

wirtschaft sind wir



Landesrat Marco Tittler (Wirtschaftsreferent der Vorarlberger Landesregierung)

Carina Pollhammer (Obfrau Sparte Handel, Wirtschaftskammer Vorarlberg)

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



Pressekonferenz

Freitag, 24. Juni 2022

Wettbewerbsfähigkeit des Vorarlberger Einzelhandels

Präsentation der aktuellen Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturanalyse Vorarlberg - KAVO

Titelbilder: ©BGStock72 - stock.adobe.com; eplistera - stock.adobe.com; pikselstock - stock.adobe.com; Halfpoint - stock.adobe.com

Wettbewerbsfähigkeit des Vorarlberger Einzelhandels

Präsentation der aktuellen Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturanalyse Vorarlberg - KAVO

Die aktuell vorliegende 4. KAVO 2022-Studie (Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturanalyse Vorarlberg) liefert erneut eine Fülle von interessanten Daten und Fakten zum Einzelhandel im Land. Zentrale Kernaussage der Analyse ist: Vorarlbergs stationärer Einzelhandel ist, trotz enormer Konkurrenz zu den virtuellen Einkaufswelten sowie COVID19-bedingten Ein- und Beschränkungen nach wie vor ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, Nahversorger und Arbeitgeber, mit, im Österreich-Vergleich, guten Produktivitätsdaten und attraktiven Handelszonen.

Die Wirtschaft befindet sich auch aufgrund des sich verändernden Klimas, der Digitalisierung, der demographischen Veränderung sowie der Notwendigkeit des effizienten Einsatzes von Ressourcen im Wandel, erläutert Landesrat Marco Tittler. Daraus ergeben sich neue Strategie- und Handlungsfelder. „Neue Maßnahmen müssen gesetzt und bestehende Aktivitäten evaluiert werden. Die Studie bietet nicht nur eine vergleichende Trendanalyse des Einkaufsverhaltens der Bevölkerung bzw. der vorhandenen Angebotsstrukturen. Die Studienergebnisse sind auch wichtige Grundlagen für raumplanerische und wirtschaftspolitische Entscheidungen auf lokaler, regionaler und landesweiter Ebene.“, sagt Tittler.

„Die Studie zeigt klar auf, dass der Online-Handel der stärkste Konkurrent des Vorarlberger Einzelhandels ist. Der Wettbewerb nimmt zu, der Einzelhandel büßte an Attraktivität bei den Schweizer und Liechtensteiner KonsumentInnen ein. Die wirtschaftspolitische Schlussfolgerung daraus kann nur sein, den stationären Handel im Land zu stärken.“, betont der Landesrat.

Gerade die immer stärkere Konkurrenz des Online-Handels wird zunehmend zur Belastung für die heimischen Betriebe, betont Carina Pollhammer, Obfrau der Sparte Handel in der WKV: „Die Corona-Pandemie hat mit den mehrfachen Lockdowns inklusive Betretungsverboten die Situation stark verschlechtert, mehr als fünfzig Prozent der Abflüsse resultieren aus dem Online-Handel. Ohnehin wurde mit den Grenzschließungen bzw. strikten Einreiseregulungen im vergangenen Jahr der Kaufkraftzufluss aus den benachbarten Ländern bzw. von Touristen massiv eingeschränkt.“ Um die Konkurrenzfähigkeit der heimischen Händler auf dem Online-Markt zu stärken, hat die Sparte Handel gemeinsam mit dem Land die Digitalisierungsoffensive Handel.Lokal.Digital initiiert. „Hier gilt es, konsequent an der Weiterentwicklung zu arbeiten und unsere Handelsbetriebe bestmöglich bei der Digitalisierung zu unterstützen“, führt die Spartenobfrau aus. Zudem setze man auf eine breite Schiene der Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung: Kampagnen wie der „Ländleshopper“ haben sich dabei als sehr hilfreich erwiesen, sagt Pollhammer.

Grundsätzlich gute handelspezifische Rahmenbedingungen

Die soziodemographischen und ökonomischen Rahmenbedingungen, welche für die Prosperität des Vorarlberger Einzelhandels von großer Bedeutung sind, haben sich in den letzten Jahren in Vorarlberg **grundsätzlich positiv** entwickelt - wie beispielsweise eine sehr dynamische Bevölkerungsentwicklung (+7,8 Prozent seit 2011), Beschäftigten- (+12 Prozent seit 2012) und Arbeitsstättenplus (+ 11 Prozent seit 2012), niedrige Arbeitslosenquote (aktuell rund 5 Prozent), hohes Wohlstands- (Index bei 102,6 Prozent pro EinwohnerIn) und Verbrauchsausgabenniveau (1.221 Euro pro Haushalt und Monat). Insgesamt verfügen die 400.000 VorarlbergerInnen über 2,3 Milliarden Euro an – einzelhandelsrelevantem – Kaufkraftvolumen, wobei der kurzfristige Bedarf nahezu die Hälfte dieser Gesamtsumme umfasst.

