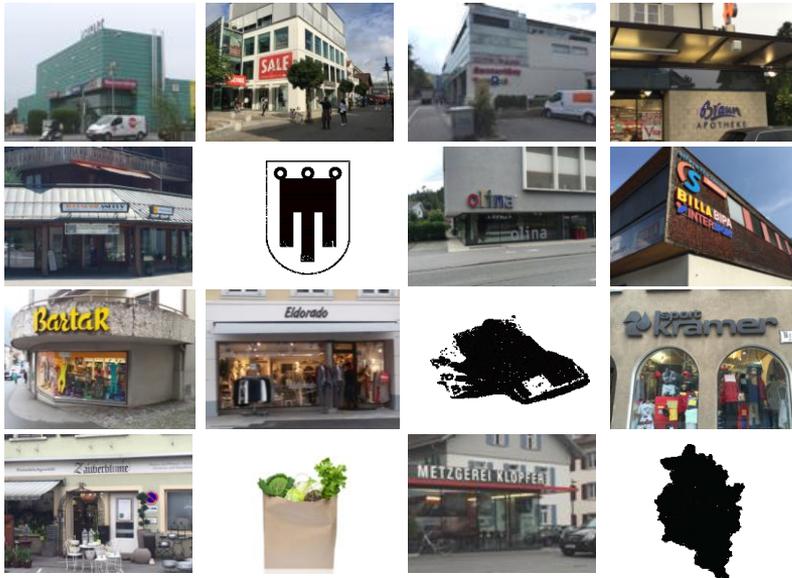


## Die aktuelle Einzelhandelsstruktur in Vorarlberg

### 6 Kernaussagen auf Basis der aktuellen KAVO 2016



Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Unterlage zur Pressekonferenz am 19. Mai 2016  
Mag. Roland Muraier

Projektbausteine	KAVO 2016	KAVO 2009	KAVO 2001
<b>Kaufkraftstrom-Analyse</b> in Vorarlberg, CH, FL, D, Tirol (Gemeinde-genau)	16.540 Interviews	17.000 Interviews	14.170 Interviews
<b>Branchenmix-Analyse</b> in 15 Zentralorten sowie Erfassung der Vkfl. in allen Vbger Gemeinden	1.881 Handelsbetriebe	1.565 Handelsbetriebe	1.481 Handelsbetriebe
<b>Anzahl der zentralen Handelsstandorte</b>	15 (Bezau, Bludenz, Bregenz, Dornbirn, Egg, Feldkirch, Götzis, Hard, Hittisau, Hohenems, Lauterach, Lustenau, Rankweil, Schruns—Tschagguns, Wolfurt)	11	11
<b>City-Qualitätscheck</b>	in 15 zentralen Handelsstandorten	in 11 zentralen Handelsstandorte	keine Erhebungen
postalische <b>Unternehmer- Innen</b> -Befragung	1.263 Betriebe per Fragebogen kontaktiert	keine Erhebungen	keine Erhebungen

# 1.

Unter allen österreichischen Bundesländern bindet der Vorarlberger Einzelhandel am besten die Kaufkraft der eigenen BürgerInnen !

