraftabschöpfung liegt jedoch bei 34 %.

43,7 Mio € Kaufkraftzufluss aus Nachbarregionen, aber Linzer und Amstettner Raum als starke Konkurrenzzentren

Der Handel des Bezirks Perg kann insgesamt 43,7 Mio € aus den Nachbarregionen Ober- und Niederösterreichs anziehen, wobei die höchsten monetären Zuflüsse (17,9 Mio €) aus den südlichen Gemeinden des Bezirks Freistadt kommen.

Betrachtet man die Kaufkraftabflüsse aus dem Bezirk (insgesamt 90,4 Mio €) zeigt sich, dass Linz sowie die Einkaufs- und

Fachmarktzentrenzonen im unmittelbaren Umland der Landeshauptstadt 43,9 Mio € (13 % des Bezirks-Kaufkraftvolumens) abziehen. Nach Niederösterreich und hier insbesondere nach Amstetten fließen 23,1 Mio €. Der online-Handel wird ebenfalls ein immer stärker zu beachtender Faktor für den regionalen Handel (17,5 Mio € Abfluss).

Kleine „Zentralorte“ mit guter Flächenproduktivität

Der Gesamtumsatz des Bezirks Perg (303,5 Mio €) setzt sich aus 214 Mio € Kaufkrafteigenbindung, 43,7 Mio € an Kaufkraftzuflüssen aus den Nachbarregionen sowie 45,8 Mio touristisch relevanter Kaufkraft zusammen. Mit 106 Mio € weist die Bezirkshauptstadt den höchsten Umsatzwert auf, gefolgt von Mauthausen (90 Mio €), Grein (29 Mio €), Schwertberg (24 Mio €) und St. Georgen an der Gusen (18 Mio €).

Betrachtet man eine der wichtigsten Handelskennzahlen - die Flächenproduktivität (Umsatz durch Verkaufsfläche) - zeigt sich, dass vor allem die kleineren Handelsstandorte im Bezirk weit über dem OÖ-Durchschnitt (3.690 €/m²) liegende Produktivitätswerte aufweisen (St. Georgen/Gusen - 4.357 €/m²; Grein 4.151 € pro m²).

Bezirk Perg mit bereits dichter Einzelhandelsstruktur

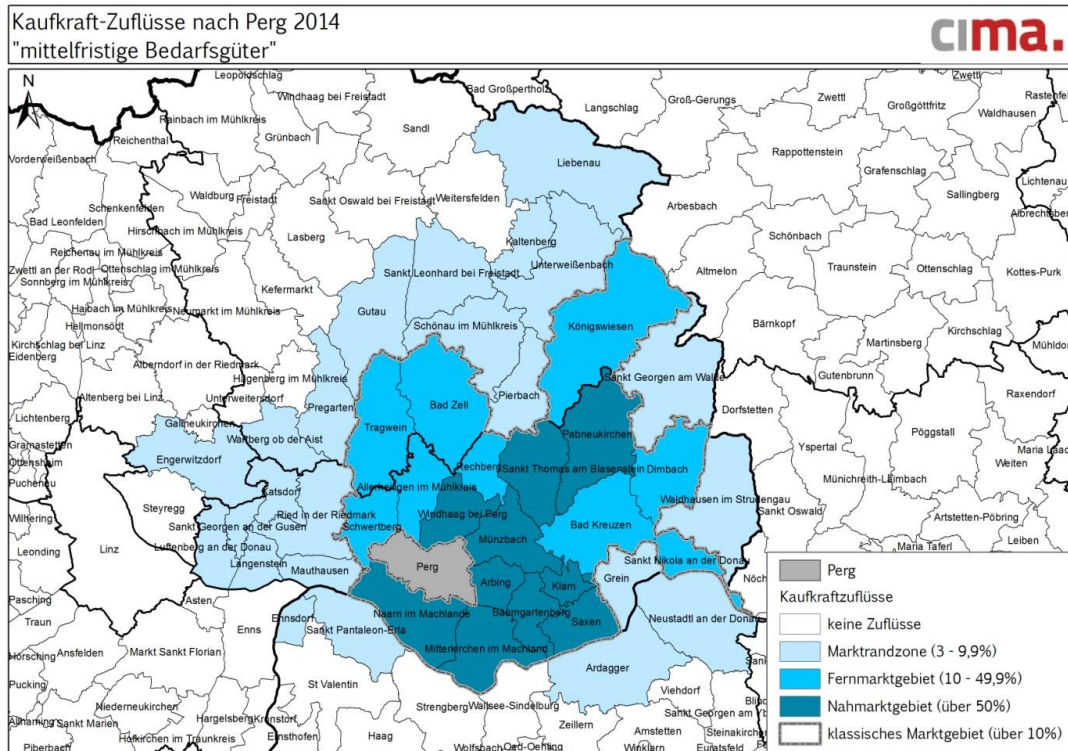
104.450 m² Verkaufsflächen wurden im gesamten Bezirk ermittelt. Mit 1,6 m² pro Ew. liegt man in etwa im OÖ-Durchschnitt (1,7 m²/Ew.) und im „Bezirksranking“ aller OÖ. Teilregionen im Mittelfeld. 62 % der Bezirksflächen konzentrieren sich in Perg (34.050 m²) und Mauthausen (30.850 m²).