Sinkende „Einkaufstreue“ im stationären Handel

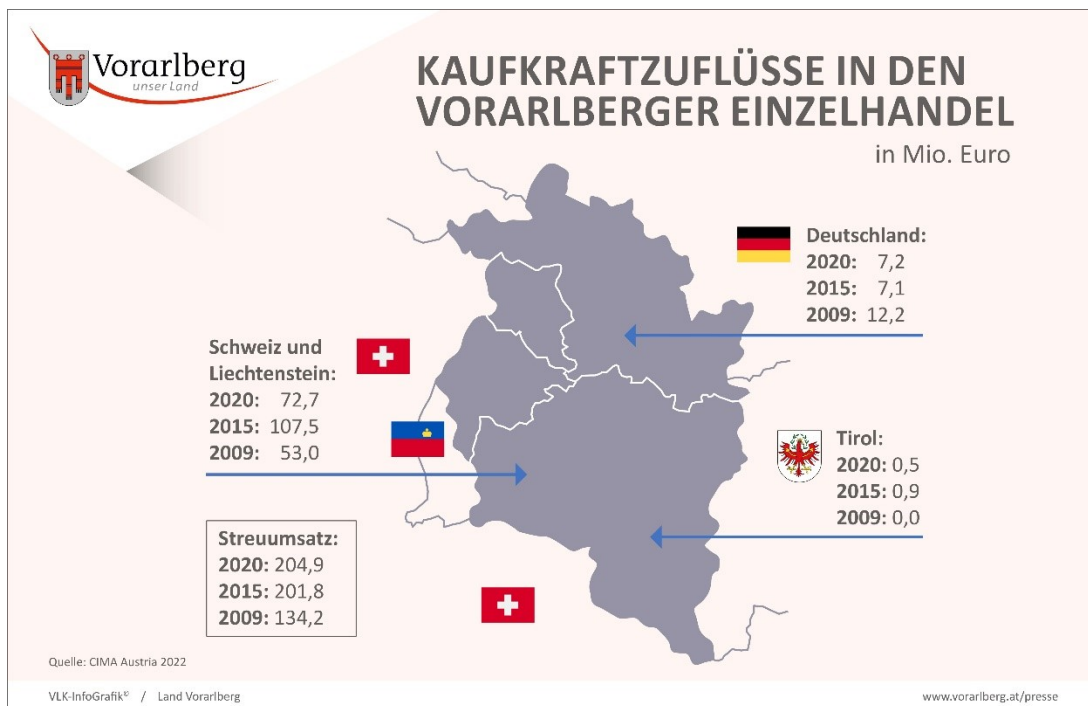
Die aktuelle **Kaufkraft-Eigenbindung** (ohne COVID19-Effekte) beträgt in Vorarlberg **82 Prozent**. Im langfristigen Vergleich zeigt sich, dass die „Einkaufstreue“ der VorarlbergerInnen zum heimischen Handel seit 2009 (94 Prozent) deutlich **abgenommen** hat.

Dank der dichten Handelsstruktur in und um **Dornbirn** verfügt dieser Bezirk, über die **höchste Eigenbindungsquote** aller Vorarlberger Bezirke (81 Prozent). Auf kleinregionaler Betrachtungsebene liegt das **Rheintal** mit 79 Prozent Eigenbindung klar vor allen anderen Gebieten, gefolgt vom **Walgau** (60 Prozent) und dem **Bregenzerwald** (47 Prozent).

