Studie zur qualitativen Einzelhandelsentwicklung für 2030 im Bundesland Vorarlberg

auf Basis der Ergebnisse der Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung Vorarlberg 2016 (KAVO)

Gesamtbericht

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck **Ried(A)**

CIMA Beratung + Management GmbH
Johannesgasse 8 4910 Ried i. I.

T +43-7752-71117-0
F +43-7752-71117-17
cima@cima.co.at
www.cima.co.at

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

Bearbeitungsteam

Mag. Roland MURAUER
Geschäftsführender Gesellschafter der CIMA Austria
murauer@cima.co.at
Projektleitung

Ing. Mag. Georg GUMPINGER
Prokurist der CIMA Austria
gumpinger@cima.co.at
Co-Projektleitung

Mag. Christian STREITBERGER MSc
Consultant CIMA Austria
streitberger@cima.co.at

Olga Fedik, MSc
Consultant CIMA Austria
fedik@cima.co.at

Sandra Schwarz, MSc
Consultant CIMA Austria
schwarz@cima.co.at

weitere involvierte CIMA-MitarbeiterInnen:
Lena Mitterhuber, BSc, , Tobias Gumpinger, Florian Gurtner, Andreas Lettner, Melanie Schwarz, MSc, Miriam Wonner

Kontaktadresse des Gutachters	CIMA Beratung + Management GmbH A-4910 Ried/Johannesgasse 8 Tel.: 0043-(0)7752-71117 Fax: 0043-(0)7752-71117-17 Email: cima@cima.co.at www.cima.co.at
Auftraggeber	Amt der Vorarlberger Landesregierung A-6900 Bregenz/Römerstraße 15 Wirtschaftskammer Vorarlberg A-6800 Feldkirch/Wichnergasse

Veröffentlichungen bzw. Vervielfältigungen eines Teiles oder der ganzen Studie bedürfen der Zustimmung des Auftraggebers sowie des Verfassers.

©
CIMA Beratung + Management GmbH
Dezember 2016

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung ... 4
1.1 Vorbemerkung des Gutachters ... 5
1.2 Inhalte der Studie ... 6
1.3 Projektrahmenbedingungen ... 6
1.4 Untersuchungsgebiet ... 7
1.5 Methodik ... 8
1.5.1 Kaufkraftstromanalyse ... 8
1.5.2 Einzelhandelsstrukturanalyse ... 9
1.6 Begriffserklärungen ... 11
1.7 Exkurs: Innenstadtrelevante und nicht innenstadtrelevante Branchen ... 14
1.8 Berechnungsgrundlagen ... 15
2 Strukturverträgliche Einzelhandelspotenziale bis 2020/2030 ... 17
2.1 Bestandsanalyse der Einzelhandels-flächen in Vorarlberg ... 18
2.1.1 Gesamtbilanz der Angebotsstrukturen ... 18
2.1.2 Bilanz der Angebotsstrukturen in den wichtigsten zentralen Handelsstandorte ... 20
2.2 Übersicht der Kaufkraftkennzahlen Vorarlberg sowie (Klein-)Regionen ... 23
2.3 Modell zur Berechnung der strukturverträglichen Einzelhandels-potenziale bis 2020/2030 ... 25
2.3.1 Modellannahmen und Parameter ... 25
2.3.2 Natürliche Entwicklung der Kaufkraft ... 27
2.3.3 Ergebnisse zur konjunkturellen Entwicklung der Kaufkraft ... 30
2.3.4 Ergebnisse zu „touristische Faktoren“ der Kaufkraftentwicklung ... 31
2.3.5 Ergebnisse zu „sonstige volkswirtschaftliche Entwicklungsfaktoren“ – Wechselkursveränderung Schweizer Franken-Euro ... 33
2.3.6 Entwicklung Internethandel ... 35
2.4 Übersicht der strukturverträglichen Einzelhandelspotenziale bis 2020/2030 ... 37
3 Prioritäten für zukünftige Einzelhandels-Expansionen ... 41
3.1 Einleitung ... 42
3.2 Einschätzung der (handelswissen-schaftlichen) Versorgungsfunktion durch Festlegung der Verflechtungsbereiche ... 44
3.2.1 Einleitung ... 44
3.2.2 Schema zur Einschätzung der Versorgungsfunktion für die Vorarlberger Gemeinden ... 44
3.2.3 Gemeindegenaue Festlegung der Verflechtungsbe-reiche auf Basis der Einteilung von Versorgungsfunktionen ... 45
3.3 Räumliche Verteilung der zukünftigen Einzelhandelspotenziale ... 50
3.3.1 Einzelhandelspotenziale nach Teilregionen ... 50
3.3.2 Entwicklungsprioritäten der Einzelhandelspotenziale in den Teilregionen bis 2020/2030 ... 54
4 Exkurs: Entwicklungsszenarien Internethandel ... 57
4.1 Einleitung und Modellgrundlagen ... 58
4.2 Entwicklungsszenarien des Internet-handels nach Branchenprognose-Szenarien 2020/2030 ... 58
4.3 Annahmen und Faktorengewichtung ... 59
4.4 Ergebnisse der modellhaften Berechnungen der Verkaufsflächenanpassung ... 61
5 Zusammenfassung ... 62
6 Empfehlungen ... 66
7 Verzeichnisse ... 72

1 Einleitung

1.1 Vorbemerkung des Gutachters

Die CIMA Austria erstellte im Jahr **2013/2014** im Auftrag des Landes Vorarlberg sowie der Wirtschaftskammer den sogenannten „qualitativen Einzelhandelsmasterplan" für das Rheintal sowie den Walgau.

Ein Kernelement dieses Masterplans stellte die Berechnung **strukturverträglicher Ansiedlungspotenziale** für die betreffenden Teilräume und Gemeinden im Rheintal und Walgau für die Zeiträume bis 2020 und 2030 dar. Ein Teil dieser Berechnungen basierte auf den Kaufkraftstromdaten 2008/2009.

Gemeinsam mit der Neuauflage der Einzelhandelsstruktur- und Kaufkraftstromuntersuchung Vorarlberg 2015 wird auch eine Aktualisierung des Masterplan vorgenommen, allerdings in einer erweiterten Form. Gegenüber der Altuntersuchung 2013/2014 wurden folgende Neuerungen vorgenommen:

- **Neuberechnung** bzw. **Aktualisierung** der **Grundberechnungselemente** (Kaufkraftindices pro Gemeinde, Tourismusrelevante Umsätze sowie aktuelle Zuflüsse aus der Schweiz)

- **Neuberechnung** der **strukturverträglichen Ansiedlungspotenziale** für das gesamte **Rheintal** und **Walgau** für die Zeiträume 2020 und 2030

- **Neuberechnung** der **strukturverträglichen Ansiedlungspotenziale** für die **einzelnen Gemeinden** bzw. Kleinregionen im **Rheintal** und **Walgau**

- Berechnung von **strukturverträglichen Ansiedlungspotenziale** für den **Bregenzerwald** und das **Montafon**

- Berechnung von **strukturverträglichen Ansiedlungspotenziale** für die Gemeinden in den Regionen **Arlberg**, **Leiblachtal,** das **Klostertal,** das **Kleinwalsertal** und das **Große Walsertal**

- Zusammenfassung der **Einzelergebnisse** auf ein Gesamtergebnis sowie eine **Hochrechnung** für das gesamte Bundesland Vorarlberg

- **Ausdehnung** der Untersuchung **von 11 auf 15 Zentralorte**, wobei Bezau, Egg, Hittisau und Schruns-Tschagguns neu als Zentralorte aufgenommen wurden

1.2 Inhalte der Studie

Die Studie umfasst insgesamt **2 Teilabschnitte**, als Exkurs werden ebenso der Internethandel und die Wechselwirkung mit den anderen beiden Teilabschnitten:

Teilabschnitt	Kerninhalte
strukturverträgliche Einzelhandelspotenziale bis 2020/2030	fundierte Abschätzung bzw. Berechnung der strukturverträglichen mittel- bis langfristigen Einzelhandels(erweiterungs)-potenziale für das gesamte Bundesland bzw. die einzelnen Teilregionen Vergleich mit der Altuntersuchung 2013/2014
Definition/Beurteilung von geeigneten Standortraum-Prioritäten für zukünftige Einzelhandels-Expansionen (bis 2020/2030)	raumplanerische Aspekte werden mit der reellen, aktuellen sowie mittelfristig abschätzbaren Handelsentwicklung verknüpft und daraus die prioritären Standorträume im Bundesland sowie den (Klein-)Regionen abgebildet Vergleich mit der Altuntersuchung 2013/2014
besondere Berücksichtigung des Internet-Handels	

1.3 Projektrahmenbedingungen

Auf Basis der Kenntnisse der lokalen und regionalen Strukturen in Vorarlberg sowie entsprechender Erfahrungswerte aus ähnlichen Untersuchungen in anderen deutschen und österreichischen Regionen fokussiert sich die CIMA auf folgende Rahmenbedingungen:

- **KAVO 2016-Daten als Basisgrundlage**
  Die Daten aus der Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstruktur-untersuchung Vorarlberg 2016 werden direkt als Bezugsbasis für die Modellberechnungen der zukünftigen Einzelhandels-potenziale herangezogen.

- **Berücksichtigung des gesamten Bundeslandes**
  Gegenüber dem Masterplan 2013/2014, der sich im Wesentlichen auf das Rheintal und den Walgau konzentrierte, wird in der Neuauflage das gesamte Bundesland betrachtet.

- **konkrete Aussagen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung**
  Einen Schwerpunkt dieses Projektes werden detaillierte Aussagen zur strukturverträglichen mittelfristigen Handelsent-wicklung bilden. Diese Aussagen werden zumindest kleinregional vorgenommen.

- **Berücksichtigung des Internethandels**
  Der Internethandel präsentiert sich mit hoher Dynamik und erzeugt in vielen Branchen einen hohen Konkurrenzdruck, der sich auch auf die zukünftigen Potenziale auswirkt. Aus diesem Grund ist dieser Aspekt hier auch berücksichtigt.

1.4 Untersuchungsgebiet

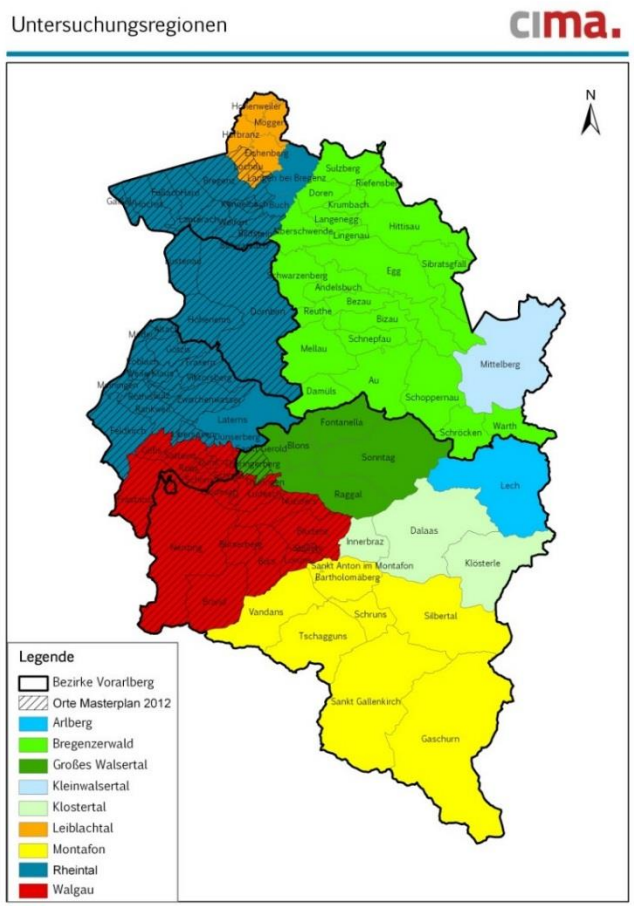
Der Masterplan erstreckt sich auf folgende Untersuchungsräume[1]:

Untersuchungsregion	Gemeinden
Arlberg (Bezirk Bludenz)	Lech am Arlberg
Bregenzerwald (Bezirk Bregenz)	Alberschwende, Andelsbuch, Au, **Bezau**, Bizau, Damüls, Doren, **Egg**, **Hittisau**, Krumbach, Langenegg, Lingenau, Mellau, Reuthe, Riefensberg, Schnepfau,, Schoppernau, Schröcken, Schwarzenberg, Sibratsgfäll, Sulzberg, Warth
Großes Walsertal (Bezirk Bludenz)	Blons, Fontanella, Raggal, Sankt Gerold, Sonntag, Thüringerberg
Kleinwalsertal (Bezirk Bregenz)	Mittelberg
Klostertal (Bezirk Bludenz)	Dalaas, Innerbraz, Klösterle
Leiblachtal (Bezirk Bregenz)	Eichenberg, Hörbranz, Hohenweiler, Lochau, Möggers
Montafon (Bezirk Bludenz)	Bartholomäberg, Gaschurn, Sankt Anton im Montafon, Sankt Gallenkirch, **Schruns**, Silbertal, **Tschagguns**, Vandans

Untersuchungsregion	Gemeinden
Rheintal	
– Bezirk Dornbirn	**Dornbirn**, **Hohenems**, **Lustenau**;
– Teilbezirk Bregenz	Bildstein, **Bregenz**, Buch, Fußach, Gaißau, **Hard**, Höchst, Kennelbach, Langen bei Bregenz, **Lauterach**, Schwarzach, **Wolfurt**;
– Teilbezirk Feldkirch	Altach, **Feldkirch**, Fraxern, **Götzis**, Klaus, Koblach, Laterns, Mäder, Meiningen, **Rankweil**, Röthis, Sulz, Übersaxen, Viktorsberg, Weiler, Zwischenwasser
Walgau	
– Teilbezirk Bludenz	**Bludenz**, Bludesch, Brand, **Bürs**, Bürserberg; Lorüns, Ludesch, Nenzing, Nüziders, Stallehr, Thüringen;
– Teilbezirk Feldkirch	Düns, Dünserberg, Frastanz, Göfis, Röns, Satteins, Schlins, Schnifis;

Im Vergleich zum Masterplan 2013/2014 wurden alle Regionen des Bundeslandes Vorarlberg berücksichtigt und nicht nur das Gebiet „Rheintal-Walgau“. Anzumerken ist ferner, dass beispielsweise die Gemeinde Lochau 2013/14 zum Rheintal gezählt wurde, aktuell aber im Leiblachtal Berücksichtigung findet. Andererseits wurde bei der Altuntersuchung das Rheintal ohne die Gemeinde Langen abgebildet – in der Neuuntersuchung ist die Gemeinde aber Bestandteil des Rheintals.

[1] **fett** markiert sind die zentralen Handelsstandorte bzw. Zentralorte, die bei der KAVO 2016 genauer untersucht worden sind



Karte 1 – Untersuchungsgebiet nach Regionen[2]
Quelle: CIMA Austria, 2016

1.5 Methodik

1.5.1 Kaufkraftstromanalyse

Im Zeitraum Juni bis Anfang Dezember 2015 wurden insgesamt **16.540** Haushalte in Vorarlberg sowie den angrenzenden Regionen interviewt.

Die Haushaltsbefragung wurde als **zweifach geschichtete** Zufallsauswahl, quotiert nach Altersstruktur und Haushaltsgröße, durchgeführt. Insgesamt wird somit ein gültiges Abbild der realen Bevölkerungs-struktur bzw. der realen Zusammensetzung der Haushaltsgrößen erreicht. Die Interviews wurden im hauseigenen Call-Center der CIMA durchgeführt. Es wurde dabei die Methode des **CATI-Interviewing** angewandt (Computer Assisted Telephone Interviewing). Dieses System ermöglicht einerseits größtmögliche Kontrolle der Interviews, auf der anderen Seite sind durch Stichproben- und Fragebogenprogrammierung Interviewerfehler fast gänzlich ausgeschlossen. Als Zielperson innerhalb des Haushaltes wurde die haushaltsführende Person bzw. der Haushaltsvorstand befragt, also eine Person, die über das Einkaufsverhalten des gesamten Haushaltes Aussagen treffen kann.

Basis für die Berechnung der Kaufkraftströme sind die Verbrauchs-ausgaben der Privathaushalte. Als Datenquelle in **Österreich** wird die von STATISTIK AUSTRIA durchgeführte Konsumerhebung (aus dem Jahr 2009/2010) herangezogen, welche mit der Verbraucherpreisindex-Entwicklung der letzten Jahren angeglichen wurde. Die Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung Vorarlberg bezieht sich auf die Nachfrage der KonsumentInnen nach „konsumigen“ Gütern des Laden-einzelhandels bzw. Ladenhandwerkes, gegliedert in **14 Warengruppen**

[2] Schraffiert sind die Untersuchungsgemeinden der „Altuntersuchung“ (2013/2014)erkennbar.

Von den Verbrauchsausgaben privater Haushalte wurden folgende Ausgabenpositionen nicht berücksichtigt:

- Ausgaben für Tabakwaren
- Ausgaben für KFZ-Anschaffung und –erhaltung
- Ausgaben für Benzin, Treibstoffe
- Ausgaben für Wohnen, Beheizung und Beleuchtung
- Ausgaben für Gesundheit, Medikamente und Arztleistungen
- Ausgaben für persönl. Dienstleistungen (Frisör, Fitness, etc.)
- Ausgaben für Öffentliche Verkehrsmittel
- Ausgaben für Kommunikation (außer Anschaffung von Geräten)
- Ausgaben für Veranstaltungen, Urlaubsreisen und Bildung
- Ausgaben für Gastronomiebesuche und Beherbergung
- Ausgaben für Versicherungen, Bankdienstleistungen
- Ausgaben, die nicht dem privaten Konsum zuzuordnen sind

Die Berechnung der **Wirksamen Kaufkraft**, also des am betreffenden Ort erzielten Einzelhandelsumsatzes, erfolgte sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig. Während sich die nachfrageseitige Berechnung auf die, durch die Haushaltsbefragungen ermittelten, Kaufkraftzu-/–abflüsse stützt (Kaufkraft am Ort + Kaufkraftzuflüsse – Kaufkraftabflüsse), setzt die angebotsseitige Gegenrechnung bei dem im Rahmen der Einzelhandelsstrukturanalyse erhobenen Verkaufsflächenangebot (Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen x Umsätze pro m^2) an.

Um möglichst reale Umsatzkennziffern ansetzen zu können, werden die verwendeten Durchschnittswerte (Quellen: CIMA-Umsatzdatei) durch **Echtzahlen** vieler inhabergeführter und filialisierter Betriebe geschärft. Mehrstufig vorgenommene Plausibilitätskontrollen gewährleisten eine hohe Datensicherheit.

1.5.2 Einzelhandelsstrukturanalyse

Die Bestandsaufnahme der Einzelhandelsbetriebe erfolgte in Form von persönlichen Erhebungen in den Monaten Juli bis Dezember 2015. Insgesamt wurden in den **15** Vorarlberger zentralen Handelsstandorten **1.881 Betriebe** erfasst. Gegenstand der Untersuchung waren alle Einzelhandelsbetriebe, die über ein ebenerdiges Geschäftslokal verfügen und Waren anbieten, die sich an die LetztverbraucherInnen richten („konsumiges Angebot“). Folgende Branchen und Wirtschaftszweige wurden nicht in die Analyse mit einbezogen:

- Handwerks- und Gewerbebetriebe (Tischlereien, Maler, Installateure usw.)
- Industriebetriebe
- Großhandelsbetriebe
- Gastronomiebetriebe
- Versicherungen, Banken, Steuerberatungen, Notare, Ärzte, sonstige Freiberufler
- Reisebüros
- Frisöre
- Textilreinigungsfirmen
- Schlüsseldienste
- Copy-Shops
- Kosmetik-, Sonnen- oder Gesundheitsstudios

Waren Betriebe bei der Erhebung geschlossen, wurde bei Einblickmöglichkeit in das Lokal die Verkaufsfläche geschätzt, ansonsten telefonisch nachgefragt.

Zusätzlich wurden die Verkaufsflächenstrukturen **in allen weiteren Gemeinden** des Bundeslandes Vorarlberg (weitere 663 Betriebe) in gleicher Weise erhoben wie in den zentralen Handelsstandorten.

Sowohl bei der Verkaufsflächenausweisung im Rahmen der Branchenmixanalyse, als auch bei der Berechnung der Kaufkraftströme ist es notwendig, die Verkaufsflächen von **Mehrbranchenbetrieben** möglichst exakt auf die entsprechenden Warengruppen umzulegen. Diesem Erfordernis wird einerseits dadurch Rechnung getragen, dass bereits bei der Verkaufsflächenerhebung, wenn möglich, nach Sortimentsbereichen differenziert wird, andererseits werden vor allem bei Großbetrieben (Einrichtungshäuser, Baumärkte, Super- und Verbrauchermärkte) prozentuale Umlagen vorgenommen, insbesondere folgende:

- **Super-/Verbrauchermärkte**

  Eine Differenzierung erfolgt zwischen Food- und Non-Food-Flächen, wobei die Non-Food-Flächen auf die Warengruppen „Drogeriewaren/Reinigungsmittel“, „GPK/Hausrat“, „Schreibwaren“ sowie „Blumen, Pflanzen, zoologische Artikel“ verteilt werden.

- **Einrichtungshäuser**

  Bei Einrichtungshäusern erfolgt eine Verkaufsflächenumlage der „Nicht-Möbel- bzw. Heimtextilienflächen“ auf folgende Warengruppen: „GPK/Hausrat“, „Elektro (inkl. Beleuchtung)“ und „Spielwaren/Hobby- und Geschenkartikel“.

- **Baumärkte:**

  Ähnlich wie bei Einrichtungshäusern, erfolgt die Verkaufsflächenumlage bei Baumärkten insbesondere auf die Warengruppen „GPK/Hausrat“, „Elektro“ und „Spielwaren/Hobby- und Geschenkartikel“.

Weitere häufig vorkommende Verkaufsflächenumlagen erfolgen z.B. bei Trafiken (Verkaufsflächenanteil zu „Papier-/Schreibwaren/Zeitschriften“ sowie „Souvenirs/Geschenkartikel“), bei Sportartikelhändlern (Verkaufsflächenanteil zu „Bekleidung“, „Schuhe“ bzw. von „Fahrrädern“) und bei Libro-Filialen (Umlage insbesondere bei „Tonträgern“).

Um die Differenzierung von innerstädtisch und peripher situierten Einzelhandelsangeboten seriös aufzeigen zu können, wurden im Zuge der Vor-Ort-Erhebungen in jedem Zentralort **Zonierungen** vorgenommen. Mit Ausnahme der kleineren Zentralorte wird in der Regel die Zonierung nach 5 Lagen wie folgt vorgenommen:

- **Lage 1a**: innerstädtische Lage mit **hoch verdichtetem**, **durchgängigen Ladenbesatz** sowie hohen PassantInnen-Frequenzen

- **Lage 1b:** innerstädtische Lage mit **dichterem Geschäftsbesatz**, jedoch bereits erkennbar geringerer Agglomeration von frequenz-starken Angebotsstrukturen

- **Lage 1c:** innerstädtische Lage mit **nur mehr vereinzelten Geschäftsbesatz** und niedrigen PassantInnen-Frequenzen

- **Lage D**: integrierte Lage innerhalb der Kommune; Orts-/Stadtteilzentrum

- **Lage E**: Agglomeration von Einkaufsangeboten in peripher gelegenen, nicht integrierten Stadtrandlagen (inkl. Nachbargemeinden), insbesondere Standorte von Fachmärkten und Einkaufszentren

1.6 Begriffserklärungen

Alle in diesem Bericht verwendeten Fachbegriffe werden nachfolgend kurz beschrieben:

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).
Kaufkraftindex	Dieser Index erlaubt eine fundierte Beurteilung der regionalen Einkommens-/Wohlstandsunterschiede. Die Berechnung dieses Indizes basiert auf einer breiten Basis von unterschiedlichen Datengrundlagen wie z.B.: Volkszählungshauptergebnisse, Bevölkerungsprognosen, Haushaltsentwicklung und Wohnbedarf, primäre Einkommensentwicklung, Einkommen der AuslandseinpendlerInnen, Annahmen über nicht steuerlich ausgewiesene Einkünfte im Tourismus, Transfereinkommen, etc.
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 ausgegeben wird.
Kaufkraftabfluss	= jene Kaufkraft einer Gemeinde, die nicht vor Ort gebunden wird
Kaufkraftzufluss	= jene Kaufkraft, die nicht von Haushalten der jeweiligen Standortgemeinde stammt, jedoch in der Standortgemeinde gebunden wird („Kaufkraft von außen“)

Fachbegriff	Definition
wirksame Kaufkraft (Einzelhandelsumsatz)	Entspricht der tatsächlich in einer Gemeinde gebundenen Kaufkraft und wird sowohl angebotsseitig (Verkaufsflächen x Umsatz pro m²) als auch nachfrageseitig (Kaufkraft der örtlichen Haushalte – Kaufkraftabflüsse + Kaufkraftzuflüsse) berechnet.
Einzelhandelszentralität	Beschreibt das Verhältnis der am Ort gebundenen Kaufkraft (entspricht dem Einzelhandelsumsatz) zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert über 100% einnimmt, so fließt mehr Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, als Kaufkraft aus dem Ort abfließt. Liegt die Zentralität unter 100%, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch Zuflüsse kompensiert werden können. Die Zentralität wird durch die Qualität/ Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Einzugsgebiet bestimmt.
Kaufkraftabschöpfung	Gibt den prozentuellen Anteil an Kaufkraft an, der einem Handelsstandort aus seinem Verflechtungsbereich zufließt; entspricht auch dem Kaufkraftabfluss aus dem Marktgebiet (bzw. Verflechtungsbereich).
(Kaufkraft-) Verflechtungsbereich	Der Verflechtungsbereich umfasst alle Gemeinden im regionalen Umfeld eines Einkaufsstandortes, die regelmäßig Teile ihrer Kaufkraft in diesen hochrangigen Einkaufsstandort abliefern.
Kernmarktgebiet	Bezeichnet das Marktgebiet für den untersuchten Handelsstandort. Bildet zudem den Kern- bzw. Ausgangspunkt der Marktgebietsabgrenzung.
Nahmarktgebiet	Alle Gemeinden im Einzugsgebiet mit durchschnittlichen Kaufkraftzuflüssen aller Haushalte von mehr als 50%.

Fachbegriff	Definition
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 1-9,9 % liegen.
Klass. Einzugsgebiet	= „Nahmarkt-“ und „Fernmarktgebiet“
Streuumsätze	Alle Umsätze, die von KundInnen außerhalb der definierten Einzugsgebiete stammen, insbesondere von TouristInnen und Geschäftsreisenden.
autoaffine und sonstige Waren im Zusammenhang mit mittelfristigen und langfristigen Bedarfsgütern	Das Vorarlberger Raumplanungsgesetz sieht im Zusammenhang mit dem Einkaufszentren-Begriff im § 15 folgende Warengruppeneinteilung vor: Absatz (1) lit. a) Ziffer 1. Waren des nicht täglichen Bedarfs, die nach dem Kauf regelmäßig mit Kraftfahrzeugen abgeholt oder transportiert werden, wie Möbel, Baustoffe und -geräte, Gartenbedarf, Fahrzeuge, Maschinen, Elektro-Haushaltsgroßgeräte sowie Sportgroßgeräte Ziffer 2. sonstige Waren In der weiteren Betrachtung wird die Warengruppe 1 mit dem Terminus „autoaffine“ Waren bezeichnet und entspricht im Wesentlichen der CIMA-Einteilung „langfristige Bedarfsgüter“, „Sonstige“ Waren lassen sich überwiegend mit den „mittelfristigen Bedarfsgütern“ in der CIMA-Einteilung gleichsetzen.
Güter des kurzfristigen bzw. „täglichen“ Bedarfs (KFR Bedarfsgüter)	Dazu gehören folgende Warengruppen: Nahrungs- und Genussmittel, Apotheken- und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Pflanzen und zoologische Artikel.