## Kaufkraft-Eigenbindung Land Vorarlberg 2001-2009-2015



Quelle: CIMA Austria

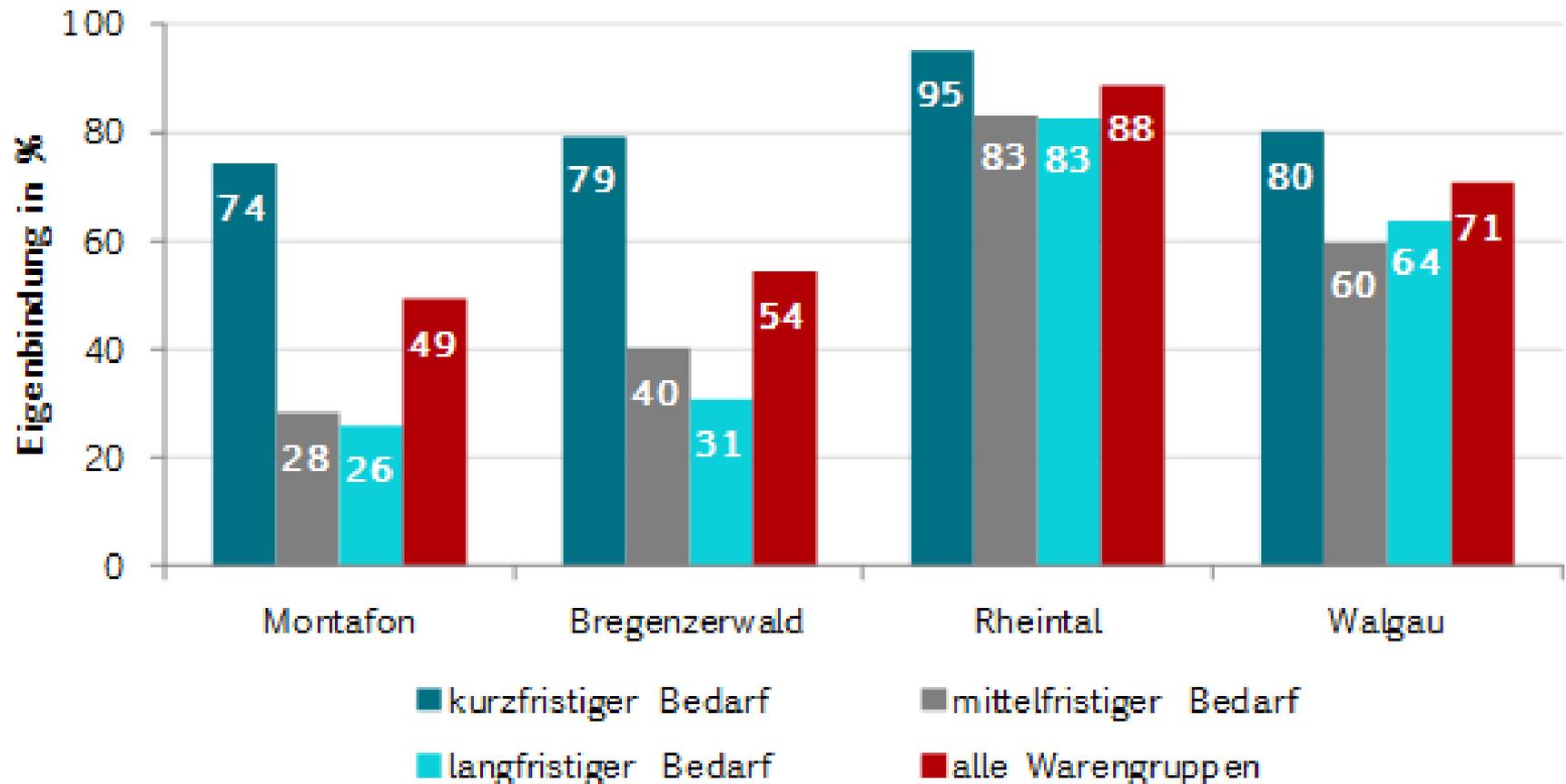
## Bundesländer-Benchmark

<b>Vorarlberg</b>	<b>90 %</b>
OÖ	87 %
Salzburg	87 %
NÖ	82 %
Wien	82 %
Burgenland	76 %

## Zentralorte-Kaufkräteeigenbindung und Entwicklung seit 2009

Bludenz-Bürs	89 % (+3 %)
Dornbirn	88 % (-6 %)
