

Quelle: BVZ.at**Adresse:** <http://www.bvz.at/mattersburg/analyse-kaufkraft-steigt-im-bezirk-mattersburg/43.610.665>**Datum:** 29.03.2017, 07:22Erstellt am 29. März 2017, 05:26
von **Bettina Eder****Analyse**

Kaufkraft steigt im Bezirk Mattersburg

Etwa die Hälfte der Kaufkraft bleibt im Bezirk, Bindung an den Bezirk sinkt aber weiter.

**Kaufkraft. Georg Gumpinger und Melanie Eckhardt präsentierten die Ergebnisse.** | BVZ, Eder

Mehr Publikum, mehr Kaufkraft – so ergründet Georg Gumpinger die Ergebnisse seiner Kaufkraft-Studie für den Bezirk. Das Bevölkerungswachstum im Bezirk und speziell in der Stadt (etwa 15 Prozent von 2011 bis 2015) spiele dem Handel in die Hände.

Auch das regionale Kaufkraft-Niveau sei gestiegen. Insgesamt standen den Bezirkseinwohnern im Vorjahr 206 Millionen Euro an Kaufkraft zur Verfügung, mehr als die Hälfte davon wird im Bezirk selbst wieder ausgegeben. Fast zwei Drittel der Kaufkraft geht in die Lebensmittelbranche.





| BVZ

Der Kunde werde laut Gumpinger einfach mobiler. Der Bezirk wird „aufgerieben“ durch starke nahe Mitbieterzentren aus Niederösterreich (zum Beispiel Wiener Neustadt, SCS) und dem Burgenland (Eisenstadt). Im benachbarten Eisenstadt landen etwa 12 Prozent, Niederösterreich „nimmt“ sogar 23 Prozent der Kaufkraft der Mattersburger. Begleitet von dem hochdynamischen Internethandel hat sich aus diesem Grund die Kaufkraft-Eigenbindung – also die Bereitschaft der Mattersburger im eigenen Bezirk Geld auszugeben – im Vergleich zu 2009 nochmals um mehr als drei Prozent reduziert.



„23 Prozent der Mattersburger Kaufkraft gehen nach Niederösterreich“

(Studienmacher Georg Gumpinger)

Mittlerweile würden 13 Millionen Euro von den Bezirksbürgern in den Online-Handel fließen. Stark zugenommen haben die Onlinebestellungen im Bekleidungssektor: 16,1 Prozent der Kleider aus Mattersburg werden mittlerweile online gekauft. Zum Vergleich: 2008 waren es nur 5,6 Prozent. Positiv seien auch einige Bereiche in der Stadt zu bewerten. Die Verkaufsflächen und Verkaufsstellen in der Stadt Mattersburg seien leicht angestiegen. Dennoch verliere die Innenstadt gegenüber der Peripherie.

Positives Zeugnis für die Innenstadt

Der Innenstadt wird dennoch ein positives Zeugnis ausgestellt: „Viele zentrale Einkaufsbereiche leiden unter massivem Attraktivitätsverlust, in Mattersburg ist das – noch – relativ gut“, so Gumpinger. Und: Nach Oberpullendorf hat Mattersburg die von den Kunden am besten bewertete Einkaufsatmosphäre. „Trotz hohem Fachmarktzentrum-Anteil gibt es noch viele inhabergeführte Fachgeschäfte in der Innenstadt“, analysiert Gumpinger.

„Es ist dem Konsumenten wichtig und es wird auch immer wichtiger, regionale Produkte zu kaufen“, so Melanie Eckhart, Sprecherin der Sparte Handel der Wirtschaftskammer im Bezirk Mattersburg. Präsenz im Internet sei dennoch oberstes Gebot. „Man muss Internet präsent sein, zumindest mit einer klaren Infoseite, was ich anbiete, wo ich zu finden bin und wann offen ist. Sonst hat man langfristig verloren“, so Eckhardt und Gumpinger unisono. Ernüchternd ist dabei die Bereitschaft der Unternehmen. Eckhardt schätzt: „Obwohl wir das seit Jahren predigen, ist nicht einmal die Hälfte unserer Handels-Unternehmen im Internet überhaupt auffindbar“, schätzt Eckhardt.