Fachbegriff	Definition
Nahversorgungs-relevante Warengruppen	Als Teil der „Sonstigen“ Waren können die nahversorgungsrelevanten Warengruppen heraus-gelöst werden, die vor allem das Lebensmittelsegment beinhalten. Dazu gehören noch folgende weitere Warengruppen: Genussmittel, Apotheken- und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Pflanzen und Sämereiprodukte. Nahversorgungsrelevante Warengruppen entsprechen in der CIMA-Nomenklatur den „kurzfristigen Bedarfsgütern“.
Güter des mittelfristigen Bedarfs (MFR Bedarfsgüter)	Hierzu zählen folgende Warengruppen: Bücher, Schreibwaren, Büroartikel, Spielwaren, Hobby- und Geschenkartikel, Schuhe und Lederwaren, Bekleidung und Wäsche sowie Sportartikel.
Güter des langfristigen Bedarfs (LFR Bedarfsgüter)	Folgende Warengruppen werden hier dazu gezählt: Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und Beleuchtungsartikel, Foto und Optik, Haushaltswaren, Glas, Porzellan und Keramik, Werkzeug, Bau-/ Heimwerkerwaren und Gartenbedarf, Möbel, Wohnungseinrichtung und Heimtextilien, Uhren und Schmuck

Die Betriebstypen-Einteilung im Untersuchungsbaustein „Branchenmix-Analyse“ wurde nach folgender Systematik vorgenommen:

Fachbegriff	Definition
Fachgeschäft	unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchen-spezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung
Fachmarkt	großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung
Supermarkt	ca. 400 bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittel-vollsortiment inklusive Frischfleisch, i.d.R. ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil;
Lebensmittel-Discounter	meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 800 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen
Lebensmittel-vollsortimenter	Lebensmittelvollsortimenter bieten neben einem hohen Anteil an Nahrungs- und Genussmitteln auch andere Non-Food-Warengruppen an (z.B.: Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Pflanzen und zoologische Artikel, u.a.). Gegenüber klassischen Lebensmittelfachgeschäften weisen diese Geschäfte eine wesentlich höhere Sortimentstiefe und –breite auf.
Verbrauchermarkt	Vkfl. ca. 1.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvoll-sortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen
Ladenhandwerks-Betriebe (z.B.: Bäcker, Metzger, Optiker, Uhrmacher,...)	Ausdruck der Einzelhandels- und/oder Großhandelstätigkeit von Handwerksbetrieben, in dem in Ergänzung zum selbst erstellten Sach- und Dienstleistungsangebot auch Erzeugnisse anderer Produzenten (Handelswaren) verkauft werden.

Fachbegriff	Definition
SB-Warenhaus	Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen
Warenhaus	In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen
Kaufhaus	In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt., Lebensmittelabteilung, bei den Non-Food-Abteilungen
Einkaufszentrum	Lt. Vbg. RpG § 15 (3) ist ein Einkaufszentrum ein Gebäude oder Gebäudeteil, einschließlich damit in Zusammenhang stehender sonstiger überdachter Anlagen, für den Verkauf von a) Waren nach Abs. 1 lit. a Z. 2 oder Waren nach Abs. 1 lit. a Z. 1 und 2, sofern die Verkaufsfläche 600 m² übersteigt, oder b) Waren nach Abs. 1 lit. a Z. 1, sofern die Verkaufsfläche 1500 m² übersteigt. Einkaufszentren sind weiters (Lt. Vbg. RpG § 15 Abs. 4) Mehrere Gebäude oder Gebäudeteile, einschließlich damit in Zusammenhang stehender sonstiger überdachter Anlagen, gelten als ein Einkaufszentrum nach Abs. 3, wenn sie in einem räumlichen Naheverhältnis stehen und a) eine bauliche, funktionale oder organisatorische Einheit bilden oder b) in wirtschaftlicher oder organisatorischer Hinsicht die Wirkung eines nach einem Gesamtkonzept betriebenen Einkaufszentrums haben.

1.7 Exkurs: Innenstadtrelevante und nicht innenstadtrelevante Branchen

Kennzeichnend für innenstadtrelevante (bzw. zentrenrelevante) Branchen und Bedarfsbereiche ist insbesondere ihre über die tägliche Bedarfsdeckung hinausgehende Versorgungsfunktion. Größtenteils handelt es sich dabei um sogenannte Handtransportwaren. Darüber hinaus sollte sich die Innenstadt vor allem durch die Qualität und Höherwertigkeit der angebotenen Sortimente von den Betrieben im Außenbereich unterscheiden. Zu den **innenstadtrelevanten Branchen** sind zu rechnen:

▪ Bekleidung, Wäsche, Hüte ▪ Heimtextilien ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Orthopädie ▪ Pelze, Reisegepäck ▪ Bücher ▪ Papierwaren, Schreibwaren ▪ Zeitungen, Zeitschriften ▪ Spielwaren ▪ Fahrräder und Zubehör ▪ Hausrat, Glas-Porzellan ▪ Antiquitäten, Kunstgewerbe ▪ Elektrowaren (kleinteilig) ▪ Tonträger, Unterhaltungselektronik, Kommunikationselektronik ▪ Computer und Zubehör ▪ Beleuchtungskörper	▪ Geschenkartikel, Bastelartikel ▪ Devotionalien, Souvenirs ▪ Sportartikel ▪ Musikinstrumente ▪ Foto, Optik ▪ Uhren und Schmuck ▪ Parfümeriewaren, Kosmetika ▪ Kurz- und Strickwaren, Handarbeitsartikel, Stoffe ▪ Kaffee und Tee, Weine und Spirituosen ▪ Raucherartikel ▪ Zooartikel, Tiernahrung ▪ Jagdbedarf ▪ Kinder- und Babyartikel

Dies sind Sortimente, die überwiegend in Fachgeschäften, Kaufhäusern, Warenhausabteilungen, sowie Einkaufszentren (Shopping-Centern) angeboten werden. Zu den **nahversorgungsrelevanten Branchen**, die möglichst in Wohnstandortnähe angeboten werden sollten, zählen die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs:

- Drogeriewaren, Körperpflege-Artikel, Reinigungsmittel
- Apotheken, Reformwaren, Naturkost
- Zeitschriften
- Blumen und Kleinpflanzen
- Nahrungs- und Genussmittelanbieter

Unternehmen aus diesen kurzfristigen Bedarfsbereichen sollten sowohl der Nahversorgung in Wohnlagen wie auch der Sortimentsabrundung in der Ortsmitte dienen. Zu den **nicht innenstadtrelevanten** Branchen zählen:

▪ Möbel, Küchen ▪ Matratzen ▪ Tapeten ▪ Bodenbeläge, Teppiche ▪ Raumausstattung, ▪ Farben, Lacke ▪ Campingartikel ▪ Badeinrichtungen, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse	▪ Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe ▪ Werkzeuge, Eisenwaren ▪ Autozubehör, -teile, -reifen ▪ Boote und Zubehör ▪ Getränke-Fachmärkte ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Elektrogroßgeräte ▪ Büromaschinen, EDV

Diese Sortimente werden überwiegend in Fachmarktzentren, Fachmärkten, Discountern sowie Fachmarkt- und SB-Warenhausabteilungen angeboten.

1.8 Berechnungsgrundlagen

Neben den im Rahmen dieser Untersuchung von der CIMA erhobenen Primärdaten wurden auf folgende sekundärstatistische Datenquellen zurückgegriffen:

- **Bevölkerungszahlen/Anzahl der Haushalte/-prognosen Österreich**

  Für die Hochrechnung der natürlichen Kaufkraftentwicklung ist die aktuelle Kenntnis der Bevölkerungs- bzw. Haushaltszahlen erforderlich. Als Datengrundlage wurden die Bevölkerungszahlen vom Land Vorarlberg in der aktuellsten Form verwendet, ebenso die Prognosewerte. Darüber hinaus wurden die letztgültigen Hochrechnungen für EinwohnerInnen und Haushalte der ÖROK (2014) herangezogen.

- **Bevölkerungszahlen/Anzahl der Haushalte/-prognosen angrenzende Länder Deutschland, Schweiz, Liechtenstein**

  Als Datengrundlage werden hier die aktuellen Zahlen der Statistischen Ämter der Länder verwendet (Deutschland: Baden-Württemberg und Bayern: Stand 2015; Schweiz: Stand: 2015 und Liechtenstein: Stand 2015).

- **touristische Kennzahlen (Nächtigungen, Ankünfte, u.a.)**

  Ebenfalls für die Hochrechnung der natürlichen Kaufkraftentwicklung bzw. des touristischen Kaufkraftpotenzials ist die aktuelle Kenntnis der Nächtigungszahlen erforderlich. Als Datengrundlage wurden ebenfalls die letztgültigen Zahlen sowie die Entwicklungen seit 2001 vom Land Vorarlberg (Abteilung Statistik) in der aktuellsten Form zur Verfügung gestellt.

- **Ausgaben der privaten Haushalte**

  Diese Kenngröße sagt aus, wie viel Geld ein durchschnittlicher Haushalt pro Jahr für welche Warengruppen (auf den Einzelhandel bezogen) ausgibt. Hierfür kommen die Werte der Konsumerhebung der Statistik Austria aus dem Jahr 2009/2010 zur Anwendung, hochgerechnet mit den Ergebnissen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung 2015.
  Es ist dabei zu berücksichtigen, dass die Masterplanberechnungen lediglich die Nachfrage der KonsumentInnen nach „konsumigen“ Gütern des Ladeneinzelhandels bzw. Ladenhandwerks beinhaltet (vgl. dazu auch Kapitel 1.5.1 Methodik der Kaufkraftstromanalyse).

- **Kaufkraftindex**

  Bedingt durch unterschiedliche Haushaltsgrößen und Einkommensverhältnisse ist das Ausgabenniveau der Haushalte von Region zu Region bzw. von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich. Durch Einbezug des von der Firma RegioData berechneten Kaufkraftindex (Daten aus 2016; Basis Gemeindeebene) werden diese Unterschiede berücksichtigt.

- **durchschnittliche Umsätze pro Branche und Standort (Produktivitätswerte bzw. Raumleistungen)**

  Wichtige Voraussetzung für die Berechnung der „Wirksamen Kaufkraft“ ist die Kenntnis von Produktivitätswerten (Umsatz pro m² Verkaufsfläche nach Branche und Standort) bzw. Raumleistungen. Als Datenquellen stehen aktuelle Echtwerte sowie durchschnittliche Branchenkennzahlen (Quellen: REGIOPLAN, CIMA, BBE) zur Verfügung.

- **volkswirtschaftliche Faktoren: hier Wechselkursverhältnis Schweizer Franken - Euro**

  Die Auswirkungen unterschiedlicher Kursentwicklungen Euro-Schweizer-Franken in den letzten Jahren wurden durch eine kombinierte Betrachtung aus neuen, primär erfassten Einschätzungen und sekundärstatistischer Recherche (unterschiedliche Datenquellen von Wifo, Wirtschaftskammer, usw.) grob hochgerechnet. Im Rahmen der Primäranalyse wurden ausgewählte Vorarlberger Handelsunternehmen an verschiedenen Standorten ähnlich wie bereits bei der Altuntersuchung 2013/2014 über ein verändertes Konsumverhalten der Schweizer Gäste befragt (Anteilssteigerungen, Mehreinkäufe, Ausgabesätze, usw.).

- **nicht-stationärer Handel in Form des Internethandels – gegenwärtige Dimension sowie Prognosen**

  Im Rahmen der KAVO 2016 wurde der Internethandel z.T. nach Branchen detailliert betrachtet. Dies wird ebenso berücksichtigt wie Prognosen der zukünftigen Anteile aus verschiedensten Fachgesprächen sowie Einschätzungen von weiteren FachexpertInnen aus unterschiedlichsten Disziplinen. (z.B.: KMU Forschung, Regioplan, elaboratum, IFH Köln – Branchenreport Online-Handel, Hochschule Niederrhein, Prof. Heinemann, usw.)

2 Strukturverträgliche Einzelhandelspotenziale bis 2020/2030

2.1 Bestandsanalyse der Einzelhandelsflächen in Vorarlberg

Bevor die Hochrechnung der zukünftigen Einzelhandelspotenziale erfolgt, liefert dieses Kapitel eine Bestandsanalyse und zeigt die **gegenwärtige Angebotsdichte** im Bundesland, den (Klein-)Regionen sowie den wichtigsten Handelsstandorten. Aufgrund des unterschiedlichen Untersuchungsgebietes sowie der mitunter veränderten (Klein-) regionalen Einteilung kann nur in wenigen Fällen direkt mit der Altuntersuchung 2013/2014 verglichen werden.

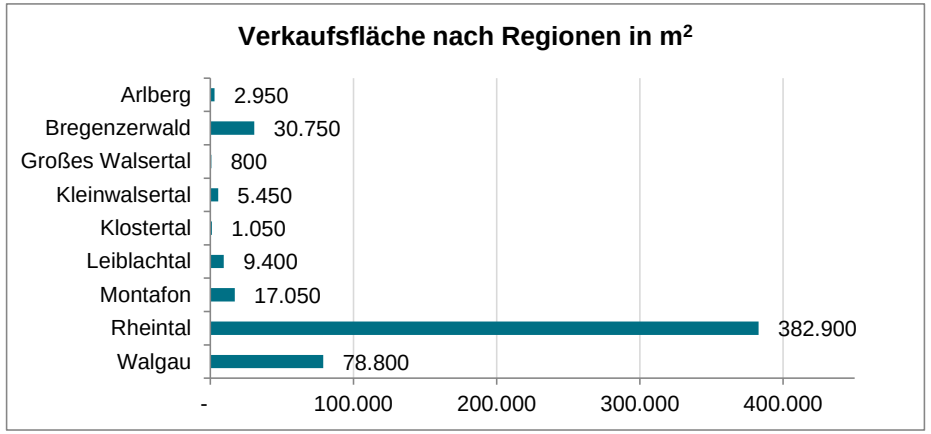
2.1.1 Gesamtbilanz der Angebotsstrukturen

Im Vorarlberger Einzelhandel versorgen **2.546 Betriebe** die Bevölkerung auf einer Gesamtfläche von **529.150 m²**. Die unterschiedliche Verteilung zeigen nachfolgende Graphiken und Karten.

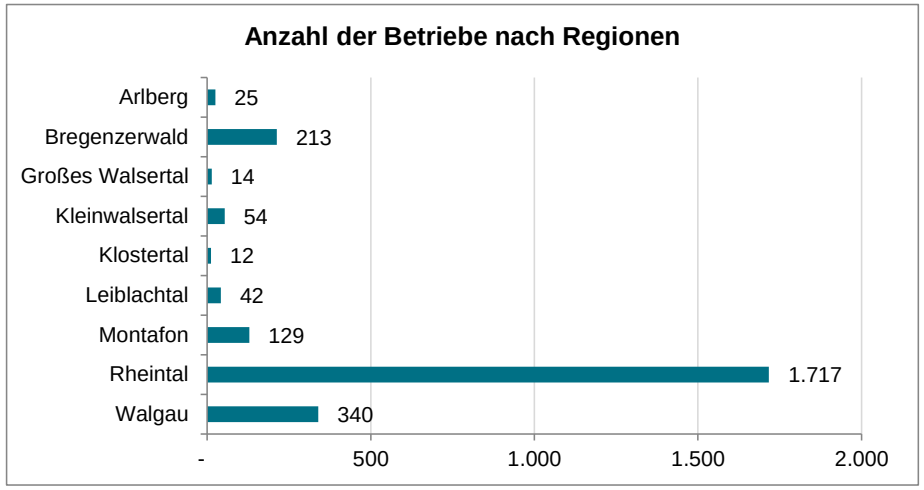
- Dominiert wird der Vorarlberger Einzelhandel von den Angeboten im **Rheintal** mit mehr als **70 %** der Verkaufsflächen (ca. 393.000. m²) sowie 2/3 aller Verkaufsstellen (mehr als 1.700) im Einzelhandel.

- Dahinter folgen der **Walgau** mit 78.000 m² Verkaufsfläche und 340 Einzelhandelsbetrieben sowie der **Bregenzerwald** mit beinahe 31.000. m² Verkaufsfläche bei 213 Läden noch vor dem **Montafon** mit 17.000 Tsd. m² Handelsfläche und ca. 130 Geschäften.

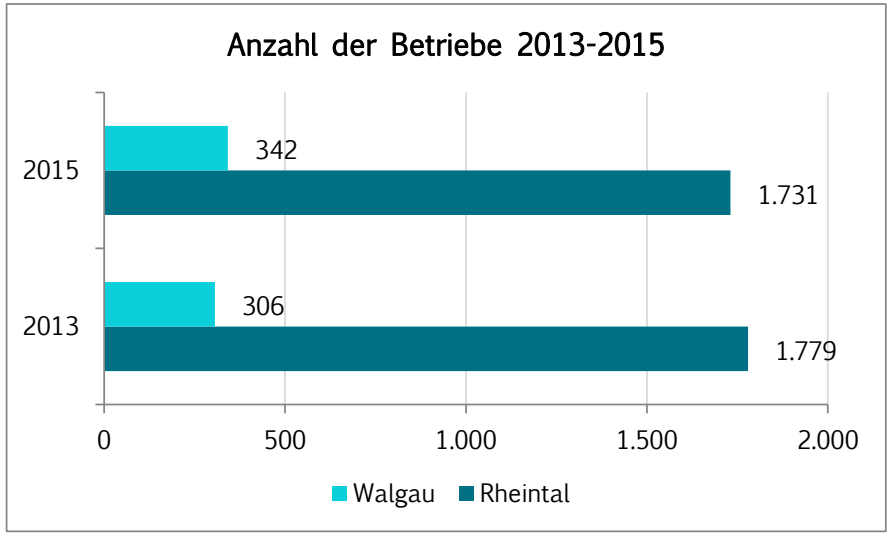
- Im 2013/2014 untersuchten Rheintal-Walgau Gebiet befanden sich 2.085 „stationäre“ Einzelhandelsbetriebe auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 448 Tsd. m² Verkaufsfläche auf.



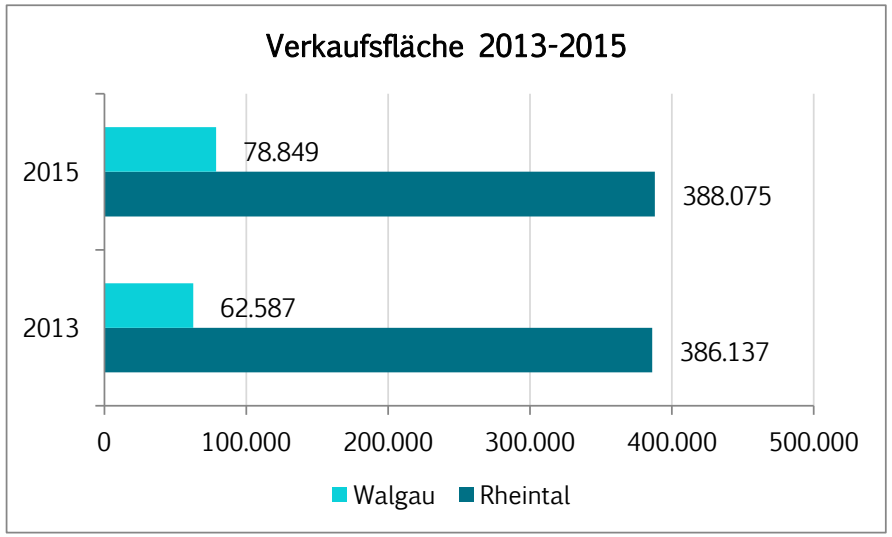
Graphik 1 – Verkaufsflächen der Vorarlberger Regionen 2015
Quelle: CIMA Austria, 2016



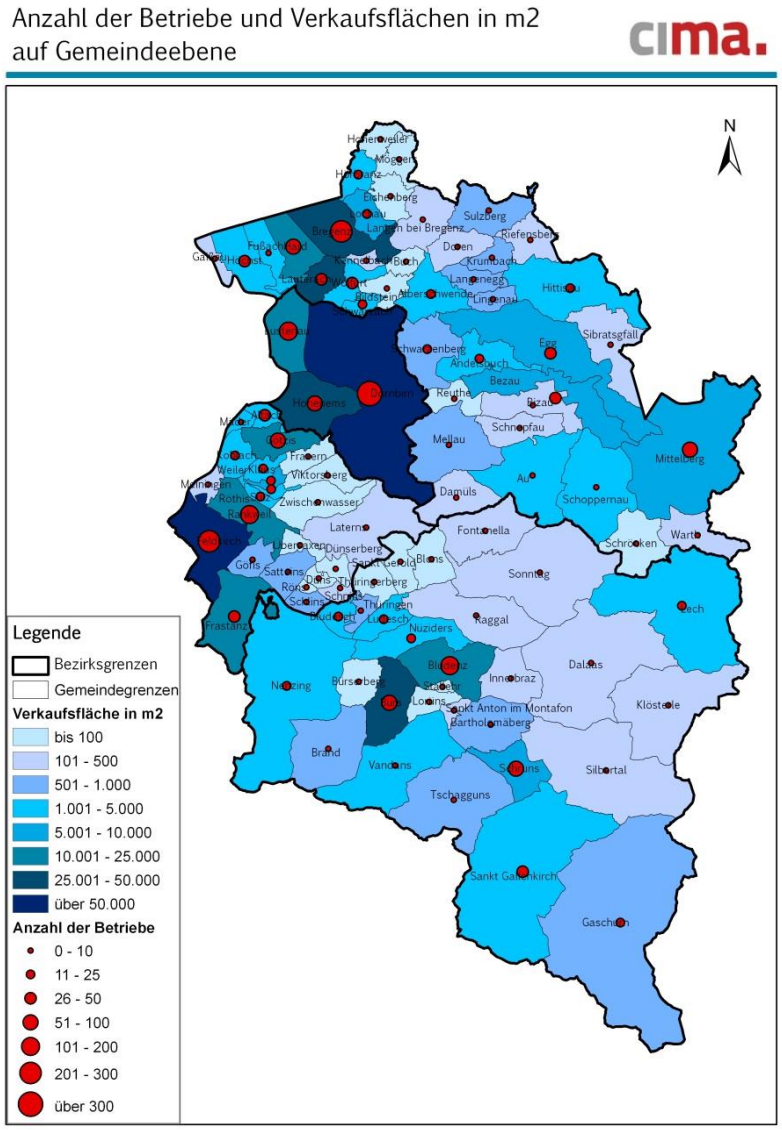
Graphik 2 – Anzahl Verkaufsstellen im Einzelhandel der Vorarlberger Regionen
Quelle: CIMA Austria, 2016



Graphik 3 – Veränderung der Verkaufsstellen im Rheintal-Walgau 2013-2015
Quelle: CIMA Austria, 2016



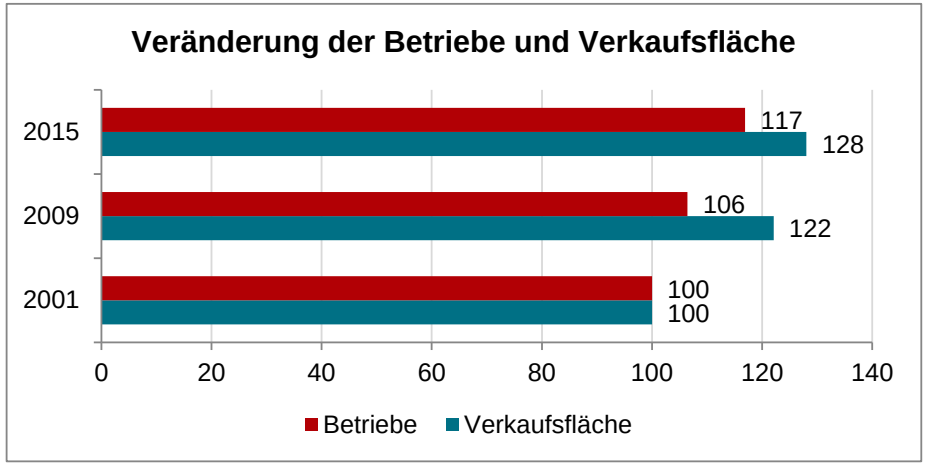
Graphik 4 – Veränderung der Verkaufsflächen im Rheintal-Walgau 2013-2015
Quelle: CIMA Austria, 2016



Karte 2 – Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen auf Gemeindeebene 2015
Quelle: CIMA Austria, 2016

2.1.2 Bilanz der Angebotsstrukturen in den wichtigsten zentralen Handelsstandorte

Im Rahmen der KAVO wurden die 15 wichtigsten zentralen Handelsstandorte (Einkaufsraum Bludenz/Bürs, Bregenz, Hard, Lauterach, Wolfurt, Dornbirn, Hohenems, Lustenau, Feldkirch, Götzis, Rankweil, Bezau, Egg, Hittisau, sowie Schruns/Tschagguns) im Bundesland untersucht, viele davon bereits 2001 und 2009. Für 11 dieser Orte (ohne Bezau, Egg, Hittisau, Schruns/Tschagguns) kann die Entwicklung der letzten 15 Jahre anschaulich dargestellt werden.



Graphik 5 – Veränderung – Betriebsanzahl/Vkfl der Zentralorte Vorarlbergs 2001-2015
Quelle: CIMA Austria, 2016

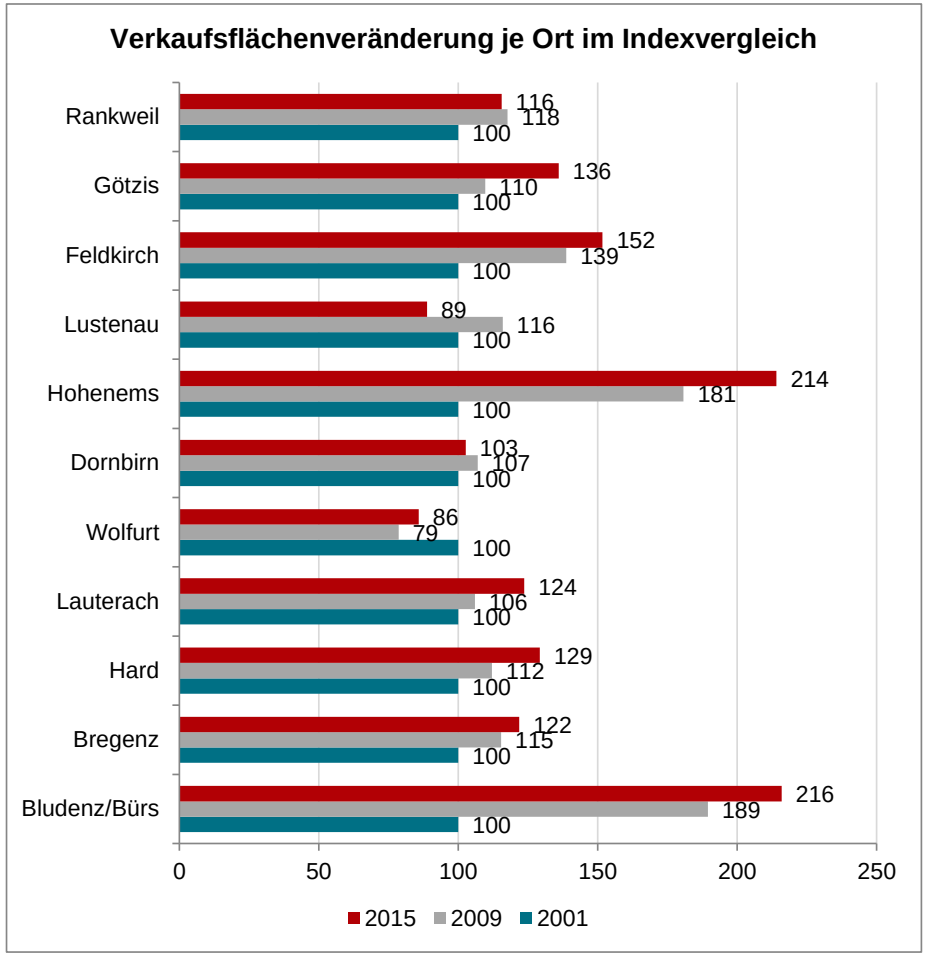
- Im direkten Vergleich der seit 2001 (= Basisindexwert 100) in gleicher Methodik untersuchten Zentralorte erkennt man das **hohe Verkaufsflächenwachstum** von **28 %** in den **letzten 15 Jahren** bei einem Ansteigen der Betriebe um **17 %**.