Viel Kaufkraftzufluss aus den benachbarten Räumen

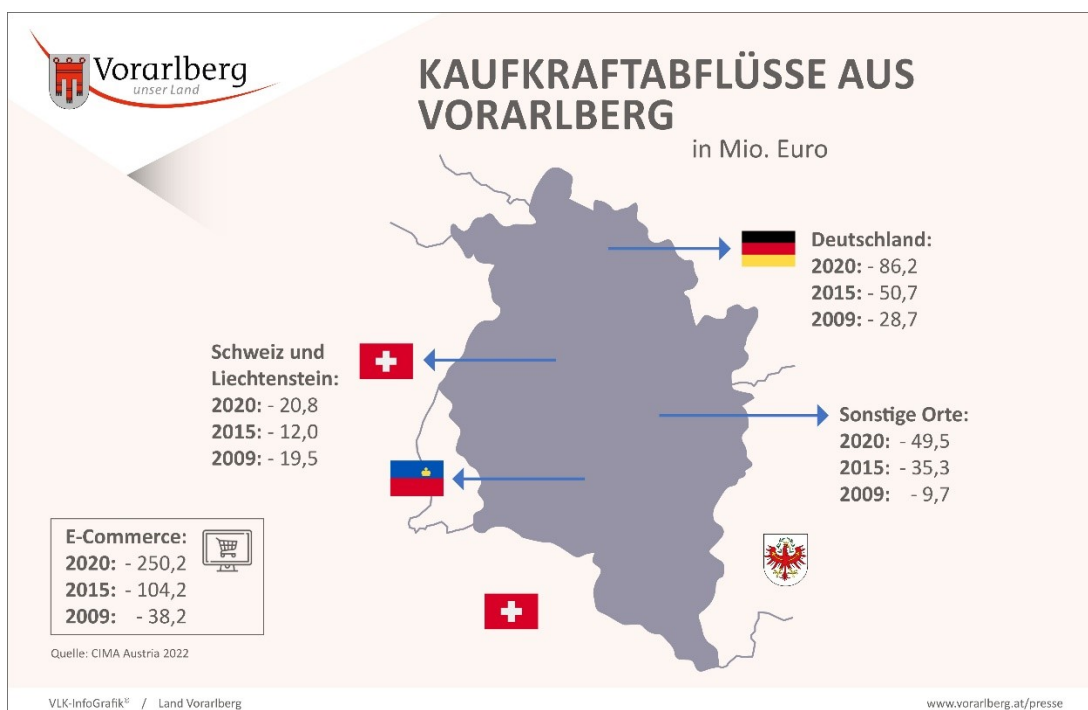
Der Vorarlberger Einzelhandel zieht aus allen benachbarten Räumen (= regelmäßige Einkaufsfahrten von KonsumentInnen der jeweiligen Untersuchungsregionen) sowie aus unregelmäßigen Einkaufsfahrten insgesamt **285,4 Millionen Euro** an. Der Trendvergleich 2015 bis 2020 zeigt einen Rückgang der Kaufkraftzuflüsse von nominell 6 Prozent.

Die **monetär bedeutsamsten** „landesexternen“ Kaufkraftzuflüsse stellen 2020 die **Streuumsätze** (ieL Tages- und Nächtigungstourismus) dar (204,9 Millionen Euro), welche gegenüber der letzten KAVO-Studie 2015 einen leichten Anstieg (+ 1,5 Prozent) verzeichnen konnten. Die Zuflüsse aus dem **Fürstentum Liechtenstein** sowie den **Ostschweizer Grenzkantonen** reduzierten sich innerhalb der letzten 5 Jahre um 23 Prozent auf aktuell 72,7 Millionen Euro. Die Kaufkraftzuflüsse aus dem **deutschen Bodenseeraum** stagnierten – auf ohnehin niedrigem Niveau – seit 2015 (7,2 Millionen Euro).



406,7 Millionen Euro Kaufkraftabfluss

Insgesamt fließen **406,7 Millionen Euro** des Vorarlberger Kaufkraftvolumens in stationäre und virtuelle Einkaufsdestinationen außerhalb des Bundeslandes. Gegenüber 2015 hat sich diese Summe mehr als **verdoppelt** (+ 101 Prozent), im Vergleich zu 2009 mehr als **verdreifacht** (+ 323 Prozent).



Online-Handel ist Hauptkonkurrent

62 Prozent aller Abflüsse absorbiert mittlerweile der **Online-Handel** (250,2 Millionen Euro; Zunahme von 146 Prozent gegenüber 2015 bzw. 555 Prozent gegenüber 2009). Vor Einsetzen der COVID19-Pandemie flossen 11 Prozent des gesamten Vorarlberger Kaufkraftvolumens in den Online-Sektor (2015: 5 Prozent). Von den 250,2 Millionen Euro Online-spezifischen Abflüssen weisen die mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen den größten Anteil auf.