Feldkirch	75 % (-7 %)
Bregenz	66 % (-6 %)
Rankweil	63 % (+3 %)
Göttzis	62 % (-7 %)
Bezau	60 %
Hohenems	59 % (-9 %)
Egg	55 %
Schruns-Tschagguns	54 %
Lustenau	53 % (-9 %)
Lauterach	49 % (-12 %)
Hard	49 % (-5 %)
Wolfurt	37 % (+1 %)

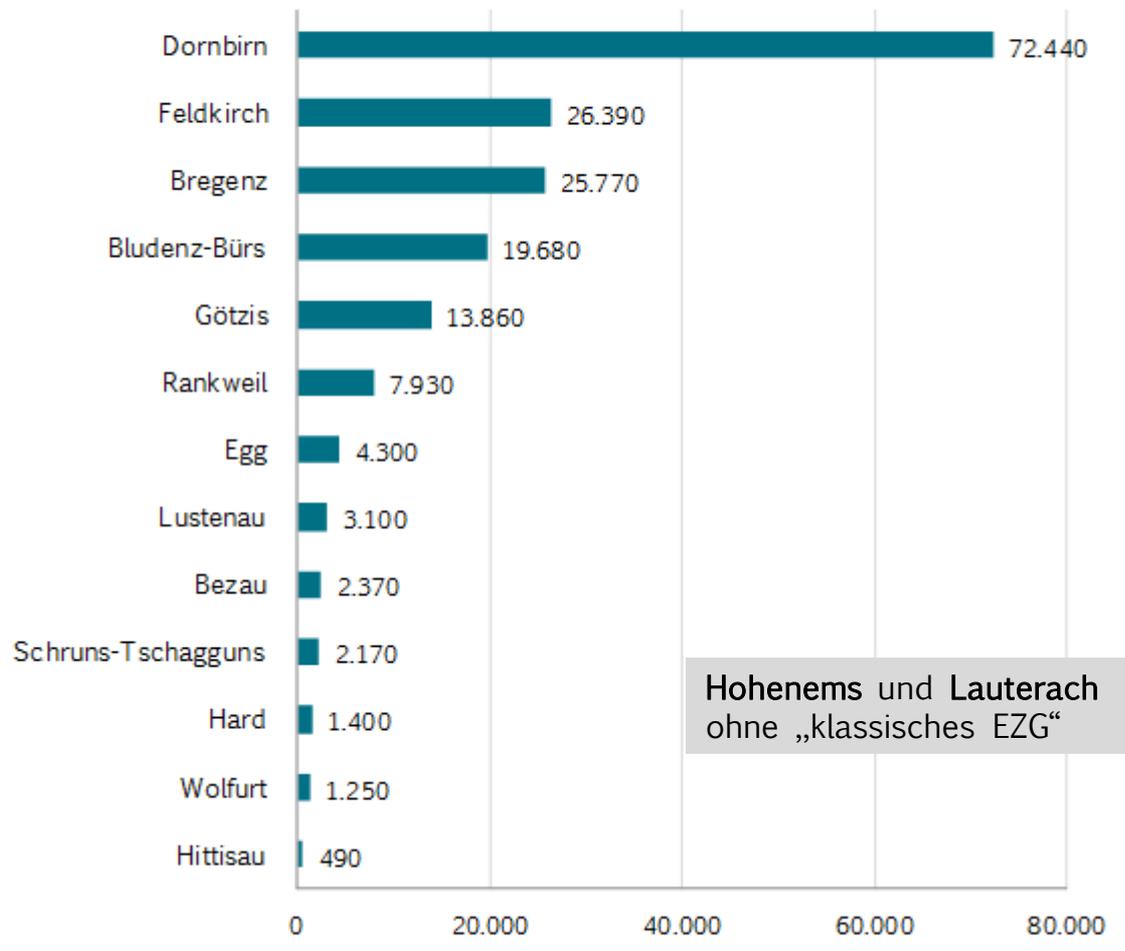
## Kaufkrafteigenbindung einzelner Vorarlberger Regionen nach Bedarfsgruppen in %



