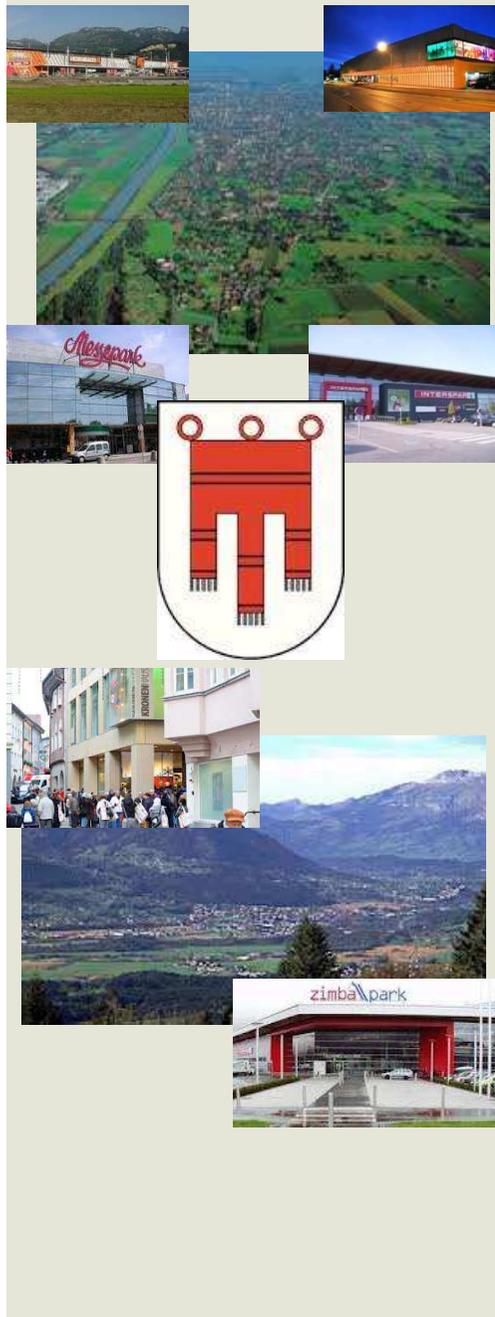




# Qualitativer Einzelhandelsmasterplan für das Rheintal/Walgau

Zusammenfassung der Ergebnisse im Rahmen  
der Pressekonferenz am 03. April 2014



Mag. Roland Murauer  
CIMA Austria Beratung + Management GmbH



## Inhalte und Auftrag



### ■ Ziele der Studie

- Aufzeigen von möglichen Einzelhandelsansiedlungspotenzialen
- Empfehlungen für die „Verortung“ dieser EH-Potenziale
- transparente Beurteilung von zukünftigen EH-Großprojekte

### ■ Studienbausteine

- Baustein 1 - Erarbeitung eines Kriteriensets für EH-Großprojekte
- Baustein 2 - Prognosemodell für EH-Potenziale 2020/2030
- Baustein 3 – Beurteilung geeigneter Standorträume

### ■ Bearbeitungszeit

März 2013 – Februar 2014

### ■ Bearbeitungsintensität

- Update der 2009er Einzelhandelskennzahlen
- insgesamt 4 Workshops zur Erarbeitung des Kriteriensets
- Begehung/Besichtigung von geeigneten Standorträumen in allen Rheintal- und Walgau-Gemeinden
- Gespräche mit Gemeindeverantwortlichen (Stadtbaudirektoren, Bauamtsleiter, etc.)
- Auswirkungsanalyse gestiegener Frankenkurs (Umfrage unter mehr als 100 Vorarlberger EinzelhändlerInnen)



## Aktuelle Einzelhandelsstruktur in

Vorarlberg bzw. im Rheintal/Walgau

### ■ Verkaufsflächen

- 470.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im gesamten Bundesland
- 386.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Rheintal
- 62.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Walgau
- + 22 % von 2001-2009 bzw. + 27 % von 2001-2013
- 70 % der Verkaufsflächen liegen außerhalb der Orts-/Stadtkerne

### ■ Kaufkrafteigenbindung

- 1,54 Mrd € Kaufkraftpotenzial im Rheintal/Walgau
- 95 % Kaufkrafteigenbindung
- Sortimentseigenbindung zw. 78 % bei Büchern/Papier/Schreibwaren bis zu 98 % bei Lebensmittel