Gemeinde	Verkaufsfläche 2001	2009	2015	Veränderung 2001-2015
Bezau	*nicht untersucht	*nicht untersucht	6.250	*nicht darstellbar
Bludenz/Bürs	23.750	45.000	51.250	27.500
Bregenz	40.300	46.450	49.100	8.800
Dornbirn	103.400	110.550	106.150	2.750
Egg	*nicht untersucht	*nicht untersucht	7.550	*nicht darstellbar
Feldkirch	36.150	50.150	54.850	18.700
Götzis	16.700	18.300	22.700	6.000
Hard	11.650	13.050	15.050	3.400
Hittisau	*nicht untersucht	*nicht untersucht	2.300	*nicht darstellbar
Hohenems	14.200	25.650	30.400	16.200
Lauterach	23.450	24.800	28.950	5.500
Lustenau	20.600	23.900	18.300	- 2.300
Rankweil	21.450	25.250	24.800	3.350
Schruns/Tschagguns	*nicht untersucht	*nicht untersucht	10.600	*nicht darstellbar
Wolfurt	5.750	4.500	4.950	- 800
gesamt (11 Zentralorte)	**317.400**	**387.600**	**406.500**	**89.100**
gesamt (15 Zentralorte)	*nicht darstellbar	*nicht darstellbar	**433.200**	*nicht darstellbar

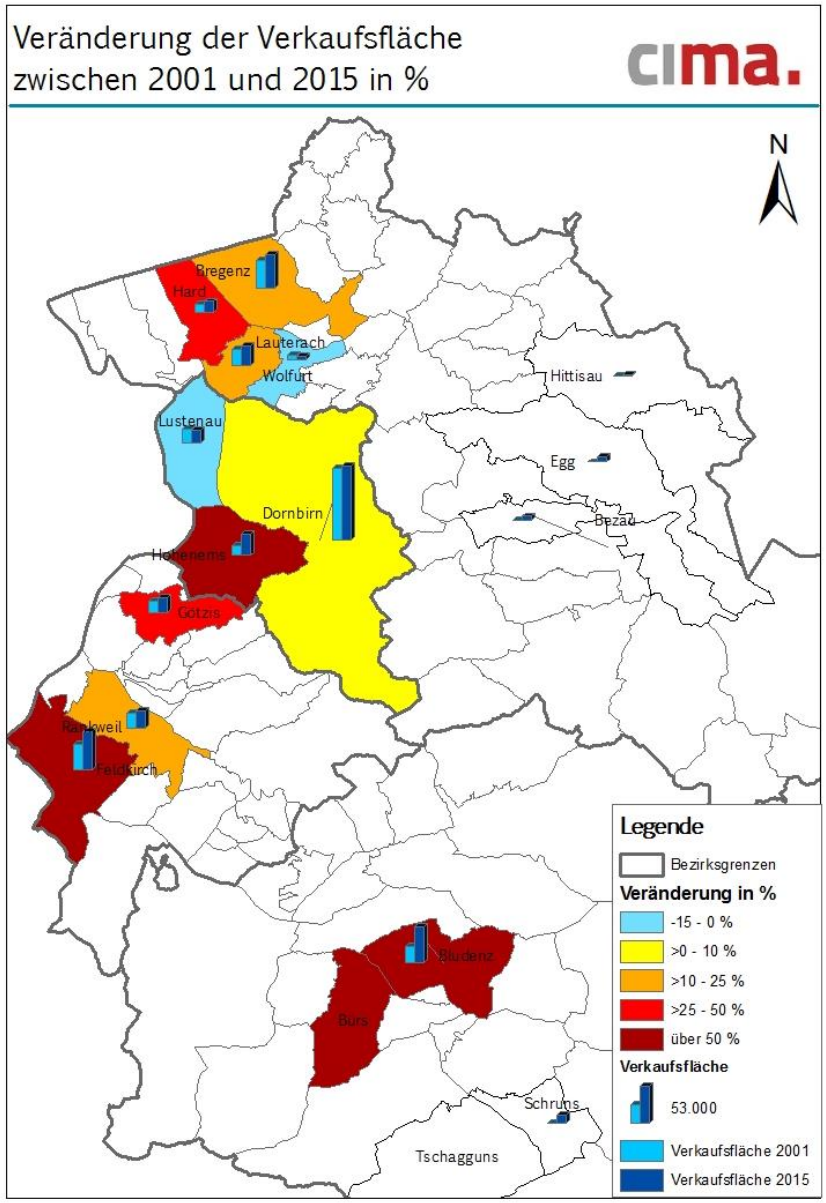
Tabelle 1: Vkfl.- und –entwicklung der Vorarlberger Zentralorte seit 2001
Quelle: CIMA Austria, 2016

- In den letzten Jahren mehr als **verdoppelt** hat sich die **Verkaufsfläche** im **Einkaufsraum Bludenz/Bürs** sowie in **Hohenems**, ebenfalls stark zugenommen hat die Handelsfläche in **Feldkirch** (mehr als 50 % Zuwachs).

- Demgegenüber reduzierte sich das flächenmäßige Einzelhandelsangebot in **Lustenau** und **Wolfurt** seit 2001.



Graphik 6 – Entwicklung - Vkfl.-Index zentrale Handelsstandorte zw. 2001 (= 100) - 2015
Quelle: CIMA Austria, 2016



Karte 3 – Veränderung der Vkfl. in den zentralen Handelsstandorten zw. 2001 - 2015
Quelle: CIMA Austria, 2016

	2015	2009	2001
Bludenz*	66%	63%	65%
Bregenz	43%	43%	48%
Dornbirn	24%	24%	25%
Feldkirch	27%	29%	43%
Götzis	64%	56%	54%
Hard	22%	26%	30%
Hohenems	14%	17%	42%
Lauterach	39%	46%	48%
Lustenau	17%	13%	14%
Rankweil	15%	15%	21%
Wolfurt	100%	100%	100%

* für Vergleichbarkeit mit 2001 & 2009 nur Bludenz

Tabelle 2: Innenstadt-Vkfl. der zentralen Handelsstandorte – Vergleich 2001-2009-2015
Quelle: CIMA Austria, 2016

- Die **Steigerungen** der **Verkaufsflächen** haben vor allem **in den Streu-** und **Peripherielagen** der Zentralorte stattgefunden (vgl dazu obige Tabelle).

- Nur an **wenigen Standorten** lassen sich positive Verkaufsflächenentwicklungen für die **Kernbereiche** feststellen (z.B.: **Götzis**.

- Demgegenüber haben die Orts-/Stadtkernlagen-Verkaufsflächen in der Mehrzahl der betrachteten Zentralorte abgenommen, z.T. sehr deutlich wie z.B.: in **Feldkirch** und **Hohenems**.

2.2 Übersicht der Kaufkraftkennzahlen Vorarlberg sowie (Klein-)Regionen

Die Aussagen zu den Kaufkraftkennzahlen lassen ebenfalls eine fundierte Beurteilung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels im Vorarlberg zu. Hauptaugenmerk wird in diesem Kapitel auf die **Kaufkrafteigenbindung**, den **Kaufkraftzuflüssen** von außerhalb sowie den **Kaufkraftabflüssen** gelegt.

	Kaufkraft-Kennzahlen Vorarlberg Gesamt				
Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio €	Kaufkrafteigenbindung (monetär) in Mio €	Kaufkraft-eigenbindung in %	Kaufkraftabflüsse (monetär) in Mio €	Kaufkraft-abflüsse in %
Lebensmittel	747	714	95%	34	5%
Drogeriewaren	99	90	91%	9	9%
Blumen	46	44	95%	2	5%
Bücher/Schreibwaren	61	44	73%	16	27%
Spielwaren/Hobby	30	25	86%	4	14%
Sportartikel	56	49	87%	7	13%
Schuhe/Lederwaren	68	58	86%	10	14%
Bekleidung	190	159	84%	30	16%
GPK	26	23	88%	3	12%
Werkzeuge/Farben	153	144	94%	9	6%
Foto/Optik	64	59	91%	6	9%
Möbel/Heimtextilien	207	173	83%	35	17%
Elektrogeräte	154	122	79%	33	21%
Uhren/Schmuck	31	28	89%	3	11%
Alle Warengruppen	1.932	1.730	90%	202	10%

	Kaufkraft-Kennzahlen Vorarlberg Gesamt				
Bedarfsgruppen	Kaufkraftvolumen in Mio €	Kaufkrafteigenbindung (monetär) in Mio €	Kaufkraft-eigenbindung in %	Kaufkraftabflüsse (monetär) in Mio €	Kaufkraft-abflüsse in %
Kurzfristige Bedarfsgruppen (=nahversorgungsrelevante Waren)	893	847	95%	45	5%
Mittlelfristige Bedarfsgruppen (=Sonstige Waren)	404	336	83%	68	17%
Langfristige Bedarfsgruppen (=autoaffine Waren)	636	547	86%	89	14%
Alle Bedarfs- und Warengruppen	1.932	1.730	90%	202	10%

Tabelle 3: Übersicht ausgewählter Kaufkraftkennzahlen Vorarlberg Gesamt auf Basis der Kaufkraftstromanalyse Vorarlberg 2016 (KAVO 2016)

Quelle: CIMA Austria, 2016

- Im gesamten Bundesland verbleiben **90 % Kaufkraftbindung**. Von insgesamt 1,93 Mrd. € Kaufkraftpotential pro Jahr bindet der lokale Einzelhandel 1,73 Mrd. €.

- Vor allem die **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** bzw. der kurzfristige Bedarfsbereich (= Güter des „täglichen Bedarfs") liegen mit 95 % nahe am Status einer (theoretischen) „Vollversorgung". Das bedeutet jedoch keinesfalls, dass alle untersuchten Standorte gleich „gut" versorgt werden.

- Die hohe Regionsbindung (regionale Kaufkrafteigenbindung) lässt den fachlichen Schluss zu, dass **zukünftige neue Handelsangebote**, die auf eine Reduktion der Kaufkraftabflüsse zielen, nur **geringen Spielraum** vorfinden. Vor allem bei den nahversorgungsrelevanten Waren (= kurzfristiger Bedarfsbereich) und hier insbesondere im Lebensmittelsegment führt in der gegenwärtigen Betrachtung jede weitere überregional bedeutende Ansiedelung nur zu einem **stärkeren Verdrängungswettbewerb**.

- Die **höchsten Kaufkraftabflüsse** (27 %) sind in der Warengruppe „Bücher, Schreibwaren" festzustellen, insbesondere durch den „Internethandel". Die „online-Konkurrenz" spielt auch bei anderen Branchen (Elektro/Unterhaltungselektronik, Bekleidung/Wäsche, Spielwaren, Schuhe, u.ä.) eine bedeutende Rolle, wobei die Abflüsse in diesen Bereich in den nächsten Jahren aller Voraussicht nach weiter steigen werden.

- Leistungsfähige Einzelhandelsstandorte in Grenznähe, insbesondere mit ausgeprägten peripheren Handelsagglomerationen (z.B.: **Dornbirn**, **Feldkirch**, **Hohemens**, **Rankweil**, usw.) erzeugen einen hohen Nachfragedruck aus den angrenzenden Ländern **Schweiz** und **Liechtenstein**. Aus diesen Regionen kommen auch deutlich **höhere Kauf-kraftzuflüsse** als **–abflüsse** (vgl. nachstehende Karten-darstellungen).

- Stellt man sämtliche Zu- und Abflüsse (inkl. Tourismus) gegenüber, verzeichnet Vorarlberg einen eindeutigen **Bilanzgewinn** mit **+ 115,0 Mio. €**.

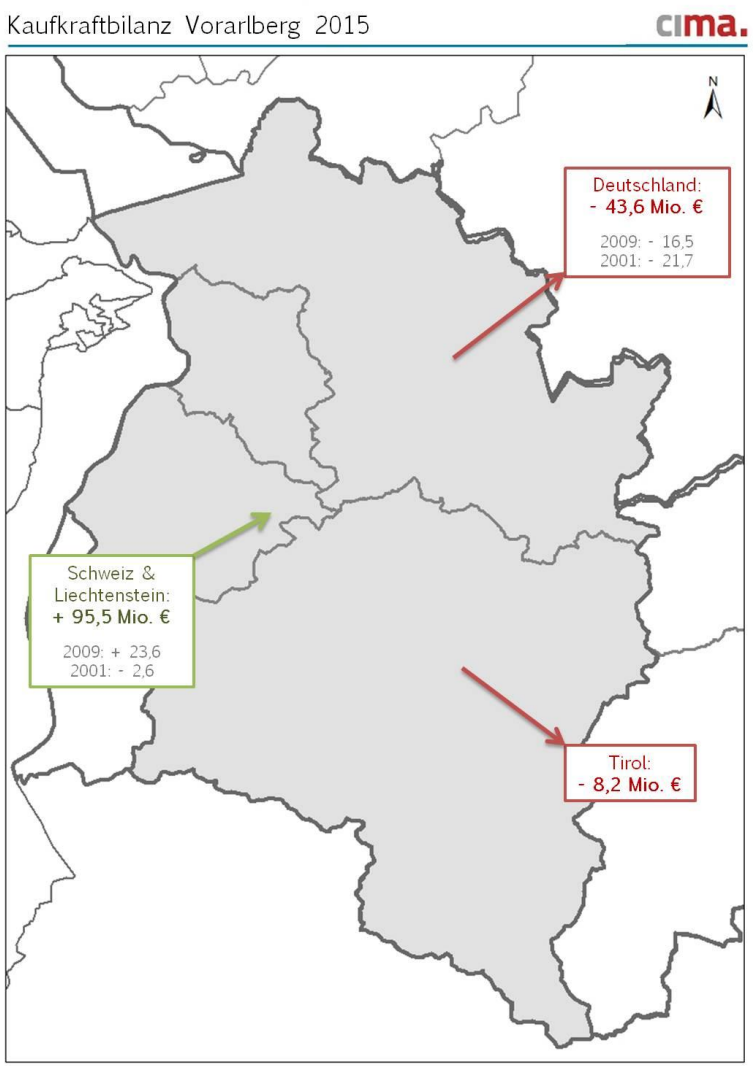
- Betrachtet man nur die **Verflechtungen** mit den Nachbarregionen **Schweiz**, **Liechtenstein**, **Deutschland** und **Tirol** ist trotz einer stark negativen Bilanz mit angrenzenden deutschen Landkreisen ein **Überschuss** von **43,7 Mio. €** festzustellen.

- Bei **Waren des täglichen Bedarfs** erwirtschaftet der Vorarlberger Einzelhandel ein **Plus** von **116,5 Mio. €**; bei **langfristigen Gütern** (z.B. Möbel/Heimtextilien, Eisenwaren/ Baumarkt und Elektrogeräte) hingegen sorgen Abflüsse in die Nachbarregionen und vor allem in den e-commerce-Sektor für ein **Minus** von **71,5 Mio. €.**

	Zuflüsse	Abflüsse	Bilanz
kurzfristiger Bedarf	161,9	45,4	**116,5**
mittelfristiger Bedarf	137,8	67,8	**70,0**
langfristiger Bedarf	17,5	89,0	**-71,5**
gesamt 2015	**317,2**	**202,2**	**115,0**
gesamt 2009	199,4	96,1	103,3
Veränderung zu 2009	59%	110%	11%

Tabelle 4: Kaufkraftbilanz nach Bedarfsgruppen

Quelle: CIMA Austria, 2016



Karte 4 – Kaufkraftbilanz von Vorarlberg mit den Nachbarregionen
Quelle: CIMA Austria, 2016

2.3 Modell zur Berechnung der strukturverträglichen Einzelhandels-potenziale bis 2020/2030

2.3.1 Modellannahmen und Parameter

Die Berechnung zukünftiger Einzelhandelspotenziale basiert auf einem **dynamischen Prognosemodell**, das eine Reihe von **Faktoren** der **Potenzialentwicklung** berücksichtigt. Als Grundlage dafür werden die gegenwärtigen Kaufkraftverhältnisse sowie der Einzelhandelsbestand im Untersuchungsgebiet mit einbezogen (vgl. dazu die Erläuterungen aus den Kapiteln 1 und 2). Kurz gefasst berücksichtigt das Berechnungs-modell folgende Parameter[3]:

- **natürliche Entwicklung der Kaufkraft**

  Steigerungen der Einwohner- und Haushaltszahlen führen zu einer Erhöhung der Kaufkraftpotenziale. Stagnation bzw. rückläufige Bevölkerungsentwicklung hingegen erzeugen demnach keine positiven Wirkeffekte.

- **konjunkturelle Entwicklung der Kaufkraft**

  Ein weiterer Maßstab zur Berechnung der Einzelhandels-potenziale liegt in der Betrachtung der **Verbrauchsausgaben** sowie einer allenfalls erwartbaren Steigerung bzw. Stagnation.

  Ebenfalls in diesem Kontext fällt die Veränderung des **Kaufkraftindex** als Maß für die regionale Einkommenssituation Vergleichbar mit den Prognosen für die konjunkturelle Entwicklung sind Steigerungen nur bei positiver Wirtschafts-entwicklung möglich.

[3] Vgl. dazu auch die Übersicht in Tabelle 2

Schließlich werden hier ebenfalls **Veränderungen** innerhalb der **Kaufkraftverhältnisse** der Region wirksam. Sollte in der Region als auch im angrenzenden Bereich eine überregional bedeutende Handelsentwicklung stattfinden, kann dies zu Veränderungen in den Kaufkrafteigenbindungen sowie den Kaufkraftverflechtungen führen.

- **touristische Faktoren der Kaufkraftentwicklung**

  Die Einkäufe und Ausgaben der Tages- und Nächtigungsgäste spielen vor allem für die tourismusintensiven Regionen eine nicht unbedeutende Rolle. Auch wenn die touristische Entwicklung nur schwer prognostizierbar ausfällt, können mit unterschiedlichen Szenarien Effekte auf die Kaufkraftentwicklung berechnet werden.

- **sonstige volkswirtschaftliche Entwicklungsfaktoren**

  Hier wird das **Wechselkursverhältnis** (Schweizer Franken zu Euro) und die dadurch bedingten gesteigerten Nachfrage-Effekte im Vorarlberger Einzelhandel betrachtet.

- **Entwicklung Internethandel**

  Der nicht-stationäre Handel in Form des Internethandels erzeugt in vielen Branchen einen **hohen Konkurrenzdruck**, der sich auch auf die zukünftigen Potenziale auswirkt. Aus diesem Grund werden **„Dämpfungsfaktoren“** zur Abschwächung des Potenzialwachstums eingesetzt, die eine Bandbreite aus unterschiedlichen Einschätzungen von FachexpertInnen abbilden.

Faktoren der Potenzialentwicklung	Bestimmungsfaktoren	Teilgliederung/Szenarien
Natürliche Entwicklung der Kaufkraft	Einwohner- und Haushaltsentwicklung	Kaufkraftvolumen Vorarlberg Gesamt (bzw. Teilregionen)
		Kaufkraftpotenzial Einzugsgebiete (der wichtigsten Zentralorte)
		Kaufkrafteigenbindung Vorarlberg Gesamt (bzw. Teilregionen)
		Marktanteile und Kaufkraftabschöpfungen in Rest-Ö, D, CH, FL
Konjunkturelle Entwicklung der Kaufkraft	Entwicklung der Konsumausgaben	stagniert bzw. gleichbleibend
		moderates Wachstum (Inflationsniveau)
	Veränderung Kaufkraftindex	konstant
	Verhältnisse Kaufkrafteigenbindung und Kaufkraftverflechtungen bzw. Marktanteile	konstant
Touristische Faktoren der Kaufkraftentwicklung	Veränderungen der Nächtigungen - individuell nach Teilregionen	stagniert bzw. gleichbleibend
		(starkes) wachstum (bis 10 %)
		lineares Wachstum (Fortschreibung Wachstum)
Sonstige Volkswirtschaftliche Entwicklungsfaktoren	Wechselkursveränderung CHF - EUR	stagniert bzw. gleichbleibend
		lineare Steigerung
Entwicklung Internethandel	erwartbare Rückgänge (=Dämpfung) Verkaufsfläche nach Branchenszenarien	gering (zw. 5-10 % weniger Fläche nach Bedarfsgruppe)
		mittel (zw. 10-25 % weniger Fläche nach Bedarfsgruppe)
		hoch (zw. 15-40 % weniger Fläche nach Bedarfsgruppe)

Tabelle 5: Faktoren zur Berechnung der Potenzialentwicklungen

Quelle: CIMA Austria, 2016

2.3.2 Natürliche Entwicklung der Kaufkraft

Der erste und **hauptverantwortliche Faktor** zukünftiger **Potenzialentwicklung** der **Kaufkraft** liegt an einer gesteigerten Zahl an zu versorgenden KundInnen, die maßgeblich durch einen **Bevölkerungsanstieg** bzw. durch eine Haushaltssteigerung begründet sind. Laut den Berechnungen der Statistik Austria bzw. der ÖROK ergibt sich für Vorarlberg folgendes Bild:

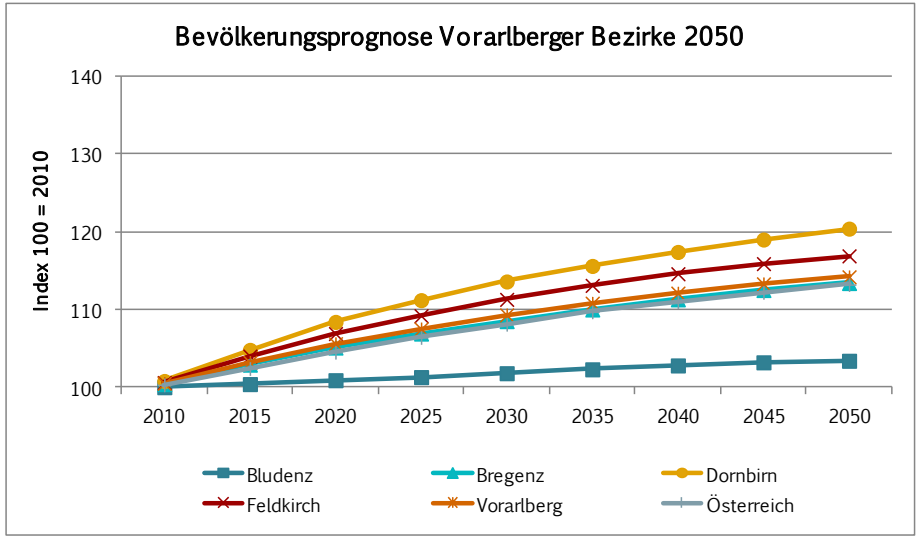
- Ausgehend vom Jahr 2009 soll die Bevölkerung im Bundesland bis 2030 um insgesamt **9,3 %** oder **52.300 Personen** anwachsen. Vorarlberg liegt somit erkennbar über dem prognostizierten Wert für die Republik (8,1 %).

- Differenziert nach **Bezirken** zeigt sich, dass **Dornbirn** und **Feldkirch** mit jeweils zweistelligen Prognosewerten deutlich an Bevölkerung zunehmen werden. In **Bludenz** ist ein moderater Anstieg um 1,8 % zu erwarten.

- Aufgrund tendenziell geringerer Haushaltsgrößen zeigen sich die Steigerungsquoten hier noch deutlich höher.