Pergs Innenstadt bekommt gute „Fachberatungs-“ und „Parkplatz“-Noten

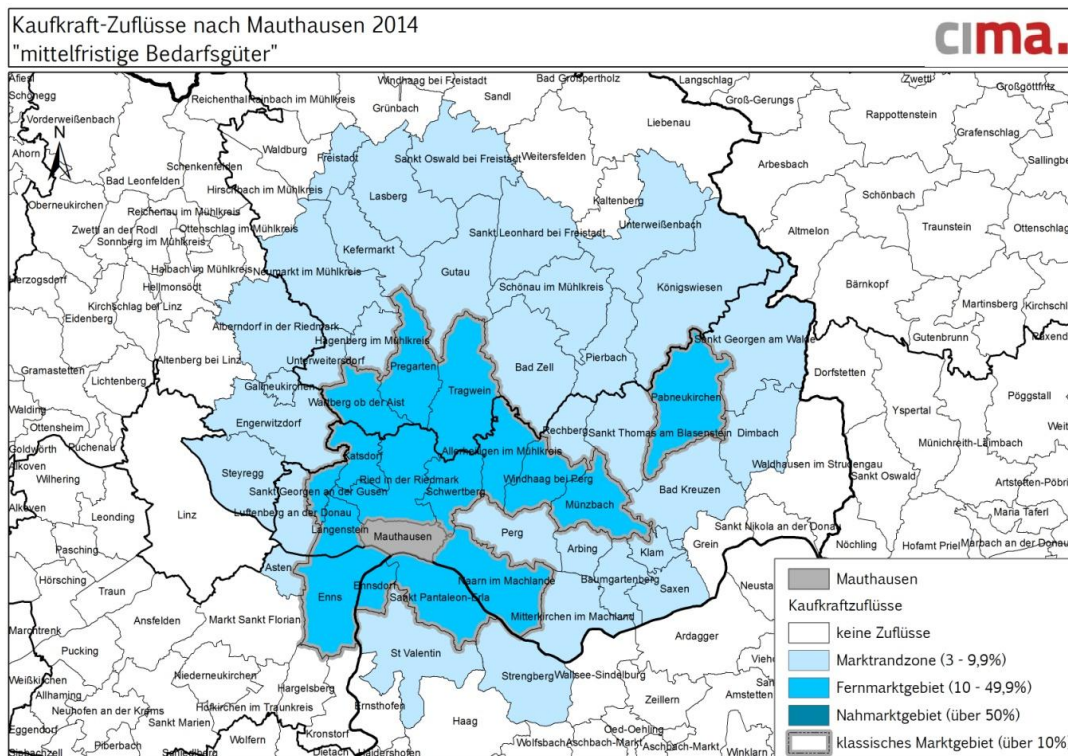
Neben der Abfrage der Kaufkraftströme wurden bei den OÖ. KonsumentInnen diverse Innenstadt-Attraktivitätsfaktoren der größten 18 Einkaufsstädte abgefragt. Die Stadt Perg schneidet vor allem bei den Aspekten „Fachberatung/Servicequalität“ der Innenstadtbetriebe mit einer Gesamtnote von 1,8 hervorragend (Platz 5 in OÖ) sowie bei der Parkplatzsituation im Stadtkern (Note 2,5; Platz 4 in OÖ) sehr gut ab.