### ■ Kaufkraftzuflüsse

- restliches Vorarlberg – 131,6 Mio €
- Schweiz und Liechtenstein – 53 Mio €
- Deutschland – 12,2 Mio €
- Tourismus – 134,2 Mio €



## Projektteil 1

Das Kriterienset zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten



- **einfache Voreinschätzung** eines Einzelhandelsgroßprojektes von offenkundig **problematisch** bzw. **unproblematisch** auf Basis **14** bis **16** unterschiedlichen **Kriterien**  
(z.B.: Lage des Objektes, Erreichbarkeit, EinwohnerInnen-Dichte, Flächenverbrauch, Parkplatzausstattung, Kaufkraftpotenziale, -abschöpfung, etc.)
- Problembereiche und Konfliktpotentiale können bereits **im Vorfeld** gut erkannt werden
- **erster Beurteilungsmaßstab** sowie brauchbare Ersteinschätzung → keine verbindliche (formale) pro-contra-Entscheidung
- **Qualitätsrichtlinien** bzw. **Beurteilungsraster** für Standortgemeinden, Bewerber und Gutachter



# Projektteil 1

Das Kriterienset zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten

Praxisbeispiel



Kriterienübersicht	Kriterien	Einstufung/ Bewertung		
<b>Standort-spezifische Kriterien</b>	Standortbeurteilung: Projektrelevante Branchen umfassen sonstige Waren (K2)			X
	Generelle Erreichbarkeit (Modal Split) bei Waren des sonstigen Bedarfs (K5)		X	
<b>(Verkaufs-) Flächenbezogene</b>	Gesamtausmaß der projektierten Verkaufsfläche			X
	Relativer Flächenverbrauch-Variante Geschosszahl (K9)	X		
	Verdichtung nach Innen und Nachnutzung von Gebäudebestand (K10)	X		
	Erforderliche Stellplatzanzahl bei sonstigen Waren (K12)		X	
	Stellplatzflächen in Tiefgaragen und Parkdecks (K14)			X
<b>Kaufkraftrelevante Betrachtung</b>	Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (K15)			X
	Touristisches Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (angewendet nur bei Tourismusgemeinden) (K16)	X		
	Kaufkraftniveau und Kaufkraftentwicklung (K17)			X
	Kaufkräfteeigenbindung vor Ort - Reduzierung von Kaufkraftabflüssen (K18)			X
	Kaufkraftabschöpfung bei sonstigen Waren (K19)		X	
	Projektrelevante Umsatzherkunft aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich	X		
	Projektrelevante Umsatzenlenkung am eigenen Standort pro betroffene			X
<b>Sonstige Kriterien</b>	Verkehrsstrukturelle Grobeinschätzung (K24)			X



## Projektteil 2

struktur-  
verträgliche  
Einzelhandels-  
potenziale bis  
2020/2030



### ■ Faktoren für zusätzliche EH- Potenzialentwicklungen

- Einwohner- und Haushaltsentwicklung in Vorarlberg samt Einzugsgebiete bis 2030
- Konjunkturelle Entwicklung der Kaufkraft (Konsumausgaben, Kaufkraftindex, etc.)
- touristische Entwicklung
- Wechselkursveränderung CHF - EUR

### ■ Einzelhandelspotenziale bis 2020

- 204,7 Mio € an zusätzlicher Kaufkraft für das Rheintal/Walgau
- rund 59.100 m<sup>2</sup> zusätzliches Flächenpotenzial, davon rund 25 % für innenstadtrelevante Sortimente

### ■ Einzelhandelspotenziale bis 2030

- 307,1 Mio € an zusätzlicher Kaufkraft für das Rheintal/Walgau
- rund 88.700 m<sup>2</sup> zusätzliches Flächenpotenzial



