

# Kaufkraftanalyse 2016: Wie attraktiv ist der Bezirk Oberwart?

Die Wirtschaftskammer Burgenland lud alle Unternehmer des Bezirks zur Präsentation der Ergebnisse der Kaufkraftanalyse ein.

Die Wirtschaftskammer Burgenland hat nach 2009 und 2013 erneut eine Kaufkraftstudie in Auftrag gegeben. Nun wurden die Ergebnisse für den Bezirk Oberwart in der WK-Regionalstelle präsentiert. Ziel der Veranstaltung war nicht nur die Information, sondern auch die Entwicklung von Strategien für die Zukunft.

Studienautor Ing. Mag. Georg Gumpinger erhob die aktuellen Trends und Veränderungen in den letzten Jahren. Er rät: "Der Handel muss die Chance nützen, mit guter Fachberatung, Produktnischen in eigentümerorientierten Geschäften und innovativen Events die Kunden verstärkt zu binden." Bestehende Frequenzbringer, wie zum Beispiel am Mittwoch der Wochenmarkt sollen besser genutzt werden. Als eine weitere Zielgruppe sieht er die Tourismuskäste in Bad Tatzmannsdorf. Sie sind potenzielle Kunden, die ihr Geld gerne in der Region ausgeben.

Bürgermeister LAbg. Georg Rosner analysiert: "Oberwart hat keinen klassischen historischen Stadtkern. Wir bemühen uns, beispielsweise durch die Renovierung des Rathauses und durch die Einrichtung von Begegnungszonen die Innenstadt attraktiver zu gestalten."

Der Oberwarter Bürgermeister verspricht auch die Schaffung professioneller Strukturen für das Stadtmarketing und eine intensivere Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Tourismus.

## Herausforderungen für Handelsunternehmen

"Der Handel bietet Lebensqualität und Arbeitsplätze. Wir werden uns anstrengen, um mehr Kaufkraft in der Region zu halten und die burgenländischen Handelsunternehmen fit für die Anforderungen der Zukunft, wie etwa den Onlinehandel und die Digitalisierung zu machen", bekräftigt Kommerzialrätin Andrea Gottweis, MSc, Obfrau der Sparte Handel.

WK-Regionalstellenobmann DI Gerald Guttmann: "Diese Veranstaltung war eine gute Möglichkeit, um die Wirtschaft im Bezirk über die Analyse des Ist-Zustands zu informieren und gemeinsam neue Wege anzudenken. Wir wollen als Standort attraktiv bleiben und uns weiterentwickeln. Mit dieser Veranstaltung haben wir einen wichtigen Denkanstoß geliefert. Wir werden mit vereinten Kräften weiter daran arbeiten, damit die Wirtschaft im Bezirk blüht."

## Die Fakten für den Bezirk Oberwart:

- **82 Prozent Kaufkraft-Eigenbindung**

Die gesamte Kaufkraft-Volumen im Bezirk Oberwart umfasst im Jahr 2016 rund 260 Millionen Euro. Von dieser Summe verbleiben 82 Prozent in den Handelsbetrieben des Bezirkes. Trotz Rückgängen (- 7 Prozent seit der letzten Erhebung im Jahr 2009) liegt dieser Anteil immer noch sehr hoch. Damit liegt der Bezirk deutlich vor dem Bezirk Eisenstadt (Stadt und Land sowie Rust) mit 75 Prozent und dem Bezirk Oberpullendorf mit 66 Prozent.

- **Einkaufsraum Oberwart/Unterwart überregional bedeutend**

Die Anziehungskraft des Einkaufsraums Oberwart/Unterwart erstreckt sich neben dem eigenen Bezirk auch weit in die benachbarten Regionen im Burgenland und der Steiermark. Hohe Akzeptanz genießt der Oberwarter Handel auch in den angrenzenden ungarischen Komitaten.

- **Internethandel als wichtiger Konkurrent**

Als größte Wettbewerber des Bezirks-Einzelhandels sind leistungsfähige Einzelhandelsstandorte in der Steiermark (7,5 Prozent der Oberwarter Kaufkraft) sowie der Internethandel (6,5 Prozent) zu benennen. 47,7 Millionen Euro der Bezirkskaufkraft fließen insgesamt ab, rund 3/4 umfassen diese beiden wichtigsten Abflussziele.

- **Hoher Anteil an (groß-)filialisierten Anbieterstrukturen**

Der Einzelhandel im Einkaufsraum Oberwart/Untertwart ist stark Filial-geprägt. Während im Burgenland durchschnittlich 55 Prozent aller Handelsbetriebe filialisiert sind, liegt dieser Wert im Einkaufsraum noch deutlich höher bei 66 Prozent und ist damit seit 2009 sogar um 10 Prozent - Punkte angestiegen.

- **Oberwarter Innenstadt kritisch bewertet**

Im Zuge der Kaufkraftstromanalysen wurden die Konsumenten auch eingeladen, die Attraktivität der Innenstädte der wichtigsten zentralen Handelsstandorte zu beurteilen. In den Kategorien "Parkplatzausstattung", "kompetente Fachberatung" und "Freundlichkeit" erreicht die Innenstadt passable Noten. Äußerst kritisch hingegen werden sowohl die "Einkaufsatmosphäre" und die "Warenvielfalt/Branchenmix" in der Innenstadt bewertet. In allen Fällen deutlich schlechter als in der Peripherie. Somit wird die Innenstadt nur mehr von wenigen als attraktiver Einzelhandelsstandort empfunden.



*DI Gerald Guttmann, Kommerzialrätin Andrea Gottweis, MSc, Ing. Mag. Georg Gumpinger, LAbg. Georg Rosner*

6.2.2017 Doris Granabetter