

Bezirk Güssing**Kaufkraft fließt meist in den Online-Handel**

Vom gesamten Kaufkraftvolumen von 19,1 Millionen Euro bleiben nur 8,2 Millionen Euro in der Region – Gewinner ist „Online“.



Präsentierten Ergebnisse. Klaus Sagmeister, Otmar Trummer, Jürgen Szerencsits, Markus Wolf, Alois Mondschein, Georg Gumpinger, Werner Unger, Vinzenz Knor und Wolfgang Ivancsics (v.l.). | BVZ, zVg

Im Auftrag der Wirtschaftskammer erhob Studienautor Georg Gumpinger aktuelle Trends und Veränderungen im Handelsverhalten in den vergangenen Jahren. Die Ergebnisse wurden unlängst im Technologiezentrum präsentiert – auffälligste Erkenntnis: Die Bedeutung des Online-Handel nimmt immer mehr zu.

„Chancen bietet der touristische Gast, der im Einzelhandel noch unterschätzt wird“

Dabei zeigte sich, dass Güssing, so wie zahlreiche andere Städte auch, als Einzelhandelsstandort an Attraktivität verliert. „Chancen bietet der touristische Gast, der im Einzelhandel noch unterschätzt wird und wo es auch hier Potenzial gibt“, nannte Gumpinger bei seinem Vortrag auch gleich eine Lösung für das Problem. „Hier hat Güssing im Vergleich zu anderen Städten den Attraktivitätsvorteil eines historisch gewachsenen Stadtkerns mit der Burg im Zentrum.“

Dadurch gebe es vor allem Chancen für eigentümergeführte Betriebe im höheren Qualitätssegment durch hochwertige Produkte und kompetente Beratung. Ganz aus der Pflicht lassen wollte der Studienautor die ansässigen Betriebe aber auch nicht: „Die Unternehmer sind gefordert, den digitalen Herausforderungen durch eine zeitgemäße Online-Präsenz zu begegnen.“

Arbeitsgruppe soll Maßnahmen erarbeiten

Die Studienergebnisse wurden im Anschluss an die Präsentation noch intensiv diskutiert und als Ergebnis soll sich eine Arbeitsgruppe unter der Leitung von Bürgermeister Vinzenz Knor um die Ableitung konkreter Maßnahmen kümmern.

KAUFKRAFTANALYSE GÜSSING

- *Kaufkraftvolumen* in der Stadt Güssing: 19,1 Millionen Euro
- 43 Prozent davon bleiben in der Region, • 57 Prozent wandern ab • – vor allem in die Einkaufszentren der Nachbarbezirke, aber vor allem in den • *Onlinehandel*
- *Waren des mittelfristigen Bedarfs* • , zum Beispiel Schuhe oder Kleidung, werden zu 17 Prozent online gekauft, 2009 lag dieser Wert noch bei 5,6 Prozent
- 85 Prozent • der Güssinger Einkaufsflächen liegen außerhalb der Innenstadt in Fachmarktzentren
- 41 Prozent • der Betriebe sind aber noch in der Innenstadt, das zeigt den hohen Flächenbedarf und Filialisierungsgrad am Stadtrand