Die häufig medial kolportierte Meinung, dass die zahlreichen Lockdowns der letzten zwei Jahre dazu führten, dass die KonsumentInnen ihre „non food“-Einkäufe zu einem Großteil in den virtuellen Einkaufswelten durchführten, kann, zumindest für Vorarlberg, nicht bestätigt werden. Beinahe 2/3 der Befragten gaben an, erst wieder nach Öffnung des stationären Einzelhandels Shopping-Touren unternommen zu haben. Auch der Erwerb von mittel- bis langfristigen Waren, welche großflächig in vielen Verbrauchermärkten zu finden sind, stellte für den Großteil der Bevölkerung keine wirkliche Alternative während der Lockdown-Phasen dar. Bei der altersspezifischen Auswertung zeigt sich jedoch bereits ein klar differenzierteres Bild. Während die Mehrzahl der Generationen 60+ kaum Online-Einkäufe tätigten, tendierten die jüngeren VorarlbergerInnen deutlich stärker zu dieser Einkaufsalternative.

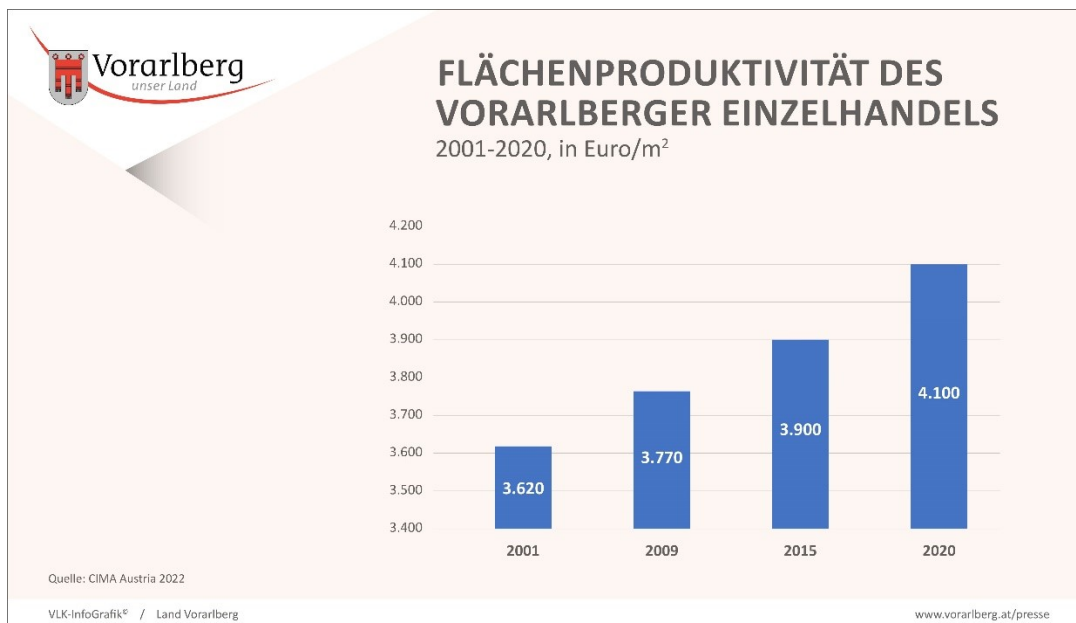
Die COVID19-Pandemie hat in Summe, nach CIMA-Berechnung, die Abflüsse in den Online-Handel – zumindest temporär – weiter anwachsen lassen. Auf Basis der Marktforschungsergebnisse sowie Modellberechnungen ist von einem gesamten Online-Abflusswert im Jahr 2021 von **311,7 Millionen Euro** (= 14 Prozent des gesamten Kaufkraftvolumens) auszugehen.

Umsatz- und Flächenproduktivitätsanstieg

Die wirksame Kaufkraft im Bundesland beträgt **2,18 Milliarden Euro**. Mit 1,14 Milliarden Euro wird mehr als die Hälfte dieses Wertes im kurzfristigen Bedarf umgesetzt; 22 Prozent binden mittelfristige Sortimente. Die restlichen 26 Prozent werden im Langfrist-Segment erwirtschaftet. Im Vergleich zu 2015 ist ein Umsatzanstieg um 6 Prozent festzustellen.

Mit 437,6 Millionen Euro (+ 7,8 Prozent seit 2015) entfällt der größte Umsatz-Anteil dabei auf **Dornbirn**. In der Messestadt werden so wie 2015 rund 1/5 der wirksamen Kaufkraft Vorarlbergs realisiert.

Vorarlbergs Einzelhandel hatte (vor Einsetzen der COVID19-Pandemie) eine **Flächenproduktivität** von insgesamt **4.100 Euro pro m² Verkaufsfläche** (+ 4,3 Prozent seit 2015).



Stabile Umsatzniveaus des Orts-/Stadtkern-Einzelhandels

31 Prozent der gesamten wirksamen Kaufkraft werden in innerörtlichen bzw. innerstädtischen Lagen erwirtschaftet (2015: 32 Prozent).