Bezirk	2030
Bludenz	101,8
Bregenz	108,5
Dornbirn	113,6
Feldkirch	111,3
Vorarlberg	109,3

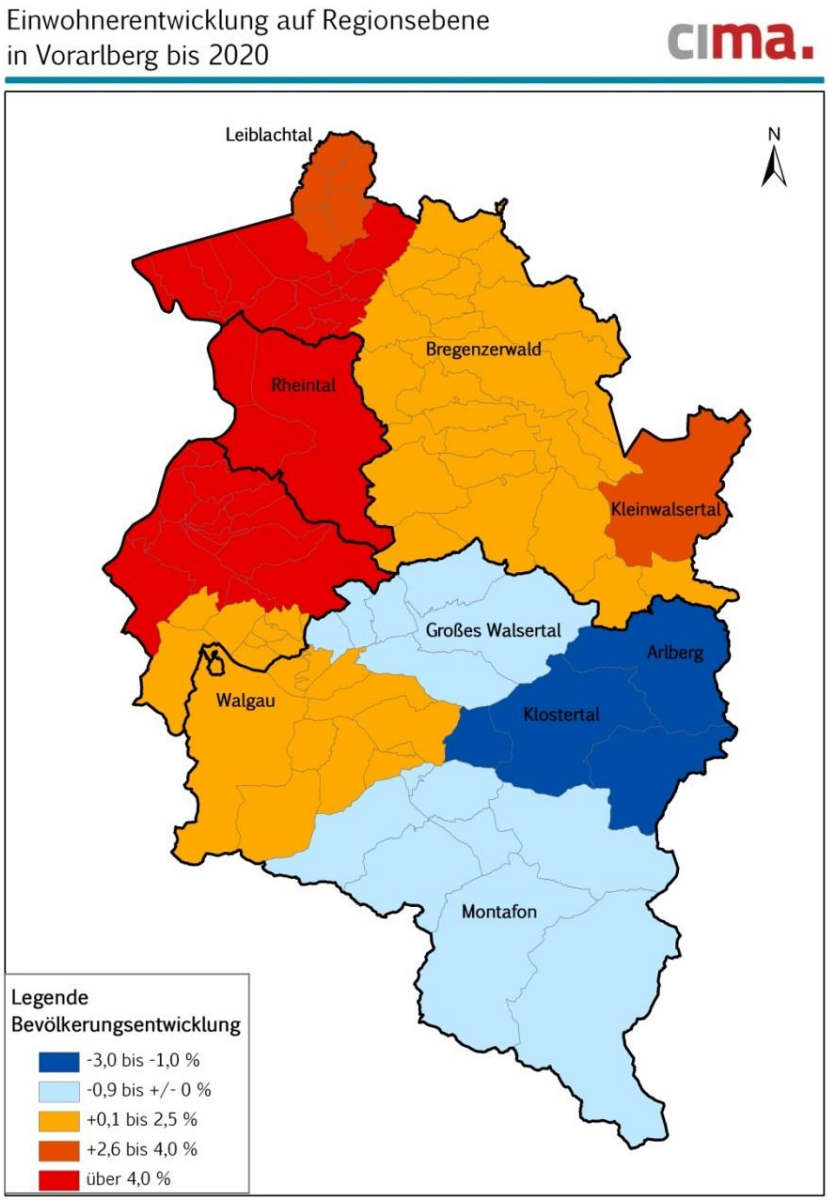
Tabelle 6: Bevölkerungsentwicklung Vorarlberger Bezirke 2009-2030
Quelle: Statistik Austria, 2015



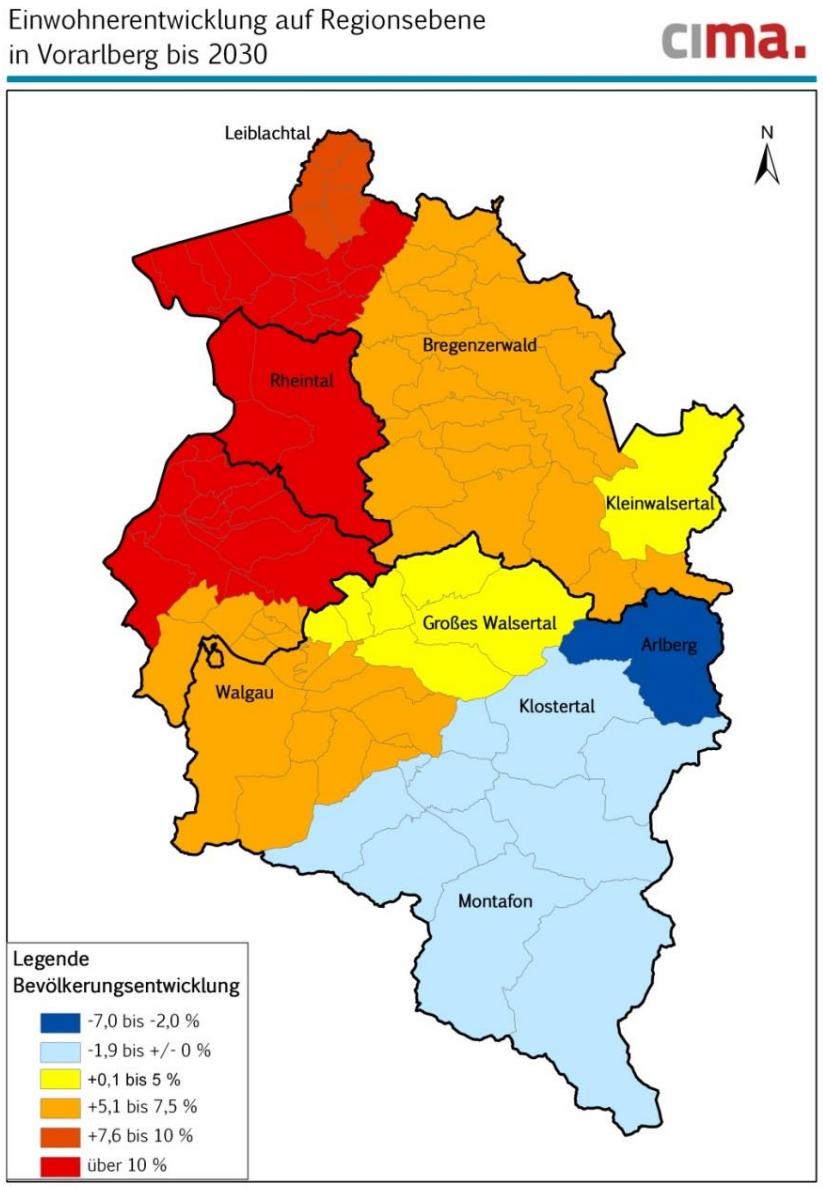
Graphik 7 – Bevölkerungsprognose Vorarlberger Bezirke 2009-2050
Quelle: ÖROK, 2010

Bezirk	2005	2015	Veränderung in %
Bludenz	61.748	61.584	-0,3%
Bregenz	123.527	129.588	4,9%
Dornbirn	78.441	84.973	8,3%
Feldkirch	96.338	102.447	6,3%
Vorarlberg	**360.054**	**378.592**	**5,1%**

Tabelle 7: Bevölkerungsentwicklung Vorarlberger Bezirke 2005-2015
Quelle: Statistik Austria, 2015



Karte 5 – Bevölkerungsprognosen der (Klein-)Regionen Vorarlbergs bis 2020
Quelle: Land Vorarlberg 2016, Statistik Austria 2015



Karte 6 – Bevölkerungsprognosen der (Klein-)Regionen Vorarlbergs bis 2030
Quelle: Land Vorarlberg 2016, Statistik Austria 2015

Region	Bevölkerungs-entwicklung 2015 bis 2020 in %	Bevölkerungs-entwicklung 2015 bis 2030 in %	Effekte für die natürliche Kaufkraft
Arlberg	-2,9	-7,0	Stagnation
Bregenzerwald	1,9	7,1	Wachstum
Großes Walsertal	0,0	1,0	(geringfügiges) Wachstum
Kleinwalsertal	3,6	0,9	(geringfügiges) Wachstum
Klostertal	-1,2	-0,6	Stagnation
Leiblachtal	3,2	8,1	(starkes) Wachstum
Montafon	-0,7	-1,6	Stagnation
Rheintal	4,5	11,7	(starkes) Wachstum
Walgau	2,1	5,8	Wachstum

Tabelle 8: Bevölkerungsentwicklung der (Klein-)Regionen Vorarlbergs 2020/2030
Quelle: Land Vorarlberg 2016, Statistik Austria 2015

- In den **Vorarlberger Regionen** steigt die Bevölkerung am deutlichsten im **Rheintal,** im **Leiblachtal** und im **Walgau**.

- Demgegenüber deutlich an Bevölkerung verlieren werden die Regionen **Arlberg**, **Klostertal** und das **Montafon**.

- Aufgrund der feststellbaren **Kaufkraftverflechtungen** mit **Tirol**, den angrenzenden **Schweizer Kantonen**, dem **Fürstentum Liechtenstein** sowie einigen **Landkreisen** in **Bayern** und **Baden-Württemberg** werden die Bevölkerungsprognosen aus diesen Regionen ebenfalls berücksichtigt. Hier erweisen sich vor allem die Schweizer Kantone sowie Liechtenstein als starke „Wachstums-regionen“ und somit verantwortlich für **potenziell zusätzliches Kaufkraftpotenzial** für den Vorarlberger Einzelhandel.

Bundesland/Land	Bezirk/Landkreis/ Kanton	Bevölkerungs-entwicklung 2015-2020 in %	Bevölkerungs-entwicklung 2015-2030 in %	Effekte für die natürliche Kaufkraft
Tirol	Reutte	1,6	3,8	Wachstum
Tirol	Landeck	0,6	1,1	(geringfügiges Wachstum)
Bayern	Lindau	3,1	3,5	Wachstum
Bayern	Oberallgäu	2,7	3,4	Wachstum
Baden-Württemberg	Bodenseekreis	5,3	5,8	Wachstum
Baden-Württemberg	Ravensburg	4,7	5,6	Wachstum
Liechtenstein	Liechtenstein	4,6	10,8	(starkes) Wachstum
Schweiz	Appenzell Ausserrhoden	2,3	6,9	Wachstum
Schweiz	Appenzell Innerrhoden	0,9	2,7	Wachstum
Schweiz	St. Gallen	5,1	12,7	(starkes)
Schweiz	Graubünden	2,2	6,8	Wachstum
Schweiz	Thurgau	8,1	20,5	(starkes)

Tabelle 9: Bevölkerungsentwicklung an Vorarlberg angrenzende Regionen
Quelle: Statistik Austria, 2015; Statistische Ämter der Ländern Bayern, Baden-Württemberg, Schweiz und Liechtenstein, 2014/2015

Für die Berechnung der zukünftigen Einzelhandelspotenziale aus der „natürlichen“ Entwicklung werden die bisherigen Marktbedingungen (= Marktgebiete) als **konstant** angenommen, sodass die Steigerungsraten sich nur auf die gegenwärtig feststellbaren (regionalen) Kaufkraft-verhältnisse beziehen.

2.3.3 Ergebnisse zur konjunkturellen Entwicklung der Kaufkraft

Neben der „natürlichen" Entwicklung der Kaufkraft durch steigende Anzahl an Versorgungskunden können auch **veränderte Wirtschaftskennzahlen** (= konjunkturelle Entwicklungen) zu einer Kaufkraftentwicklung beitragen. Vor allem drei Aspekte können hier von Bedeutung sein:

- **Entwicklung der Verbrauchsausgaben:**

  Gegenwärtig folgen die Verbrauchsausgaben den Ergebnissen der **Konsumerhebung 2009/2010** hochgerechnet mit einzelnen Faktoren aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. Steigerungen sind bei positiven wirtschaftlichen Entwicklungen erwartbar, gegenwärtig allerdings nicht seriös prognostizierbar und somit **konstant** gehalten. Für die modellhafte Berechnung werden beispielsweise folgende Ausgabensätze verwendet, als Grundlage für das Bundesland Vorarlberg.

Verbrauchsausgaben der VBG Haushalte lt. Konsumerhebung in € pro Jahr	2009/2010	Hochrechnung 2015
Nahrungs- und Genussmittel	4.919	4.892
Bekleidung/Wäsche	1.243	1.241
Unterhaltungselektronik/Elektrogeräte	956	1.011
Wohnungseinrichtung/Möbel	1.326	1.356
alle Warengruppen	**12.499**	**12.647**

Tabelle 10: Verbrauchsausgaben ausgewählter Warengruppen und Gesamt

Quelle: Ergebnisse der Konsumerhebung 2009/2010, hochgerechnet 2015; Statistik Austria

- **Verhältnisse Kaufkrafteigenbindung und Kaufkraftverflechtungen bzw. Marktanteile**

  In der Modellrechnung werden die **Verhältnisse** der regionalen Kaufkraftbindung auf Basis der Kaufkraftstromuntersuchung **KAVO 2016** als **Bezugsbasis** herangezogen, ebenfalls die Kaufkraftverflechtungen zwischen den wesentlichen Einkaufsstandorten. In der Berechnung werden hier diese Aspekte als **konstant** angenommen. Somit werden auch in der Hochrechnung **keine größeren Einzelhandelsprojekte** (in der Planungsphase) berücksichtigt, die Fortschreibung findet ausschließlich „**statisch**" statt. Sollten größere **strukturelle Veränderungen** stattfinden und berücksichtigt werden, ist dies in einer **dynamischen Fortschreibung** dieses Prognosemodells mit geringem Aufwand möglich

  .

- **Kaufkraftindex:**

  Vergleichbar mit den Prognosen für die konjunkturelle Entwicklung sind Steigerungen nur bei positiver Wirtschafts-entwicklung erwartbar und werden aus diesem Grund auch hier als **konstant** angenommen.

Gemeindecode	Gemeindename	Kaufkraftindex pro Einwohner 2015	Kaufkraftindex pro Haushalt 2015
80116	Nenzing	99,4	103,6
80123	Silbertal	78,5	99,3
80217	Höchst	101,2	108,3
80229	Möggers	76,0	97,7
80238	Sulzberg	85,8	100,4
80405	Frastanz	98,7	102,4
80421	Übersaxen	86,1	99,5
80424	Zwischenwasser	93,5	98,3

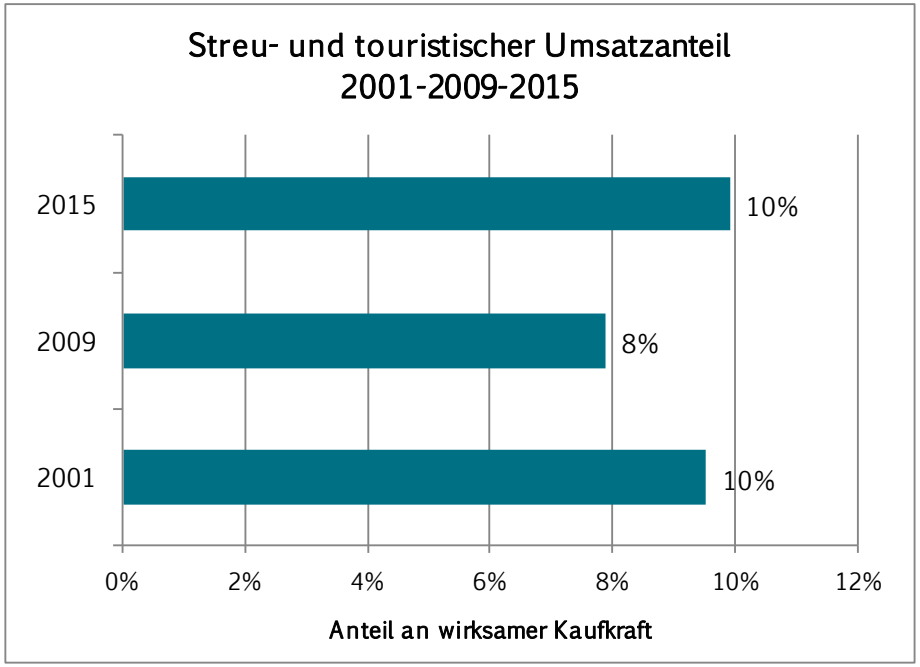
Tabelle 11: Beispiel Kaufkraftindex/Ew. und pro Haushalt 2015 ausgewählter Gemeinden

Quelle: Regiodata, 2015

2.3.4 Ergebnisse zu „touristische Faktoren“ der Kaufkraftentwicklung

2.3.4.1 Streu- und touristischer Umsatz in Vorarlberg 2016

Sowohl unregelmäßige Einkaufsfahrten von KonsumentInnen außerhalb der definierten Marktgebiete als auch der Nächtigungs- und Tagestourismus generieren folgende handelsrelevante Umsätze:



Graphik 8 – Streu- & touristischer Umsatzanteil 2001-2009-2015
Quelle: CIMA Austria, 2016

- Insgesamt entfallen **10 %** bzw. **201,7 Mio. €** des gesamten Vorarlberger Umsatzes auf Einkünfte aus unregelmäßigen Einkaufsfahrten und dem Tourismus.
- Dabei werden zu **50 % Waren des täglichen Bedarfs** erworben; mit **48 %** entfällt ein relativ großer Teil der touristischen Kaufkraft auf den **Mittelfrist-Bedarf**.
- Bei der Gegenüberstellung mit vorangegangenen Untersuchungen der Jahre 2001 und 2009 sind keine wesentlichen Veränderungen erkennbar. 2001 betrug der Streuumsatzanteil wie aktuell 10 %, während 2009 ein Wert von 8 % ausgewiesen wurde.
- Den höchsten Streuumsatz (gemessen an der wirksamen Kaufkraft je Gemeinde) weist der stark vom Tourismus geprägte Einkaufsraum **Schruns-Tschagguns** mit **36 %** auf.
- Auch **Bezau** und **Bregenz** verzeichnen mit **20 %** bzw. **18 %** einen hohen Umsatzanteil aus unregelmäßigen Einkaufsfahrten und dem Tages- sowie Nächtigungstourismus.

2.3.4.2 Streu- und touristischer Umsatz der Vorarlberger Kleinregionen 2016

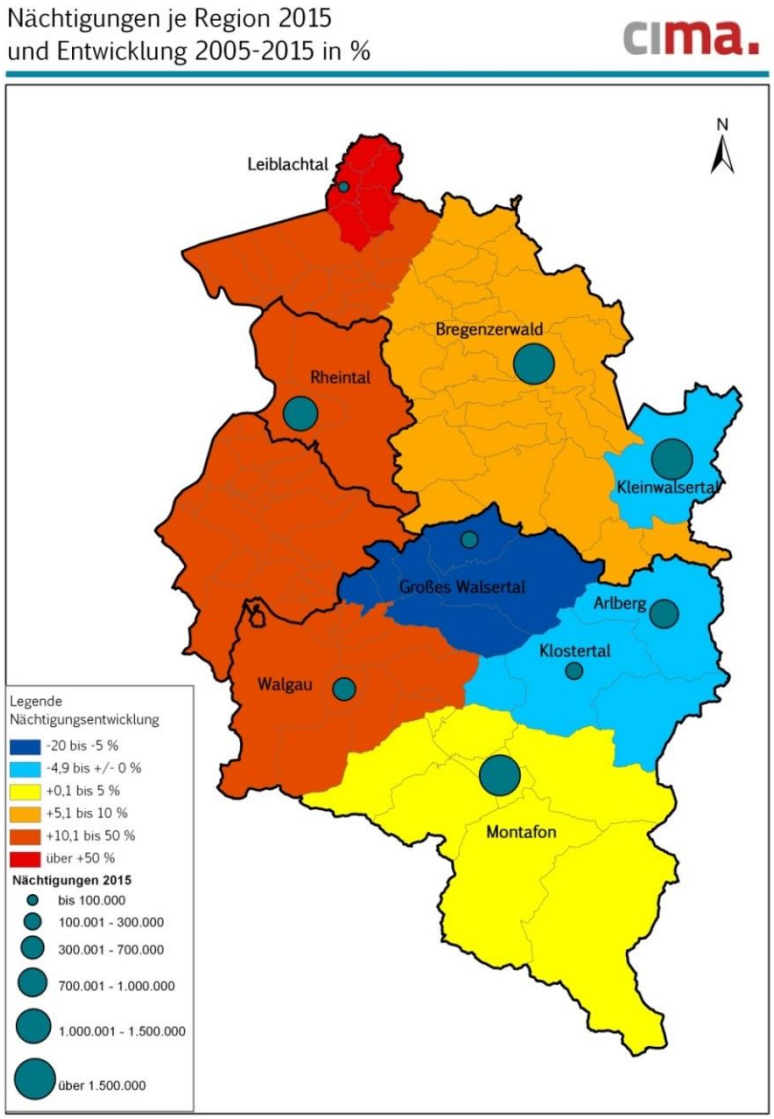
Nächtigungen je Region	2005	2010	2015	absolute Veränderung 2005-2015	Veränderung 2005-2015 in %
Arlberg	984.149	977.866	981.605	- 2.544	- 0,3
Bregenzerwald	1.637.754	1.654.078	1.761.007	123.253	7,5
Großes Walsertal	176.872	156.399	145.721	- 31.151	- 17,6
Kleinwalsertal	1.611.305	1.539.030	1.560.841	- 50.464	- 3,1
Klostertal	238.981	259.218	229.247	- 9.734	- 4,1
Leiblachtal	48.990	55.299	87.108	38.118	77,8
Montafon	1.912.051	1.941.507	1.936.422	24.371	1,3
Rheintal	869.136	970.850	1.188.021	318.885	36,7
Walgau	475.156	588.592	677.544	202.388	42,6
Summe	**7.954.394**	**8.142.839**	**8.567.516**	**613.122**	**7,7**

Tabelle 12: Nächtigungen der Vorarlberger (Klein-)Regionen 2005 bis 2016
Quelle: Land Vorarlberg 2016, Statistik Austria 2015

- In der Nächtigungsbilanz zwischen 2005 und 2015 präsentieren sich vor allem die Regionen **Montafon, Bregenzerwald, Kleinwalsertal** und **Rheintal** als **wichtigste Nächtigungsdestinationen** mit mehr als 1 Mio. Nächtigungen im Jahr 2015.

- Stark entwickelt hat sich die Nächtigungsnachfrage in den größeren Städten des Rheintals. Der **Städtetourismus** spielt hier vor allem in Bregenz, Dornbirn oder Feldkirch eine wichtige Rolle.

- Unabhängig von der Einzelbetrachtung zeigt sich seit 2005 ein **prozentuelles Wachstum** von ca. **8 %** in **Vorarlberg**. Einzelne Werte nach Regionen sowie deren prozentuelle Entwicklung zeigen auch nachfolgende Kartendarstellungen.



Karte 7 –Nächtigungen der Vorarlberger (Klein-)Regionen 2005 bis 2016
Quelle: Land Vorarlberg 2016, Statistik Austria 2015

2.3.4.3 Modellannahmen für die Einzelhandelspotenzial-Prognosen 2020/2030

Auch wenn die touristische Entwicklung nur schwer prognostizierbar ausfällt, können mit folgenden Szenarien die Effekte auf die Kaufkraftentwicklung modellhaft hochgerechnet werden.

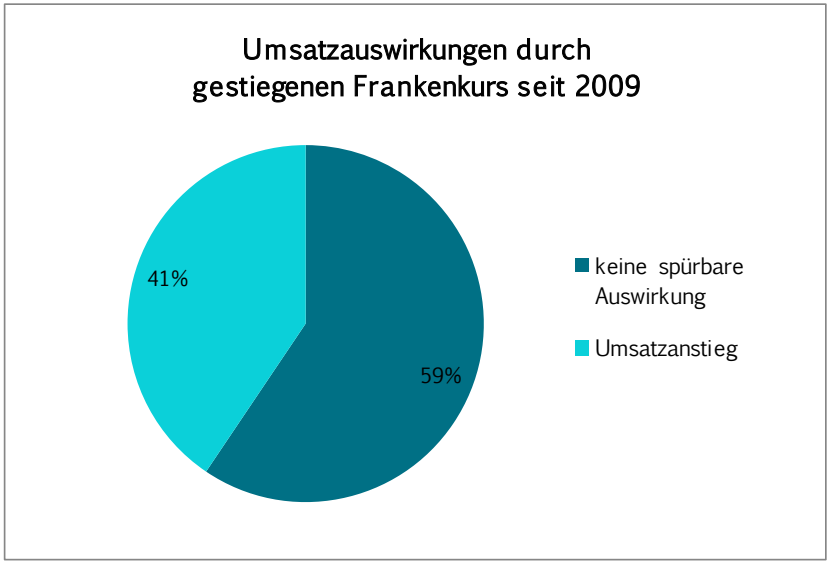
- Szenario „**Rückgänge bzw. Stagnation**“ (bei Rückgängen bzw. allenfalls geringen Steigerungen unter 1 % seit 2005 wird **kein zusätzliches Potenzial** für die Einzelhandelsentwicklung angenommen)
- Szenario „**moderates Wachstum**“ (+ 5 % mehr Nächtigungen bis 2020 auf Basis 2015; ebenfalls bis 2030)
- Szenario „**starkes Wachstum**“ (+10 % mehr Nächtigungen bis 2020 auf Basis 2015; ebenfalls bis 2030)
- Szenario „**lineares Wachstum**“ (+25 % mehr Nächtigungen bis 2020 auf Basis 2015, ebenfalls bis 2030): stellt die mitunter unwahrscheinlichste Option dar

Für die Prognose der Kaufkraftentwicklung wurde für **jede Region** das **passende Szenario** in der Modellrechnung herangezogen (Stagnation: Arlberg, Großes Walsertal, Kleinwalsertal, Klostertal, Montafon; starkes Wachstum: Bregenzerwald, Rheintal BR, Rheintal FK, Walgau; lineares Wachstum: Leiblachtal, Rheintal DO).

2.3.5 Ergebnisse zu „sonstige volkswirtschaftliche Entwicklungsfaktoren“ – Wechselkursveränderung Schweizer Franken-Euro

2.3.5.1 Auswirkungen Frankenkurs auf Einzelhandelsumsatz

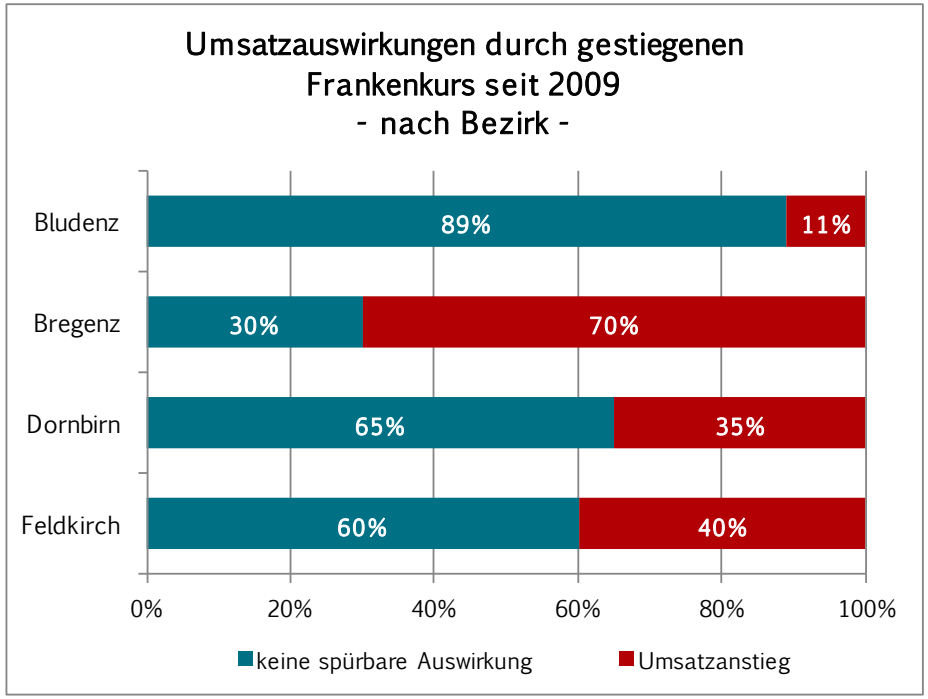
Aufgrund des stark gestiegenen Frankenkurses und den damit verbundenen höheren Besuchsfrequenzen der **Liechtensteiner** und **Schweizer** KonsumentInnen in Vorarlberg wurden auch die Handelsbetriebe Vorarlbergs zu diesem Thema befragt.



Graphik 9 – Umsatzauswirkungen – Frankenkurs; n = 301 Betriebe
Quelle: CIMA Austria, 2016

- Demnach hat der deutlich gestiegene Frankenkurs seit 2009 bei knapp **60 %** der Betriebe keine deutlichen Auswirkungen auf dem Umsatz.

- Regional differenzierter betrachtet, haben – erwartungsgemäß - im Bezirk **Bludenz** Liechtensteiner und Schweizer KonsumentInnen kaum größere Auswirkungen auf den lokalen Einzelhandelsumsatz. Einen spürbaren Umsatzanstieg stellen viele Betriebe im Bezirk **Bregenz**, einschließlich in der Landeshauptstadt, fest, wenngleich sich dieser monetär auf Grund des niedrigeren Ausgangsniveaus nicht sehr stark niederschlägt. Aufgrund der Anziehungskraft der großflächigen Einkaufsagglomerationen ist die Schweizer Kaufkraft im Bezirk **Dornbirn** und hier vor allem in der Bezirkshauptstadt selbst am stärksten monetär erfassbar.



Graphik 10 – Umsatzauswirkungen Frankenkurs – Vbger Bezirke
Quelle: CIMA Austria, 2016

2.3.5.2 Modellannahmen für die Einzelhandelspotenzial-Prognosen 2020/2030

Der in den Jahren 2009 bis 2015 hohe Kurs des Schweizer Franken hat zu erhöhten Kaufkraftzuflüssen aus den angrenzenden Kantonen nach Vorarlberg geführt. Gemeinsam mit Einschätzungen aus weiteren Expertenbefragungen und gestützt durch sekundärstatistische Kennzahlen erfolgte eine **Hochrechnung** der dadurch **erzielten zusätzlichen Kaufkraftzuflüsse**. Aufgrund dieser Erkenntnisse wurde auch die **Befragungsdichte** und **Intensität** der **Schweizer Gäste** im Rahmen der **Kaufkraftstromanalyse** zur KAVO 2016 deutlich **angehoben**. Aus den Ergebnissen haben sich dann auch höhere Kaufkraftzuflüsse aus diesen Räumen direkt abbilden lassen, sowohl für einzelne Vorarlberger Handelsstandorte als auch für das gesamte Bundesland. Dadurch wurden bereits der Schweizer Raum und die dadurch ableitbaren mitunter weitläufigeren Marktgebiete im Rahmen der KAVO 2016 berücksichtigt.