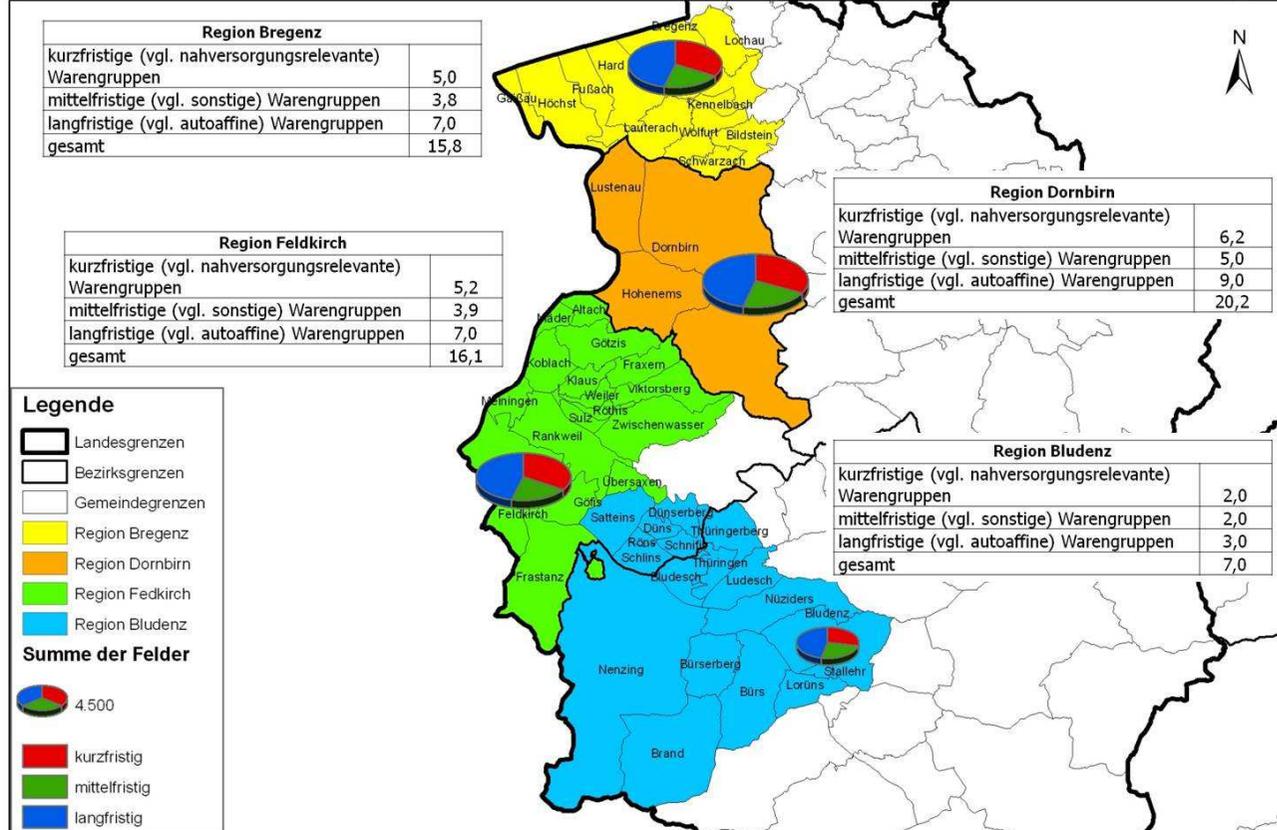
# Projektteil 3

Standorträume für zukünftige EH-Expansion

## ■ Kategorisierung der Gemeinden

- Gemeinden mit (allenfalls) lokaler Versorgungsfunktion
- Gemeinden mit kleinregionaler Versorgungsfunktion
- Gemeinden mit überregionaler Versorgungsfunktion

