

Handel unter der Lupe: So wird im Bezirk eingekauft

Wirtschaft

von Cornelia Rehberger - Dez 7, 2016



Von links: Oberpullendorfs Bürgermeister Rudi Geißler, WB-Organisationsreferent Alexander Krail, Wirtschaftsbund-Bezirksobmann Herbert Baumrock und Georg Gumpinger von der Consulting-Firma „Gut & Co“

Wer gibt wofür wie viel Geld aus im Bezirk Oberpullendorf? Mit einer detaillierten Kaufkraftanalyse im Auftrag des Wirtschaftsbaus wurden auf diese Fragen nun spannende Antworten gefunden.

Die schlechte Nachricht: Rund ein Viertel der Kaufkraft fließt mittlerweile zum Online-Shopping, und generell ist die Kaufkraft im ganzen Burgenland gesunken. Die gute Nachricht: Der Bezirk Oberpullendorf – und da vor allem der Einkaufsraum Oberpullendorf/Stoob – steht besser da als so manche andere Einkaufsstadt des Bundeslands.

Unter dem Motto „Kauf ein Daheim – Denk regional“ hat der Wirtschaftsbaus des Bezirks Oberpullendorf den Experten Georg Gumpinger (Consulting Gut & Co) mit der Analyse der Einkaufssituation beauftragt. Dafür wurden im Frühjahr bzw. Sommer 2016 1.500 Telefoninterviews durchgeführt und der Standort analysiert. Verglichen wurden die Ergebnisse dann mit jenem aus dem Jahr 2009.

184 Millionen für Bezirk



Gut & Co – Gumpinger Text & Consulting e.U. Oberpullendorf

Insgesamt liegt das Kaufkraft-Volumen (also alle Geldmittel, die im Bezirk für Einkäufe zur Verfügung stehen) im heurigen Jahr bei 184,3 Millionen Euro. Über 70 Prozent davon werden allein für Lebensmittel ausgegeben – und zwar am liebsten im Bezirk. Zwei Drittel des Kaufkraft-Volumens bleiben in Oberpullendorf, ein Drittel geht weg – etwa ins Internet, in andere Bezirke oder Bundesländer. Gleichzeitig gibt es aber auch einen Zufluss. Besonders aus benachbarten Gemeinden wie Kirchsschlag und vor allem aus Westungarn.

Der Experte warnt aber davor, die Auswirkungen des Online-Handels zu unterschätzen. „Im heurigen Jahr gehen rund 12 Millionen Euro aus dem Bezirk Oberpullendorf an große Online-Händler. Das ist ein Verlust für die heimische Wirtschaft“, so Gumpinger. Bei Produkten wie Buch, Papier oder Bekleidung sei dieser Trend schon stark spürbar. Nun würden diese großen Unternehmen vermehrt in den Lebensmittel-Sektor drängen. „Umso wichtiger ist es, stärker personalisierte Angebote zu schaffen und die Regionalität zu unterstreichen“, erklärt der Experte. Grundsätzlich seien die

Menschen im Bezirk aber sehr treue Kunden. Die Stadt Oberpullendorf ist außerdem im ganzen Land Spitzenreiter, wenn es um das Einkaufen in der Innenstadt geht. Nirgendwo sonst gibt es so viele inhabergeführte (Fach-)Geschäfte und so viel Verkaufsraum im Zentrum.

Gutes Angebot, mehr Vielfalt

„Diese Geschäfte sind unheimlich wichtig für die heimische Wirtschaft. Nicht nur, dass damit ein vielfältiges und unverwechselbares Angebot geschaffen wird. Man weiß auch, dass von einem Euro, der in einem solchen Geschäft ausgegeben wird, 1,52 Euro an Wertschöpfung im Bezirk lukriert werden. Außerdem sind die Fachgeschäfte Arbeitsplatzlieferanten – viel mehr als das bei großen Ketten der Fall ist, die mit möglichst wenigen Mitarbeitern auskommen“, erklärt Gumpinger. Dafür gibt es in Sachen Einkaufs-Attraktivität auch die Bestnote von allen Einkaufsstädten im Burgenland: 2,5. Dass auch dieses Ergebnis noch Verbesserungspotenzial bietet, ist klar. „Das vorhandene Angebot wird geschätzt. Aufholbedarf sehen die Befragten beim Parkplatzangebot, bei den Geschäftsleerständen und bei der Angebotsvielfalt“, so Gumpinger.

Wie kann man da als Stadt gegensteuern? „Es muss nicht alles Handel sein. Auch Wohnraum erzeugt Kaufkraftvolumen. Ebenso wie dynamische Maßnahmen in der Innenstadt. Alles, was überrascht, ist gut. Das kann Gastronomie sein aber auch ein Dienstleister. Und auch Gesundheitseinrichtungen können Frequenzbringer sein.“

Wirtschaftsbund-Bezirksobmann Herbert Baumrock appelliert an die Menschen im Bezirk: „Das Motto ‚Kauf ein Daheim – Denk regional‘ ist wichtiger denn je. Wir Burgenländer haben es selbst in der Hand, Arbeitsplätze und Lebensqualität zu sichern.“

Ähnliche Beiträge

Hauptsache Arbeitsplätze
Apr 26, 2017
In "Wirtschaft"

Familie, Arbeit, Weiterbildung für Frauen
Sep 21, 2016
In "Region"

Neue Visionen für die „genussreiche Familienregion“
Apr 26, 2016
In "Region"

© Werbe-, Druck- und Verlagshaus Alois

Mayrhofer e.U.

Website made by TW