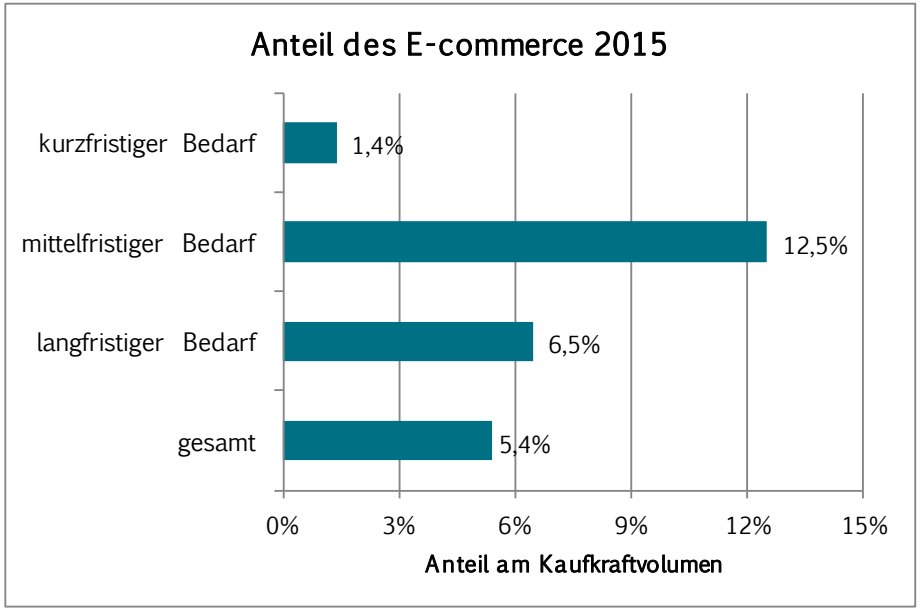
Für die Ermittlung der Prognosewerte für 2020 sowie 2030 wird dieser Effekt mit folgenden Szenarien berücksichtigt.

- Szenario „**lineare Steigerung**“: bis 2020 bzw. 2030 wird die Nachfrage aus der Schweiz/Liechtenstein zum bestehenden Vorarlberger Angebot verstärkt hoch sein und sogar darüber hinaus jährlich linear ansteigen

- Szenario „**stagniert/gleichbleibend**“: bis 2020 bzw. 2030 wird die Nachfrage aus der Schweiz/Liechtenstein zum bestehenden Vorarlberger Angebot gleichbleibend (hoch) sein und keine größeren Steigerungen mehr zum bestehendem Angebot aufweisen. Aufgrund der stärkeren Berücksichtigung der Schweizer KundInnen bei den Marktgebieten einzelner zentraler Handelsstandorte bzw. des gesamten Bundeslandes wird dieses Szenario in der **Modellrechnung angewendet**.

2.3.6 Entwicklung Internethandel

2.3.6.1 Internethandel in Vorarlberg 2016



Graphik 11 – Umsatzanteil Internethandel in Vorarlberg
Quelle: CIMA Austria, 2016

- Insgesamt **5,4 %** des gesamten Vorarlberger Kaufkraftvolumens werden aktuell im E-Commerce (= Internethandel) gebunden[4]. Die virtuellen Einkaufswelten binden somit **€ 104,2 Mio.** aus dem Vorarlberger Kaufkraftvolumen. Besonders hohe Abflusswerte zu den diversen online-shopping-Portalen zeigen sich im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (12,5 %; 50,5 Mio. €).

- Die Auswertung der altersspezifischen online-Einkaufsneigung zeigt, dass vor allem die **jüngeren Vorarlberger KonsumentInnen** (bis 45 Jahre) verstärkt virtuell shoppen, insbesondere Modeartikel (Bekleidung, Schuhe) und Bücher.

- Im Zuge einer postalischen Umfrage bei mehr als 1.200 Vorarlberger Handelsbetrieben wurde die aktuelle und zukunftsweisende Thematik der online-Aktivitäten und –Konkurrenz behandelt. Dabei gaben **77 %** der befragten Betriebe an, dass ihr Betriebs-Umsatz durch die steigende online-Konkurrenz z.T. deutlich abgenommen hat.

- Der Umsatzanteil des online-Einzelhandels wird auch in den nächsten Jahren weiter ansteigen und auch Waren und Güter stärker betreffen (z.B.: Lebensmittel), welche bislang noch geringe „virtuelle“ Umsatzwerte aufweisen.

[4] bezogen auf die im Rahmen dieser Untersuchung behandelten Einzelhandelsbranchen

2.3.6.2 Prognosen für den Internethandel in Österreich 2020/2030

Auf Basis der Entwicklungen des Internethandels seit 2000 sowie der Prognosen unterschiedlicher ExpertInnen (sowohl im universitären Bereich als auch Branchenkenner aus der Praxis) wird folgende prozentuelle Entwicklung bis 2020 bis 2030 erwartet; getrennt nach minimalem, mittlerem sowie maximalem Anteil an der zukünftigen Kaufkraftverteilung in Vorarlberg.

Entwicklungsszenarien Internethandel nach Branchen-Prognose-Szenarien bis 2020/2030				
Branchen und Bedarfsgruppen	Anteil Onlinehandel VBG 2016	minimum	mittel	maximal
Lebensmittel	1%	2%	4%	6%
Drogerie, Parfümerie	5%	5%	8%	10%
Blumen, Pflanzen, Sämereien	1%	2%	4%	6%
Kurzfristige Bedarfsgüter	1%			
Bücher/Schreibwaren	25%	30%	34%	38%
Spielwaren/Hobbyartikel	9%	15%	18%	22%
Sportartikel, Sportbekleidung	9%	10%	14%	18%
Schuhe und Lederwaren	10%	10%	14%	18%
Bekleidung Gesamt	11%	10%	14%	18%
Mittelfristige Bedarfsgüter	13%			
Haushaltswaren/GPK	5%	5%	9%	14%
Werkzeuge, Heimwerkerartikel	2%	5%	7%	9%
Foto/Optik	6%	10%	12%	14%
Wohnungseinrichtungen und Heimtextilien	3%	8%	10%	12%
Elektrogeräte Gesamt	16%	15%	18%	22%
Uhren/Schmuck	5%	5%	9%	14%
Langfristige Bedarfsgüter	6%			

Tabelle 13: Prognosen des Kaufkraftanteils des Internethandels in 2020/2030

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

Für die Ermittlung der Prognosewerte für 2020 sowie 2030 wird die „vereinfache" These aufgestellt, dass ein steigender Anteil des Internethandels an der Kaufkraftverteilung bei ansonsten gleichbleibenden Kaufkraftbedingungen zu einem Umsatzverlust des stationären Einzelhandels führen wird. Dies führt zu einem Rückgang der Verkaufsfläche bei gleichbleibender Flächenleistung bzw. zu einer „Dämpfung" bei prognostiziertem Potenzialwachstum.

In der Modellrechnung wird dieser Effekt nun mit folgenden Szenarien berücksichtigt.

- Szenario „**geringer Rückgang/geringe Dämpfung**": bis 2020 bzw. 2030 wird in den Kleinregionen das etwaige Verkaufsflächenwachstum um den Anteil von 5 bis 10 % der jeweiligen Warengruppen des Einzelhandels (kurzfristig, mittelfristig bzw. langfristig) reduziert.

- Szenario „**mittlerer Rückgang/mittlere Dämpfung**": bis 2020 bzw. 2030 wird in den Kleinregionen das etwaige Verkaufsflächenwachstum um den Anteil zwischen 10 bis 25 % der jeweiligen Warengruppen des Einzelhandels (kurzfristig, mittelfristig bzw. langfristig) abgesenkt.

- Szenario „**hoher Rückgang/hohe Dämpfung**": bis 2020 bzw. 2030 wird in den Kleinregionen das etwaige Verkaufsflächen-wachstum um den hohen Anteil von 15 bis 40 % der jeweiligen Warengruppen des Einzelhandels (kurzfristig, mittelfristig bzw. langfristig) abgeschwächt.

In der Berechnung wurden **alle Szenarien** angewendet, wodurch sich im Gesamtergebnis eine **Bandbreite** der möglichen zukünftigen Anteile des Internethandels darstellen lässt.

2.4 Übersicht der strukturverträglichen Einzelhandelspotenziale bis 2020/2030

Aus der **Hochrechnung** der im letzten Kapitel behandelten Aspekte zur Kaufkraftentwicklung lässt sich nun die **zusätzlich abschöpfbare Kaufkraft** darstellen, die bis 2020 bzw. bis 2030 in das gesamte Bundesland fließen kann. Folgende Übersicht zeigt die Dimensionierung geteilt nach Faktoren der Potenzialentwicklung sowie nach **Bedarfs- und Warengruppen**[5]:

Faktoren der Potenzialentwicklung	Zusätzlich abschöpfbare Kaufkraft in Mio. €							
	2016 bis 2020				2016 bis 2030			
	Nahversorgungs-relevante Waren (="kurzfristiger" Bedarfsbereich)	Sonstige Waren (="mittelfristiger" Bedarfsbereich)	Autoaffine Waren (="langfristiger" Bedarfsbereich)	Gesamt	Nahversorgungs-relevante Waren (="kurzfristiger" Bedarfsbereich)	Sonstige Waren (="mittelfristiger" Bedarfsbereich)	Autoaffine Waren (="langfristiger" Bedarfsbereich)	Gesamt
Natürliche und konjunkturelle Entwicklung der Kaufkraft	83,9	26,3	34,1	144,3	134,0	44,7	55,3	234,0
Touristische Faktoren der Kaufkraftentwicklung	2,7	4,4	0,8	8,0	5,9	9,3	1,7	16,9
Abschwächung Online-Handel	zw. -6,1 und -22,3	zw. -2,1 und -8,2	zw. -2,5 und -9,3	zw. -10,7 und -39,8	zw. -9,9 und -36,2	zw. -4,0 und -14,6	zw. -4,2 und -15,2	zw. -18,0 und -66,0
Gesamtsumme	**64,3 bis 80,5**	**22,6 bis 28,6**	**25,6 bis 32,4**	**112,5 bis 141,6**	**103,7 bis 130,0**	**39,5 bis 50,1**	**41,8 bis 52,9**	**185,0 bis 233,0**
Durchschnittswert	**72,4**	**25,6**	**29,0**	**127,1**	**116,9**	**44,8**	**47,4**	**209,0**

Tabelle 14: zusätzlich abschöpfbare Kaufkraft bis 2020/2030 als Basis für die Handelsentwicklung im Bundesland Vorarlberg in Mio. €

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

[5] Bei den „sonstigen Waren" sind die Warengruppen Lebensmittel, Drogeriewaren sowie Blumen herausgenommen und als nahversorgungsrelevante Waren (=Güter des Kurzfristigen Bedarfsbereichs) gesondert betrachtet.

- Bis **2020** werden in Vorarlberg zwischen **112,5-141,6 Mio. €** an **zusätzlicher Kaufkraft** für den **Einzelhandel** verfügbar sein, bis **2030** beträgt dieser Wert sogar **185-233 Mio. €.** Diese Beträge errechnen sich aus der modellhaften Hochrechnung der einzelnen Faktoren zur Potenzialentwicklung.

- Der vergleichsweise **höchste Kaufkraftanteil** entfällt auf die **nahversorgungsrelevanten Waren** (mit 64,3 – 80,5 Mio. € bis 2020 sowie 103,7 - 130 Mio. € bis 2030) und umfasst beinahe 50 % der gesamten zukünftig ausschöpfbaren Potenziale. Auf die langfristigen Warengruppen entfallen ca. 30 % der Kaufkraftpotenziale, auf den mittelfristigen Bedarfsbereich dann noch etwa 20 %.

Zur Berechnung der aus zusätzlich abschöpfbarer Kaufkraft **realisierbaren Einzelhandelspotenziale** (in m²) werden nun pro Warengruppe durchschnittliche Raumleistungen[6] (in € pro m²) herangezogen und auf jeden Faktor zur Potenzialentwicklung angewendet. Die Verkaufsfläche ergibt sich dann aus der Division der zusätzlich abschöpfbaren Kaufkraft der einzelnen Parameter durch die (durchschnittlichen) Raumleistungen.

Daraus ergibt sich folgende Bandbreite an strukturverträglichen Verkaufsflächenpotenzialen bis 2020/2030 nach den **Warengruppen**[7]:

[6] Branchenübliche Raumleistungen für nahversorgungsrelevante Waren liegen zwischen 4.800 und 5.700 € pro m²; für „sonstige" Waren (exkl. Nahversorgungsrelevante Güter) bei 2.700 bis 3.300 € pro m² sowie für „autoaffine" Waren bei 2.000 bis 3.300 € pro m²; Quelle: BBE/CIMA, 2016

[7] Bei den „sonstigen Waren" sind die Warengruppen Lebensmittel, Drogeriewaren sowie Blumen herausgenommen und als nahversorgungsrelevante Waren (= Güter des kurzfristigen Bedarfsbereichs) gesondert betrachtet.

Faktoren der Potenzialentwicklung	VK-Flächen-Potenziale in TSD m²							
	2016 bis 2020				2016 bis 2030			
	Nahversorgungs-relevante Waren (="kurzfristiger" Bedarfsbereich)	Sonstige Waren (="mittelfristiger" Bedarfsbereich)	Autoaffine Waren (="langfristiger" Bedarfsbereich)	Gesamt	Nahversorgungs-relevante Waren (="kurzfristiger" Bedarfsbereich)	Sonstige Waren (="mittelfristiger" Bedarfsbereich)	Autoaffine Waren (="langfristiger" Bedarfsbereich)	Gesamt
Natürliche und konjunkturelle Entwicklung der Kaufkraft	16,1	8,8	13,7	38,6	25,8	14,9	22,1	62,8
Touristische Faktoren der Kaufkraftentwicklung	0,5	1,5	0,3	2,3	1,1	3,1	0,7	4,9
Abschwächung Online-Handel	zw. -1,1 und -4,3	zw. -0,7 und -2,7	zw. -1,0 und -3,7	zw. -2,9 und -10,8	zw. -1,9 und -7,0	zw. -1,3 und -4,9	zw. -1,7 und -6,1	zw. -4,9 und -17,9
Gesamtsumme	**11,9 bis 15,1**	**7,3 bis 9,3**	**10,0 bis 12,7**	**29,3 bis 37,1**	**19,4 bis 24,5**	**13,0 bis 16,4**	**16,4 bis 20,8**	**48,8 bis 61,7**
Durchschnittswert	**13,5**	**8,3**	**11,4**	**33,2**	**22,0**	**14,7**	**18,6**	**55,3**
bisherige Verkaufsfläche	**181,5**	**142,5**	**205,2**	**529,2**				

Tabelle 15: Bandbreite der Einzelhandelspotenziale bis 2020/2030 für die Handelsentwicklung im gesamten Bundesland Vorarlberg in TSD m² Verkaufsfläche

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2013

- Die **Bandbreite** der zukünftigen **entwickelbaren Einzelhandelsflächen** für Vorarlberg umfasst bis **2020** ca. **29.300** bis **37.100 m² Verkaufsfläche**, bis **2030** liegt der Wert bei **48.800** bis **61.700 m² Verkaufsfläche**. Abgestuft nach Warengruppen können die höchsten Flächenpotenziale bei den kurzfristigen (= überwiegend nahversorgungsrelevanten) Waren realisiert werden, mit ca. 40 % der ausschöpfbaren Flächen.

- Wie aus den einzelnen Parametern erkenntlich, ist vor allem die **natürliche Kaufkraftentwicklung** verantwortlich für die höchsten Steigerungsraten, wohingegen der touristische Faktor für den untersuchten Bereich eher nur untergeordnet von Bedeutung erscheint.

- Somit können bis **2020 33.200 m² Verkaufsfläche** als **strukturverträgliches Einzelhandelspotenzial** angegeben werden, bis **2030** liegt die Prognose bei rd. **55.300. m².**

- Abgestuft nach Bedarfsgruppen entfällt dabei der höchste Anteil auf den Kurzfristbedarf (bzw. überwiegend nahversorgungsrelevante Waren) mit 13.500 m² bis 2020.

- Durch die fachlichen Einschätzungen der zukünftigen Anteile des **Internethandels** haben sich je nach Bedarfsgruppen die Wachstumseffekte aus dem Modell um **7,5 %** bis zu **27,5 % abgeschwächt.**

- Auch wenn nicht direkt vergleichbar erweist sich doch ein **Rückgang** der **Potenzialflächen** im Einzelhandel gegenüber dem **Masterplan (alt) 2013/2014** als bemerkenswert. Nicht nur im Vergleich zu 2020 (44 % Rückgang), sondern auch zu 2030 (- 38 %) zeigen sich hier deutlich geringere Zukunftsprognosen, die vor allem durch den **Internethandel** mit beeinflusst werden.

- Darüber hinaus haben sich auch die **Kaufkraftbeziehungen** zu den Nachbarregionen und –Ländern **ausbalanciert**, sodass aus dem Schweizer Raum nicht mehr ein derartig hohes Wachstum (im Vergleich mit der Periode 2009-2013) erwartbar erscheint.

3 Prioritäten für zukünftige Einzelhandels-Expansionen

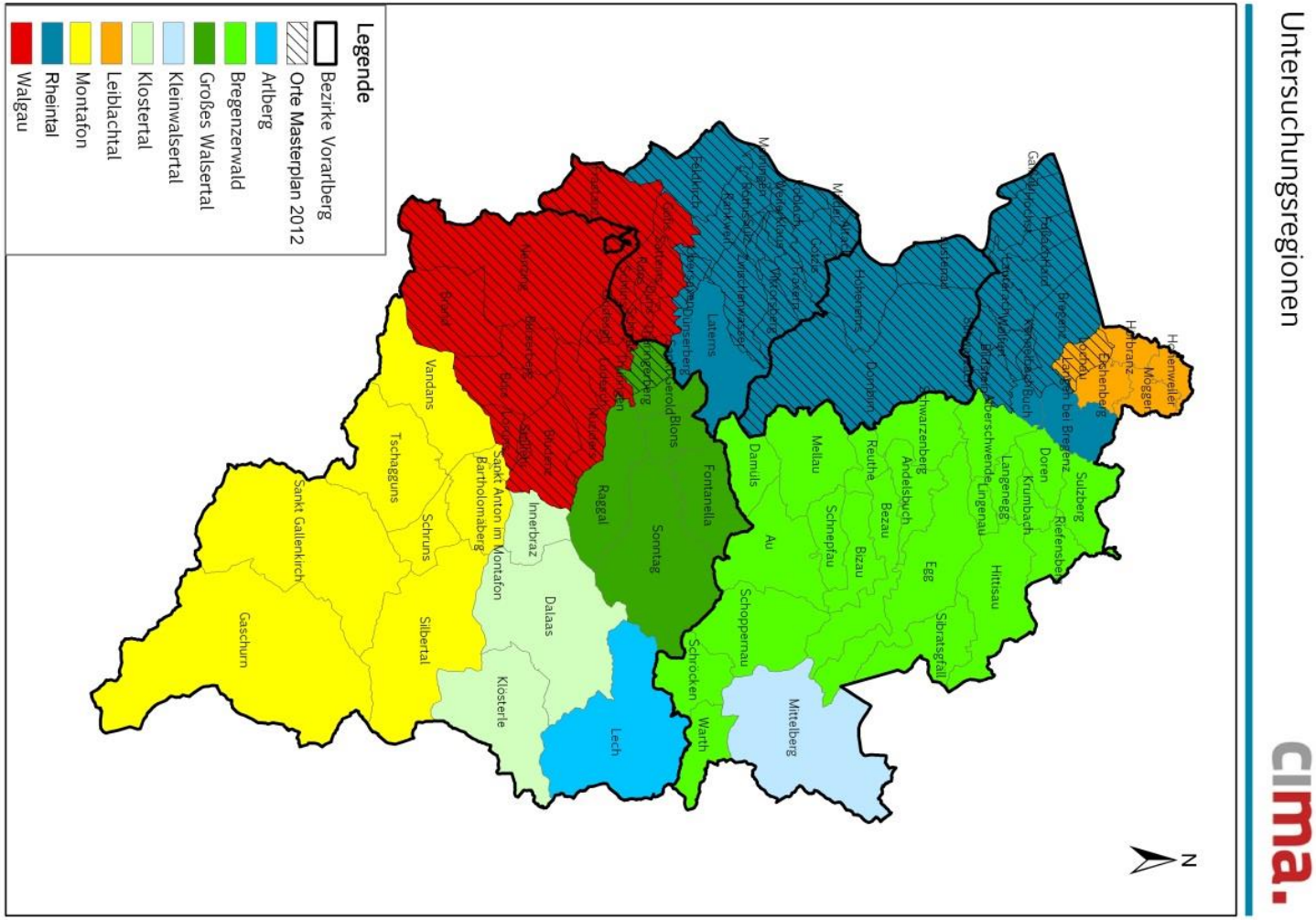
3.1 Einleitung

Nachdem im Kapitel 2 als Ergebnis das zukünftige Einzelhandelspotenzial für das Bundesland bis 2020 bzw. 2030 erhalten worden ist, soll nun eine **Empfehlung** zur **räumlichen Zuteilung** dieser **Entwicklungsflächen** vorgenommen werden. Dabei wird folgende Gliederung verwendet:

Untersuchungsregion	Gemeinden
Arlberg (Bezirk Bludenz)	Lech am Arlberg
Bregenzerwald (Bezirk Bregenz)	Alberschwende, Andelsbuch, Au, **Bezau**, Bizau, Damüls, Doren, **Egg**, **Hittisau**, Krumbach, Langenegg, Lingenau, Mellau, Reuthe, Riefensberg, Schnepfau,, Schoppernau, Schröcken, Schwarzenberg, Sibratsgfäll, Sulzberg, Warth
Großes Walsertal (Bezirk Bludenz)	Blons, Fontanella, Raggal, Sankt Gerold, Sonntag, Thüringerberg
Kleinwalsertal (Bezirk Bregenz)	Mittelberg
Klostertal (Bezirk Bludenz)	Dalaas, Innerbraz, Klösterle
Leiblachtal (Bezirk Bregenz)	Eichenberg, Hörbranz, Hohenweiler, Lochau, Möggers
Montafon (Bezirk Bludenz)	Bartholomäberg, Gaschurn, Sankt Anton im Montafon, Sankt Gallenkirch, **Schruns**, Silbertal, **Tschagguns**, Vandans

Untersuchungsregion	Gemeinden
Rheintal – Bezirk Dornbirn	**Dornbirn**, **Hohenems**, **Lustenau**;
– Teilbezirk Bregenz	Bildstein, **Bregenz**, Buch, Fußach, Gaißau, **Hard**, Höchst, Kennelbach, Langen bei Bregenz, **Lauterach**, Schwarzach, **Wolfurt**;
– Teilbezirk Feldkirch	Altach, **Feldkirch**, Fraxern, **Götzis**, Klaus, Koblach, Laterns, Mäder, Meiningen, **Rankweil**, Röthis, Sulz, Übersaxen, Viktorsberg, Weiler, Zwischenwasser
Walgau – Teilbezirk Bludenz	**Bludenz**, Bludesch, Brand, **Bürs**, Bürserberg; Lorüns, Ludesch, Nenzing, Nüziders, Stallehr, Thüringen;
– Teilbezirk Feldkirch	Düns, Dünserberg, Frastanz, Göfis, Röns, Satteins, Schlins, Schnifis;

Im Vergleich zum Masterplan 2013/2014 wurden alle Regionen des Bundeslandes Vorarlberg berücksichtigt und nicht nur das Gebiet „Rheintal-Walgau“.



Karte 8 – Untersuchungsgebiet nach Regionen[8]
Quelle: CIMA Austria, 2016

[8] Schraffiert sind die Untersuchungsgemeinden der „Altuntersuchung“ (2013/2014) erkennbar.

3.2 Einschätzung der (handelswissenschaftlichen) Versorgungsfunktion durch Festlegung der Verflechtungsbereiche[9]

3.2.1 Einleitung

Damit zukünftige Einzelhandelspotenziale passenden Versorgungsräumen zugeordnet werden können, bedarf es einer **Einschätzung der gegenwärtigen Versorgungsfunktion** der einzelnen Gemeinden Vorarlbergs, die ähnlich wie bei der „Altuntersuchung 2013/2014 angelegt ist.

In manchen Bundesländern (z.B.: Salzburg, mit Einschränkungen Steiermark, Oberösterreich, Niederösterreich, u.a.) erfolgt eine Einstufung dieser maßgeblichen (Versorgungs-)Funktionen nach einem zentralen Orte-System, abgestuft nach Funktionsdichte und Bedeutung. Als Teil dieses Systems wird den **einzelnen Orten** ein **Verflechtungsbereich zugeordnet**, der versorgt werden soll. Je nach Stufe umfasst dieser Raum (nur) das eigene Gemeindegebiet (bzw. sogar nur Teile davon), kann aber auch eine überregionale Dimension annehmen, mit Verflechtungsbereichen über Bezirks- und Landesgrenzen hinaus.

In Vorarlberg kann auf ein derartiges System nicht zugegriffen werden, aus diesem Grund wird von der CIMA eine **Einschätzung dieser Verflechtungsbereiche** folgendermaßen vorgenommen.

3.2.2 Schema zur Einschätzung der Versorgungsfunktion für die Vorarlberger Gemeinden

Die Gemeinden werden auf Basis ihrer Größe, Lage sowie der bisherigen Versorgungsstruktur nach folgendem Schema eingeteilt:

- **Orte mit (allenfalls) lokalem Bedarf**:
  meist Orte unter 1.000 Einwohner, mit geringem Handelsbesatz
- **Orte mit lokalem Bedarf**:
  Standorte meist mit weniger als 5.000 Einwohnern (bei der Altuntersuchung 2014 wurde eine 4.000-Einwohner-Grenze gesetzt) und einem Einzelhandelsbesatz, der stark auf die Versorgung des eigenen Wirkungsbereiches ausgelegt ist. Ebenfalls in diese Gruppe fallen auch Standorte im Stadt-Umland-Bereich leistungsstarker Einzelhandelsstandorte.
- **Orte mit kleinregionalem Bedarf**:
  Städte und Gemeinden meist mit mehr als 5.000 Einwohner und einer Einzelhandelslandschaft, die über die Versorgung des eigenen Bereiches hinausgeht. Diese Standorte sollen zumindest 2 Nachbargemeinden mitversorgen können.
- **Orte mit (über)regionalem Bedarf**:
  hier finden sich die leistungsstärksten Einzelhandelsstandorte Vorarlbergs wieder (Dornbirn, Bregenz, Feldkirch, Bludenz/Bürs und Rankweil).

Vor allem die **Standorte mit kleinregionalem** bzw. **(über)regionalem Bedarf** übernehmen stärkere Versorgungsaufgaben über ihren eigenen Ort hinaus. Dadurch werden **zukünftige EKZ-Entwicklungen** eher bei diesen Kommunen **vorrangig** anzusetzen sein.

[9] Der Verflechtungsbereich umfasst alle Gemeinden im regionalen Umfeld eines Einkaufsstandortes, die regelmäßig Teile ihrer Kaufkraft in diesen hochrangigen Einkaufsstandort abliefern; vgl. Begriffsdefinitionen S.11 f.

3.2.3 Gemeindegenaue Festlegung der Verflechtungsbereiche auf Basis der Einteilung von Versorgungsfunktionen

Für die im vorigen Kapitel vorgenommene Einteilung der Gemeinden nach der jeweiligen Versorgungsfunktion erfolgt nun eine gemeindegenaue Zuweisung der Verflechtungsbereiche.

- **Orte mit Versorgungsfunktion für (allenfalls) lokalen Bedarf:**
  als Verflechtungsbereich werden die Konsumenten aus dem eigenen Ort sowie die Nächtigungsgäste pro Tag innerhalb eines Jahres herangezogen.

- **Orte mit Versorgungsfunktion für den lokalen Bedarf:**
  als Verflechtungsbereich werden ebenso die Konsumenten aus dem eigenen Ort sowie die Nächtigungsgäste pro Tag innerhalb eines Jahres herangezogen.

- **Orte mit Versorgungsfunktion für den kleinregionalen Bedarf:**
  die Konsumenten im Verflechtungsbereich berechnen sich aus den maximalen Werten der Einzugsgebiete (aus der Kaufkraftstromuntersuchung Vorarlberg KAVO 2016) differenziert nach Warengruppen sowie der eigenen Bevölkerung inklusive der Nächtigungsgäste pro Tag. Sind die Einzugsgebiete unbekannt, werden die Einwohnerzahlen der direkten Nachbargemeinden herangezogen.