Geringe Verkaufsflächenzuwächse in den letzten 7 Jahren

Die aktuelle Einzelhandelsverkaufsfläche im Bundesland umfasst **540.700 m²**. Mit 450.500 m² entfällt ein Anteil von 83 Prozent auf die 15 untersuchten Handelsstandorte. Gegenüber dem Vergleichszeitraum 2015 stieg die gesamte Einzelhandelsfläche um rund 2 Prozent.

Der **Bezirk Dornbirn** weist mit 156.500 m² (+ 1 Prozent seit 2015) die höchste Verkaufsfläche aller Vorarlberger Teilregionen auf. Annähernd gleichauf liegt **Bregenz** mit 156.100 m² (+ 3 Prozent seit 2015). Der südöstlichste Bezirk des Landes – **Bludenz** – hat gegenüber 2015 einen Flächenrückgang von 86.500 m² auf 84.000 m² zu verbuchen (-3 Prozent).

73 Prozent aller Vorarlberger Verkaufsflächen sind im **Rheintal** konzentriert (393.200 m²; + 3 Prozent seit 2015). Mit 77.200 m² (- 2 Prozent seit 2015) macht der **Walgau** einen Anteil von 14 Prozent an der gesamten Vorarlberger Verkaufsfläche aus. Auf Gemeinden des **Bregenzerwaldes** entfallen 6 Prozent (31.000 m²; + 1 Prozent seit 2015.). Im **Montafon** konnten knapp 16.800 m² (- 2 Prozent seit 2015) an Handelsfläche festgestellt werden.

Sehr solide Wettbewerbsfähigkeit des Vorarlberger Einzelhandels

61 Prozent der begutachteten Handelsbetriebe weisen eine sehr hohe bzw. gute aktuelle Wettbewerbsfähigkeit auf und sind auch mittelfristig grundsätzlich gut auf zukünftige Herausforderungen vorbereitet. Für 31 Prozent der Betriebe sind betriebliche Verbesserungsmaßnahmen, insbesondere im Bereich der Sortimentsstruktur, der „Performance“ des Ladens bzw. der Verkaufsflächen, der Digitalisierungskompetenz, etc. anzuraten. 8 Prozent haben eine niedrige Wettbewerbsfähigkeit auf.

Masterplan 2030 zeigt Wachstumspotenzial

Bis zum Jahr 2030 ergeben sich im gesamten Bundesland, unter Berücksichtigung einer Reihe von ökonomischen Faktoren und Trends, ein strukturverträgliches Ansiedlungspotenzial von rund **25.200 m²** zusätzlicher Verkaufsfläche.

Fakten zur Studie:

Als Studienautor der aktuellen **KAVO 2022** und der **Studie zum Einzelhandelsmasterplan** fungierte, so wie 2001/2009/2015, die CIMA Austria Beratung + Management GmbH. Die KAVO wurde im Auftrag des **Landes** und der **Wirtschaftskammer Vorarlberg** (samt **finanzieller Beteiligung** der „zentralen Handelsstandorte“) erarbeitet.

Die KAVO untergliederte sich in insgesamt **8 Auftragsbestandteile** (z.B.: Analyse der Kaufkraftströme, Branchenmix- und Wettbewerbsfähigkeitsbeurteilung, Einschätzung der Standortdynamik der grenznahen Schweizer und deutschen Handelsstandorte, etc.).

Folgende quantitative Dimensionen umfasste die KAVO 2022:

- 8.012 telefonische Interviews/1.760 Online-Interviews in Vorarlberg, der Schweiz, deutscher Bodenseeraum, Tirol sowie 955 Point of Sale-Interviews an 10 Vorarlberger Standorten
- Vor-Ort-Erfassung von 2.480 Handelsbetrieben in allen Gemeinden Vorarlbergs
- Wettbewerbsfähigkeits-Check von 1.279 Handelsbetrieben in 6 großen zentralen Handelsstandorten
- Vor-Ort-Begutachtung von 8 Schweizer/Liechtensteiner und 6 deutschen Handelsstandorten

Herausgegeben von der Landespressestelle Vorarlberg
Amt der Vorarlberger Landesregierung

Landespressestelle, Landhaus, Römerstraße 15, 6901 Bregenz, Österreich | www.vorarlberg.at/presse
presse@vorarlberg.at | T +43 5574 511 20135 | M +43 664 6255102 oder M +43 664 6255668 | F +43 5574 511 920095
Jeden Werktag von 8:00 bis 13:00 Uhr und von 14:00 bis 17:00 Uhr erreichbar