Einzelhandelspotenziale je Region im Jahr 2020 in Tsd. m<sup>2</sup>





# Einzelhandelspotenziale je Region im Jahr 2030 in Tsd. m<sup>2</sup>

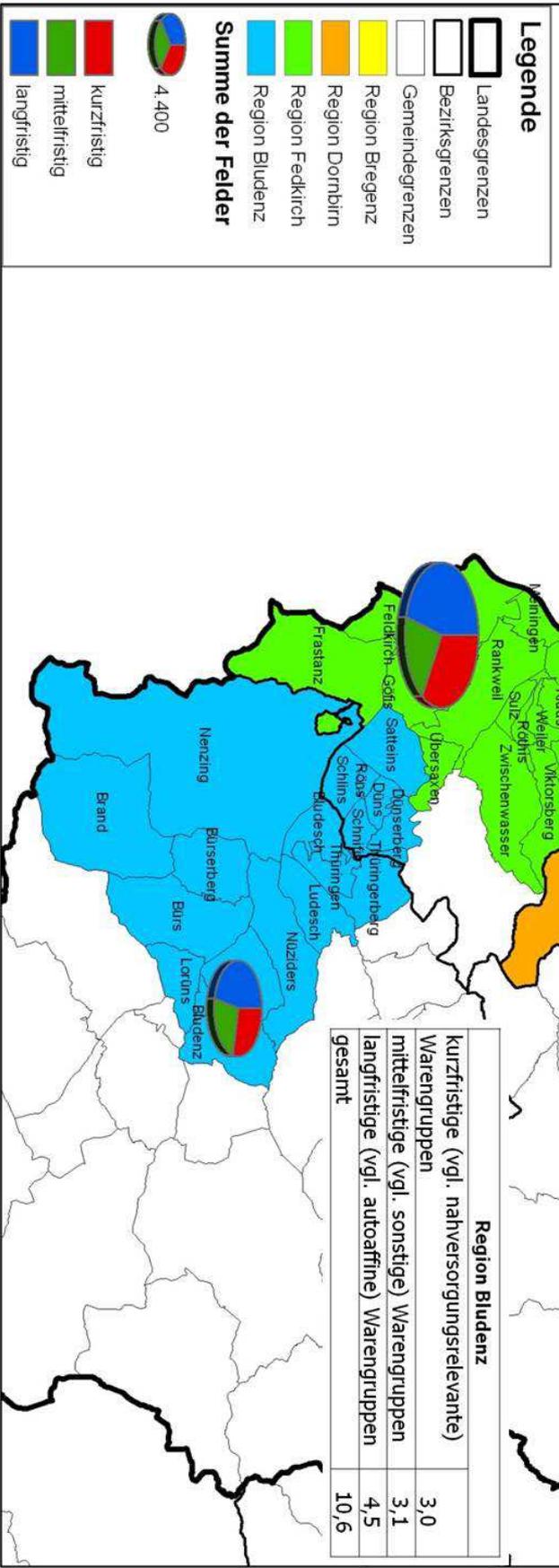


Region Bregenz	
kurzfristige (vgl. nahversorgungsrelevante) Warengruppen	7,4
mittelfristige (vgl. sonstige) Warengruppen	5,7
langfristige (vgl. autoaffine) Warengruppen	10,3
gesamt	23,4

Region Feldkirch	
kurzfristige (vgl. nahversorgungsrelevante) Warengruppen	7,8
mittelfristige (vgl. sonstige) Warengruppen	6,0
langfristige (vgl. autoaffine) Warengruppen	10,7
gesamt	24,5

Region Dornbirn	
kurzfristige (vgl. nahversorgungsrelevante) Warengruppen	9,3
mittelfristige (vgl. sonstige) Warengruppen	7,4
langfristige (vgl. autoaffine) Warengruppen	13,4
gesamt	30,1

Region Bludenz	
kurzfristige (vgl. nahversorgungsrelevante) Warengruppen	3,0
mittelfristige (vgl. sonstige) Warengruppen	3,1
langfristige (vgl. autoaffine) Warengruppen	4,5
gesamt	10,6





## Fazit und Empfehlungen

- **Ansiedlungsschwerpunkte**
  - vorrangig: Bereich Bregenz
  - mittelfristig: Bereich Bludenz, Bereich Feldkirch
  - nachrangig: Bereich Dornbirn
- **keine undifferenzierte** Ansiedelung der zukünftigen Einzelhandelspotenziale → **zielgerichtete Flächenentwicklung** nach qualitativen Angebotslücken
- **Entwicklungsspielräume** vor allem bei **sonstigen** und **autoaffinen Waren**
- Entwicklungen in den **Innenstädten** bevorzugen – aber auch nicht inflationär und ohne „Maß und Ziel“
- zeitliche Befristung von Landesraumplänen
- Evaluierung der Eignungszonen
- (klein-)regionale Abstimmung der zukünftigen Handelsentwicklung