- **Orte mit Versorgungsfunktion für den regionalen bzw. überregionalen Bedarf:**
  die Konsumenten im Verflechtungsbereich berechnen sich aus den maximalen Werten der Einzugsgebiete differenziert nach Warengruppen sowie der eigenen Bevölkerung inklusive der Nächtigungsgäste pro Tag. Für diese Standorte wurden die aus der Kaufkraftstromuntersuchung 2016 (KAVO 2016) ableitbaren Marktgebiete als Richtgröße[10] herangezogen.

In allen Fällen werden die Nachbargemeinden aus der Schweiz, Liechtenstein und Deutschland sowie Tirol ebenfalls berücksichtigt.

Nachfolgende Tabelle zeigt nun **für jede Gemeinde** im Untersuchungsgebiet individuell den geschätzten maximalen **Verflechtungsbereich** in der Anzahl der Konsumenten (Einwohner) an. Ebenfalls aus der Darstellung ersichtlich ist die jeweilige **Einstufung** der **Versorgungsfunktion** („Einstufung Verflechtungsbereiche“) sowie eine genaue Beschreibung dazu, welche Räume hier versorgt werden (EW EZG-Gemeinden)[11].

Die Gemeinden sind alphabetisch geordnet, gleichartige Bezirksgemeinden sind in einheitlicher Farbgebung erkennbar. In der regionalen Gliederung wurde das Rheintal auch nach den Teilbezirken zugeteilt.

[10] Bei den Marktgebieten werden meist die Gemeinden im „klassischen“ Einzugsgebiet des zentralen Handelsstandortes zusammengefasst

[11] In der letzten Spalte der Tabelle ist mit EW EZG-Gemeinden die Summe der Bevölkerung im Verflechtungsbereich (= Einzugsgebiet EZG) ablesbar

Gde-Code	Gemeinde	Bezirk	Region	Einstufung Verflechtungsbereiche	Beschreibung	Einwohner	Haushalte	EW EZG-Gemeinden
80101	Bartholomäberg	Bludenz	Montafon	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.262	829	2.262
80102	Blons	Bludenz	Großes Walsertal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	329	104	329
80103	**Bludenz**	**Bludenz**	**Walgau**	**(über)regionaler Bedarf**	**Versorgungsfunktion in der Planungsregion und z.T. weit darüber hinaus**	**16.836**	**7.422**	**67.727**
80104	Bludesch	Bludenz	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.279	884	2.279
80105	Brand	Bludenz	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	657	259	657
80106	**Bürs**	**Bludenz**	**Walgau**	**gemeinsam mit Bludenz**				
80107	Bürserberg	Bludenz	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	523	210	523
80108	Dalaas	Bludenz	Klostertal	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.513	578	1.513
80109	Fontanella	Bludenz	Großes Walsertal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	434	134	434
80110	Gaschurn	Bludenz	Montafon	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.529	589	1.529
80111	Innerbraz	Bludenz	Klostertal	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	950	349	950
80112	Klösterle	Bludenz	Klostertal	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	684	274	684
80113	Lech	Bludenz	Arlberg	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	1.627	688	2.042
80114	Lorüns	Bludenz	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	276	115	276
80115	Ludesch	Bludenz	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.276	1.210	3.276
80116	Nenzing	Bludenz	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	5.991	2.343	5.991
80117	Nüziders	Bludenz	Walgau	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	4.856	1.940	8.132
80118	Raggal	Bludenz	Großes Walsertal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	832	307	832
80119	Sankt Anton im Montafon	Bludenz	Montafon	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	715	290	715
80120	Sankt Gallenkirch	Bludenz	Montafon	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.191	860	2.191
80121	Sankt Gerold	Bludenz	Großes Walsertal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	365	131	365
80122	**Schruns**	**Bludenz**	**Montafon**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**5.886**	**2.475**	**16.057**
80123	Silbertal	Bludenz	Montafon	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	869	283	869
80124	Sonntag	Bludenz	Großes Walsertal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	686	212	686
80125	Stallehr	Bludenz	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	277	111	277
80126	Thüringen	Bludenz	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.151	813	2.151
80127	Thüringerberg	Bludenz	Großes Walsertal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	681	234	681
80128	**Tschagguns**	**Bludenz**	**Montafon**	**gemeinsam mit Schruns**				
80129	Vandans	Bludenz	Montafon	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.605	1.056	3.320

Tabelle 16: gemeindegenaue Festlegung der Verflechtungsbereiche – Bezirk Bludenz

Quelle: CIMA, 2016

Gde-Code	Gemeinde	Bezirk	Region	Einstufung Verflechtungsbereiche	Beschreibung	Einwohner	Haushalte	EW EZG-Gemeinden
80201	Alberschwende	Bregenz	Bregenzerwald	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	3.120	1.078	7.092
80202	Andelsbuch	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.328	777	2.328
80203	Au	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.692	577	2.615
80204	**Bezau**	**Bregenz**	**Bregenzerwald**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**1.975**	**705**	**11.214**
80205	Bildstein	Bregenz	Rheintal-Bregenz	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	725	271	725
80206	Bizau	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.022	351	1.022
80207	**Bregenz**	**Bregenz**	**Rheintal-Bregenz**	**(über)regionaler Bedarf**	**Versorgungsfunktion in der Planungsregion und z.T. weit darüber hinaus**	**27.784**	**13.277**	**91.421**
80208	Buch	Bregenz	Rheintal-Bregenz	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	546	187	546
80209	Damüls	Bregenz	Bregenzerwald	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	316	109	316
80210	Doren	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.019	354	1.019
80211	**Egg**	**Bregenz**	**Bregenzerwald**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**3.370**	**1.197**	**15.252**
80212	Eichenberg	Bregenz	Leiblachtal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	384	136	384
80213	Fußach	Bregenz	Rheintal-Bregenz	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.669	1.400	3.669
80214	Gaißau	Bregenz	Rheintal-Bregenz	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.662	604	1.662
80215	**Hard**	**Bregenz**	**Rheintal-Bregenz**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**12.546**	**5.184**	**16.215**
80216	**Hittisau**	**Bregenz**	**Bregenzerwald**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**1.829**	**673**	**4.548**
80217	Höchst	Bregenz	Rheintal-Bregenz	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	7.777	3.099	13.108
80218	Hörbranz	Bregenz	Leiblachtal	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	6.288	2.545	8.491
80219	Hohenweiler	Bregenz	Leiblachtal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	1.283	454	1.283
80220	Kennelbach	Bregenz	Rheintal-Bregenz	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.886	790	1.886
80221	Krumbach	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	990	377	990
80222	Langen bei Bregenz	Bregenz	Rheintal-Bregenz	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.305	445	1.305

Tabelle 17: gemeindegenaue Festlegung der Verflechtungsbereiche – Bezirk Bregenz

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

Gde-Code	Gemeinde	Bezirk	Region	Einstufung Verflechtungsbereiche	Beschreibung	Einwohner	Haushalte	EW EZG-Gemeinden
80223	Langenegg	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.070	361	1.070
80224	**Lauterach**	**Bregenz**	**Rheintal-Bregenz**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**9.457**	**3.966**	**106.940**
80225	Lingenau	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.337	438	1.337
80226	Lochau	Bregenz	Leiblachtal	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	5.434	2.544	12.106
80227	Mellau	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.308	489	1.308
80228	Mittelberg	Bregenz	Kleinwalsertal	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	4.982	2.290	4.982
80229	Möggers	Bregenz	Leiblachtal	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	536	160	536
80230	Reuthe	Bregenz	Bregenzerwald	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	611	207	611
80231	Riefensberg	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	989	352	989
80232	Schnepfau	Bregenz	Bregenzerwald	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	473	168	473
80233	Schoppernau	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	923	312	1.625
80234	Schröcken	Bregenz	Bregenzerwald	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	229	87	229
80235	Schwarzach	Bregenz	Rheintal-Bregenz	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.690	1.481	3.690
80236	Schwarzenberg	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.805	648	1.805
80237	Sibratsgfäll	Bregenz	Bregenzerwald	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	393	133	393
80238	Sulzberg	Bregenz	Bregenzerwald	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.750	581	1.750
80239	Warth	Bregenz	Bregenzerwald	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	186	74	186
80240	**Wolfurt**	**Bregenz**	**Rheintal-Bregenz**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**8.095**	**3.319**	**11.252**
80301	**Dornbirn**	**Dornbirn**	**Rheintal-Dornbirn**	**(über)regionaler Bedarf**	**Versorgungsfunktion in der Planungsregion und z.T. weit darüber hinaus**	**45.605**	**19.816**	**222.767**
80302	**Hohenems**	**Dornbirn**	**Rheintal-Dornbirn**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**15.149**	**6.189**	**28.396**
80303	**Lustenau**	**Dornbirn**	**Rheintal-Dornbirn**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**21.184**	**8.795**	**34.292**

Tabelle 18: gemeindegenaue Festlegung der Verflechtungsbereiche – Bezirk Bregenz und Bezirk Dornbirn

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

Gde-Code	Gemeinde	Bezirk	Region	Einstufung Verflechtungsbereiche	Beschreibung	Einwohner	Haushalte	EW EZG-Gemeinden
80401	Altach	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	6.394	2.518	14.277
80402	Düns	Feldkirch	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	382	133	382
80403	Dünserberg	Feldkirch	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	145	51	145
80404	**Feldkirch**	**Feldkirch**	**Rheintal-Feldkirch**	**(über)regionaler Bedarf**	**Versorgungsfunktion in der Planungsregion und z.T. weit darüber hinaus**	**30.975**	**14.091**	**101.085**
80405	Frastanz	Feldkirch	Walgau	kleinregionaler Bedarf	versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden	6.153	2.450	11.699
80406	Fraxern	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	665	230	665
80407	Göfis	Feldkirch	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.015	1.177	3.015
80408	**Götzis**	**Feldkirch**	**Rheintal-Feldkirch**	**kleinregionaler Bedarf**	**versorgt Standortgemeinde sowie zumindest 2 Nachbargemeinden**	**10.627**	**4.422**	**31.037**
80409	Klaus	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.075	1.216	3.075
80410	Koblach	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	4.200	1.568	6.216
80411	Laterns	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	673	243	673
80412	Mäder	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.683	1.339	3.683
80413	Meiningen	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.014	779	2.014
80414	**Rankweil**	**Feldkirch**	**Rheintal-Feldkirch**	**(über)regionaler Bedarf**	**Versorgungsfunktion in der Planungsregion und z.T. weit darüber hinaus**	**11.567**	**4.665**	**39.924**
80415	Röns	Feldkirch	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	317	119	317
80416	Röthis	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	1.917	705	1.917
80417	Satteins	Feldkirch	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.558	987	2.558
80418	Schlins	Feldkirch	Walgau	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.289	856	2.289
80419	Schnifis	Feldkirch	Walgau	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	756	253	756
80420	Sulz	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.382	907	2.382
80421	Übersaxen	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	616	224	616
80422	Viktorsberg	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	(allenfalls) lokaler Bedarf	versorgt max. Teile der eigenen Gemeinde	377	132	377
80423	Weiler	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	2.016	803	2.016
80424	Zwischenwasser	Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	lokaler Bedarf	versorgt überwiegend nur eigene Gemeinde	3.140	1.232	3.140

Tabelle 19: gemeindegenaue Festlegung der Verflechtungsbereiche – Bezirk Feldkirch

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

3.3 Räumliche Verteilung der zukünftigen Einzelhandelspotenziale

Im den letzten beiden Kapiteln wurden die Versorgungsfunktionen und die Verflechtungsbereiche dargestellt. Dies bildet u.a. die Basis für die Zuordnung der zukünftigen Einzelhandelspotenziale. Denn die **strukturverträglichen Verkaufsflächen** sollten nun auf die **(Klein-)Regionen** bzw. **teilweise** auf **Gemeinden** übertragen werden, die sich aufgrund ihrer gegenwärtigen Struktur am besten dafür eignen.

3.3.1 Einzelhandelspotenziale nach Teilregionen

Aus der Gliederung des Untersuchungsgebietes in (Klein-)Regionen werden die strukturverträglichen Einzelhandelsflächen bis 2020 abgeleitet. Unter Berücksichtigung der bisherigen **Leistungsstärke** der **Einzelhandelsstandorte** in diesen Räumen erfolgte eine Zuteilung der Flächen nach deren **bisherigem Marktanteil** an der **regionalen Kaufkraft**.

- Wie bereits an obiger Stelle (Abschnitt 2) dargestellt umfasst die **Bandbreite** der zukünftigen **entwickelbaren Einzelhandelsflächen** für das gesamte Vorarlberg bis **2020** ca. **29.300** bis **37.100 m² Verkaufsfläche**, bis **2030** liegt der Wert bei **48.800** bis **61.700 m²**.

- Je nach gegenwärtiger Leistungsstärke und zukünftigen Entwicklungspotenzialen im Einzelhandel werden diese Gesamtflächen auf die einzelnen Kleinregionen aufgeteilt. Dabei zeigt sich hier folgende Gewichtung: Die höchsten zukünftigen Entwicklungsflächen werden dem **Bezirk Dornbirn** (**11.500-13.000 m²** Verkaufsfläche bis 2020; **20.000-23.000 m²** Verkaufsfläche bis 2030) zugerechnet. Dahinter folgen die **Bezirke Feldkirch** (bis 2020: **7.000-9.500 m²**; bis 2030: **12.500-15.500 m²** Verkaufsfläche) und **Bregenz** (bis 2020: **5.000-7.000 m²**; bis 2030: **8.000-10.500 m²** Verkaufsfläche).

- Demgegenüber gibt es eine Reihe von Kleinregionen, die in Zukunft **stagnieren** und ggf. sogar Einbußen an Verkaufsflächen erleiden könnten, wie z.B.: Arlberg, Großes Walsertal, Klostertal und ggf. Montafon.

- Im Vergleich mit der Altuntersuchung des Masterplanes Rheintal/Walgau (2013/2014) präsentieren sich sowohl das Verkaufsflächenwachstum bis 2020 (50.100-68.300 m²) als auch jenes bis 2030 (75.200-102.400 m²) in der gegenständlichen Betrachtung **deutlich reduziert**. Dies hängt vor allem mit der stärkeren Berücksichtigung des Internethandels zusammen, aber auch der geringere Prognosezeitraum spielt eine Rolle. Daneben haben sich die Zuflüsse aus dem Schweizer Raum konsolidiert und weisen nicht mehr derart hohen Wachstumsraten wie zwischen 2009 und 2013 auf.

Die nachfolgenden Tabellen und Karten zeigen die genaue Aufstellung der Einzelhandelspotenziale bis 2020 bzw. 2030 nach Bedarfsgruppen und (Teil-)Regionen in Verkaufsflächen-Bandbreiten bzw. –Mittelwerte:

Region	Entwicklungsflächen Einzelhandel in m² - getrennt nach Regionen in Bandbreiten 2016 bis 2020			
	Nahversorgungs-relevante Waren (="kurzfristiger" Bedarfsbereich)	Sonstige Waren (="mittelfristiger" Bedarfsbereich)	Autoaffine Waren (="langfristiger" Bedarfsbereich)	Gesamt
Arlberg	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Bregenzerwald	500 bis 1.000 m²	500 bis 1.000 m²	500 bis 1.000 m²	**2.000 bis 3.000 m²**
Großes Walsertal	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Kleinwalsertal	bis 250 m²	Stagnation	bis 250 m²	**bis 250 m²**
Klostertal	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Leiblachtal	250 bis 500 m²	unter 100 m²	100 bis 250 m²	**500 bis 750 m²**
Montafon	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Rheintal-Bregenz	2.500 bis 3.000 m²	1.000 bis 2.000 m²	1.500 bis 2.000 m²	**5.000 bis 7.000 m²**
Rheintal-Dornbirn	4.500 bis 5.000 m²	3.000 bis 3.500 m²	4.000 bis 4.500 m²	**11.500 bis 13.000 m²**
Rheintal-Feldkirch	3.000 bis 3.500 m²	2.000 bis 3.000 m²	2.000 bis 3.000 m²	**7.000 bis 9.500 m²**
Walgau	1.000 bis 2.000 m²	500 bis 1.000 m²	1.000 bis 1.500 m²	**2.500 bis 4.500 m²**
Gesamtsumme	12.000 bis 15.000 m²	7.800 bis 10.000 m²	9.500 bis 12.100 m²	29.300 bis 37.100 m²

[12]

Tabelle 20: regionale Gliederung der Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2020 für die Handelsentwicklung in den Vorarlberger Kleinregionen

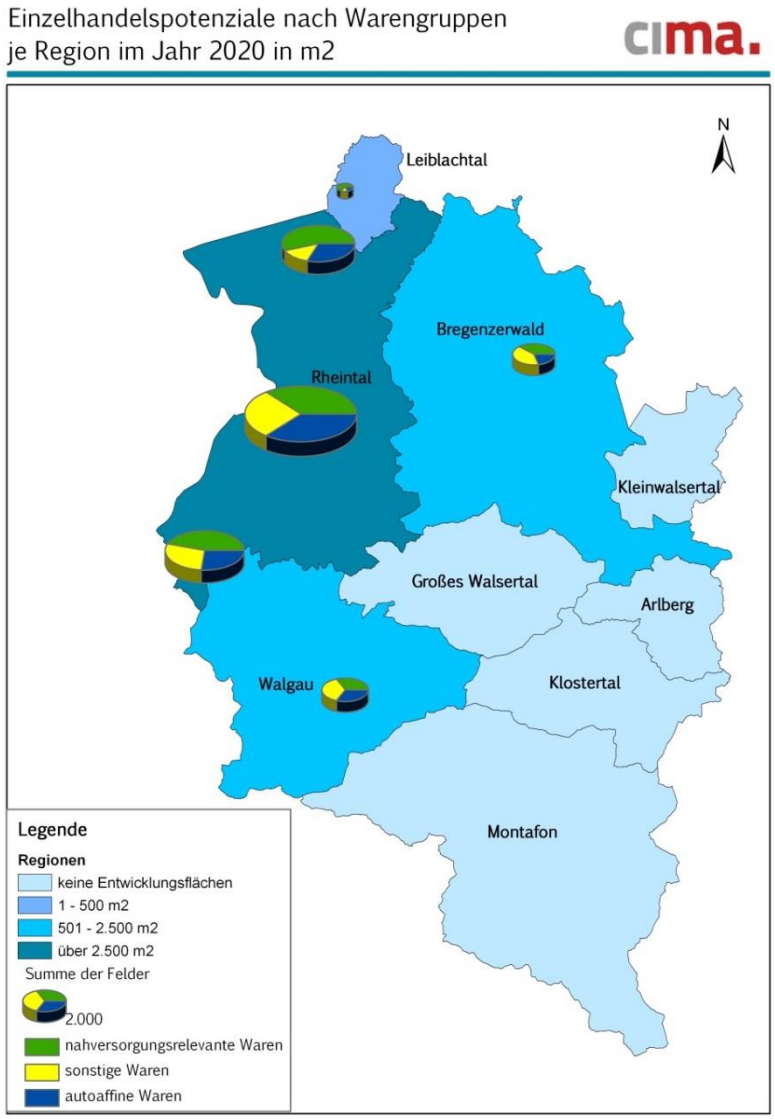
Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

[12] Anmerkung: der Begriff „Stagnation“ ist hier so zu verstehen, dass die bestehende Situation aufrechterhalten werden soll

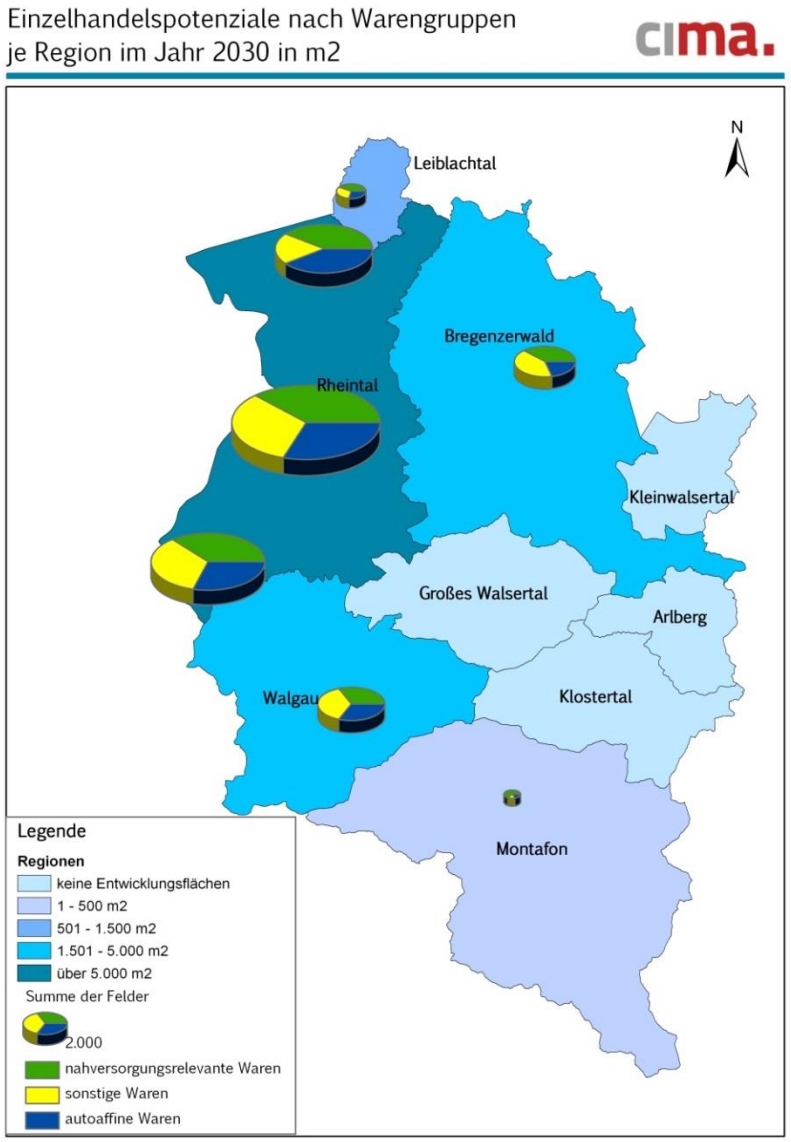
Region	Entwicklungsflächen Einzelhandel in m² - getrennt nach Regionen in Bandbreiten 2016 bis 2030			
	Nahversorgungs-relevante Waren (="kurzfristiger" Bedarfsbereich)	Sonstige Waren (="mittelfristiger" Bedarfsbereich)	Autoaffine Waren (="langfristiger" Bedarfsbereich)	Gesamt
Arlberg	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Bregenzerwald	1.000 bis 1.500 m²	1.500 bis 2.000 m²	500 bis 1.000 m²	**2.500 bis 4.500 m²**
Großes Walsertal	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Kleinwalsertal	bis 250 m²	Stagnation	Stagnation	**bis 250 m²**
Klostertal	Stagnation	Stagnation	Stagnation	**Stagnation**
Leiblachtal	250 bis 500 m²	bis 250 m²	bis 250 m²	**500 bis 1.000 m²**
Montafon	bis 250 m²	Stagnation	bis 250 m²	**bis 250 m²**
Rheintal-Bregenz	3.500 bis 4.500 m²	1.500 bis 2.500 m²	3.000 bis 3.500 m²	**8.000 bis 10.500 m²**
Rheintal-Dornbirn	8.500 bis 9.000 m²	4.500 bis 6.000 m²	7.000 bis 8.000 m²	**20.000 bis 23.000 m²**
Rheintal-Feldkirch	5.000 bis 6.000 m²	3.500 bis 5.000 m²	4.000 bis 4.500 m²	**12.500 bis 15.500 m²**
Walgau	1.500 bis 2.500 m²	1.000 bis 2.000 m²	2.000 bis 2.500 m²	**3.500 bis 6.500 m²**
Gesamtsumme	20.300 bis 24.000 m²	12.250 bis 17.100 m²	17.250 bis 20.500 m²	48.800 bis 61.700 m²

Tabelle 21: regionale Gliederung der Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2030 für die Handelsentwicklung in den Vorarlberger Kleinregionen

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016



Karte 9 – Mittelwerte der Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2020 in den Vorarlberger Kleinregionen
Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016



Karte 10 – Mittelwerte der Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2030 in den Vorarlberger Kleinregionen
Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

3.3.2 Entwicklungsprioritäten der Einzelhandelspotenziale in den Teilregionen bis 2020/2030

Die **zukünftigen Einzelhandelspotenziale** werden ieL auf die zentralen Handelsstandorte mit überwiegend kleinregionaler bzw. (über-)regionaler Versorgungsfunktion aufgeteilt. Die Mehrheit der zukünftigen Verkaufsflächen wird also an jene Orte in den Teilregionen **verteilt**, die aufgrund der **Versorgungsfunktion**, des **Verflechtungsbereiches** und der **gegenwärtigen Handelssituation** dafür **geeignet** sind. Diese Standorte haben die Aufgabe ihre Region zu versorgen und sollten dies auch in Zukunft hinreichend erfüllen können. Vereinzelt erhalten auch **Orte** mit **lokaler Versorgungsfunktion** Potenziale zugeschlagen, vor allem wenn die gegenwärtige Ausstattung an Verkaufsflächen „Lücken" aufweist bzw. die lokale Versorgung nicht ausreichend erfüllt werden kann.

Anders wie in der „Altuntersuchung 2013/2014" wird hier **keine exakte Umlage** der Entwicklungspotenzialflächen auf **einzelne zentrale Handelsstandorte** vorgenommen. Vielmehr erfolgt eine Zuteilung der Bandbreite an zukünftig strukturverträglichen Verkaufsflächen auf der **Kleinregions-Ebene**. Die Beweggründe liegen vor allem in der Vermeidung von möglichen **Kannibalisierungs-Effekten** zwischen einzelnen Orten innerhalb der jeweiligen Kleinregion bzw. dem möglichen Effekt der Initiierung interkommunaler Abstimmungen.

Nachfolgende Tabelle zeigt eine Aufstellung all jener Orte, die sich als prioritäre Standorträume zukünftig für Einzelhandelsentwicklungen am besten eignen. Dabei werden die strukturverträglichen Potenzialflächen der Kleinregionen bis 2020/2030 angeführt, inklusive den Entwicklungsprioritäten der Bedarfsgruppen in den zentralen Handelsstandorten.

- Der **Bezirk Dornbirn** mit dem überregional bedeutsamsten Einzelhandelsstandort **Dornbirn** verfügt gemeinsam mit beiden weiteren Bezirksgemeinden **Hohenems** und **Lustenau** über die höchsten zukünftigen Handelspotenziale im Ausmaß von **11.500-13.000 m²** bis 2020. Bis 2030 erhöht sich dieser Wert auf **20.000-23.000 m²**. Dabei sind die Entwicklungsschwerpunkte durchaus unterschiedlich. So lassen sich in **Lustenau** kaum mehr Potenziale bei den kurzfristigen Warengruppen feststellen. Bei den anderen Warengruppen zeigen sich die Entwicklungschancen für alle 3 Standorte intakt, auch wenn bei den mittelfristigen (= überwiegend sonstigen) Waren eher die Stärkung der Stadtkerne im Vordergrund stehen sollte als dezentrale EKZ-Entwicklungen.

- Die Gemeinden des Bezirks **Feldkirch** weisen eine Entwicklungsfläche zwischen **7.000-9.500 m²** (2020) bzw. **12.500-15.500 m²** (2030) auf. Je nach Versorgungsfunktion gestaltet sich die Priorität in den Standorträumen. Lokale bis kleinregional bedeutende Handelsstandorte (z.B.: Altach, Koblach, Mäder, Zwischen-wasser) sollten in Zukunft auf die Stärkung der Nahversorgung zielen, während Orte mit höherer Versorgungsfunktion (z.B.: Feld-kirch, Götzis, Rankweil) Gestaltungsspielraum auch bei den mittel-fristigen (= überwiegend sonstige) Waren bzw. punktuell auch bei langfristigen (= überwiegend autoaffinen) Sortimenten haben. Auch in diesem Bezirk sollten dezentrale Entwicklungen mit hoher Sensibilität vorgenommen werden.