# 2.

Dornbirn verfügt – nach wie vor – über das mit Abstand **größte Einzugsgebiet** aller Vorarlberger Handelsstandorte!

## Haushalte im klassischen Marktgebiet - mittelfristiger Bedarf -

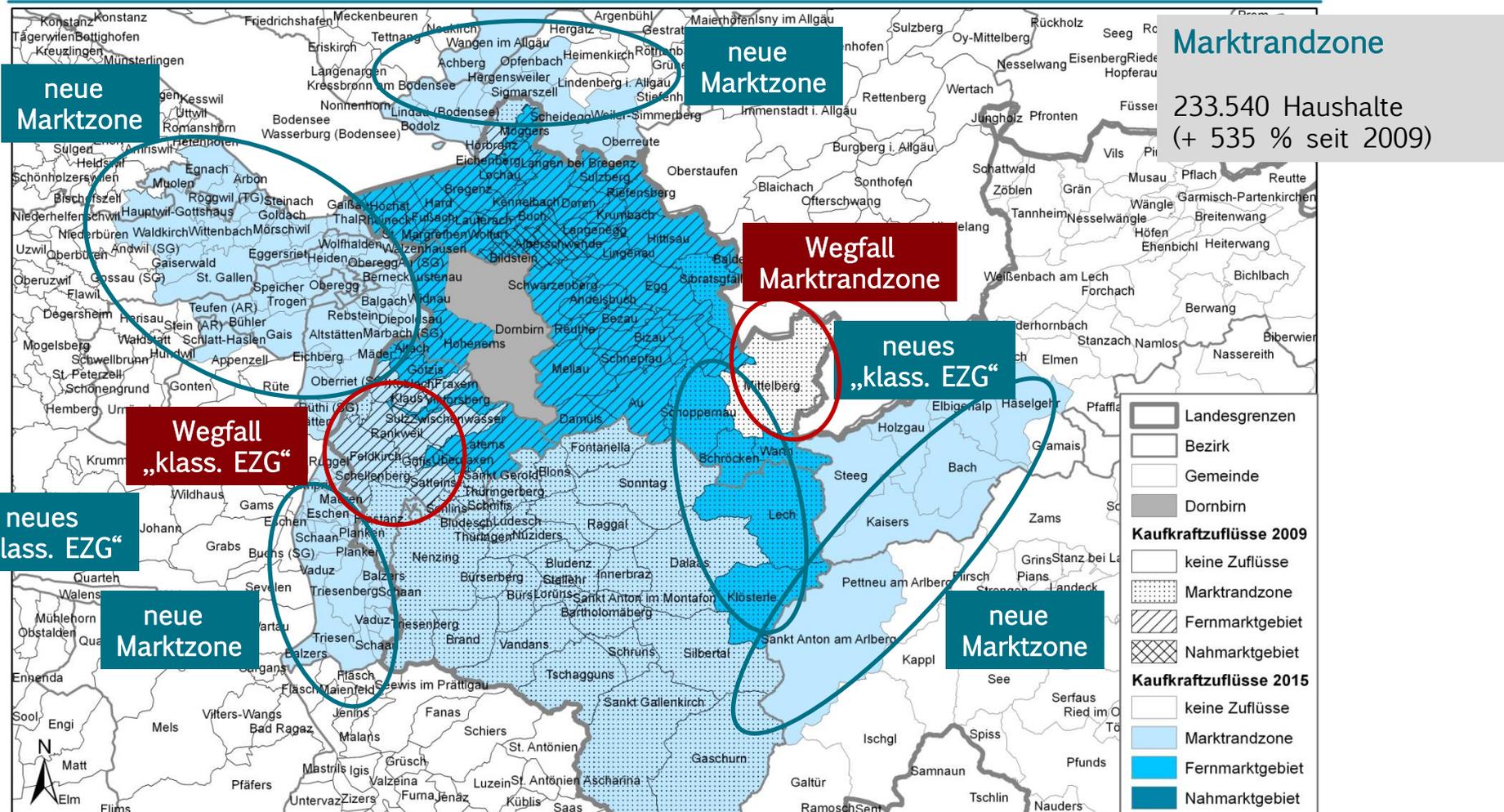


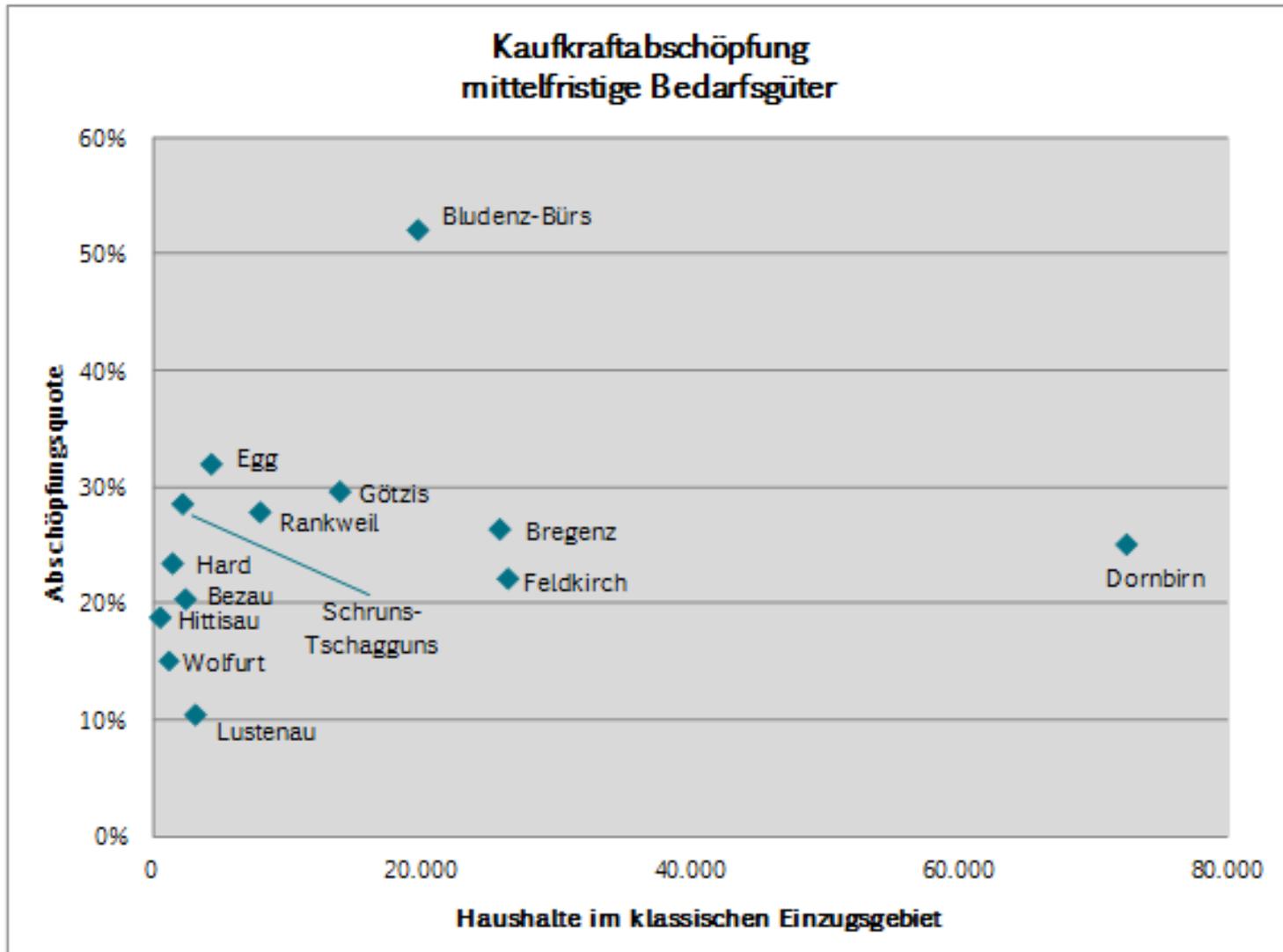
Hohenems und Lauterach  
ohne „klassisches EZG“