Anhang 1

Einzugsgebiete der Stadt Perg

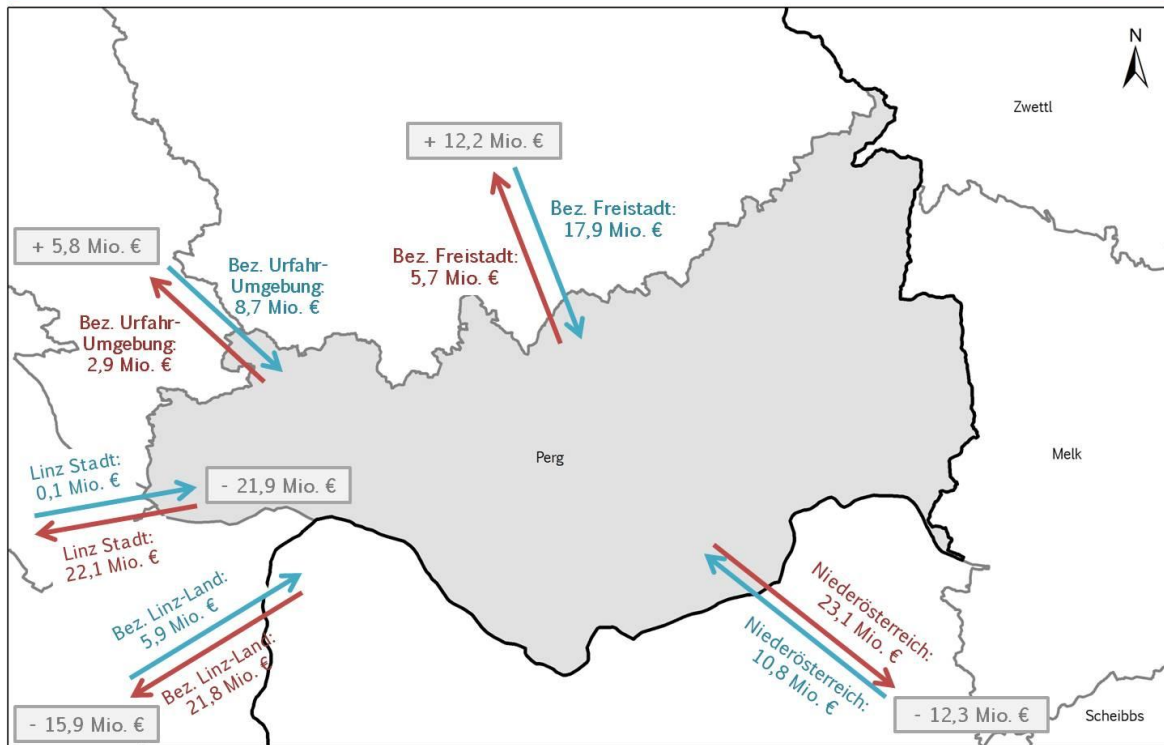


Einzugsgebiete von Mauthausen

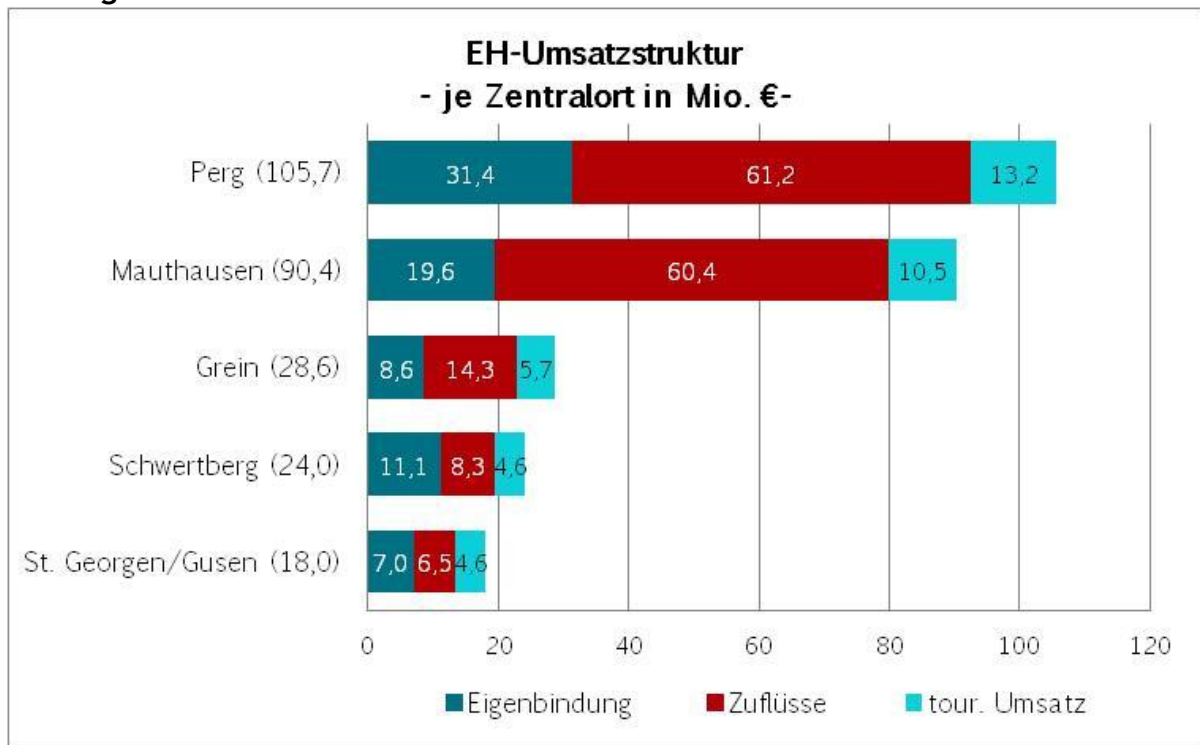


Anhang 2

Kaufkraft-Bilanz Bezirk Perg



Anhang 3



Anhang 4

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 € 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 Kaufkraftverflechtungen erkennbar sind, die Kaufkraftzuflüsse der Haushalte jedoch zwischen 3-9,9 % liegen.
Klass. Einzugsgebiet	= „Nahmarkt-“ und „Fernmarktgebiet“