- Ebenfalls höheres Flächenentwicklungspotenzial wird im **Bezirk Bregenz** gesehen. Bis 2020 sollten **5.000-7.000 m²** und bis 2030 **8.000-10.500 m²** zusätzliche Verkaufsfläche strukturverträglich möglich sein. In der Landeshauptstadt sind schwerpunktmäßig bei den mittelfristigen (= überwiegend sonstige) Waren bzw. punktuell auch bei langfristigen (= überwiegend autoaffinen) Sortimenten Erweiterungen möglich.

- Alle anderen Standorte weisen bis 2020 keine größeren Entwicklungspotenziale im Einzelhandel auf, die mehr als **600 m²** an Verkaufsfläche übersteigen.

In den nachfolgenden Tabellen und der Übersichtskarte wird schematisch ersichtlich, in welchen **Branchenschwerpunkten** nach Bedarfsgruppen die **zukünftige Einzelhandelsentwicklung** in den Standorten vollzogen werden soll. In den meisten Fällen zeigen sich die Präferenzen vor allem bei den nahversorgungsrelevanten Warengruppen (=überwiegend kurzfristiger Bedarfsbereich). Bei den größeren Standorten verstärkt auch bei sonstigen und autoaffinen Waren bzw. den mittel- und/oder langfristigen Bedarfsbereichen. Einige Fälle weisen keine ausgeprägten Entwicklungsschwerpunkte auf.

Gemeinde	Region	Einwohner	% Einwohner-Entwl. bis 2020	Nächtig. 2015	Versorgungs-funktion	Entwicklungs-potenzial bis 2020	Entwicklungs-potenzial bis 2030	Entwicklungsprioritäten nach Bedarfsgruppen		
								kurzfristige/ nahversorgungs-relevane Waren	mittelfristige/ sonstige Waren	langfristige/ autoaffine
Alberschwende	Bregenzer-wald	3.120	4,58	23.809	kleinregionaler Bedarf	2.000 bis 3.000 m²	2.500 bis 4.500 m²	ja	keine	
Bezau	Bregenzer-wald	1.975	4,35	148.710	kleinregionaler Bedarf			ja	punktuelle Erweiterungen in den Ortskernen	
Egg	Bregenzer-wald	3.370	5,79	61.271	kleinregionaler Bedarf					
Hittisau	Bregenzer-wald	1.829	4,32	77.310	kleinregionaler Bedarf					
Hörbranz	Leiblachtal	6.288	1,45	9.435	kleinregionaler Bedarf	500 bis 750 m²	500 bis 1.000 m²	ja	punktuelle Erweiterungen in den Ortskernen	
Lochau	Leiblachtal	5.434	12,66	58.161	kleinregionaler Bedarf					
Mittelberg	Kleinwalsertal	4.982	0,00	1.560.841	lokaler Bedarf	punktuell max. 250 m²	punktuell max. 250 m²	eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Bregenz	Rheintal-Bregenz	27.784	9,14	356.759	(über)regionaler Bedarf	5.000 bis 7.000 m²	8.000 bis 10.500 m²	ja		
Fußach	Rheintal-Bregenz	3.669	7,33	7.388	lokaler Bedarf			ja	keine	
Hard	Rheintal-Bregenz	12.546	8,16	31.164	kleinregionaler Bedarf			eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Höchst	Rheintal-Bregenz	7.777	0,94	26.420	kleinregionaler Bedarf			ja	keine	
Lauterach	Rheintal-Bregenz	9.457	8,58	7.009	kleinregionaler Bedarf			ja, aber eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Wolfurt	Rheintal-Bregenz	8.095	4,82	19.875	kleinregionaler Bedarf			ja, aber eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja

Tabelle 22: Entwicklungsprioritäten der Einzelhandelspotenziale (bis 2020/2030) der zentralen Handelsstandorte Vorarlbergs nach Bedarfsgruppen – Bezirk Bregenz

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

Gemeinde	Region	Einwohner	% Einwohner-Entwl. bis 2020	Nächtig. 2015	Versorgungs-funktion	Entwicklungs-potenzial bis 2020	Entwicklungs-potenzial bis 2030	Entwicklungsprioritäten nach Bedarfsgruppen		
								kurzfristige/ nahversorgungs-relevane Waren	mittelfristige/ sonstige Waren	langfristige/ autoaffine
Dornbirn	Rheintal-Dornbirn	45.605	10,30	292.890	(über)regionaler Bedarf	11.500 bis 13.000 m²	20.000 bis 23.000 m²	ja		
Hohenems	Rheintal-Dornbirn	15.149	8,32	23.174	kleinregionaler Bedarf			ja	ja, überwiegend Innenstadt	ja
Lustenau	Rheintal-Dornbirn	21.184	8,47	32.259	kleinregionaler Bedarf			ja, aber eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Altach	Rheintal-Feldkirch	6.394	1,39	7.396	kleinregionaler Bedarf	7.000 bis 9.500 m²	12.500 bis 15.500 m²	ja	keine	
Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	30.975	7,81	256.103	(über)regionaler Bedarf			ja		
Götzis	Rheintal-Feldkirch	10.627	8,82	49.070	kleinregionaler Bedarf			ja, aber eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Koblach	Rheintal-Feldkirch	4.200	10,62		lokaler Bedarf			ja	keine	
Mäder	Rheintal-Feldkirch	3.683	8,55		lokaler Bedarf					
Rankweil	Rheintal-Feldkirch	11.567	3,59	27.074	(über)regionaler Bedarf			ja, aber eher gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Zwischenwasser	Rheintal-Feldkirch	3.140	3,06	2.886	lokaler Bedarf			ja	keine	
Bludenz	Walgau	13.726	4,89	87.313	(über)regionaler Bedarf	2.500 bis 4.500 m²	3.500 bis 6.500 m²	ja, eber eher gering	ja	
Bürs	Walgau	3.110	3,54	11.015	gemeinsam mit Bludenz					
Schruns	Montafon	3.701	-1,00	303.024	kleinregionaler Bedarf	allenfalls punktuelle Reserven (unter 1.000 m²)	allenfalls punktuelle Reserven (unter 2.500 m²)	ja		
Tschagguns	Montafon	2.185	-2,90	265.207	gemeinsam mit Schruns					

Tabelle 23: Entwicklungsprioritäten der Einzelhandelspotenziale (bis 2020/2030) der zentralen Handelsstandorte Vorarlbergs nach Bedarfsgruppen – Bezirke Bludenz, Dornbirn und Feldkirch

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

4 Exkurs: Entwicklungsszenarien Internethandel

4.1 Einleitung und Modellgrundlagen

Im 2. Kapitel wurden die zukünftigen Entwicklungspotenziale im Einzelhandel der Vorarlberger Kleinregionen bis 2020 bzw. 2030 im Modell hochgerechnet. Dabei wurden sowohl die gegenwärtigen Kaufkraftverhältnisse als konstant angenommen wie auch die aktuelle Verkaufsfläche lt. der KAVO 2016. Im Modell berücksichtigt wurde hier ebenso eine Abschwächung des „neuen" Wachstums an Verkaufsflächen durch den Internethandel.

Unberücksichtigt geblieben ist allerdings die Tatsache, dass der stark gewachsene Internethandel neben den „neuen" Verkaufsflächen aber auch den **„alten" Bestand** beinträchtigen kann. Diese Effekte werden nachfolgend behandelt.

Die CIMA weist darauf hin, dass diese Berechnungen erste **fachliche Abschätzungen** darstellen, welche auf Basis eines Bündels vorhandener eigener Daten (aus der aktuellen KAVO 2016) sowie aktueller externer ExpertInnen-Meinungen und Fachliteraturquellen (z.B.: Prof. Heinemann, elaboratum, IFH Köln, KMU Forschung Austria, etc.) basieren.

Bei den nachfolgend präsentierten Berechnungsmodellen wird die „vereinfache" These aufgestellt, dass ein steigender Online-Anteil an der Kaufkraftverteilung bei ansonsten gleichbleibenden Kaufkraftbeding-ungen zu einem **Umsatzverlust** des **stationären Einzelhandels** führen wird. Dies führt zu einer **sinkenden Flächenleistung** (in € pro m²) bei **gleichbleibender Verkaufsfläche** oder zu einer **geringeren Verkaufsfläche** bei **gleichbleibender Flächenleistung**. Der letztangeführte Ansatz bildet die Grundlage der nachfolgenden Entwicklungsszenarien, die zeigen sollen in welchem Ausmaß der stationäre Einzelhandel in Zukunft (Modellzeitraum bis 2030) Verkaufsflächen verlieren könnte.

4.2 Entwicklungsszenarien des Internethandels nach Branchenprognose-Szenarien 2020/2030

Auf Basis der Entwicklungen des Internethandels seit 2000 sowie der Prognosen von ExpertInnen (sowohl im universitären Bereich als auch Praktikern) wird folgende prozentuelle Entwicklung bis 2020 bzw. 2030 erwartet; getrennt nach minimalem, mittlerem sowie maximalem Anteil an der zukünftigen Kaufkraftverteilung in Vorarlberg.

Entwicklungsszenarien Internethandel nach Branchen-Prognose-Szenarien bis 2020/2030				
Branchen und Bedarfsgruppen	Anteil Onlinehandel VBG 2016	minimum	mittel	maximal
Lebensmittel	1%	2%	4%	6%
Drogerie, Parfümerie	5%	5%	8%	10%
Blumen, Pflanzen, Sämereien	1%	2%	4%	6%
Kurzfristige Bedarfsgüter	1%			
Bücher/Schreibwaren	25%	30%	34%	38%
Spielwaren/Hobbyartikel	9%	15%	18%	22%
Sportartikel, Sportbekleidung	9%	10%	14%	18%
Schuhe und Lederwaren	10%	10%	14%	18%
Bekleidung Gesamt	11%	10%	14%	18%
Mittelfristige Bedarfsgüter	13%			
Haushaltswaren/GPK	5%	5%	9%	14%
Werkzeuge, Heimwerkerartikel	2%	5%	7%	9%
Foto/Optik	6%	10%	12%	14%
Wohnungseinrichtungen und Heimtextilien	3%	8%	10%	12%
Elektrogeräte Gesamt	16%	15%	18%	22%
Uhren/Schmuck	5%	5%	9%	14%
Langfristige Bedarfsgüter	6%			

Tabelle 24: Prognosen des Kaufkraftanteils des Internethandels in 2020/2030

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

4.3 Annahmen und Faktorengewichtung

Mit Hilfe einiger Vereinfachungen werden die Einflussfaktoren der zukünftigen Effekte des Internethandels berücksichtigt. Hiermit soll die Basis der Prognosen aus Tab 24 stärker individualisiert, verstärkt bzw. mitunter auch abgeschwächt werden. Konkret werden **4 Faktoren** herangezogen, die geeignet sind die Dimension des Verlustes im stationären Handel durch den Internethandel tendenziell zu erhöhen bzw. ggf. auch zu erniedrigen. Mit Hilfe von Gewichtungsfaktoren (zwischen 0,67 bis zu 1,34) wird des Weiteren der Modellansatz stärker individualisiert und unterschiedliche Standortqualität, Lage, Branche bzw. Betriebstyp auch anders beurteilt.

- **Faktor „regionale Wettbewerbsstärke“:**
  Hier wird impliziert, dass **(wettbewerbs-)stärkere Standorte** in Zukunft weniger „verlieren“ als schwächere. Dabei spielen neben der Bevölkerungs- auch die Tourismus-/Wirtschaftsentwicklung sowie die gegenwärtige Leistungsfähigkeit der Region eine Rolle.

- **Faktor „Betriebstypendifferenzierung“:**
  Anbieter „austauschbarer“ Sortimente im niedrigeren bis mittleren Sortimentsniveau dürften stärker durch den Internethandel betroffen sein als andere, wobei diese Effekte im Lebensmittelhandel geringer ausfallen (z.B.: mit niedrigeren Einbußen bei Lebensmitteldiscounter) als bei anderen Betriebstypen.

- **Faktor „Zielgruppenorientierung der Betriebe“:**
  Ähnlich wie bereits bei der Betriebstypendifferenzierung dürften Anbieter austauschbarer Sortimente bzw. Filialbetriebe anfälliger sein wie inhabergeführte Betriebe mit einem stärker individualisiertem Produktangebot sowie einem höheren Maße an innovativer Serviceorientierung.

- **Faktor „vernetzte multifunktionale Standortlage“**
  Zentrale vernetzte Standortlagen (= A ggf. noch B-Lagen der Innenstädte bzw. Ortskerne) präsentieren sich meist noch in höherer Verdichtung im stationären Einzelhandel, handelsbegleitender Dienstleistung sowie weiteren Wirtschaftsleistungen. Demgegenüber zeigen sich C- und integrierte -Lagen (aber auch Stadt-/Ortskernränder) bereits mit stärkerer Ausdünnung und geringerer Aufenthaltsqualität. In diesen Bereichen dürften die Auswirkungen des Internethandels tendenziell höher aus-fallen.

  Etwas niedriger werden die Effekte indes bei **Handelsagglomerationen** in der Peripherie eingeschätzt.

  Demgegenüber sind auch leistungsstärkere und mehr erlebnisorientierte Bereiche (wie z.B.: Einkaufsstraßen) weniger betroffen als austauschbare Fachmarktzentren und Solitärstandorte. Dazwischen dürften die Einkaufszentren liegen, die ebenfalls vom Internethandel betroffen sein werden.

Modellhafte Berechnungen der Verkaufsflächenanpassung durch Internethandel nach Szenarien		
Faktor und Gewichtung der Online-Branchenprognosen (in %)	Szenario 1 - ohne Gewichtung	Szenario 2 - Maximale Gewichtung
Regionale Wettbewerbsstärke		
Rheintal		67%
Leiblachtal		
Walgau		100%
Kleinwalsertal		
Bregenzerwald		
Montafon		134%
Arlberg		
Großes Walsertal		
Klostertal		
Betriebstypendifferenzierung		
Fachgeschäft		67%
Super-Verbrauchermarkt		100%
Lebensmittel-Discounter		
Einrichtungshaus, Kaufhaus		120%
Fachmarkt		134%
Discounter (Non-Food)		
Zielgruppenorientierung		
ja, erkennbar (vor allem inhabergeführte Geschäfte)		67%
nein (u.a. Filialbetriebe)		134%
Multifunktionale Standortlage		
davon Generelle Lage		
A-Lage, Ortskern		67%
B,C-Lage, integrierte und Peripherie-Lage (mgl. Ortskernrand)		134%
davon Lage in allfälliger Handelsagglomeration		
Einkaufsstraße, Geschäftsstraße		67%
Einkaufszentrum		100%
Fachmarktzentrum, Einzelbetriebe in Solitär-Lage		134%

Tabelle 25: verstärkende bzw. abschwächende Gewichtungsfaktoren des Kaufkraftanteils des Internethandels in 2020/2030

Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

Für die Berechnung der Verkaufsflächenanpassung (durch den Internethandel) werden nun alle Handelsbetriebe nach den 4 übergeordneten Faktoren (regionale Wettbewerbsstärke, Betriebstypendifferenzierung, Zielgruppenorientierung und multifunktionale Standortlage) eingestuft. Auf dieser Basis erfolgt die Gewichtung individuell angepasster Faktoren[13], die den Online-Kaufkraftanteil verstärken bzw. abschwächen. Umgerechnet auf die Verkaufsflächenentwicklung bedeutet eine höhere Gewichtung (größer als 100 %) einen höheren Verlust an Verkaufsfläche, umgekehrt reduziert ein niedrigerer Gewichtungsfaktor (unter 100 %) mögliche Flächenverluste.

- **Szenario 1 „ohne Gewichtung“:**
  Bei dieser Berechnungsvariante werden die Prognosen des Kaufkraftanteils des Internethandels bis 2020/ 2030 aus Tab 20 angewendet und in einer Minimum–Maximum-Bandbreite dargestellt. Der Anstieg des branchenspezifischen Anteils des Internethandels an der Kaufkraftverteilung geht einher mit einem Rückgang an Verkaufsflächen aus der daraus ableitbaren Umsatzreduktion.

- **Szenario 2 „Maximale Gewichtung“:**
  Je nach Einflussfaktoren werden individuell pro Betrieb bzw. Standort unterschiedliche Gewichtungsfaktoren im Ausmaß von 67 % bis 134 % auf die Prognosen des Kaufkraftanteils des Internethandels bis 2020/2030 aus Tabelle 20 angewendet und ebenfalls in Form einer Minimum – Maximum-Bandbreite an Verkaufsflächenverlusten errechnet.

Die Summen aus Szenario 1 bzw. 2 liefern jenes Ausmaß an Verkaufsflächen, die durch den Internethandel bis 2030 den gegenwärtigen Bestand an Einzelhandelsflächen in Vorarlberg reduzieren könnte, vgl. dazu nachstehende Tabelle.

[13] Die einzelnen Gewichtungsfaktoren leiten sich aus verschiedenen empirischen Vergleichsanalysen der CIMA ab und stellen allenfalls Schätz- und Richtlinienwerte dar, die im Einzelfall auch deutlich davon abweichen können.

4.4 Ergebnisse der modellhaften Berechnungen der Verkaufsflächenanpassung

Modellhafte Berechnungen der Verkaufsflächenverluste nach Szenarien und Branchenprognosen durch den Internethandel bis 2030							
Verkaufsflächenverluste nach Prognose-Bandbreiten	VKFL VBG lt. KAVO 2016 in TSD m²	Szenario 1 - ohne Gewichtung			Szenario 2 - Maximale Gewichtung		
		Entwicklung Internthandel-Anteil minimal	Entwicklung Internethandel-Anteil mittel	Entwicklung Internethandel-Anteil maximal	Entwicklung Internethandel-Anteil minimal	Entwicklung Internethandel-Anteil mittel	Entwicklung Internethandel-Anteil maximal
Verkaufsflächen	**529,2**	**35,9**	**49,2**	**62,9**	**29,7**	**40,5**	**51,4**
Relativbezug zur Gesamtverekaufsfläche Vbg in %		7%	9%	12%	6%	9%	11%

Tabelle 26: Modellberechnung der Verkaufsflächenverluste durch den Internethandel bis 2030 – nach Szenarien und Branchenprognosen
Quelle: CIMA, eigene Berechnung, 2016

- In der Modellrechnung wird als Basis der Gesamtbestand an Einzelhandelsbetrieben in Vorarlberg 2016 herangezogen und um all jene Betriebe reduziert, die gegenwärtig noch kaum vom Internethandel beeinträchtigt werden (dazu gehören z.B.: Apotheken, Trafiken, Tankstellenshops, u.a. Anbieter mit spezialisiertem und wenig austauschbarem Sortiment).

- In **Szenario 1** werden ausschließlich die Branchen-Entwicklungs-prognosen (aus Tabelle 24) auf den Einzelhandelsbestand angewendet. Daraus abgeleitet könnte erwartet werden, dass bis 2030 mindestens **35.900 m²** bis maximal **62.900 m²** (7-12 % des Verkaufsflächen 2015) verloren gehen können.

- In **Szenario 2** werden die 4 Einflussfaktoren in der Modellrechnung herangezogen, die geeignet sind die Dimension des Verlustes im stationären Einzelhandel durch den Internethandel tendenziell zu erhöhen bzw. ggf. auch zu erniedrigen. Angewendet mit diversen Gewichtungsfaktoren wird der Praxisbezug hier deutlich besser hergestellt und die Prognosewerte unter-scheiden sich dann auch gegenüber den Ergebnissen aus Szenario 1. In diesem Fall wird bis 2030 ein Verkaufsflächen-reduktion von mindestens **29.700** m² bis maximal **51.400 m²** (6-11 % der Verkaufsflächen 2015) eingeschätzt.

- Als Fazit kann geschlossen werden, dass ein erhebliches Ausmaß der zukünftigen zusätzlich möglichen Potenzialflächen im Einzel-handel durch den e-commerce kompensiert werden könnten. Somit würden die bis 2030 prognostizierten Entwicklungsflächen (zw. 48.800 bis 61.700 m²) im schlechtesten Falle (= Szenario 1) sogar **fast vollständig** ausgeglichen werden.

5 Zusammenfassung

- Im Jahre 2016 umfasst der **Vorarlberger Einzelhandel** rund 2.550 Betriebe des Ladeneinzelhandels und –handwerks auf einer **Gesamtfläche** von mehr als **529.000 m²**.

- Dominiert wird der Vorarlberger Einzelhandel von den Angeboten im **Rheintal** mit mehr als 70 % der Verkaufsflächen (ca. 393.000 m²) sowie 2/3 aller Verkaufsstellen. Dahinter folgen der **Walgau** mit 78.800 m² Handelsfläche und 340 Läden, der **Bregenzerwald** mit beinahe 31.000 m² Verkaufsfläche bei 213 Läden und das **Montafon** mit 17.000 m² Fläche und ca. 130 Betrieben.

- Gegenüber dem „alten" Masterplanes (2013/2014) ist die Gesamtverkaufsfläche derselben Untersuchungsregion von ca. 448.000 m² auf mehr als 467.000 m² angestiegen (+ 4 %), bei rückläufiger Anzahl an Betrieben. Der **Verkaufsflächenzuwachs** hat überwiegend in den **Streu-** und **Peripherielagen** stattgefunden.

- Die **Kaufkrafteigenbindung Vorarlbergs** beträgt 2016 rund **90 %** über alle untersuchten Warengruppen. Somit können von insgesamt 1,93 Mrd. € Kaufkraftpotential pro Jahr 1,73 Mrd. € im Bundesland gehalten werden. Vor allem die **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** liegt mit 95 % nahe am Status der **„Vollversorgung"**.

- Die **hohe Regionsbindung** (regionale Kaufkrafteigenbindung) lässt den Schluss zu, dass **zukünftige Handelsstrukturen**, die auf eine Reduktion der Kaufkraftabflüsse zielen, nur **geringen Spielraum** vorfinden. Vor allem bei den nahversorgungsrelevanten Waren und hier insbesondere im Lebensmittelsegment führt in der gegenwärtigen Betrachtung jede weitere überregional bedeutende Ansiedelung nur zu einem stärkeren Verdrängungswettbewerb.

- **Leistungsfähige Einzelhandelsstandorte** in **Grenznähe** (Dornbirn, Bregenz, Feldkirch, Götzis, Hohenems, Rankweil usw.) erzeugen einen **hohen Nachfragedruck** aus den **angrenzenden Ländern** Schweiz und Liechtenstein. Aus diesen Regionen kommen auch deutlich **höhere Kaufkraftzuflüsse** als –abflüsse.

- Aus einem **dynamischen Modell** mit mehreren Hochrechnungsvariablen (natürliche und konjunkturelle Entwicklung der Kaufkraft, touristische Faktoren, weitere volkswirtschaftliche Aspekte) werden bis 2020 und 2030 **strukturverträgliche Einzelhandels-potenziale errechnet**, unter besonderer Berücksichtigung verschiedener Szenarien der **Online-Entwicklung**. Dies dient als Basis für die **zukünftige Einzelhandelsentwicklung** der **Kleinregionen**.

- Demnach werden **bis zum Jahr 2020** in den Untersuchungsregionen insgesamt **112,5** bis **141,6 Mio. €** an **zusätzlicher Kaufkraft** für den Einzelhandel verfügbar sein, **bis 2030** beträgt dieser Wert sogar **185,0** bis **233,0 Mio. €**.

- Die Bandbreite der daraus ableitbaren **zukünftigen entwickelbaren Einzelhandelsflächen** umfasst bis **2020 ca. 29.300-37.100 m²**

Verkaufsfläche (Mittelwert: 33.200 m²), bis **2030** liegt der Wert dann bei **48.800-61.700 m²** (Durchschnittswert: 55.300 m²).

- Das **Modell** zur Berechnung der strukturverträglichen Einzelhandelspotenziale stellt das **Höchstmaß** an **entwicklungsfähiger Verkaufsfläche** dar, mehr davon kann nicht mehr als strukturverträglich eingestuft werden.

- Diese Gesamtsumme an entwicklungsfähigen Einzelhandelsflächen soll nicht zu einer undifferenzierten ungeordneten Ansiedelung führen. Daher bedarf es zwingend einer **kleinregionaler Ausgestaltung**, mit einer **klaren Zuordnung** der **räumlichen Entwicklungsprioritäten** inklusive Berücksichtigung branchenspezifischen Schwerpunkte.

- Durch die fachlichen Einschätzungen der zukünftigen Anteile des **Internethandels** haben sich je nach Bedarfsgruppen die Wachstumseffekte um **7,5 %** bis **27,5 % abgeschwächt.**

- Auch wenn nicht direkt vergleichbar erweist sich doch ein **Rückgang der Potenzialflächen** im Einzelhandel gegenüber dem **Masterplan (alt) 2013/2014** als bemerkenswert. Vor allem im Vergleich mit 2030 zeigen sich hier deutlich geringere Zukunftsprognosen, die vor allem durch den **Internethandel** mitbeeinflusst werden.

- Darüber hinaus haben sich auch die **Kaufkraftbeziehungen** zu den Nachbarregionen und –Ländern **ausbalanciert**, sodass aus dem Schweizer Raum nicht mehr ein derartig hohes Wachstum (im Vergleich mit der Periode 2009-2013) erwartbar erscheint.

- Damit die besondere **Dynamik im Einzelhandel** berücksichtigt werden kann, ist es sinnvoll, das **Hochrechnungsmodell** flexibel an diverse Veränderungen der Modellparameter **alle 3 bis 5 Jahre anzupassen**.

- Die Einteilung der Untersuchungsregion erfolgte auf Basis der Zuteilung der Vorarlberger Kleinregionen. Im Vergleich zum Masterplan 2013/2014 wurden alle Regionen berücksichtigt und nicht nur das Rheintal-Walgau-Gebiet.

- Damit zukünftige Einzelhandelspotenziale passenden Versorgungsräumen zugeordnet werden können, bedarf es einer **Einschätzung** der **gegenwärtigen Versorgungsfunktion** der einzelnen Gemeinden in Vorarlberg. Die Untersuchungsgemeinden werden dazu nach Größe, Lage sowie gegenwärtiger Handelsstruktur in Orte mit **(allenfalls) lokalem Bedarf**, Orte mit **kleinregionalem Bedarf** sowie Orte mit **(über-)regionalem Bedarf** eingestuft.

- Aus der Gliederung des Untersuchungsgebietes in die (Klein-) Regionen werden die strukturverträglichen Einzelhandelsflächen bis 2020 daraus abgeleitet berechnet. Unter Berücksichtigung der bisherigen **Leistungsstärke** der **Einzelhandelsstandorte** in diesen Räumen erfolgte eine Zuteilung dieser Flächen nach deren **bisherigem Marktanteil** an der **regionalen Kaufkraft**. Die **Bandbreite** der zukünftigen **entwickelbaren Einzelhandelsflächen** für Vorarlberg umfasst bis **2020** ca. **29.300-37.100 m² Verkaufsfläche**, bis **2030** liegt der Wert bei **48.800- 61.700 m² Verkaufsfläche**.

- Dabei werden im Rheintal dem **Bezirk Dornbirn 11.500-13.000 m² zukünftiger Verkaufsfläche** bis **2020** und **20.000-23.000 m² Verkaufsfläche bis 2030** zugerechnet. Die Entwicklungsschwerpunkte

- in den zentralen Handelsstandorten gestalten sich aber hier durchaus unterschiedlich. So lassen sich in **Lustenau** kaum mehr zukünftige Potenziale bei den kurzfristigen Warengruppen feststellen. Bei den anderen Warengruppen zeigen sich die Entwicklungschancen für alle Standorte intakt, auch wenn bei den **mittelfristigen (= überwiegend sonstigen) Waren** eher die **Stärkung der Orts-/Stadtkerne** im Vordergrund stehen sollte.