## Entwicklung seit 2009

Bludenz-Bürs	-10 %
Bregenz	+ 02 %
Dornbirn	-21 %
Feldkirch	+ 32%
Götzis	+ 99 %
Hard	+ 03 %
Hohenems	+ 94 %
Lauterach	+ 27 %
Lustenau	+ 05 %
Rankweil	+ 04 %
Wolfurt	+557 %

## Kaufkraft-Zuflüsse Dornbirn mittelfristige Bedarfsgüter



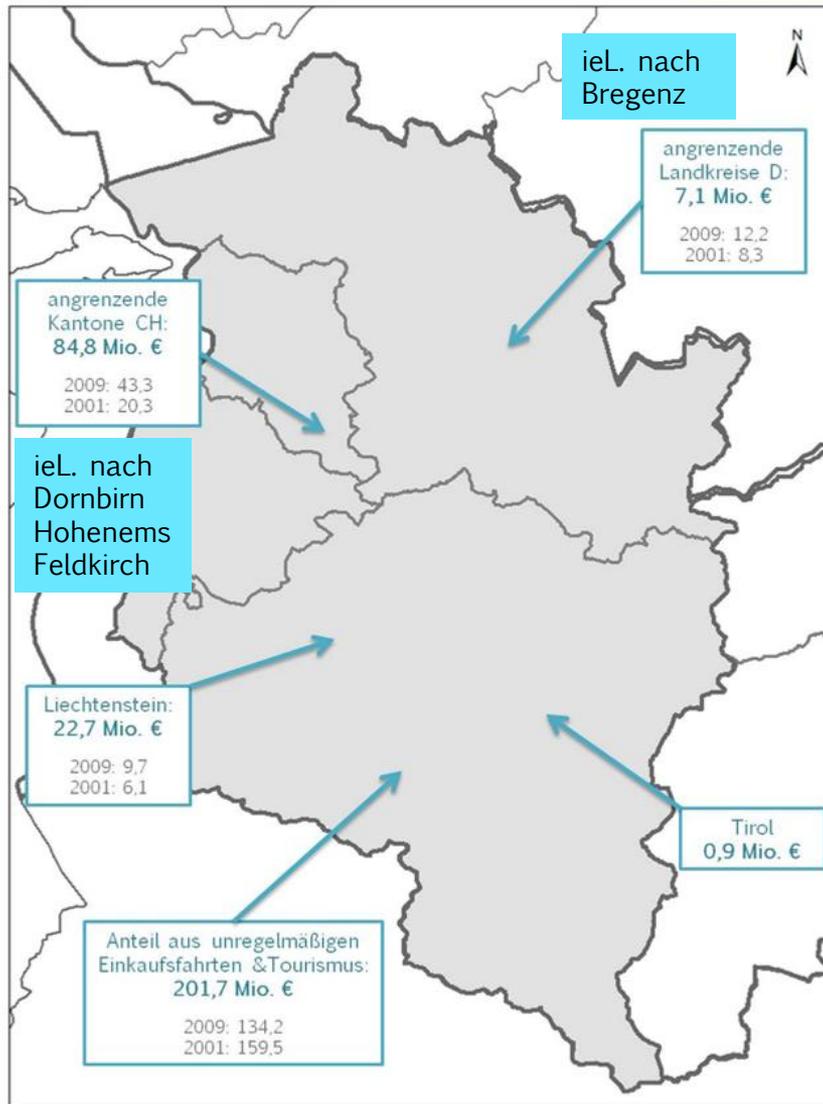


# 3.

Innerhalb der letzten 15 Jahre steigerte sich der Kaufkraftzufluss aus der **Schweiz** und **Liechtenstein** um rund 300 %!

Kaufkraftzuflüsse nach Vorarlberg 2015

CIMA.



## Gesamtzuflüsse nach Vorarlberg

317,2 Mio €  
(+ 63 % seit 2001)

## Einkaufsschwerpunkte in Vorarlberg – deutsche KonsumentInnen

52 % Lebensmittel  
19 % Bekleidung  
06 % Drogeriewaren

## Einkaufsschwerpunkte in Vorarlberg – Schweizer/Liechtensteiner KonsumentInnen

42 % Lebensmittel  
16 % Bekleidung  
07 % Drogeriewaren

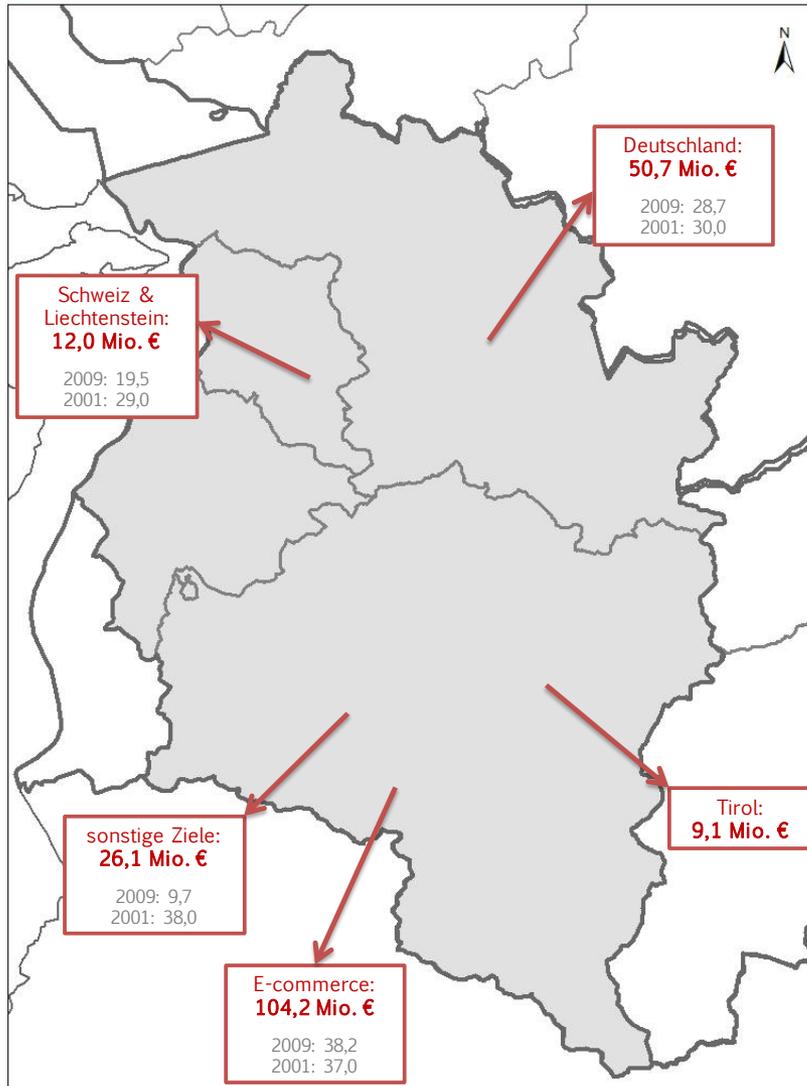
# 4.

Trotz gestiegener Abflüsse nach Deutschland sowie des starken Anstiegs des online-Handels ist die **Kaufkraftbilanz** Vorarlbergs **hochpositiv!**

## Kaufkraftabflüsse aus Vorarlberg

Kaufkraftabflüsse aus Vorarlberg 2015

CIMA.



### Gesamtabflüsse aus Vorarlberg

**202,2 Mio €**  
(+ 110 % seit 2009)

### Vorarlberger Kaufkraftbilanz

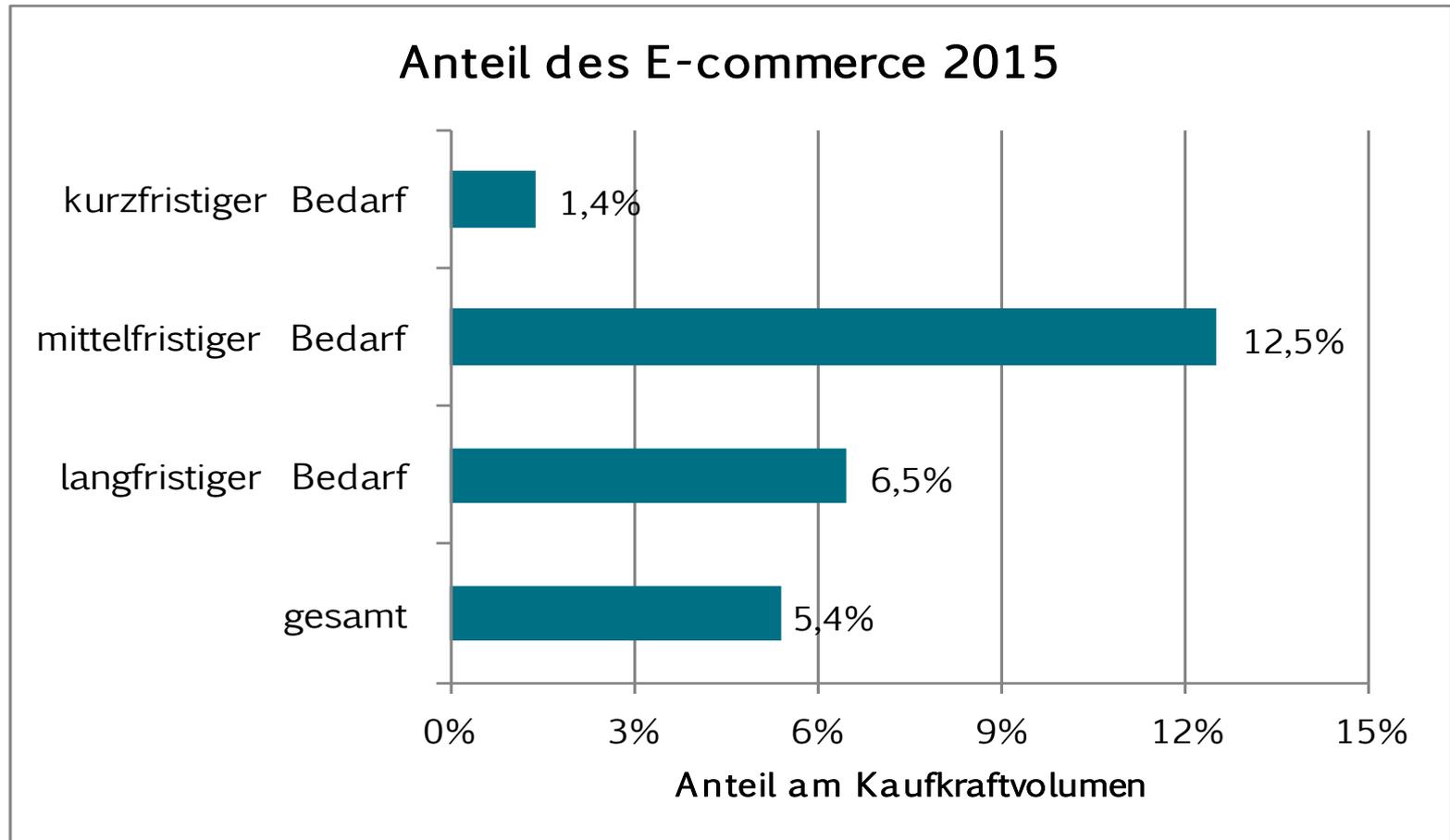
**+ 115 Mio €**  
(+ 11 % seit 2009)