- Mit einer Entwicklungsfläche zwischen **7.000-9.500 m²** bis **2020** und **12.500-15.500 m²** bis **2030** präsentieren sich die Gemeinden des Bezirkes **Feldkirch** ebenso mit Entwicklungspotenzial. Lokale bis kleinregional bedeutende Handelsstandorte (z.B.: Altach, Koblach, Mäder oder Zwischenwasser) sollten in Zukunft eher auf die **Stärkung** der **Nahversorgung** zielen, während Standorte höherer Versorgungsfunktion (z.B.: Feldkirch, Rankweil und Götzis) Gestaltungsspielraum auch bei den mittelfristigen (= überwiegend sonstige) Waren bzw. punktuell auch bei langfristigen (= überwiegend autoaffinen) Sortimenten haben. **Dezentrale Entwicklungen** sind **mit hoher Sensibilität** vorzunehmen.

- Ähnliches gilt dann auch für den Bezirk **Bregenz** (bis **2020: 5.000 -7.000 m²;** bis **2030: 8.000-10.500 m² Verkaufsfläche**). Auch hier sind Entwicklungen an lokalen bis kleinregional bedeutende Handelsstandorten möglich, mit Schwerpunkten der **Sicherstellung der Nahversorgung**, während in der Stadt Bregenz auch bei den mittelfristigen (= überwiegend sonstige) Waren bzw. punktuell auch bei langfristigen (= überwiegend autoaffinen) Sortimenten Erweiterungen möglich sind.

- Demgegenüber gibt es eine Reihe von **Kleinregionen**, die in Zukunft stagnieren und ggf. sogar **Einbußen** an **Verkaufsflächen** erleiden könnten, wie z.B.: Arlberg, Großes Walsertal, Klostertal und ggf. Montafon.

- Im Vergleich mit der Altuntersuchung (2013/2014) präsentiert sich das **Verkaufsflächenwachstum** bis 2020 bzw. 2030 in der gegenständlichen Betrachtung deutlich **reduziert**. Dies hängt vor allem mit der stärkeren Berücksichtigung des **Internethandels** zusammen, aber auch der geringere **Prognosezeitraum** spielt eine Rolle. Daneben haben sich die Zuflüsse aus dem Schweizer Raum konsolidiert und weisen nicht mehr derart hohen Wachstumsraten wie zwischen 2009 und 2013 auf.

- Die **zukünftigen Einzelhandelspotenziale** werden hauptsächlich auf die zentralen Handelsstandorte mit überwiegend kleinregionaler bzw. (über-) regionaler Versorgungsfunktion aufgeteilt. Die Mehrheit der zukünftig möglichen Verkaufsflächen wird also an jene Standortgemeinden in den Teilregionen **verteilt**, die aufgrund ihrer **Versorgungsfunktion**, ihres **Verflechtungsbereiches** und ihrer **gegenwärtigen Einzelhandelssituation** dafür **geeignet** sind.

  Anders wie in der „Altuntersuchung“ 2013/2014 wird hier **keine exakte Umlage** der Entwicklungspotenzialflächen auf **einzelne zentrale Handelsstandorte** vorgenommen. Sondern es erfolgt nun eine Zuteilung der Bandbreite an zukünftig strukturverträglichen Verkaufsflächen auf der Kleinregions-Ebene.

- In einem gesonderten Kapitel wird die Tatsache, dass der stark gewachsene **Internethandel** neben den „neuen“ Verkaufsflächen aber auch den **„alten“ Bestand beinträchtigen** kann, behandelt.

- In Modellrechnungen werden grobe Schätzungen vorgenommen, wie der Online-Handel auf die Angebotssituation wirkt und hier bis **2020** bzw. **2030** die **zusätzlichen Potenziale** im **Handel dämpft** bzw. mitunter sogar deutlich reduziert.

- Bei allen Modellen wird die „vereinfache" These aufgestellt, dass ein **steigender Online-Anteil** an der Kaufkraftverteilung bei ansonsten gleichbleibenden Kaufkraftbedingungen zu einem **Umsatzverlust** des stationären Einzelhandels führen wird. Dies führt zu einer sinkenden Flächenleistung (in € pro m²) bei gleichbleibender Verkaufsfläche oder zu einer **geringeren Verkaufsfläche** bei **gleichbleibender Flächenleistung**. Der letztangeführte Ansatz bildet die Grundlage der nachfolgenden Entwicklungsszenarien.

- Auf Basis der Entwicklungen des Internethandels seit 2000 sowie der Prognosen unterschiedlicher ExpertInnen wird die **prozentuelle Entwicklung** bis **2020/2030** nach minimalem, mittlerem sowie maximalem **Anteil** an der **zukünftigen Kaufkraft-verteilung** in **Vorarlberg** als **Bezugsrahmen** eines Schätzmodells verwendet.

- Darüber hinaus werden mit den **4 Einflussfaktoren „regionale Wettbewerbsstärke", „Betriebstypendifferenzierung", „Zielgruppenorientierung der Betriebe"** sowie **„vernetzte multifunktionale Standortlage"** jene Faktoren herangezogen, die geeignet sind die Dimension des Verlustes im stationären Einzelhandel durch den Internethandel tendenziell zu erhöhen bzw. ggf. auch zu erniedrigen. In **2 Szenarien** werden mit Hilfe passender **Gewichtungsfaktoren** des Weiteren der Modellansatz stärker individualisiert und unterschiedliche Standortqualität, Lage, Branche bzw. Betriebstyp auch anders beurteilt.

- In **Szenario 1** werden ausschließlich die Branchen-Entwicklungsprognosen auf den gegenwärtigen Einzelhandelsbestand angewendet. In dieser Schätzung könnten bis 2030 mindestens 35.900 m² bis maximal 62.900 m² (7-12 % des Verkaufsflächenbestandes 2015) an Bestandsflächen durch den Internethandel verloren gehen.

- In **Szenario 2** werden die 4 Einflussfaktoren in der maximalen Gewichtung aus der Modellrechnung herangezogen. In diesem Fall eher praxistauglicherem Ansatz werden bis 2030 eine Verkaufsflächenreduktion von 29.700 m² bis maximal 51.400 m² (6-11 % des Verkaufsflächenbestandes 2015) eingeschätzt.

- Als Fazit daraus kann geschlossen werden, dass ein erhebliches Ausmaß der zukünftigen **zusätzlich möglichen Potenzialflächen** im **Einzelhandel** durch den starken **Internethandel** mitunter in **erheblichem Ausmaß kompensiert** werden könnte.

6 Empfehlungen

Im Zuge der Studie „Masterplan zur Einzelhandelsentwicklung im Rheintal und Walgau“ (Februar 2014) sowie der KAVO 2016 wurden eine Reihe von fachlichen Empfehlungen ausgesprochen, welche auch aufgrund der aktuellen Zahlen und ableitbaren Fazits für die gegenständliche Studie nach wie vor **von Relevanz** sind.

- **fachlich und politisch abgestimmte Einschätzung der zu versorgenden Verflechtungsbereiche**

  Das Bundesland Vorarlberg und vor allem der Rheintal-Walgau-Bereich präsentiert sich als eine **Ballung** von **leistungsstarken Handelsstandorten** mit teilweise vielfach **überschneidenden Einzugsgebieten** bzw. **Verflechtungsbereichen**. Diese **polyzentrische Struktur** erschwert die Zuordnung von klaren Versorgungsbereichen für die über- bzw. kleinregional bedeutenden Handelsstandorte.

  Als Abhilfe bedarf es einer klaren **fachlich** und **politisch abgestimmten Einschätzung** der **zu versorgenden Verflechtungsbereiche** ggf. in Form eines Sachprogramms, das gemeinsam mit den Gemeinden auch festgelegt und beschlossen wird. Hier sollen (prioritäre) Versorgungs- bzw. Verflechtungsbereiche erarbeitet werden, die auf die Lage, Struktur und Größe der Standorte Bezug nehmen. Damit soll eine geordnete Handelsentwicklung sichergestellt werden, strukturverträglich und passend auf die individuellen Besonderheiten. Empfehlenswert ist eine **gemeinsame interkommunale** bzw. **regionale Abstimmung** der Versorgungsfunktionen und –ziele bzw. der Verflechtungsbereiche für jede Gemeinde innerhalb der einzelnen Planungsregionen.

  Zusammengefasst sollte der Fokus in der **gemeinsamen Abstimmung** bei **folgenden Zielsetzungen** liegen:

  - Versorgungsfunktion jeder einzelnen Gemeinde
  - (max.) Anzahl der Konsumenten im Verflechtungsbereich (unter Berücksichtigung des Nächtigungstourismus)
  - Feinabstimmung der zukünftigen (regionalen) Handelsentwicklung
  - Detailansätze interkommunaler Abstimmung

- **zeitliche Befristung von Landesraumplänen**

  Im **§ 6 Absatz 1-7** des **Vorarlberger Raumplanungsgesetzes** werden die wesentlichen rechtlichen Aspekte eines „**Landes-raumplanes**“ erörtert. Demnach kann die Landesregierung durch Verordnung dieses Instrument erlassen, wenn im überörtlichen Interesse Regelungen zur Erreichung der Raumplanungsziele notwendig sind.

  Die **Kritik** des GutachterInnen-Teams richtet sich nun vor allem an die **unbefristete Gültigkeit** des erlassenen Landesraumplanes. Eine Reaktion auf dynamische Veränderungen im Einflussbereich des im Landesraumplan ausgewiesenen Grundstücks entfällt. Aus diesem Grund erscheint ein **Planungshorizont von 5 Jahren** als **ausreichend**, mit einer einfachen Verlängerungszeit ohne umfangreiche Zusatzprüfung. Danach erfolgt eine Evaluierung, ob die Ausgangsvoraussetzung zum Landesraumplan aus handelswissenschaftlicher Sicht noch gültig ist und ggf. ein Ablauf mit (zwingender) „Ruhestellung“ der gegenwärtigen Widmung.

  Dadurch kann unverhältnismäßiger Flächenverbrauch hintan gehalten werden, ebenso wie mögliche Grundstücksspekulationen.

- **Evaluierung der Eignungszonen**

  In „kleinstädtisch geprägten Zentren bevölkerungsstarker Gemeinden“ dürfen **Eignungszonen** ausgewiesen werden, in denen die **Ansiedlung von Einkaufszentren erleichtert** wird. Hier ist als Vereinfachung eine Widmung für einzelne Einkaufszentren ohne standortspezifischen Landesraumplan möglich. Dadurch soll eine Aufwertung der Ortszentren erreicht werden und dem Ansiedlungsdruck von Einkaufszentren an peripheren Standorten entgegengewirkt werden. Als Auswahlkriterien wurden folgende Kennzahlen zur Abgrenzung verwendet:

  - **Zentrumsattraktivität**
    Vorhandensein entsprechend attraktiver Bereiche mit einer gewissen Mindestgröße in zentraler Lage.

  - **Bedeutung als Versorgungsschwerpunkte**
    Ableitbare Schwerpunkte für die qualifizierte Grundversorgung.

  - **Einstufung als Stadt bzw. Marktgemeinde**

  - **Bevölkerung und Beschäftigte**
    In Betracht kommen vor allem Gemeinden mit mehr als zehntausend Einwohnern.

  - **Verkehrsinfrastruktur**
    Das Ortszentrum muss sowohl durch den motorisierten Individualverkehr als auch durch den öffentlichen Verkehr leicht erreichbar sein.

  Gegenwärtig verfügen folgende Städte und Gemeinden über Eignungszonen: Bregenz, Bludenz, Dornbirn, Feldkirch, Hohenems, Götzis, Hard, Lustenau, Rankweil, Lauterach und Wolfurt.

  Grundsätzlich kann die Ausweisung von Eignungszonen und die dadurch erleichterte Ansiedelung von Handelsbetrieben im zentralen Kernbereich begrüßt werden. Allerdings soll auch auf die **Gefahren ungeordneter Entwicklung ohne Größenbegrenzung** hingewiesen werden. Unverhältnismäßig dimensionierte Verkaufsflächenentwicklungen müssen nicht zwingend einen Attraktivitätsgewinn für die gesamte Innenstadt bedeuten.

  In der Praxis zeigt sich hier verstärkt ein „volkswirtschaftliches Nullsummenspiel“ mit **Verlagerungstendenzen innerhalb** des **zentralen Kernbereiches** und wenig neuer Angebotsstrukturen. Manchmal zeigt sich sogar eine **Schwächung**, wenn Frequenzbringer einfach „umgesiedelt“ werden. Vorsichtig zu bewerten ist demnach eine ungeordnete Branchenentwicklung auch in der Eignungszone. Als **Fazit** wird aus Gutachtersicht empfohlen, auch für die Entwicklungen innerhalb der Eignungs-zonen **die zukünftigen Potenzialentwicklungen** zu **berücksichtigen** bzw. die **Auswirkungen** innerhalb der **Innenstadt zu prüfen**.

- **interkommunale bzw. regionale Abstimmung der zukünftigen Handelsentwicklung**

  Die hohe Dynamik im Einzelhandel erfordert auch von den öffentlichen Entscheidungsträgern innovative Regelungsmechanismen, die über das lokale Denken hinausgehen. Auf jeden Fall müssten **Verträglichkeitsprüfungen** für neue Einzelhandelsstrukturen unbedingt **regional angesetzt** werden und erfordern eine strikte Handhabung der Raumordnungsgesetzgebung. Denn durch großflächige Einzelhandelsprojekte ist nicht nur der eigene Ort betroffen, sondern zumindest die (angrenzenden) Regionsgemeinden.

Aus diesem Grund sollte vor allem bei **überregional bedeutsamen Handelsentwicklungen** der **interkommunale** bzw. **regionale Diskurs** gesucht werden, um über die Möglichkeiten eines (interkommunalen bzw. regionalen) **Finanzausgleichs** offen und seriös zu diskutieren.

Als konkrete Maßnahme und Empfehlung erachtet die CIMA eine **gemeinsame (klein-)regionale Abstimmung** der **zukünftigen Handelsentwicklung** als sinnvoll. Basierend auf den regionalen Stärken und Schwächen kann dadurch eine zielgerichtete Ansiedelungspolitik forciert werden, die sich mehr an einer qualitativen Weiterentwicklung orientiert und weniger auf einen (weiteren) Verdrängungswettbewerb.

Darüber hinaus sollte **bei größeren Handelsentwicklungen** ein **interkommunaler Finanzausgleich** strukturschwächende Entwicklungen dämpfen, die finanziellen Mittel daraus sollten zweckgebunden zur Stärkung der (betroffenen) Orts- und Stadtkerne verwendet werden können.

- **Qualität vor Quantität bei zukünftigen Neuansiedelungen bzw. – erweiterungen**

  Die Ergebnisse der aktuellen KAVO zeigen klar auf, dass Vorarlberg und hier insbesondere das Rheintal mit Verkaufsflächenstrukturen **äußerst dicht** besetzt ist, wobei nur **wenige Standorte** bzw. **Standortlagen** von diesem **„Einzelhandelsboom“** in den letzten Jahren stark profitieren konnten.

  Nicht nur im Hinblick auf die Erhaltung von zumindest einer „qualifizierten Nahversorgung“ in den kleineren Einzelhandelsdestinationen im Bregenzerwald, Montafon sowie den bevölkerungsintensiven Gemeinden des Rheintals und Walgaus, sondern auch unter dem Aspekt des weiter an-steigenden Marktanteils des Internet-Handels erscheint ein **gezieltes qualitatives Wachstum** im stationären Vorarlberger Einzelhandel sinnvoll. Unter „gezieltem qualitativen Wachstum“ werden Neuansiedelungen und ggf. Erweiterungen verstanden, welche keine **strukturunverträglichen Verdrängungseffekte** von Anbietern generieren, welche entweder bereits mehrfach vor Ort vorhanden sind bzw. **„austauschbare“ Angebotsstrukturen** vorweisen. Der eindeutige Fokus wäre daher auf Branchen und Betriebstypen zu legen, welche

  - bislang im „Ländle“ noch nicht vertreten sind.
  - zumindest mittelfristig erfolgversprechende Geschäftsmodelle für den stationären Einzelhandel gegenüber der online-Konkurrenz darstellen
  - nachhaltige Frequenzimpulse und ggf. Agglomerationseffekte für den jeweiligen Standort generieren.

- **grenzüberschreitende Koordination der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung im Bodenseeraum**

  Während im Schweizer Grenzraum sowie im Fürstentum Liechtenstein in den letzten Jahren – aufgrund des hohen Frankenkurses und der damit verbundenen enormen Kaufkraftabflüsse nach Vorarlberg – die Einzelhandelsdynamik stark eingebremst wurde, sind in den größeren Städten des deutschen Grenzraums erhebliche Erweiterungen realisiert worden (z.B.: Friedrichshafen, Kempten, Lindau, Tettnang, etc.). Vor allem die deutschen Erweiterungen führten in einzelnen Teilregionen Vorarlbergs zu stärkeren Kaufkraftabflüssen (z.B.: Kleines

Walsertal, Teile des Bregenzerwalds, Stadt Bregenz, etc.).

Diese Rahmenbedingungen zeigen die **Sensibilität** der **Kaufkraftströme**, zumindest im grenznahen Raum, klar auf. Die CIMA regt daher an, im Rahmen der **EUREGIO Bodensee** eine grenzüberschreitende Abstimmung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung anzuregen.

In einem ersten Schritt könnten beispielsweise die vorhandenen Studien und Kennzahlen (z.B.: KAVO, Masterplan Rheintal/Walgau, Einzelhandelskonzept der IHK Bodensee-Oberschwaben, Einzelhandelskonzept Lindau) zusammengeführt und somit ein erstes „informatorisches" Gesamtbild gewonnen werden.

- **touristische Empfehlungen: „Ländle"-Einkaufsqualitäten als touristisches „Marketingprodukt" positionieren**

  Vorarlbergs Handel zieht erkennbar Kaufkraft aus dem Tages- und Nächtigungstourismus an. Diese touristischen Potenziale könnten – nach fachlicher Sicht – noch weiter ab- bzw. ausgeschöpft werden. Der lokale, insbesondere innerörtliche/-städtische Einzelhandel an touristisch attraktiven Standorten würde nicht nur **zusätzliche Kaufkraft** generieren, sondern auch in seinem **Bestand stabilisiert** werden können. Um dieses Ziel erreichen zu können, bedarf es jedoch einer Reihe von konkreten Maßnahmen.

  Neben lokalspezifischen Maßnahmen in den einzelnen Standorträumen wie beispielsweise einer verstärkten Ausrichtung der Angebotsstrukturen an touristische Konsumgewohnheiten und Bedürfnisse, der flexibleren Gestaltung der Öffnungszeiten an touristische Saisonen und Rahmenbedingungen sowie einer verstärkten Zusammenarbeit zwischen Stadt- und Tourismusmarketingeinheiten sollten jedoch auch auf Bundesland-Ebene „handelsorientierte" Tourismusstrategien entwickelt werden.

  Kernelemente dieses Vorschlags sind die akzentuierte Darstellung **„authentischer"**, **regionaltypischer** Vorarlberger **Handelsangebote** sowie die Präsentation des interessanten **Handelsmixes größerer Destinationen** im Zuge touristischer Werbe-, Marketing- und Incomingaktivitäten in den relevanten touristischen Zielmärkten Vorarlbergs.

- **Gründung einer Plattform „Vitale Orts-/Stadtkerne"**

  Österreichische Bundesländer wie Niederösterreich („NAFES") und die Steiermark („Ortskern aktiv") aber auch Bayern („Leben findet Innenstadt") initiierten in den letzten Jahren Plattformen bzw. Netzwerke, welche sich intensiv mit der wirtschaftlichen Stärkung innerörtlicher Kernzonen auseinandersetzen. Als ein eindeutiges (landesweites) **Signal** zum **verstärkten Investment** in Orts- und Stadtkerne schlägt die CIMA die Entwicklung eines ähnlichen Modells vor, welches auf drei Säulen aufgebaut ist:

  - Qualifizierung und Schulung
    Themenspezifische Schulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich der wirtschaftlichen Orts- und Stadtentwicklung, insbesondere für kommunalpolitische Entscheidungsträger-Innen und Gemeinde-Verwaltungsbedienstete.

- Fördermodell
  In Anlehnung an den bewährten und nachhaltig erfolgreichen NAFES-Fond in Niederösterreich wäre ein ähnliches Förderprogramm (mehrere Schwerpunkte von infrastruktureller Ortskernhilfe bis innovative KundInnenbindungsmaßnahmen) auch in Vorarlberg andenkbar.

- periodisch stattfindender Orts-/Stadtkernwettbewerb
  Initiierung eines, beispielsweise, alle 2 Jahre stattfindenden Wettbewerbs zur Prämierung innovativer Orts- und Stadtkernprojekte.

– **Hilfestellungen für kleinregionale Versorgungszentren**

Die Analyseergebnisse zeigen klar auf, dass eine hohe Anzahl sogenannter „kleinregionaler Versorgungszentren", insbesondere jene Standorte, welche in peripheren ländlichen Teilregionen Vorarlbergs liegen, nur mehr eingeschränkt attraktive Handelsangebote besitzen und über keine nennenswerte Kaufkrafteigenbindung samt Zuflüssen verfügen. Der Erhalt einer adäquaten Handelsstruktur in diesen kleinregionalen Versorgungszentren sollte nicht nur aus **regionalpolitischen**, sondern auch unter **touristischen** Aspekten betrachtet werden.

Diese Hilfestellungen sollten sich weniger auf gestalterische und infrastrukturelle Themen konzentrieren, da die meisten kleinregionalen Versorgungszentren über ausreichend attraktive Rahmenbedingungen in diesen Feldern verfügen, sondern auf Unterstützungen bei der Entwicklung von **Standortstrategien**, **Wohnortmarketingaktivitäten** sowie **Ansiedelungsbemühungen** neuer Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungsangebote.

– **Pilotmodel „Digitale Einkaufsstadt"**

Der zunehmende **online-Boom** wird in den nächsten Jahren **erhebliche Angebotserosionen** im stationären Einzelhandel auslösen. Die nun vielfach propagierte Lösung, dass UnternehmerInnen bzw. Orts- und Stadtmarketing betriebliche online-Shops oder lokale online-Plattformen entwickeln sollen, ist, aus fachlicher Sicht, viel zu kurz gegriffen.

In Anlehnung an ein, Anfang 2016 in Bayern gestartetes Pilotvorhaben („Digitale Einkaufsstadt") in einigen ausgewählten Städte, in welchem die gesamte Bandbreite der Möglichkeiten durchleuchtet werden, wie der stationäre innerstädtische Handel auf diese zusätzliche Konkurrenz aktiv reagieren kann, wäre auch für Vorarlberg empfehlenswert.

7 Verzeichnisse

Graphikverzeichnis

Graphik 1 – Verkaufsflächen der Vorarlberger Regionen 2015 18
Graphik 2 – Anzahl Verkaufsstellen im Einzelhandel der Vorarlberger Regionen 18
Graphik 3 – Veränderung der Verkaufsstellen im Rheintal-Walgau 2013-2015 19
Graphik 4 – Veränderung der Verkaufsflächen im Rheintal-Walgau 2013-2015 19
Graphik 5 – Veränderung – Betriebsanzahl/Vkfl der Zentralorte Vorarlbergs 2001-2015 ..20
Graphik 6 – Entwicklung - Vkfl.-Index zentrale Handelsstandorte zw. 2001 (=100)-2015 ..21
Graphik 7 – Bevölkerungsprognose Vorarlberger Bezirke 2009-2050 27
Graphik 8 – Streu- & touristischer Umsatzanteil 2001-2009-2015 31
Graphik 9 – Umsatzauswirkungen – Frankenkurs; n = 301 Betriebe 33
Graphik 10 – Umsatzauswirkungen Frankenkurs – Vbger Bezirke 34
Graphik 11 – Umsatzanteil Internethandel in Vorarlberg 35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Vkfl.- und –entwicklung der Vorarlberger Zentralorte seit 2001 20
Tabelle 2 - Innenstadt-Vkfl. der zentralen Handelsstandorte – Vergl. 2001-2009-2015 22
Tabelle 3 - ausgewählte Kaufkraftkennzahlen KAVO 2016 23
Tabelle 4 - Kaufkraftbilanz nach Bedarfsgruppen 24
Tabelle 5 - Faktoren zur Berechnung der Potenzialentwicklungen 26
Tabelle 6 - Bevölkerungsentwicklung Vorarlberger Bezirke 2009-2030 27
Tabelle 7 - Bevölkerungsentwicklung Vorarlberger Bezirke 2005-2015 27
Tabelle 8 - Bevölkerungsentwicklung der (Klein-)Regionen Vorarlbergs 2020/2030 29
Tabelle 9 - Bevölkerungsentwicklung an Vorarlberg angrenzende Regionen 29
Tabelle 10 - Verbrauchsausgaben ausgewählter Warengruppen und Gesamt 30
Tabelle 11 - Kaufkraftindex/Ew. und pro Haushalt 2015 ausgewählter Gemeinden 30
Tabelle 12 - Nächtigungen der Vorarlberger (Klein-)Regionen 2005 bis 2016 32
Tabelle 13 - Prognosen des Kaufkraftanteils des Internethandels in 2020/2030 36
Tabelle 14- zusätzl. abschöpfbare Kaufkraft bis 2020/2030 in Mio. € 37
Tabelle 15- Bandbreite-Einzelhandelspot. bis 2020/2030 f in TSD m² Verkaufsfläche 39
Tabelle 16 – gemeindege. Festlegung der Verflechtungsbereiche – Bezirk Bludenz 46
Tabelle 17 – gemeindege. Festleg. der Verflechtungsbereiche – Bezirk Bregenz 47
Tabelle 18 – gemeindege. Festleg. der Verflechtungsbereiche – Bez. Bregenz/Dornbirn ...48
Tabelle 19 - gemeindege. Festlegung der Verflechtungsbereiche – Bezirk Feldkirch 49
Tabelle 20 - reg. Gliederung der Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2020 für die Handelsentwicklung in den Vorarlberger Kleinregionen 51
Tabelle 21 - regionale Gliederung der Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2030 für die Handelsentwicklung in den Vorarlberger Kleinregionen 52
Tabelle 22 – Entwicklungsprioritäten-Einzelhandelspot. (2020/2030)–Bez. Bregenz 55
Tabelle 23 – Entwicklungsprioritäten-Einzelhandelspot. (2020/2030)–Bez. Bludenz, Dornbirn und Feldkirch 56
Tabelle 24 - Prognosen des Kaufkraftanteils des Internethandels in 2020/2030 58
Tabelle 25 - verstärkende bzw. abschwächende Gewichtungsfaktoren des Kaufkraftanteils des Internethandels in 2020/2030 60
Tabelle 26 - Modellberechnung der Verkaufsflächenverluste durch den Internethandel bis 2030 – nach Szenarien und Branchenprognosen 61

Kartenverzeichnis

Karte 1 – Untersuchungsgebiet nach Regionen 8
Karte 2 – Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen auf Gemeindeebene 2015 19
Karte 3 – Veränderung der Vkfl. in den zentralen Handelsstandorten zw. 2001 - 2015 ..21
Karte 4 – Kaufkraftbilanz von Vorarlberg mit den Nachbarregionen 25
Karte 5 – Bevölkerungsprognosen der (Klein-)Regionen Vorarlbergs bis 2020 28
Karte 6 – Bevölkerungsprognosen der (Klein-)Regionen Vorarlbergs bis 2030 28
Karte 7 –Nächtigungen der Vorarlberger (Klein-)Regionen 2005 bis 2016 32
Karte 8 – Untersuchungsgebiet nach Regionen 43
Karte 9 – Mittelwerte-Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2020 in den Kleinreg. 53
Karte 10 – Mittelwerte-Entwicklungsflächen im Einzelhandel bis 2030 in den Kleinreg. 53