### Einkaufsschwerpunkte in Deutschland – Vorarlberger KonsumentInnen

32 % Lebensmittel  
16 % Möbel

### Einkaufsschwerpunkte in der Schweiz/Liechtenstein – Vorarlberger KonsumentInnen

62 % Möbel

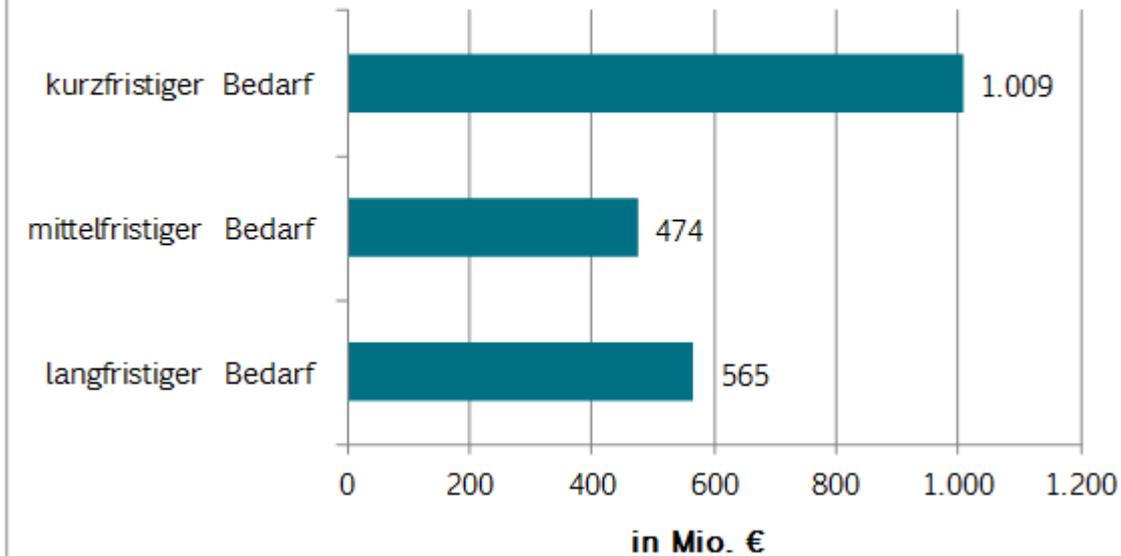


Quelle: CIMA Austria

# 5.

Die Umsatzanteile des Vorarlberger **Orts-** und **Stadtkerneinzelhandels** haben sich seit 2009 stabilisiert!

## wirksame Kaufkraft Land Vorarlberg 2015



Quelle: CIMA Austria

### wirksame Kaufkraft

**2,0 Mrd €**  
(+ 20 % seit 2009)

### Umsatzanteil – Orts- /Stadtkerne

**32 %**  
(+ 1 % seit 2009)

### Bundesländer-Benchmark

Salzburg	35 %
<b>Vorarlberg</b>	<b>32 %</b>
OÖ	32 %
NÖ	24 %
Burgenland	20 %

### Umsatzanteil – Vbger Einkaufs- und Fachmarkt- zentren (ohne Möbel)

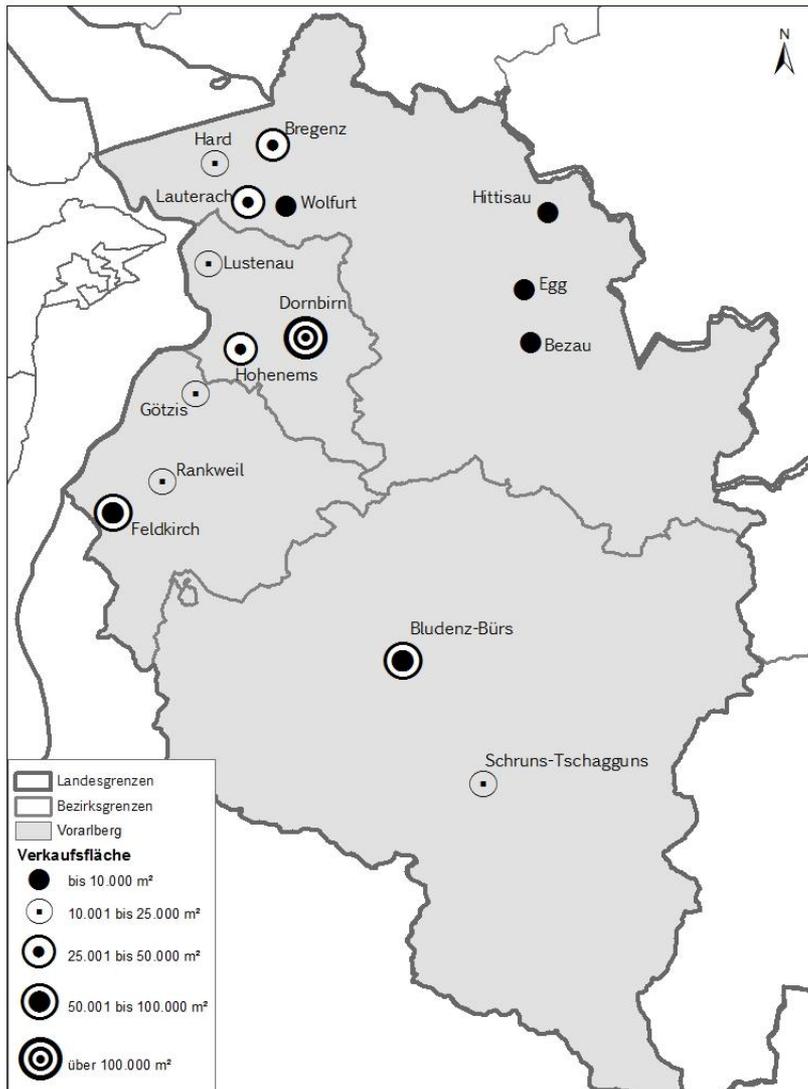
alle Warengruppen	22 %
Innenstadtaffine Waren	31 %

# 6.

Das Rheintal zählt zu den **dichtest besetzten**  
Einzelhandelszonen Österreichs!

## Verkaufsfläche - zentrale Handelsstandorte 2015

CIMA.



## Gesamtvkfl. in Vorarlberg

alle Gemeinden	529.150 m <sup>2</sup>
Zentralorte	433.200 m <sup>2</sup>
restliche Gemeinden	95.950 m <sup>2</sup>

## Bezirks-/regionale Vkfl.

Bludenz	86.500 m <sup>2</sup> (1,4 m <sup>2</sup> /Ew.)
Bregenz	151.850 m <sup>2</sup> (1,2 m <sup>2</sup> /Ew.)
Dornbirn	154.800 m <sup>2</sup> (1,8 m <sup>2</sup> /Ew.)
Feldkirch	136.000 m <sup>2</sup> (1,3 m <sup>2</sup> /Ew.)
Rheintal	382.500 m <sup>2</sup> (2,1 m <sup>2</sup> /Ew.)
Walgau	78.000 m <sup>2</sup> (1,6 m <sup>2</sup> /Ew.)
Bregenzerwald	31.000 m <sup>2</sup> (1,0 m <sup>2</sup> /Ew.)
Montafon	16.100 m <sup>2</sup> (1,1 m <sup>2</sup> /Ew.)

## Bundesländer-Benchmark

Kärnten	2,0 m <sup>2</sup> /Ew.
Salzburg	1,9 m <sup>2</sup> /Ew.
OÖ	1,7 m <sup>2</sup> /Ew.
NÖ	1,7 m <sup>2</sup> /Ew.
Burgenland	1,6 m <sup>2</sup> /Ew.
Wien	1,4 m <sup>2</sup> /Ew.
<b>Vorarlberg</b>	<b>1,4 m<sup>2</sup>/Ew.</b>



- konsequente Umsetzung der Empfehlungen aus dem „Masterplan Rheintal/Walgau“
- **Qualität vor Quantität** bei zukünftigen **Neuansiedelungen** bzw. –  
erweiterungen
- grenzüberschreitende Koordination der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung im Bodenseeraum
- Gründung einer Plattform „**Vitale Orts-/Stadtkerne**“
- Pilotmodell „Digitale Einkaufsstadt“
- „**Ländle**“ Einkaufsqualitäten als touristisches „Marketingprodukt“
- KMU-Marketingoffensive

Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit