

Beurteilung der Auswirkungen der Erweiterungspläne des Einkaufszentrums Messepark in Dornbirn



Messepark

Auftraggeber

Amt der Vorarlberger Landesregierung

Abteilungen VIa Allgemeine Wirtschaftsangelegenheiten
und VIIa Raumplanung und Baurecht
6900 Bregenz | Römerstraße 15

Gutachter

CIMA Beratung + Management GmbH

4910 Ried im Innkreis | Johannesgasse 8

Tel.: +43 7752 711 17

E-Mail: cima@cima.co.at

Bearbeitungsteam der CIMA

Projektleitung

Mag. Roland MURAUER

Geschäftsführender Gesellschafter der CIMA Austria
murauer@cima.co.at

Projektmitarbeit

Denise BRUCKNER, Beraterin der CIMA Austria

Ing. Mag. Georg GUMPINGER, freier Mitarbeiter

Edith OBERMAYR, BSc, Beraterin der CIMA Austria

06.04.2023

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (CIMA).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der CIMA und ihrer Mitarbeiter*innen. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die CIMA gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage und Projektrahmenbedingungen	6
1.1	Ausgangslage	7
1.2	Projektrahmenbedingungen	7
2	Der Handelsstandort Dornbirn	9
2.1	Soziodemographische und volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	10
2.1.1	Bevölkerung und Bevölkerungsentwicklung.....	10
2.1.2	Bevölkerungsprognose Dornbirn	10
2.1.3	Bevölkerungsprognose im Dornbirner Einzugsgebiet.....	10
2.1.4	Arbeitsstätten und Beschäftigung.....	12
2.1.5	Pendler*innenverflechtungen	13
2.1.6	Touristische Leistungsfähigkeit	14
2.2	Die aktuelle Handelsstruktur und Kaufkraftsituation.....	14
3	Das Einkaufszentrum Messepark Dornbirn.....	20
3.1	Lage und Umfeld-Beschreibung.....	21
3.1.1	Lage und Umfeld	21
3.1.2	Verkehr und Erreichbarkeit.....	22
3.2	Messepark Dornbirn – Leistungskennziffern.....	24
3.3	Beschreibung Erweiterungsprojekt	25
4	Der Messepark Dornbirn im Vergleich zu regionalen Mitbewerberstandorten und Einkaufszentren in vergleichbaren österreichischen Handelsstandorten	26
4.1	Einleitung.....	27
4.2	Einkaufszentren im regionalen Umfeld	27
4.2.1	Rheinpark - St. Margrethen (CH)	27
4.2.2	Shopping Arena - St. Gallen (CH)	28
4.2.3	Bodensee-Center – Friedrichshafen (DE).....	28
4.2.4	Forum Allgäu - Kempten (D)	29
4.2.5	Lindau Park – Lindau (D)	29
4.2.6	LAGO - Konstanz (D).....	30
4.3	EKZ in vergleichbaren österreichischen Handelsstandorten	31
4.3.1	max.center - Wels (OÖ)	31
4.3.2	HEY!Center - Steyr (OÖ).....	31
4.3.3	Traisenpark - St. Pölten (NÖ)	32
4.3.4	Bühl Center - Krems an der Donau (NÖ)	32
4.3.5	Fischapark - Wiener Neustadt (NÖ)	33
4.3.6	Atrio - Villach (K)	33
4.4	Wettbewerbsportfolio	34
5	Beurteilung der Umsatzleistung und Umsatzherkunft der Messepark- Erweiterung	38
5.1	Einleitung	39
5.1.1	Prüfgegenstand Auswirkung aus Gesamtflächenerweiterung (=Erweiterungsfläche + nicht ausgeschöpfter Verkaufsfläche)	39
5.1.2	Studienvergleich mit „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark“ aus dem Jahre 2016	40
5.1.3	Projektwerberdaten als Szenarien-Grundlage	42
5.1.4	Berechnungsgrundlage zur Umsatzherkunft.....	42
5.2	Kaufkraftpotenziale aus der natürlichen Entwicklung der Kaufkraft bis 2030	43
5.2.1	Kaufkraftpotenziale aus der Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Dornbirn bis 2030.....	43
5.2.2	Bevölkerungsveränderungen im Dornbirner Einzugsgebiet bis 2030	45
5.3	Umsatzherkunft aus projektbedingter Nachfrage-Veränderung aus der Stadt Dornbirn sowie aus den Kaufkraftverflechtungen regelmäßiger und unregelmäßiger Einkaufsfahrten.....	47

5.3.1 Umsatzherkunft aus Steigerung der Kaufkrafteigenbindung bzw. Reduktion der Kaufkraftabflüsse	47
5.3.2 Umsatzherkunft aus dem Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels (=regelmäßige Einkaufsfahrten)	49
5.3.3 Umsatzherkunft außerhalb des Einzugsgebietes des Dornbirner Einzelhandels durch Steigerung bei unregelmäßigen Einkaufsfahrten (=Streumsatz)	51
5.4 Umsatzherkunft aus der Umsatzumlenkung der Dornbirner Innenstadt sowie aus anderen zentralen Handelsstandorten Vorarlbergs	51
5.5 Auswirkungen der Umsatzumlenkung auf die standortspezifischen Raumleistungen	54
5.6 Gesamtüberblick der Umsatzherkunftsszenarien	57
5.7 Gegenüberstellung Sollumsatz und Umsatzherkunft, Online-Abschwächung und Agglomerationseffekte	58
6 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlung	61
7 Anhang	65
7.1 Kriteriensetprüfung zur Beurteilung der Erweiterung des EKZ Messepark 3.0 für „sonstige Waren“	66
7.1.1 Standort- und Verkaufsflächenbezogene Kriterien	66
7.1.2 Kaufkraftrelevante Betrachtung (intensiv)	67
7.1.3 Kaufkraftrelevante Betrachtung (extensiv)	68
7.1.4 Sonstige Kriterien	68
7.1.5 Fazit Kriteriensetprüfung „sonstige Waren“	69
7.2 Kernaussagen der Auswirkung einer Messeparkerweiterung aus der Studie „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ Landesraumplanes Dornbirn Messepark“ (Mai 2016)	70
7.2.1 Handelsspezifische Kernaussagen	70
7.2.2 Städtebauliche Kernaussagen (auf die Siedlungszentren der Zentralorte bzw. im Nahbereich)	70
7.3 Fazit Kapitel aus der Studie „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark“ (Mai 2016)	71
7.4 Methodik	74
7.4.1 Kaufkraftstromanalyse - Methodenmix	74
7.4.2 Methodik der telefonischen Haushaltsbefragungen zur Erfassung der Kaufkraftströme	75
7.4.3 Berechnung der Kaufkraftströme	75
7.4.4 Branchenmixanalyse – Erfassung der Einzelhandelsstrukturen	77
7.5 Begriffsdefinitionen	79
7.6 Graphikverzeichnis	80
7.7 Tabellenverzeichnis	81
7.8 Quellenverzeichnis	82

1 Ausgangslage und Projektrahmenbedingungen



1.1 Ausgangslage

Im Zuge des EKZ-Landesraumplanverfahrens Dornbirn-Messepark (A14 - L 204 Lustenauer Straße – Messestraße, Messepark) wurde die CIMA gebeten eine **handelswissenschaftliche Beurteilung** zu erstellen, die sich aus den **Auswirkungen** der beantragten **Änderung** der Erst-Erlassung eines **EKZ-Landesraumplanes** ergeben könnten. Dabei ist auf die **Versorgungsstrukturen** (inkl. Nahversorgung) im Einzugsgebiet, insbesondere der Versorgungsstrukturen in den Siedlungszentren der **Zentralorte**¹, Bedacht zu nehmen.

Die Auswirkungen sind bezogen auf den bisherigen rechtlichen Ist-Zustand laut Flächenwidmungsplan zum Antragszeitpunkt in folgenden Details zu betrachten:

- auf die Kaufkraft (Abfluss, Bindung, Abschöpfung),
- auf den Umsatz (in erster Linie Umsatzumlenkung),
- auf die Warengruppen und Versorgungsqualitäten,
- auf das Einzugsgebiet (bzw. Verflechtungsraum),
- auf den Vergleich zum Einzelhandelsbesatz des Siedlungszentrums sowie

in städtebaulicher Hinsicht auf die Siedlungszentren der Zentralorte bzw. im Nahbereich (Leerstand).

1.2 Projektrahmenbedingungen

Die CIMA wickelte im Zeitraum **Juni 2021 bis Juni 2022** - im Auftrag des Landes Vorarlberg, der Wirtschaftskammer Vorarlberg und 12 zentralen Handelsstandorten (darunter auch die Stadt Dornbirn) - eine **Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung** ab. Diese Analyse wurde bereits 2001, 2009 und 2015 durchgeführt. Somit kann im Vergleich der Daten sowohl eine **langfristige Entwicklung** des stationären und Online-Einkaufsverhaltens der Bevölkerung in Vorarlberg sowie den landesexternen Einzugsgebieten fundiert dargelegt werden, als auch der stationären Angebotsstrukturen im gesamten Bundesland.

Derartig dichte, aktuelle Datengrundlagen samt Darstellung entsprechender mittel- bis langfristiger Trendentwicklungen stellen eine ausgezeichnete Basis für die gegenständliche handelswissenschaftliche Beurteilung der Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens des Einkaufszentrums Messepark dar. Zur weiteren Schärfung der gutachterlichen Berechnungen und Aussagen hat die CIMA zusätzliche Erhebungen (z.B.: qualitative Branchen-Analysen im Messepark, Begutachtung der aktuellen Handels- und Standortqualität wichtiger Mitbewerber-Shopping Center im regionalen Umfeld) sowie Kennzahlenadaptierungen (z.B.: aktuelle Kaufkraftvolumina, Online-Einkaufsverhalten, etc.) vorgenommen.

Im Gegensatz zum **CIMA-Gutachten 2016** („Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn-Messepark“ vom Okt. 2016/Auftraggeber: Land Vorarlberg), in

¹ Zentralorte sind lt. der aktuellen Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturuntersuchung (in alphabetischer Reihenfolge): Bezau, EKR Bludenz-Bürs, Bregenz, Dornbirn, Egg, Feldkirch, Frastanz, Götzis, Hard, Lauterach, Lustenau, Rankweil, EKR Schruns-Tschagguns, Wolfurt.

welchem sowohl die Datengrundlage als auch Kooperationsbereitschaft, insbesondere von Seiten des betreffenden Einkaufszentrenbetreibers als „dürftig“ zu bezeichnen war, ist bei der aktuellen Studie eine **deutlich bessere Ausgangssituation** gegeben. Jeweils über Vermittlung bzw. Zwischenschaltung durch die Abteilung VIIa des Landes Vorarlberg hat die CIMA **alle relevanten Daten** des Einkaufszentrums Messepark erhalten, welche für die fundierte Beurteilung des Erweiterungsvorhabens von Wert sind wie z.B.: genaue branchen- und Outlet-spezifische Auflistung der aktuell genützten Verkaufsflächen, branchen- und Outlet-spezifische Flächenproduktivitäten der letzten Jahre, exakte verkaufsflächen spezifische Aufschlüsselung der geplanten Verkaufsflächenerweiterungen samt Nennung möglicher neuer Mieter sowie angestrebter Soll-Umsatzausleistungen, etc.).

Auf derartig genaue Daten konnte im Gutachten 2016 nicht zurückgegriffen werden. Hier wurden branchenübliche Schätzwerte verwendet und praxisrelevante Modellannahmen getroffen, die sich aus der KAVO 2016 ableiten ließen.

Zusätzlich fanden für das gegenwärtige Projektvorhaben **zwei Besprechungs runden** mit Vertreter*innen des Landes Vorarlberg, der Stadt Dornbirn, der CIMA sowie des Messeparkmanagements statt, in welchen offene Fragestellungen seitens der Gutachter*innen bzw. des Landes ausreichend beantwortet wurden.

Abschließend merkt die CIMA an, dass auf eine nähere bzw. umfassendere Darstellung der wesentlichen Kriterien und Rahmenbedingungen für Handelsprojekte des Vorarlberger Raumplanungsgesetzes (StF. LGBL.Nr. 39/1996 i.d.g.F. LGBI.Nr. 4/2022)

verzichtet wird, da angenommen wird, dass diese relevanten Gesetzesabschnitte für die Zielgruppe dieses Gutachtens ohnehin bekannt sind.

2 Der Handelsstandort Dornbirn



2.1 Soziodemographische und volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen

2.1.1 Bevölkerung und Bevölkerungsentwicklung

Bevölkerungs- entwicklung n. Gemeinden	Jahre 2001 bis 2021			Veränderung in % zw. 2001 und 2021
	2001	2011	2021	
Dornbirn	42.297	45.922	50.257	19%
Hohenems	13.891	15.283	16.769	21%
Lustenau	19.837	21.155	23.476	18%

Q: Statistik Austria 2022; cima 2022

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung zwischen 2001-2021 der Gemeinden des Bezirks Dornbirn

Der **Bezirk Dornbirn** zählt zu den **Bevölkerungs-dynamischsten** Teilregionen des Bundeslandes Vorarlberg. Die Einwohner*innen-Zahlen steigerten sich seit 2001 um rund 19 %.

2.1.2 Bevölkerungsprognose Dornbirn

Einer der wesentlichen Indikatoren für die Zunahme der standortspezifischen Kaufkraft stellt die Bevölkerungsprognose dar, die laut Statistik des Landes Vorarlberg bis zum Jahre 2050 hochgerechnet werden kann.

Die zukünftigen kurz- (2030) und mittelfristigen (2040) Prognosen weisen ein deutliches Bevölkerungswachstum in allen Gemeinden des Bezirks Dornbirn aus.

Bevölkerungs- prognose	Jahre 2021 bis 2040			Veränderung in % zw. 2021 und 2040
	2021	2030	2040	
Bezirk Dornbirn	90.502	94.354	97.276	7%
Stadt Dornbirn	50.257	52.013	53.361	6%

Q: Statistik Austria 2022; Landesstatistik VBG 2022; cima 2022

Tabelle 2: Prognostiziertes Bevölkerungswachstum für den Bezirk und die Stadt Dornbirn

2.1.3 Bevölkerungsprognose im Dornbirner Einzugsgebiet

Das Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich (= überwiegend sonstige Waren) umfasst **im „klassischen“ Marktgebiet**² 76.800 Haushalte aus angrenzenden Vorarlberger Bezirken, dem Fürstentum Liechtenstein und dem Schweizer und deutschen Grenzraum.

Die **Marktrandzone**³ (124.900 Haushalte) erstreckt sich weit über die Landesgrenzen hinaus, insbesondere im Schweizer Raum (Kantone Appenzell Ausserrhoden und Innerrhoden, St. Gallen, Graubünden und Thurgau), Deutschland (angrenzende Landkreise in Bayern und Baden-Württemberg) sowie Tiroler Arlberggebiet.

Die Vorarlberger Bezirke werden lt. den Prognosen von Statistik Austria und dem Land Vorarlberg (Abteilung Statistik) bis 2030 **unterschiedlich** an Bevölkerung zulegen.

² „Klassisches“ Marktgebiet: Gemeinden mit einer Kaufkraftzufluss-Quote von mehr als 10 % der jeweiligen Kaufkraft nach Dornbirn

³ „Marktrandzone“: Gemeinden mit regelmäßigen Kaufkraftverflechtungen nach Dornbirn mit allenfalls 1 bis 10 % Kaufkraftzufluss-Quoten der jeweiligen Kaufkraft

Bezirk	Bevölkerung 2021	Bevölkerung 2030	Wachstums- Prognose bis 2030	Wachstums- Prognose bis 2040
Bezirk Bludenz	64.368	65.691	2,1%	4%
Bezirk Bregenz	135.310	137.153	1,4%	2%
Bezirk Dornbirn	90.502	94.353	4,3%	7%
Bezirk Feldkirch	109.057	114.510	5,0%	9%
Vorarlberg gesamt	399.237	411.707	3,1%	6%

Q: Statistik Austria 2022; Landesstatistik VBG 2022; cima 2022

Tabelle 3: Wachstumsprognosen der Vorarlberger Bevölkerung in den Bezirken bis 2030 und 2040

Außerhalb Vorarlbergs wird insbesondere für die angrenzenden **Schweizer Kantone** und für das **Fürstentum Liechtenstein** ein **hohes Bevölkerungswachstum** bis 2030 prognostiziert.

Bundesland/ Land	Bezirk/ Landkreis/ Kanton	Bevölkerungs prognose 2020-2030 in %	Effekte für die natürliche Kaufkraft
Tirol	Reutte	1%	(geringfügiges) Wachstum
Tirol	Landeck	0,3%	(geringfügiges) Wachstum
Bayern	Lindau	1%	(geringfügiges) Wachstum
Bayern	Oberallgäu	3%	Wachstum
Baden- Württemberg	Bodenseekreis	0,1%	(geringfügiges) Wachstum
Baden- Württemberg	Ravensburg	2%	Wachstum
Liechtenstein	Liechtenstein	6%	Wachstum
Schweiz	Appenzell Ausserrhoden	5%	Wachstum
Schweiz	Appenzell Innerrhoden	7%	Wachstum
Schweiz	St. Gallen	9%	Wachstum
Schweiz	Graubünden	1%	(geringfügiges) Wachstum
Schweiz	Thurgau	11%	(starkes) Wachstum

Q: Bundesamt für Statistik Schweiz (BFS) 2022, Amt für Statistik Liechtenstein (AS) 2022, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2022, Bayrisches Landesamt für Statistik 2022, WKO Wirtschaftskammer Tirol 2021

Tabelle 4: Wachstumsprognosen der Bevölkerung von außerhalb Vorarlbergs im Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels bis 2030 und 2040

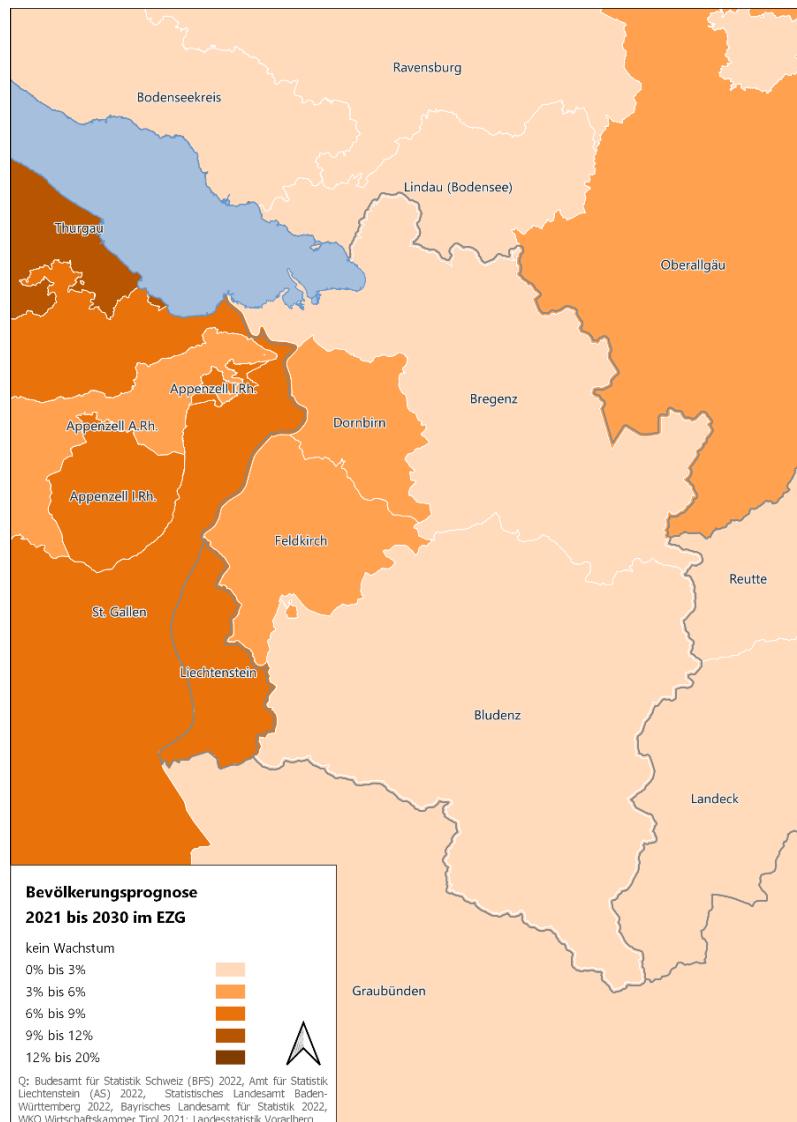


Abbildung 1: Bevölkerungsprognose im Einzugsgebiet bis 2030

2.1.4 Arbeitsstätten und Beschäftigung

Bezirk Gemeinde	Arbeitstättenzählung		
	Unternehmen	Arbeitsstätten	Beschäftigte in den Arbeitsstätten
Bez. Dornbirn	6.298	7.153	49.483
Dornbirn	3.747	4.313	29.898
Hohenems	1.034	1.188	7.204
Lustenau	1.517	1.652	12.381

Q: Statistik Austria 2020

Tabelle 5: Arbeitsstätten und Beschäftigte im Bezirk Dornbirn und den jeweiligen Gemeinden 2020

Mit mehr als 7.000 Arbeitsstätten ist der **Bezirk Dornbirn** der wirtschaftsstärkste Standort in Vorarlberg. In diesen knapp 7.000 Betrieben sind annähernd 50.000 Beschäftigte angestellt.

2.1.5 Pendler*innenverflechtungen

Die **Stadt Dornbirn** weist mit annähernd 15.000 Einpendler*innen und 12.000 Auspendler*innen ein **positives Pendler*innensaldo** auf. Die meisten Einpendler*innen stammen aus dem **Bezirk Bregenz** mit rund 6.700 Personen. Aus dem **Bezirk Feldkirch** kommen annähernd 3.400 Personen zum Arbeiten nach Dornbirn.

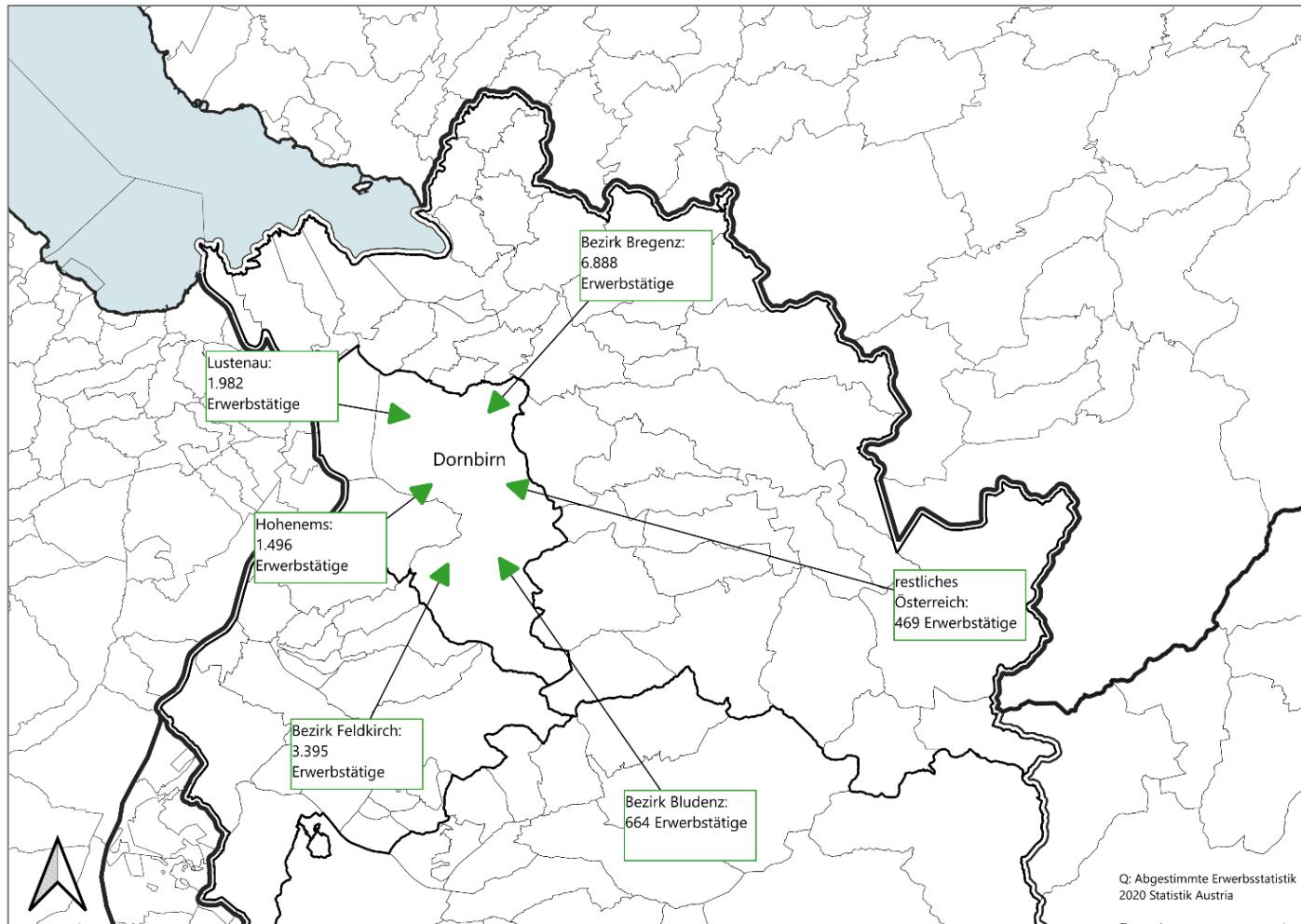


Abbildung 2: Einpendler*innen nach Dornbirn

2.1.6 Touristische Leistungsfähigkeit

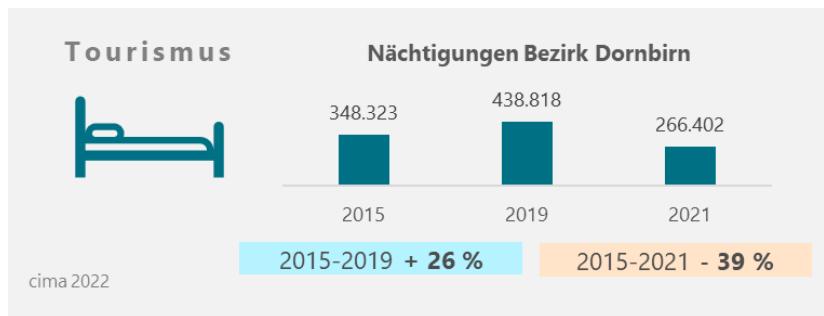


Abbildung 3: Nächtigungen im Bezirk Dornbirn in den Jahren 2015, 2019 und 2021 im Vergleich

Ein weiterer, für den Einzelhandel durchaus wichtiger, Faktor ist der **Tourismus**. Im „vor COVID19“-Zeitraum (2015-2019) konnten die Nächtigungen im Bezirk Dornbirn um **26 %** (Land: +8 %) gesteigert werden. Im zweiten COVID19-Jahr 2021 lag das Nächtigungs niveau 39 % unter jenem von 2019.

Der städtische Nächtigungstourismus in **Dornbirn** entwickelte sich im Betrachtungszeitraum 2015-2019 um **21 %** weiter (354.025 Nächtigungen im Jahr 2019). Im zweiten COVID19-Jahr 2021 lag das Nächtigungs niveau 48 % unter dem von 2019.

2.2 Die aktuelle Handelsstruktur und Kaufkraftsituation

In diesem Kapitel werden die wesentlichen Einzelhandelsdaten für die **Stadt Dornbirn** überblicksmäßig dargestellt. Für detailliertere Betrachtungen verweist die CIMA auf den „**KAVO 2022 Standortbericht Dornbirn**“.

Kennzahlen	Maßz.	Wert
Wirksame Kaufkraft		
gesamt	in Mio. €	438
kurzfristige Waren	in Mio. €	165
mittelfristige Waren	in Mio. €	122
langfristige Waren	in Mio. €	151
wirksame Kaufkraft Innenstadt	in %	24
Anteil tourismusrelev. Umsätze	in %	9
„Marktanteil“ am Vbger Handel	in %	20
Verkaufsflächen		
gesamt	in m ²	109.200
kurzfristige Waren	in m ²	24.400
mittelfristige Waren	in m ²	29.000
langfristige Waren	in m ²	48.700
Anteil Verkaufsfläche Innenstadt	in %	26
weitere Kennzahlen		
Einzelhandelszentralität	in %	147
„klassisches“ EZG „sonstige Waren“	Haushalte	76.800
Bruttoflächenproduktivität - gesamt	€/m ²	4.200

cima 2022

Tabelle 6: Überblick Einzelhandelskennzahlen Dornbirn 2020

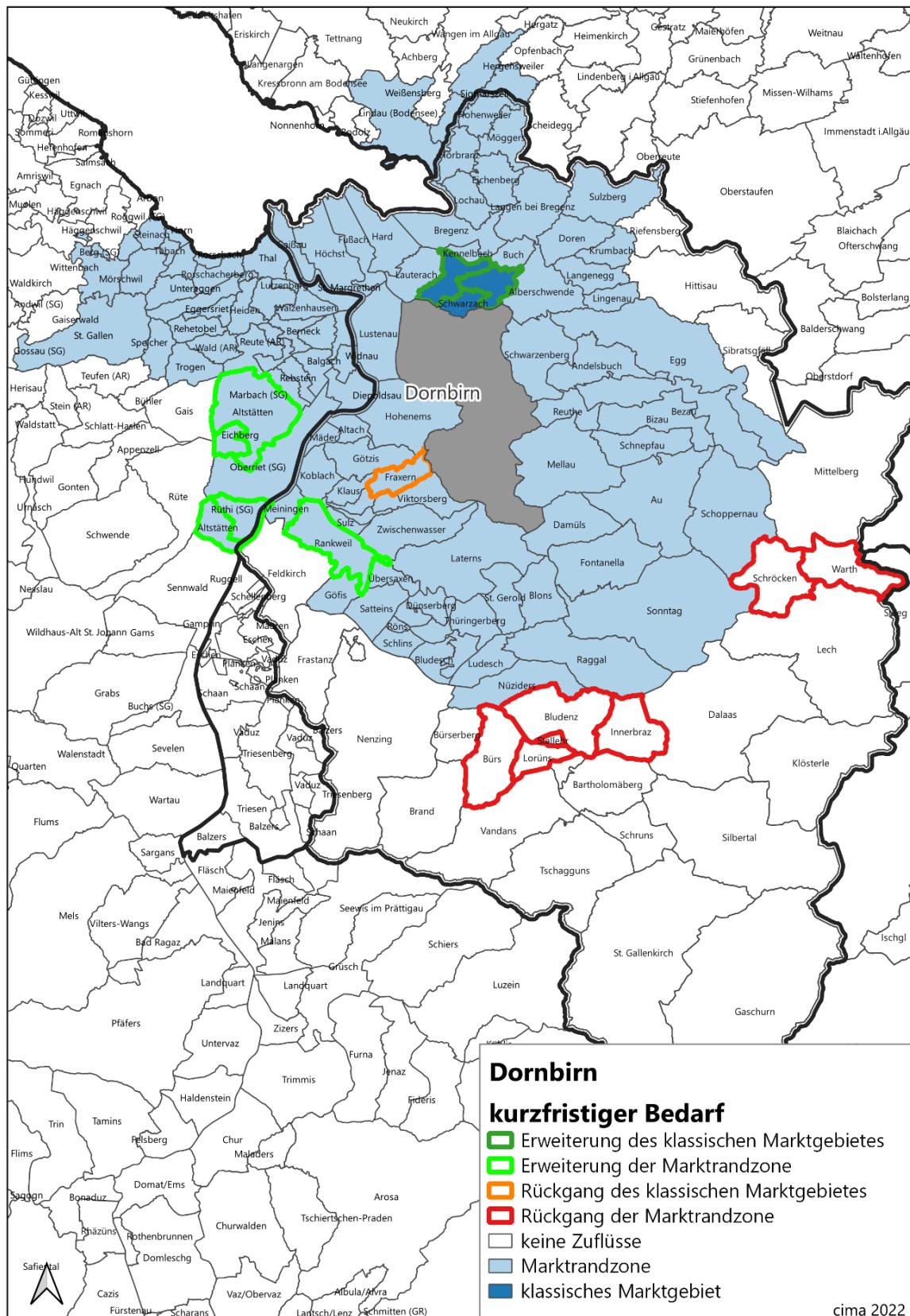


Abbildung 4: Marktgebiete und Veränderung zu 2015 im kurzfristigen Bedarfsbereich 2020 in Dornbirn

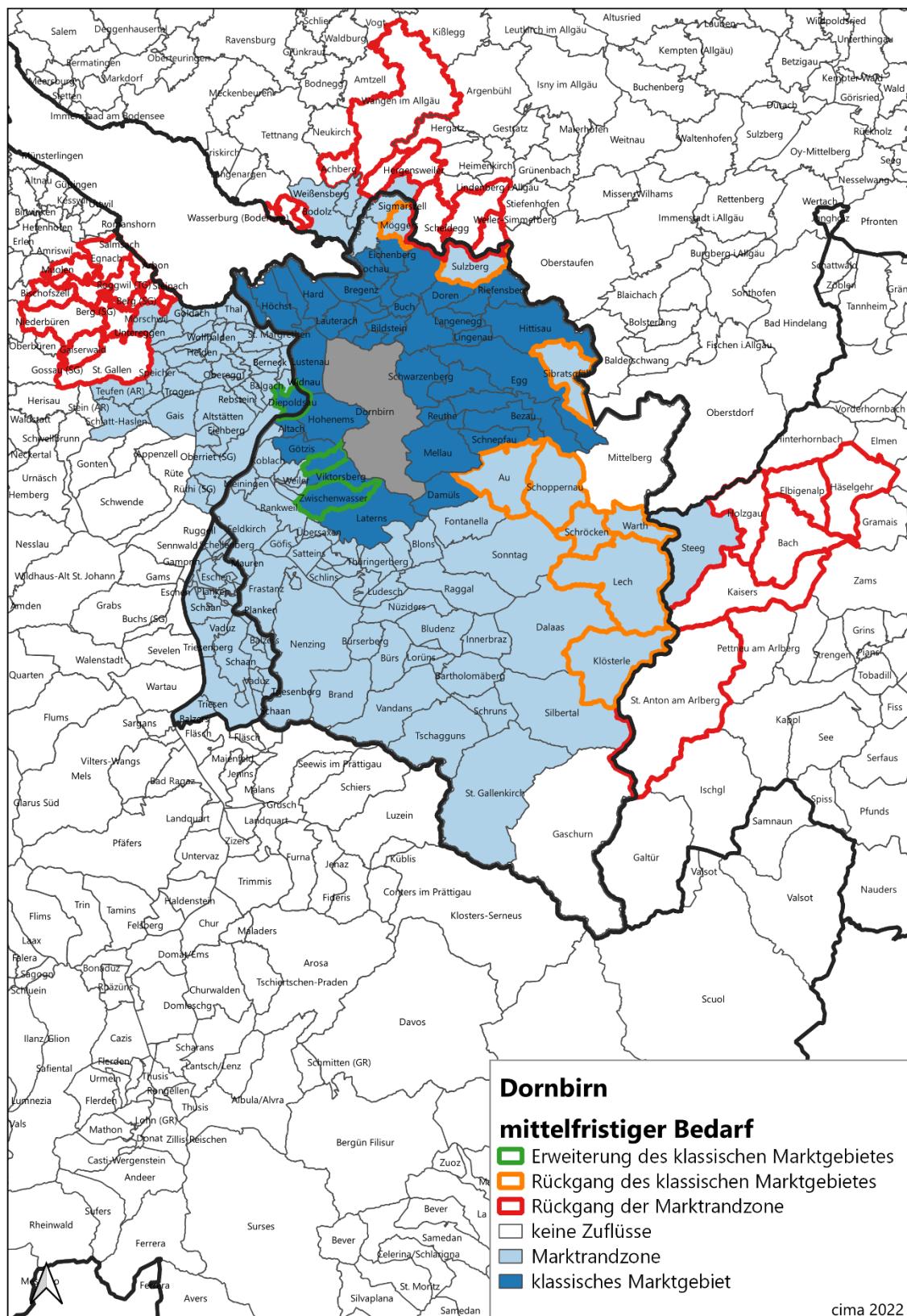


Abbildung 5: Marktgebiete und Veränderung zu 2015 im mittelfristigen Bedarfsbereich 2020 in Dornbirn

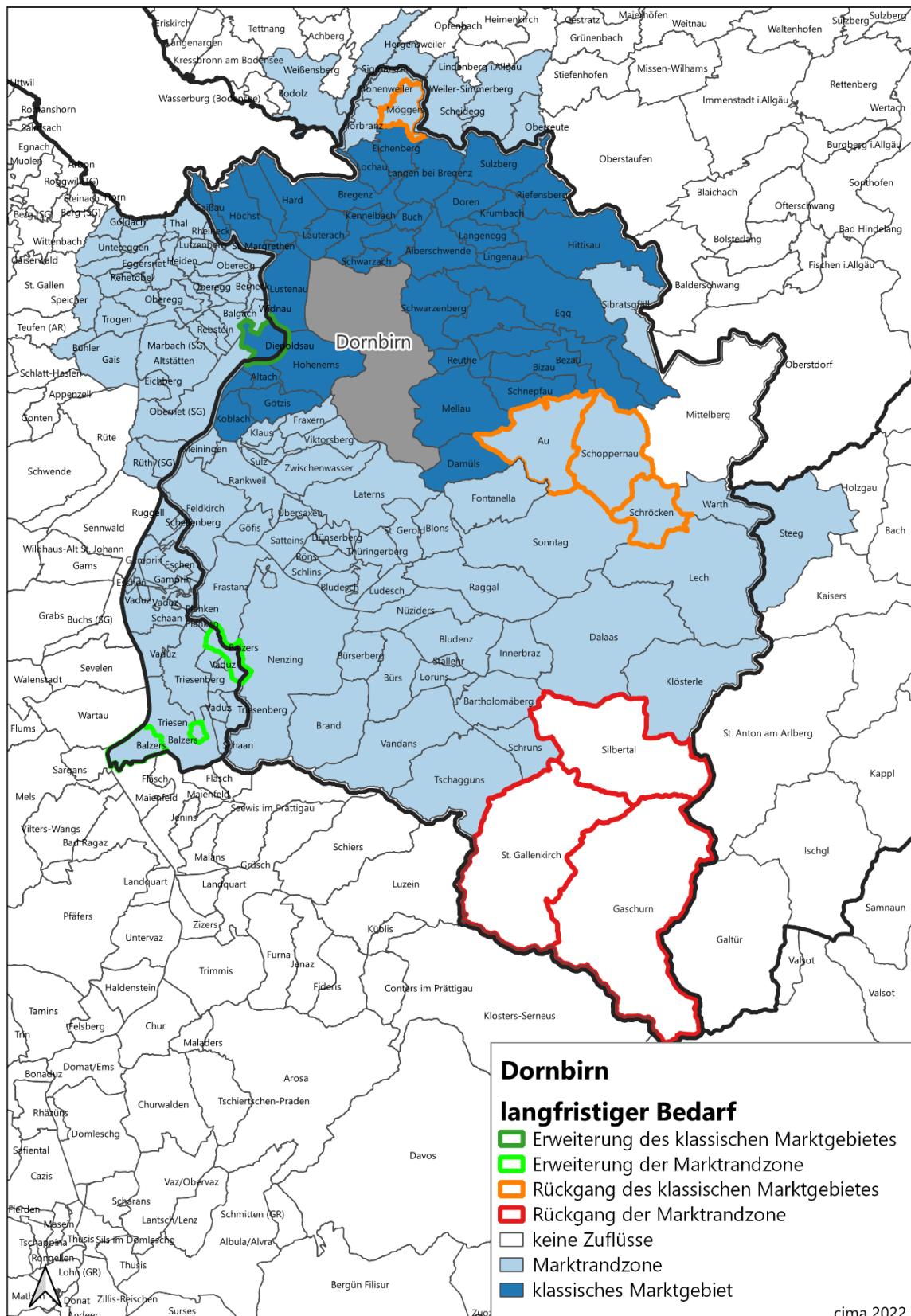


Abbildung 6: Marktgebiete und Veränderung zu 2015 im langfristigen Bedarfsbereich 2020 in Dornbirn

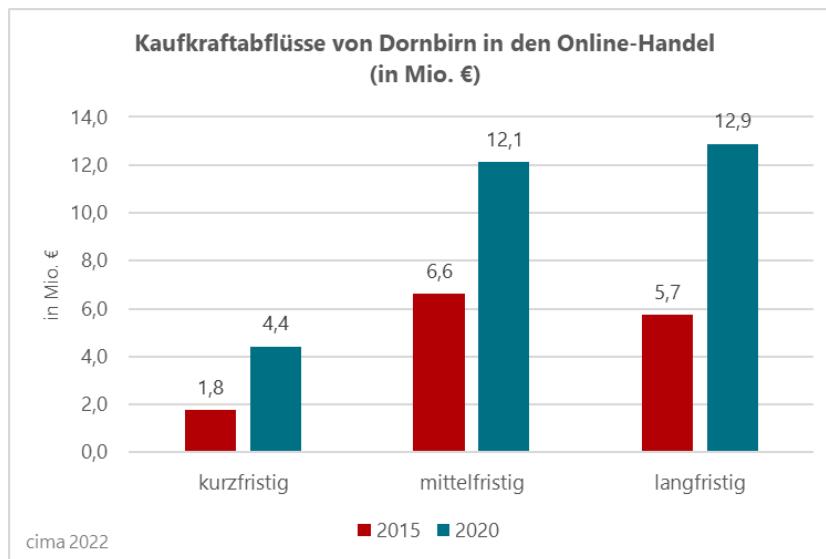


Abbildung 7: Kaufkraftabflüsse von Dornbirn in den Online-Handel

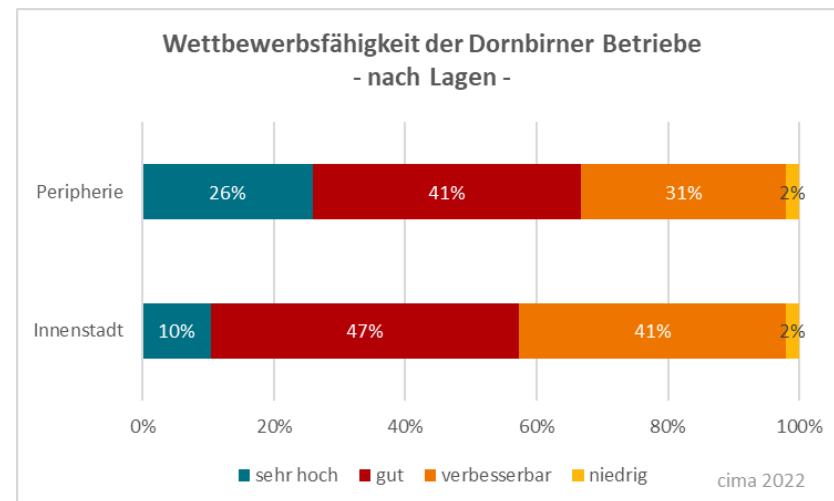


Abbildung 8: Wettbewerbsfähigkeit der Dornbirner Handelsbetriebe nach Lagen

Bedarfsgruppe	KK-Volumensanteil	KK-Volumensanteil
	2015	2020
Bücher/Schreibwaren	26%	34%
Elektrogeräte	19%	24%
Spielwaren/Hobby	14%	21%
Mode	10%	18%
Sportartikel	9%	15%
Drogeriewaren	4%	9%
Wohnungseinrichtung	2%	9%
Lebensmittel	1%	2%

cima 2022

Tabelle 7: Kaufkraftabfl. in den Online-Sektor – Dornbirner Leitbranchen 2020

FAZIT

Dornbirn ist mit Abstand **der stärkste Einzelhandelsstandort** des **Bundeslandes** und ist dank seiner qualitativ und quantitativ breiten stationären Angebotsstrukturen an peripheren Lagen (z.B.: Messepark, Schwefel) und der Innenstadt von **eminenter Bedeutung** für die **Gesamteinkaufsattraktivität** Vorarlbergs. Diese gute Wettbewerbsposition basiert nicht nur auf einer Reihe soziodemographischer und ökonomischer Rahmenbedingungen (z.B.: dynamisches Bevölkerungs- und Beschäftigtenwachstum, hohe Kaufkraft), sondern auch in den letzten Jahren optimierte infrastrukturelle und städtebauliche Kriterien (z.B.: optimale Erreichbarkeit der Handelszentren von Individual- und öffentlichen Verkehr, ausreichend Parkraum, Gestaltungsqualität des öffentlichen Raums, Möblierung in der Innenstadt, etc.).

Anzumerken ist jedoch, dass der Handelsstandort Dornbirn sowohl im innerösterreichischen Vergleich mit ähnlich großen Städten (z.B.: **St. Pölten**/565 Mio. € Umsatz; 201.500 m² Verkaufsfläche **Villach**/640 Mio. € Umsatz; 228.800 m² Verkaufsfläche; **Wels**/814 Mio. € Umsatz; 271.600 m² Verkaufsfläche; **Wiener Neustadt**/624 Mio. € Umsatz; 255.000 m² Verkaufsfläche), als auch mit Mitbewerberzentren im deutschen Grenzraum (z.B.: **Kempten**/741 Mio. € Umsatz; 250.000 m² Verkaufsfläche; **Memmingen**/490 Mio. € Umsatz; 178.100 m² Verkaufsfläche; **Ravensburg**/601 Mio. € Umsatz; 179.800 m²) deutlich schwächer strukturiert ist.

FAZIT

Der zentrale Grund liegt, nach Ansicht der CIMA, vorrangig in der polyzentrischen, sehr dichten Siedlungsstruktur des Vorarlberger und Schweizer Rheintals mit einer größeren Anzahl ebenfalls gut sortierter Handelsstandorte (z.B.: Buchs, Bregenz, Feldkirch, Götzis, Rankweil, St. Margrethen und Sennwald).

Während die **COVID19-Pandemie** keine außergewöhnlich negativen, strukturellen Auswirkungen auf das stationäre Handelsangebot zeitigte, hat vor allem der seit Beginn der 2010er Jahre stark **boomende Online-Handel** auch dem stationären Dornbirner Handel deutlich zugesetzt. Neben der Abnahme der Kaufkrafteigenbindung, insbesondere bei „mittelfristigen“ bzw. „sonstigen“ Bedarfen, des Rückgangs der Kaufkraftabschöpfung in den Einzugsgebieten und hier vor allem aus dem Schweizer Raum, büßte die Einkaufsstadt Dornbirn vor allem stark an Attraktivität in den Marktrandzonen (ieL – Gemeinden aus den Kantonen St. Gallen und Thurgau, deutscher Grenzraum und Tiroler Arlberggebiet) ein.

Auch der **Innenstadt-Einzelhandel**, mit seinem nach wie vor sehr breitem Angebotsmix an inhabergeführten sowie Filialunternehmen, spürte den Wettbewerbsdruck nachhaltig, insbesondere im Rückgang an Umsatz und Flächenproduktivität.

3 Das Einkaufszentrum Messepark Dornbirn



3.1 Lage und Umfeld-Beschreibung

3.1.1 Lage und Umfeld

- Der Messepark ist durch die Autobahnabfahrt Dornbirn West der A14 im Stadtbezirk Schoren **überregional gut angebunden**. Im Osten grenzt das Einkaufszentrum an die Siedlungsausläufer des Stadtbezirks an, alle anderen Himmelsrichtungen verfügen über keinen nennenswerten Siedlungsbezug. Die Nachbargemeinde Lustenau grenzt zwar direkt an, allerdings ohne verdichteter Siedlungsbezug im Nahbereich.
- Im **400 m Radius** (siehe Abbildung 10 auf nachfolgender Seite) um den Messepark sind - mit Stand Dezember 2022 - rund 492 Personen wohnhaft. Diese Zahl hat sich seit 2015 nur geringfügig (12 %) erhöht.
- Im **unmittelbaren Nahbereich** des Messeparks situieren sich die Gebäude und Parkplätze der **Messe Dornbirn**, sowie eine Reihe von weiteren Wirtschaftsbetrieben unterschiedlicher mittel- und langfristiger Branchen.
- In nördlicher Nachbarschaft des Messeparks befinden sich noch weitere **großflächige Handelsbetriebe** (Einrichtungshaus KIKA und der Bau- und Gartenfachmarkt Obi) auf einer zusätzlichen Verkaufsfläche von etwa 21.500 m². Der Lederpark Dornbirn ist in den letzten Jahren als Handelsstandort nicht mehr existent.

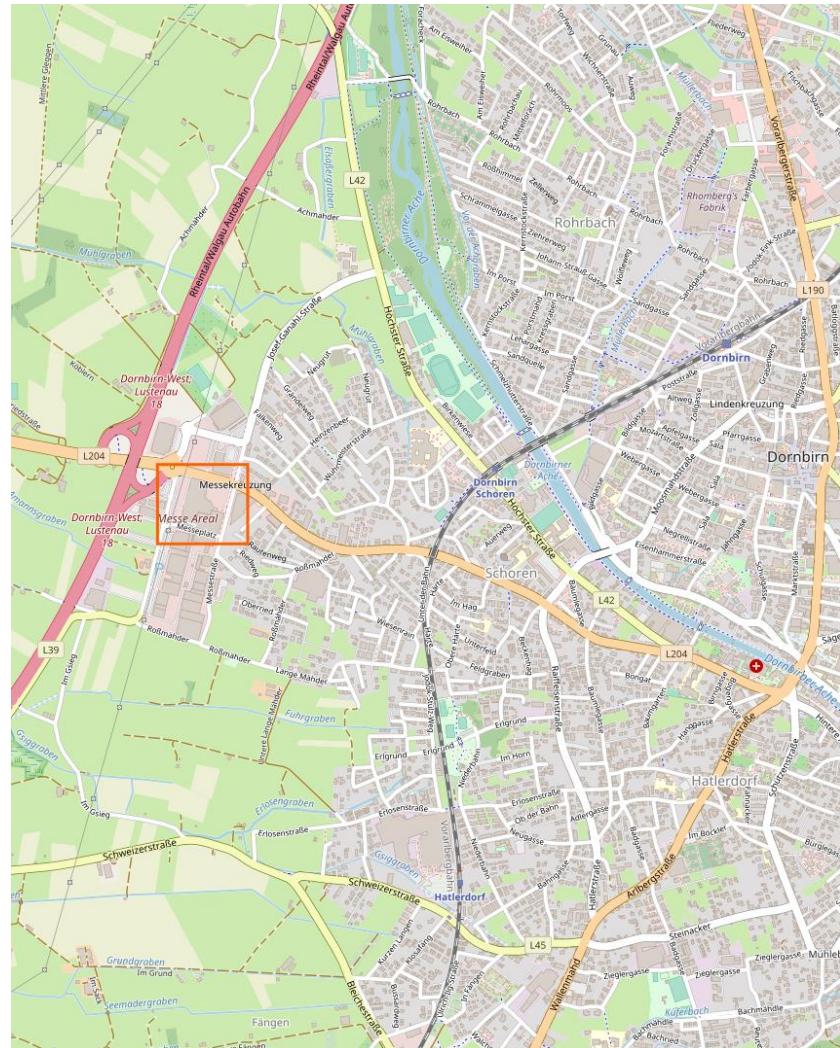


Abbildung 9: Lage Messepark Dornbirn (Quelle: OpenStreetMap, 2022)

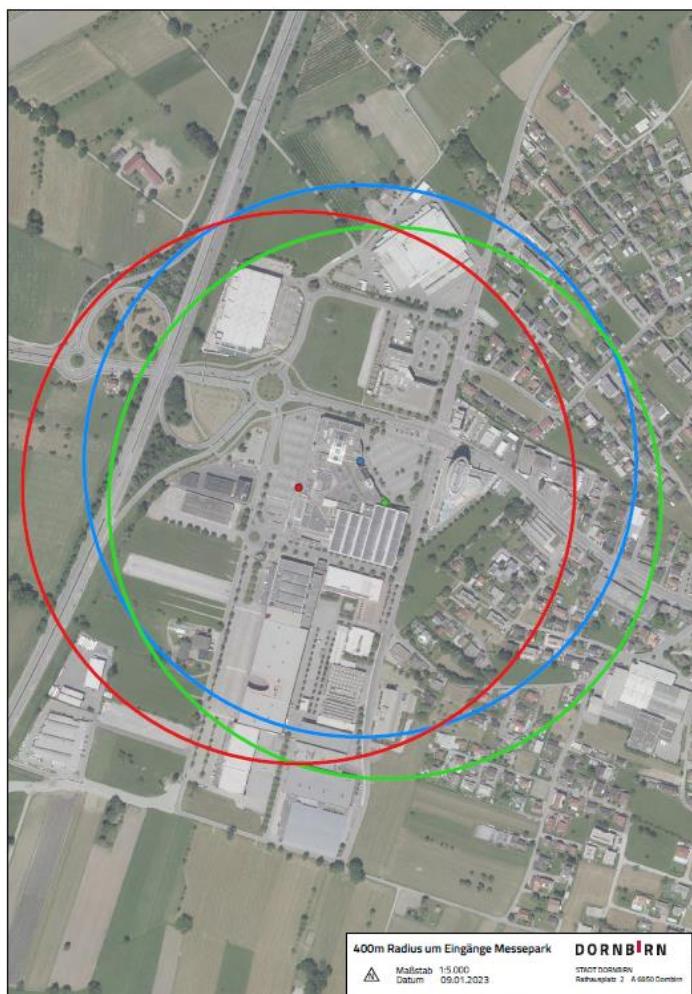


Abbildung 10: Versorgungspublikum im 400 m Radius zum Messepark (Quelle: Stadtgemeinde Dornbirn, Stadtplanung, 2023) (Anmerkung: die drei Kreise entsprechen den drei Messepark Eingängen)

3.1.2 Verkehr und Erreichbarkeit

- Das EKZ Messepark ist im Moment durch den **ÖPNV** solide angebunden. Der Stadtbus bedient mit den Linien 1, 5, 8 und 10 das Messegelände und damit insbesondere das EKZ Messepark durch die beiden Haltestellen Dornbirn Messepark und Dornbirn Messegelände. Die Linien 5, 8 und 10 verkehren im ½ Stunden-Takt, die Linie 1 im 15 min-Takt.
- Darüber hinaus wird die Landbushaltestelle an der Messekreuzung von den Linien 50 und 52 angefahren. Beide Linien werden ganzjährig mit Gelenksbussen (18m-Busse) betrieben. Die Durchschnittsfrequenz bei der Haltestelle Messepark (Stadtbus) lag – laut letztverfüglichen Daten – bei 1.060 Fahrgästen, bei der Haltestelle Messekreuzung (Landbus) bei 780 Fahrgästen.
- Der nächstgelegene **Bahnhof** (Bahnhof Schoren) befindet sich ca. 2 km entfernt und ist in rund 3 Minuten PKW-Fahrzeit erreichbar. Eine Direktverbindung mit den Stadtbuslinien 1 und 10 liegt vor. Der Bahnhof Dornbirn ist rund 2,8 km entfernt und kann mit dem PKW in rund 6 Minuten erreicht werden. Eine öffentliche Direktverbindung der Stadtbuslinie 1 liegt wie oben erwähnt im 15 min-Takt vor.
- Die Anreise per **PKW** ist aufgrund der Situierung als einfach zu beurteilen. Der Messepark liegt direkt an der A14 an der Abfahrt Dornbirn-West. Über die Bundesstraße via Lustenau ist das EKZ direkt mit der Schweiz verbunden und somit vignettenfrei, entweder über die Grenze Au oder die Grenze Diepoldsau/Hohenems, erreichbar.
- Die Erreichbarkeit **zu Fuß** bzw. **per Rad** ist grundsätzlich durch das öffentliche Straßennetz möglich. Das aktuell vorliegende Radwegennetz entlang der Landesradrouten führt im Moment von Osten, Norden und Westen direkt an den Messepark heran.

- Die Erreichbarkeit des Messeparks ist überwiegend auf den motorisierten Individualverkehr und den öffentlichen Verkehr (Bus) ausgerichtet. Zu Fuß bzw. per Rad kommen derzeit nur wenige Kund*innen. Aktuell manifestiert sich der Anteil des **motorisierten Individualverkehrs** im Messeparkverkehr bei rund **75 %**, die restlichen 25 % teilen sich auf ÖPNV sowie das Fuß- und Radwegenetz auf.



Abbildung 11: Erreichbarkeit Messepark Dornbirn (Quelle: Land Vorarlberg, 2022)

3.2 Messepark Dornbirn – Leistungskennziffern

Der Messepark Dornbirn wurde im **März 1987** eröffnet und umfasst auf **3 Geschossen** heute eine **Bruttogeschoßfläche von 38.800 m²** (EG, 1.OG und 2. OG, ohne Parkdeck), eine **Gesamtpachtfläche** (gesamt mit Gastronomie, Dienstleistung usw.) von rund **26.600 m²** (ausgenommen Kindergarten) und eine **aktuell genutzte Verkaufsfläche** für den Einzelhandel von rund **16.900 m²** (BBI mit EKZ Widmung für 19.000 m² Verkaufsfläche für Waren gemäß § Abs. 1 lit. a) Zif. 2 VBG RPG (davon max. 3.000 m² Lebensmittel vorhanden). Dabei zeigt nachfolgende Aufteilung die Verkaufsflächen nach Branchen und Warengruppen:

- Laut dem Shopping Mall Bericht (Quelle: Regioplan 2018) von 2018, besuchten **5,3 Mio. Personen** (rund 18 Tsd. Besucher*innen pro Tag) das Einkaufszentrum Messepark aus seinem Einzugsgebiet, welches weit über die Landesgrenzen hinausreicht und einen hohen Marktanteil der Kund*innen innerhalb eines 60 min. Erreichbarkeits-Radius ausweist.
- Laut Beilage 3 der Messepark Dornbirn Unterlagen, entsprach der **jährliche Umsatz 2017** noch rund **196,5 Mio. €** und konnte bis **2019** auf **197,5 Mio. €** gehalten werden. Aufgrund der Auswirkungen sowie Schließungen im Zuge der Lockdowns in der Corona Pandemie, verringerte sich der Umsatz 2021 um rund 19 % (2021: 159,3 Mio. €). Der **durchschnittliche Umsatz pro m² (Einzelhandels-)Verkaufsfläche** betrug 2019 rund **10.250 €**. 2021 umfasste die Flächenproduktivität - aufgrund der Einschränkungen durch die COVID-19 Pandemie - rund **8.900 €**.

Branche	Warengruppen-Einteilung lt. Vbg. RPG § 15 Abs. 1	Bestand Pachtflächen in m ² Stand Dez. 2021	Verkaufsflächenband breiten in m ²
Lebensmittel	sonstige Waren, Lebensmittel	6.200	3.500 bis 5.000
Drogerie / Parfümerie	sonstige Waren	900	500 bis 900
Bekleidung/Sport	sonstige Waren	7.600	5.500 bis 7.000
Leder / Schuhe	sonstige Waren	1.600	800 bis 1.400
Elektronik / Foto / Computer	autoaffine Waren	4.500	2.800 bis 4.000
Möbel / Heimtextilien / Hausrat	autoaffine Waren	600	100 bis 200
Schmuck / Accessoires / Uhren / Optik	sonstige Waren	400	250 bis 450
Sonstiges	überwiegend sonstige Waren	1.400	200 bis 400
Dienstleistung		500	
Gastronomie		2.700	
Kindergarten		200	
Gesamt		26.600	13.650 bis 19.350
Handelsfläche laut Raumordnung in m ²			16.900

cima 2022

*Tabelle 8: Verkaufsflächenaufteilung Messepark Dornbirn nach Hauptbranchen
(Quelle: Unterlagen Messepark Dornbirn 2022, KAVO cima 2022)*

- Mit dieser Flächenproduktivität liegt der Dornbirner Messepark mit **an der Spitze** der Produktivität aller **österreichischen Einkaufszentren**. Im Vergleich dazu liegt die durchschnittliche Flächenproduktivität bei anderen österreichischen Einkaufszentren, laut dem Top 100 Shopping Malls Österreich Bericht (Regioplan 2018), bei rund **4.400 € pro m²**.

3.3 Beschreibung Erweiterungsprojekt

- Der Projektwerber beabsichtigt am bestehenden Gebäude das EKZ Messepark zu vergrößern und stellt daher den Antrag auf Umwidmung der EKZ Widmung (sonstige Waren) auf den GST-NR 1940/1 und 1940/2 von den seit 2018 lt. gültigen Landesraumplan (LGBI Nr. 22/2018) verordneten **19.000 m²** auf **22.200 m² Verkaufsfläche** durch eine Novellierung des dafür vorgesehenen Landesraumplanes. Die Erweiterung auf insgesamt **22.200 m² Verkaufsfläche** wird für **sonstige Waren** gemäß § 15 Abs. 1 lit. 2 Vlbg. RPG (davon auch zusätzliche 2.000 m² für Lebensmittel) beantragt. Aktuell umfasst das Höchstmaß der Verkaufsfläche rund 19.000 m², davon maximal 3.000 m² für Lebensmittel. Im Erweiterungsbegehren soll sich die Verkaufsfläche für die Warengruppe Lebensmittel auf 5.000 m² vergrößern.
- **Gegenwärtig** werden allerdings nur rund **16.900 m²** der insgesamt 19.000 m² Verkaufsfläche **genutzt**, sodass grundsätzlich eine **rechtskonforme Erweiterung** um **2.100 m²** ohnedies möglich wäre. Die 3.200 m² Erweiterungsfläche laut Umwidmungsantrag ergeben somit zusammen mit den 2.100 m² eine Gesamterweiterungsfläche von 5.300 m². Von diesen Flächendimensionen leitet sich der Prüfauftrag ab, um somit die Auswirkungen auf die **Dornbirner Innenstadt** sowie auf die **zentralen Handelsstandorte Vorarlbergs** zu ermitteln.
- Vom heutigen Bestand (ca. 16.900 m² lt. Projektdokumentation Übersicht Flächenentwicklung Arch. Dipl. Ing. Bernhard Berger, Dornbirn, 28.02.2022) wäre dies eine Vergrößerung der Handelsflächen von rund 30 %. Wenn eine Veränderung von den bewilligten 19.000 m² betrachtet wird, handelt es sich um eine Erweiterung der Verkaufsfläche von rund 16 %.
- Die **Anzahl** der **Stellplätze** auf dem Areal zum Parken würde projektgemäß von 1.326 auf 1.645 steigen. Die zuvor zusätzlich genutzten Parkplätze auf GST-NR 1950 (ehem. Winder) und GST-NR 1898 (Baumax alt), zwischen der A14 und der Unteren Rohmähderstraße, werden nicht mehr verwendet, da der ruhende Verkehr vollständig im Messepark untergebracht werden soll. Somit steigt das Angebot an Stellplätzen um rund 25 %. Unter Berücksichtigung jener oben genannten Gesichtspunkte würden die 1.645 Stellplätze mithilfe einer Lösung via zusätzlicher Tiefgaragen bewerkstelligt werden. Laut dem Büro PLANOPTIMO bedeutet dies konkret, dass der Parkplatz Ost durch die Tiefgarage Ost mit rund 230 Stellplätzen ersetzt und über die Messestraße erschlossen wird. Das Parkhaus Süd bleibt erhalten und anstelle des Parkplatzes West ist eine Tiefgarage (Parkhaus West) mit 890 Stellplätzen geplant.
- Das Konzept des **Messepark 3.0** sieht zudem - laut der Unterlage Flächenmanagement EKZ Messepark von Herrn Arch. Dipl. Ing. Berger - **zusätzliche Flächen** für **Gastronomie, anderen Dienstleistungen** sowie Flächen für **Kinderbetreuung** und **Verwaltung** vor. Konkret wären dies für die Gastronomie rund 2.300 m², für weitere Dienstleistungen rund 900 m², für die Etablierung einer Kinderbetreuung bzw. des Planungsstudios von Ikea im 3.OG rund 2.900 m² sowie 2.200 m² zusätzliche Flächen für die interne Infrastruktur und Verwaltung im 4. OG.

4 Der Messepark Dornbirn im Vergleich zu regionalen Mitbewerberstandorten und Einkaufszentren in vergleichbaren österreichischen Handelsstandorten



4.1 Einleitung

Zur besseren Einordnung der aktuellen Marktstellung des Einkaufszentrums Messepark in Dornbirn, werden von gutachterlicher Seite nachfolgend Vergleichsanalysen, sowohl zu maßgeblichen Mitbewerberzentren im angrenzenden Schweizer und deutschen Grenzraum gezogen, als auch zu Shopping Malls in annähernd ähnlich großen innerösterreichischen Städten.

4.2 Einkaufszentren im regionalen Umfeld

4.2.1 Rheinpark - St. Margrethen (CH)



Abbildung 12: peripheres Einkaufszentrum Rheinpark (Quelle: cima 2022)

Strukturdaten Rheinpark St. Margrethen (CH)	
Gesamt-Verkfl. St. Margrethen	rd. 23.000 m ²
Verkaufsfläche Rheinpark	20.800 m ²
Gesamtumsatz	102,5 Mio. €
Flächenproduktivität Rheinpark	4.930 €/m ²
wichtigste Mieter	Migros, H&M, Ochsner Sport

Quellen: cima 2022; Shopping Center Report Schweiz 2020

Tabelle 9 Überblick Strukturdaten Rheinpark - St. Margrethen (CH)

Das zur Migros-Gruppe gehörende und im Jahr 2009 einer kompletten baulichen Modernisierung unterzogene Einkaufszentrum liegt in unmittelbarer Grenznähe zu Vorarlberg und ist verkehrstechnisch gut angebunden. Neben einer Reihe von Schweizer und vor allem zur Migros-Gruppe zählenden Outlets sind nur **wenige internationale Filialisten** im Shopping-Center vertreten. Auch die gastronomische Struktur wird qualitativ und quantitativ als überschaubar eingestuft.

4.2.2 Shopping Arena - St. Gallen (CH)



Abbildung 13: Einkaufszentrum Shopping Arena St. Gallen (Quelle: cima 2022)

Strukturdaten Shopping Arena St. Gallen (CH)

Gesamt-Vkfl. St. Gallen	rd. 150.000 m ²
Verkaufsfläche Shopping Arena	36.500 m ²
Gesamtumsatz	215,3 Mio. €
Flächenproduktivität	5.900 €/m ²
wichtigste Mieter	C&A, Coop, IKEA, Mango, Zara

Quellen: cima 2022; Gfk 2018

Tabelle 10: Überblick Strukturdaten Shopping Arena - St. Gallen (CH)

Das, direkt an der A1 gelegene, Einkaufszentrum befindet sich inmitten einer größeren peripheren Handelsagglomeration (IKEA, Westcenter, Media Markt) und weist neben einem **dichten Mix** an kleinen bis mittelgroßen Schweizer Handelsunternehmen auch viele großflächigere internationale Filialisten auf. Die Shopping Mall verfügt über eine große, vor zwei Jahren modernisierte, Tiefgarage. Zudem punktet das übersichtlich strukturierte Center mit einer hohen Aufenthaltsqualität.

4.2.3 Bodensee-Center – Friedrichshafen (DE)



Abbildung 14: peripheres Einkaufszentrum Bodensee Center (Quelle: cima 2022)

Strukturdaten Bodensee-Center Friedrichshafen (DE)

Gesamt-Vkfl. Friedrichshafen	127.000 m ²
Verkaufsfläche Bodensee-Center	65.000 m ²
Gesamtumsatz	keine Werte
Flächenproduktivität	keine Werte
wichtigste Mieter	XXXLutz, Kaufland, MediaMarkt

Quellen: IÖR Monitor 2021; cima 2022; Dr. Acocella 2013

Tabelle 11: Überblick Strukturdaten Bodensee-Center Friedrichshafen (DE)

Das Bodensee-Center stellt ein großes, **überregional bedeutsames** Einkaufszentrum im nördlichen, peripheren Stadtteil Löwental von Friedrichshafen dar. Aufgrund seiner Ankermieter XXXLutz, Obi, Poco, Kaufland und MediaMarkt weist diese Shopping Mall eher den Charakter eines (überdachten) **Fachmarktzentrums** auf. Das gastronomische Angebot fokussiert sich auf einige wenige Anbieter, vorwiegend im Imbiss- und Fast Food-Bereich. In unmittelbarer Nähe des Centers befinden sich auch einige großflächige Freizeit- und Entertainment-Angebote.

4.2.4 Forum Allgäu - Kempten (D)



Abbildung 15: Einkaufszentrum Innenstadt Forum Allgäu (Quelle: cima 2022)

Strukturdaten Forum Allgäu Kempten (DE)	
Gesamt-Vkfl. Kempten	250.000 m ²
Verkaufsfläche Forum Allgäu	23.000 m ²
Gesamtumsatz	keine Werte
Flächenproduktivität	keine Werte
wichtigste Mieter	Hervis, Humanic, MediaMarkt, Müller etc.

Quellen: Stadt Kempten 2023; cima 2022;

Tabelle 12: Überblick Strukturdaten Forum Allgäu Kempten (DE)

Ein weiteres Einkaufszentrum, welches aus Teilen Vorarlbergs (ieL – Kleines Walsertal) erkennbar Kaufkraft abzieht, ist das, am Rande der Innenstadt situierte und verkehrstechnisch gut erreichbare Forum Allgäu. Die rund 70 Shops setzen sich aus bekannten deutschen Handelsunternehmen (z.B.: Engbers, MediaMarkt, Hunkemöller, Müller, Snipes etc.) sowie internationalen Filialisten (z.B.: Rituals, Vero Moda, Zara, etc.) zusammen. Das gastronomische Angebot weist eine hohe Dichte (15 Einheiten) auf und ist vorwiegend auf „schnelle Küche“ ausgerichtet. Das 2003 fertiggestellte Center hat eine sehr funktionale Raumgestaltung mit wenig größeren Freiräumen.

4.2.5 Lindau Park – Lindau (D)



Abbildung 16: Einkaufszentrum Lindau-Park (Quelle: cima 2021)

Strukturdaten Lindaupark Lindau (DE)	
Gesamt-Vkfl. Lindau	61.000 m ²
Verkaufsfläche Lindaupark	12.500 m ²
Gesamtumsatz	rd. 65,0 Mio. € (2018)
Flächenproduktivität	rd. 5.400 €/m ²
wichtigste Mieter	Feneberg, H&M, Müller

Quellen: Stadt Lindau 2021; cima 2015; cima 2022

Tabelle 13: Überblick Strukturdaten Lindaupark Lindau (DE)

Die, nahe Bregenz gelegene, bayerische Stadt Lindau weist als wichtigste Handelsstandortkompetenz das 12.500 m² Verkaufsfläche umfassende Shopping-Center Lindaupark, in integrierter städtischer Lage, auf. Dieses bereits ältere Einkaufszentrum umfasst aktuell mehrere Anbieter im Bekleidungssektor (C&A, H&M). Als Ankermieter gelten Euronics (Elektrowaren) und Feneberg (Supermarkt). Der Lindaupark soll in nächster Zeit um **4.960 m² Verkaufsfläche** erweitert werden, insbesondere bei den Warengruppen Bekleidung, Elektronikwaren, Sportartikel, Lebensmittel, Spielwaren und Drogerie-/Parfümeriewaren.

4.2.6 LAGO - Konstanz (D)



BOSS, Cos, Gant, Massimo Dutti, Marc Cain, Zara) auf. Auch das tages- und abendgastronomische Angebot (12 Einheiten) kann als hochwertig und vielfältig beurteilt werden.

Abbildung 17: Einkaufszentrum LAGO Konstanz (Quelle: <https://www.blgruppe.de/referenzen/shoppingcenter/konstanz-lago> Februar 2023)

Strukturdaten LAGO Konstanz (DE)	
Gesamt-Vkfl. Konstanz	164.000 m ²
Verkaufsfläche LAGO	15.000 m ²
Gesamtumsatz	rd. 100,0 Mio. €
Flächenproduktivität	rd. 6.700 €/m ²
wichtigste Mieter	Zara, Humanic, H&M

Quellen: cima 2022; Dr. Acocella 2018

Tabelle 14: Überblick Strukturdaten LAGO Konstanz (DE)

Als „**indirekten**“ **Mitbewerberstandort** zum Dornbirner Einzelhandel wird auch das Einkaufszentrum LAGO in Konstanz angesehen, dessen Einzugsgebiet sich mit den (in den letzten Jahren deutlich schwächer gewordenen) Marktrandzonen Dornbirns in den Kantonen St. Gallen und Thurgau überschneidet. Trotz der relativ geringen Verkaufsflächengröße des LAGO (jedoch integriert in dicht besetzte Einkaufsstraßen der Innenstadt) weist diese, in hochwertigem Innen- und Außendesign konzipierte, Shopping Mall eine Reihe hochwertiger Modeanbieter (z.B.:

4.3 EKZ in vergleichbaren österreichischen Handelsstandorten

4.3.1 max.center - Wels (OÖ)



Abbildung 18: max.center Wels (Quelle: max center Stand Februar 2023)

Strukturdaten max.center Wels (OÖ)	
Gesamt-Vkfl. Wels	272.000 m ²
Verkaufsfläche max.center	18.500 m ²
Gesamtumsatz	rd. 110,0 Mio. €
Flächenproduktivität	rd. 5.900 €/m ²
wichtigste Mieter	Maximarkt, MediaMarkt, Hervis

Quellen: cima 2015; RegioData 2018

Tabelle 15: Überblick Strukturdaten Wels

Dieses, unmittelbar an der Autobahnabfahrt Wels-West gelegene, Shopping-Center umfasst rund 40 Shops, vorwiegend nationaler und internationaler Handelsfilialisten sowie einen leistungsfähigen Verbrauchermarkt (Maximarkt). Das funktional gestaltete und mit gastronomischer Struktur eher rudimentär ausgestattete max.center befindet sich inmitten einer größeren Handelsagglomeration im südwestlichen Randbereich der Stadt (direkt gegenüber ist ein weiteres Shopping Center sowie mehrere mittelgroße Fachmärkte).

4.3.2 HEY!Center - Steyr (OÖ)



Abbildung 19: Hey Steyr (Quelle: Rutter Immobilien Gruppe)

Strukturdaten HEY! Center Steyr (OÖ)	
Gesamt-Vkfl. Steyr	155.000 m ²
Verkaufsfläche HEY! Center Steyr	13.500 m ²
Gesamtumsatz	keine Werte
Flächenproduktivität	keine Werte
wichtigste Mieter	Müller, C&A, Steinecker

Tabelle 16: Überblick Strukturdaten Steyr

Das Einkaufszentrum HEY!Steyr im Stadtteil Tabor (integrierte Lage) wurde im Jahr 2019 eröffnet und umfasst rund 30 Shops im überwiegend mittelfristigen, filialisierten Bedarfsgütersegment. Das moderne und hochwertige Innen- und Shopdesign (Metall-Holzbauten) erzeugt eine angenehme Aufenthaltsatmosphäre mit ausreichend Platz zum Verweilen und gastronomische Angebote.

4.3.3 Traisenpark - St. Pölten (NÖ)



Abbildung 20: Traisenpark St.Pölten (NÖ) (Quelle: arte-krems.at 2023)

Strukturdaten Traisenpark St.Pölten (AT)

Gesamt-Vkf. St. Pölten	202.000 m ²
Verkaufsfläche Traisenpark	24.200 m ²
Gesamtumsatz	rd. 88,0 Mio. €
Flächenproduktivität	rd. 3.600 €/m ²
wichtigste Mieter	Interspar, TK Maxx, Hervis

Quellen: cima 2014; RegioData 2018

Tabelle 17: Überblick Strukturdaten St. Pölten

Der Traisenpark zählt zu den ältesten Einkaufszentren in Niederösterreich (Eröffnung 1992) und weist, nach Ansicht der CIMA, trotz Komplettumbau 2013 noch immer bauliche Gestaltungselemente typischer 1990er Shopping Malls auf (relativ kleine Aufenthaltszonen, enge Kundengänge, etc.). Neben einem breiten und diversifizierten Handelsangebot mit einigen großen Magnetbetrieben (z.B.: Interspar, TK Maxx), einem ausgewogenen und abwechslungsreichen Gastronomiemix (10 Einheiten) beherbergt dieses Shopping-Center auch **Österreichs erstes IKEA Planungsstudio**. Genauso Elemente hin zu einem „multi use“-Center weist der Traisenpark auf (Bürohaus, Ärztehaus im 2. und 3. Stock).

4.3.4 Bühl Center - Krems an der Donau (NÖ)



Abbildung 21: Bühl Center Krems a. d. Donau (NÖ) (Quelle: arte-krems)

Strukturdaten Bühl Center Krems a.d. Donau (NÖ)

Gesamt-Vkf. Krems	125.000 m ²
Verkaufsfläche Bühl Center	24.000 m ²
Gesamtumsatz	rd. 97,0 Mio. €
Flächenproduktivität	rd. 4.100 €/m ²
wichtigste Mieter	MediaMarkt, Müller, H&M

Quellen: cima 2014; RegioData 2018

Tabelle 18: Überblick Strukturdaten Krems an der Donau

Das, ebenfalls zur Rutter Immobilien Gruppe (analog zu HEY! Steyr) zählende Shopping-Center liegt an der nordöstlichen Ausfallstraße von Krems, eingebettet in eine größere Handelsagglomeration (z.B.: in unmittelbarer Nachbarschaft zu einem weiteren Einkaufszentrum sowie Fachmärkten). Einen besonderen Schwerpunkt bildet der Modesektor (insgesamt 21 Betriebe wie z.B.: Kleiderbauer, H&M, etc.). Das gastronomische Angebot ist als eingeschränkt attraktiv zu bewerten.

4.3.5 Fischapark - Wiener Neustadt (NÖ)



Abbildung 22: Fischapark Wiener Neustadt (NÖ) (Quelle: Fischapark)

Strukturdaten Fischapark Wiener Neustadt (NÖ)

Gesamt-Vkfl. Wiener Neustadt	255.000 m ²
Verkaufsfläche Fischapark	33.000 m ²
Gesamtumsatz	rd. 170,0 Mio. €
Flächenproduktivität	rd. 5.100 €/m ²
wichtigste Mieter	Zara, MediaMarkt, Interspar

Quellen: cima 2014; RegioData 2018

Tabelle 19: Überblick Strukturdaten Wiener Neustadt

Das Einkaufszentrum Fischapark liegt am westlichen Stadtrand von Wiener Neustadt, inmitten einer großen Handelszone mit Fachmärkten, Lebensmitteldiscountern und Baumarkt bzw. Möbelhäusern. Das 2015 erweiterte bzw. modernisierte Center stellt mit seinen rund 120 Ladeneinheiten nicht nur das **größte Einkaufszentrum** der Stadt dar, sondern zieht viel Kaufkraft aus dem südlichen Niederösterreich sowie nahen Mittelburgenland an. 13 gastronomische Einrichtungen unterschiedlicher Ausrichtungen (Säftebar, Fast Food, Steak House, Sushi Bar, Wirtshaus, etc.) runden das Angebot ab.

4.3.6 Atrio - Villach (K)



Abbildung 23: Atrio Villach (K) (Quelle: Atrio)

Strukturdaten Atrio Villach (K)

Gesamt-Vkfl. Villach	229.000 m ²
Verkaufsfläche Atrio	29.500 m ²
Gesamtumsatz	rd. 153,0 Mio. €
Flächenproduktivität	rd. 5.200 €/m ²
wichtigste Mieter	Interspar, Müller, TKMaxx

Quellen: cima 2016; RegioData 2018

Tabelle 20: Überblick Strukturdaten Villach

Von den vielen Handelsagglomerationen in Villach sticht vor allem das Atrio, als die Branchenmix-mäßig attraktivste und flächenmäßig größte Shopping Destination, hervor. Das, am südlichen Stadtrand gelegene, Einkaufszentrum umfasst rund 90 Ladeneinheiten mit besonderem Schwerpunkt im Modesektor (z.B.: Adler, Bonita, H&M, Jones, New Yorker, TK Maxx, Vero Moda) und ähnlich wie im Traisenpark auch eine **IKEA-Planungsstation**. 15 gastronomische Einheiten sind ebenfalls im Center untergebracht (Ethno-Restaurants, Fast Food, Cafés, etc.).

4.4 Wettbewerbsportfolio

Das Einkaufszentrum Messepark Dornbirn schneidet, nach fachlicher Beurteilung der CIMA, im Vergleich mit anderen regionalen Mitbewerber-Shopping Malls sowie Einkaufszentren in annähernd vergleichbaren innerösterreichischen Standorten, **unterschiedlich** ab:

- Der rein **quantitative Verkaufsflächen-Benchmark** zeigt, dass der Messepark im unteren Drittel der angeführten Einkaufszentren rangiert.
- Bei der wichtigen Kennzahl „**Flächenproduktivität**“ liegt der Messepark sehr deutlich vor allen anderen Shopping- Centern und zählt regelmäßig zu den flächenproduktivsten Einkaufszentren Österreichs.
- Im **Wettbewerbsportfolio** auf der nächsten Seite wird eine fachliche Einordnung der angeführten Einkaufszentren mit den Kriterien „**Flächenproduktivität**“ und „**Gesamt-Attraktivität**“ vorgenommen. Insbesondere beim Faktor „Gesamt-Attraktivität“ sind mehrere Einzelkriterien wie handelsspezifische (Qualität, Quantität, Diversifizierung des Handels- und Gastrobranchenmix, Serviceangebote) sowie infrastrukturell/bauliche Rahmenbedingungen (z.B.: Aufenthaltsatmosphäre, Erreichbarkeit, Parkplatzausstattung, Wegeführung) subsummiert worden.

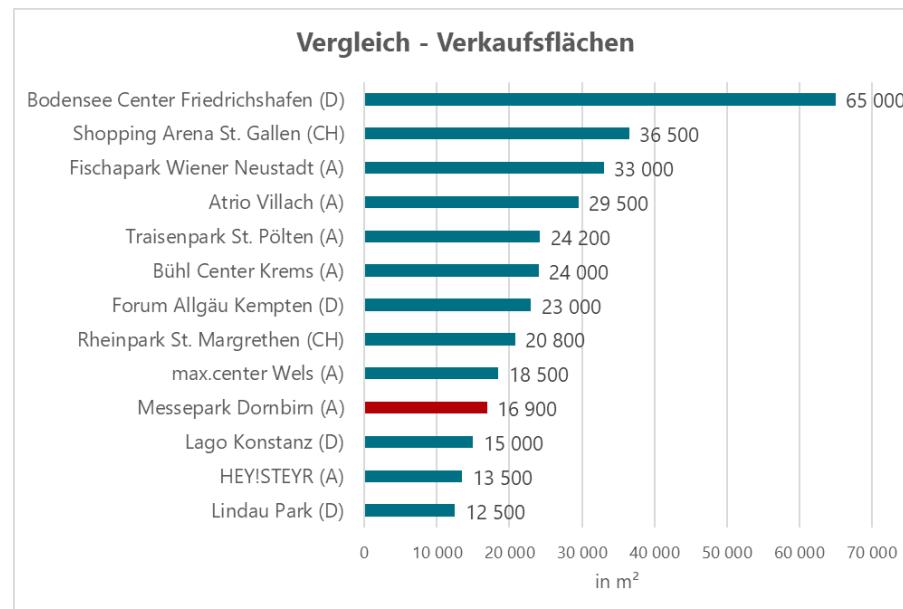


Abbildung 24: Vergleich der Verkaufsflächen ausgewählter Einkaufszentren

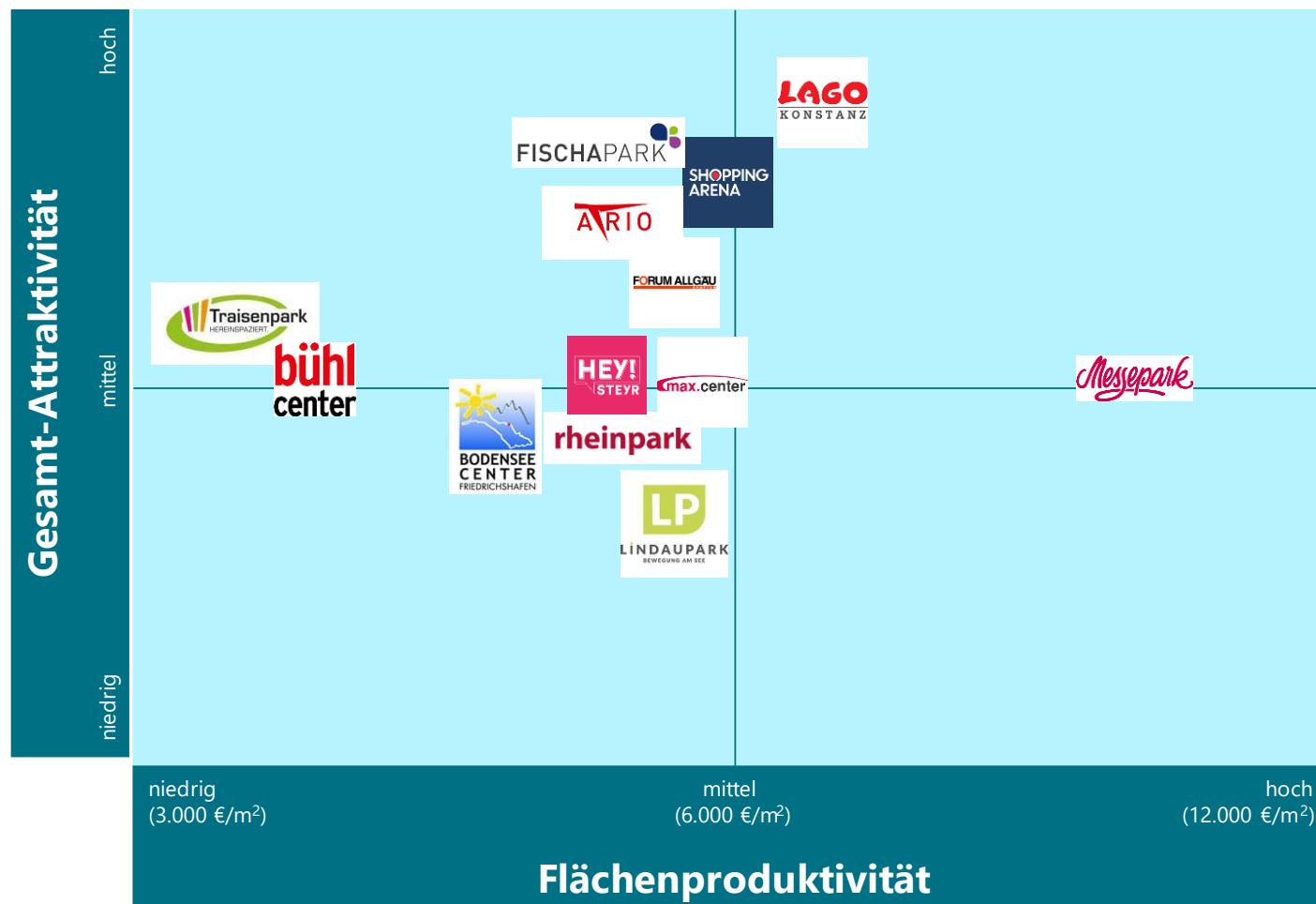


Abbildung 25: Wettbewerbsportfolio Einkaufszentren-Vergleich

Anmerkungen:

- 1.) Flächenproduktivitätswerte Bodensee-Center, Forum Allgäu, HEY!Steyr gutachterlich abgeschätzt
- 2.) „Gesamt-Attraktivität“-Beurteilung setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen: Qualität, Quantität und Diversifizierung des Handels- und Gastrobranchenmix, Aufenthaltsatmosphäre, Serviceangebote, Erreichbarkeit, Parkplatzausstattung, Wegeführung, etc.

FAZIT

Das rund 36 Jahre alte Einkaufszentrum Messepark ist ein **hochproduktives** Einkaufszentrum mit einer **soliden Angebotsstruktur** und nach wie vor **hohen Kund*innen-Frequenz**. Während in den letzten Jahrzehnten, insbesondere peripher situierte, Einkaufszentren sowohl im regionalen Umfeld als auch in, zu Dornbirn vergleichbaren, innerösterreichischen Standorten ihre Verkaufsflächenangebote massiv erweiterten, veränderte sich die rein quantitative Verkaufsfläche des Messeparks nicht. Dadurch weist der Messepark im mikrospezifischen Standortvergleich - eine **unterdurchschnittliche** Größe auf. Ein wesentlicher Grund für diese Situation ist die, bereits in obigen Abschnitten angeführte, polyzentrische Siedlungsstruktur des Rheintals mit einer Reihe leistungsstarker, nah beisammen liegender Handelsstandorte und den daraus indirekt abgeleiteten raumplanerischen Zielsetzungen des Landes.

Trotz dieser dichten Ballung an Handelsangeboten im Vorarlberger und Schweizer Rheintal ist es dem Messepark gelungen sich eine enorm **starke Wettbewerbsposition** sowohl innerhalb der Dornbirner (45 % Marktanteil an den stadspezifischen Handelsumsätzen) als auch der Vorarlberger Handelslandschaft (9 % Marktanteil) zu erarbeiten. Andere angeführte Center haben, trotz deutlich höherer Verkaufsflächen, keine derart dominante Bedeutung in ihren

FAZIT

eigenen Handelsräumen (z.B.: 32 % Umsatzanteil des Bühl-Centers am Kremser Handelsgesamtumsatz; 27 % Fischapark in Wiener Neustadt; 24 % Atrio in Villach; 16 % Traisenpark in St. Pölten, 14 % max.center in Wels).

Im Hinblick auf die aktuelle und zukünftige **Gesamtwettbewerbsfähigkeit** des **Shoppingstandortes Vorarlberg**, an welchem der Messepark durch sein, weit über die Landesgrenzen hinausreichendes, Marktgebiet enormen Anteil aufweist, ist besonders der Vergleich des Handels- und Gastronomiemix sowie weiterer Rahmenbedingungen (Aufenthaltsatmosphäre, Innen- und Außendesign, Erreichbarkeit, Serviceangebote) mit umliegenden Konkurrenzcentren im Schweizer und deutschen Grenzraum größere Bedeutung zuzumessen. Wie bereits dargestellt, bewertet die CIMA den derzeitigen Branchen- und Outletmix des Messeparks als solide und den bisherigen Standards (vor Einsetzen des starken Online-Booms) von größeren Einkaufszentren entsprechend (z.B.: großer Lebensmittel-Verbraucher- und Elektromarkt, starker Schwerpunkt im konsumlastigen Modesektor, bekannte Anbieter, etc.). Mit **Peek & Cloppenburg** sowie dem **IKEA-Planungsstudio** sind zudem zwei Anbieter vorhanden, welche die umliegenden Mitbewerberstandorte (mit Ausnahme IKEA in der Shopping Arena St. Gallen) nicht aufweisen.

FAZIT

Diversifizierung des Branchen- und Gastromixes vor allem das **LAGO** in **Konstanz**, das **Forum Allgäu** in **Kempten** sowie die **Shopping Arena** in **St. Gallen** wesentlich besser eingestuft. Zudem sind diese genannten Einkaufszentren in deutlich dichtere innerstädtische Handelslagen (LAGO, Forum Allgäu) bzw. periphere Einkaufsagglomerationen (Shopping Arena) eingebettet wie der Messepark in Dornbirn.

Auch in punkto **modernem Shopping Center Design** ist klar erkennbar, dass die letzten, größeren baulichen Adaptierungen beim Messepark schon geraume Zeit zurückliegen (1998) und andere Center (siehe dazu auch S. 35) in Punkt Aufenthaltsatmosphäre, Innen- und Ladendesign weit über dem Dornbirner Einkaufszentrum einzuordnen sind.

Abschließend greift die CIMA ein, häufig vorgebrachtes, Messepark-Ausbau-Argument auf – die **Konkurrenzsituation** zu **Lindau** bzw. dem **Lindaupark** bzw. daraus resultierende höhere Kaufkraftabflüsse aus Vorarlberg. Die CIMA sieht auch bei Realisierung einer Lindaupark-Erweiterung keine ernsthaften Bedrohung – weder für den Messepark noch für den gesamten Handelsstandort Vorarlberg. Für diese fachliche Einschätzung sind drei Gründe ausschlaggebend:

FAZIT

- (1) Der Ausbau des Lindauparks erfolgt in **moderater Form** und weist nach Realisierung eine Verkaufsfläche auf, welche in etwa der **aktuellen Größe** des Messeparks entspricht.
- (2) Bereits jetzt und auch nach erfolgtem Ausbau ist der Lindaupark beim Handels-Branchenmix (stärkere Discountorientierung, geringere qualitative Diversifizierung, etc.) als **deutlich weniger attraktiv** einzustufen als der Messepark.
- (3) Sowohl die aktuelle als auch vergangenen KAVO-Kaufkraftergebnisse zeigen, dass der Lindaupark vorwiegend Vorarlberger Kaufkraft aus einem räumlich eng begrenzten Sektor Vorarlbergs (**Bregenz, Lochau, Leiblachtal**) anzieht und hier meist bei „kurzfristigen Bedarfen“. Da sich die Messepark-Ausbaupläne auf den mittel- und langfristigen Bedarfssektor konzentrieren, erscheint eine **erkennbare Rückgewinnung** dieser Kaufkraftverluste wenig realistisch, zudem nach wie vor eine Reihe von Lebensmittel- und Drogeriewarenprodukten in Deutschland deutlich günstiger sind.

5 Beurteilung der Umsatzleistung und Umsatzherkunft der Messepark-Erweiterung



5.1 Einleitung

- 5.1.1 Prüfgegenstand Auswirkung aus Gesamtflächenerweiterung (=Erweiterungsfläche + nicht ausgeschöpfter Verkaufsfläche)

Der **Prüfgegenstand** im gegenwärtigen Gutachten konkret lautet: Ist eine **Erweiterung der Verkaufsflächen im EKZ Messepark Dornbirn** auf GSt 1940/1 und 1940/2 von **19.000 m² auf 22.200 m² Verkaufsfläche** sowohl handels- als auch städtebaulich strukturverträglich für den Standort Dornbirn. Besonders relevant dabei ist die **Darstellung der handelsstrukturellen Auswirkungen** der geplanten Erweiterung auf die bestehende Handelsstruktur in Dornbirn bzw. relevanten Vorarlberger Einkaufsstandorten und -agglomerationen.

Der **Prüfgegenstand** im geplanten Projekt **Messepark 3.0** basiert auf einer Erweiterungsfläche von **3.200 m² Verkaufsfläche**, zuzüglich der seit 2018 lt. gültigen Landesraumplan (LGBI Nr. 22/2018) verordneten 19.000 m² Verkaufsfläche. Dabei wurde im Bereich der Grundstücke GST-NRN 1940/1 und 1940/2 die Widmung einer besonderen Fläche für Einkaufszentrum mit einem Höchstmaß der Verkaufsfläche von 19.000 m² für sonstige Waren (§ 15 Abs 1 lit a Z. 2 RPG), hiervon maximal 3.000 m² für Lebensmittel, als zulässig erklärt.

Allerdings wurde vom Messepark bis dato (Stand 2022) die maximal mögliche Verkaufsfläche **nicht zur Gänze ausgeschöpft**. Somit kann der Messepark Dornbirn mit einer gegenwärtigen Bestandsfläche von **16.900 m²** eine rechtskonforme Erweiterung um 2.100 m² vornehmen.

Abgekoppelt von der rein raumordnungsrechtlichen Ausgangssituation (3.200 m² Erweiterung), hält es die CIMA aus **handelswissenschaftlicher** sowie **realökonomischer Sicht** für unbedingt notwendig, die Auswirkungen der **Gesamterweiterung** im Ausmaß von **5.300 m²** (= 2.100 m²

Ergänzung zur Bestandsfläche + 3.200 m² Erweiterungsfläche lt. Umwidmungsantrag) zu überprüfen, da diese Flächen – bei Realisierung – umsatzwirksam werden und somit ihre Wirkung auf die umliegenden zentralen Handelsstandorte entfalten.

Aktuelle Verkaufsfläche lt. EKZ Messepark	16.900 m ²
Raumplanungsrechtlich zulässige Verkaufsflächenerweiterung ausgehend vom Bestand	2.100 m ² für sonstige Waren, hiervon 0 m ² Lebensmittel
Raumplanungsrechtlich zulässige Verkaufsflächen lt. EKZ-Landesraumplan LGBI.Nr. 22/2018 und darauf aufbauender EKZ-Widmung	19.000 m ² für sonstige Waren, hiervon 3.000 m ² für Lebensmittel
Beantragte Verkaufsflächenerweiterung ausgehend von der raumplanungsrechtlich zulässigen Verkaufsfläche lt EKZ-Landesraumplan und Widmung	3.200 m ² für sonstige Waren, hiervon 200 m ² für Lebensmittel
Beantragte Änderung des EKZ-Landesraumplanes auf Gesamt lt. Konzept Messepark MP3.0	22.200 m ² Verkaufsfläche für sonstige Waren, hiervon 5.000 m ² für Lebensmittel
Gesamtflächenerweiterung beantragte Änderung ausgehend von der aktuellen Verkaufsfläche	5.300 m ² Verkaufsfläche für sonstige Waren, hiervon 2.000 m ² für Lebensmittel

Tabelle 21: Aktuelle Verkaufsfläche laut EKZ Messepark 2022

5.1.2 Studienvergleich mit „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark“ aus dem Jahre 2016

Im Zuge des EKZ-Landesraumplanverfahrens Dornbirn-Messepark (A14 - L 204 Lustenauer Straße – Messestraße, Messepark) wurde die CIMA im **Jahr 2016** gebeten eine handelswissenschaftliche/regionalwirtschaftliche Beurteilung zu erstellen, die sich aus den Auswirkungen der beantragten Änderung bzw. Ersterlassung eines EKZ-Landesraumplanes ergeben könnten. Dabei wurden folgende Rahmenbedingungen als prüfungsrelevant vorgeschrieben:

Rahmenbedingungen					
	Rechtliche Ist-Situation lt. Flächenwidmungsplan Dornbirn	Szenario 1	Szenario 2	Szenario 3	
Landesraumplan	Nein				
Mögliche EKZ Anzahl	Eins	Eins	Eins	Eins	
Höchstzulässige Verkaufsfläche je EKZ					
für sonstige Waren	17.500 m ²	19.000 m ²	20.000 m ²	22.200 m ²	
von sonstigen Waren max. für Lebensmittel	3.000 m ²	3.000 m ²	3.000 m ²	5.000 m ²	
Mindesmaß der baulichen Nutzung	Nicht festgelegt, im Bestand mehrgeschossig	siehe links	siehe links	siehe links	
Nutzung bekannt	Messepark	Messepark	Messepark	Messepark	
Ergebnisse aus der gutachterlichen Prüfung		weitestgehend strukturverträglich	negative Auswirkungseffekt e überwiegen	in allen Punkten und Kriterien unverträglich und städtisch kritisch	

Tabelle 22: prüfungsrelevante Rahmenbedingungen (Auszug aus der Altstudie 2016: Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark)

⁴ „Da sich aus dem Antrag des Erweiterungsprojektes nicht ableiten ließ, in welchen Branchen die Entwicklung stattfinden sollte, erfolgte eine Hochrechnung mit der damals aktuellen Raumleistung (9.580 € pro m²) und eine Branchenfortschreibung mit den Schwerpunkten bei den

Die Prüfung der Auswirkungen wurde nach **3 Szenarien** durchgeführt, wobei das 3. Szenario, ähnlich der gegenwärtigen Situation 2023 (also einer Gesamterweiterung von zumindest 5.000 m² Verkaufsfläche), ausfällt. Das Ergebnis von 2016 kam zum Schluss, dass vor allem die **3. Prüfvariante** als **städtisch kritisch** zu bewerten ist.

Auch wenn sich die aktuelle Ausgangslage des Prüfgegenstandes im Ausmaß der Flächenerweiterung ähnlich zu 2016 gestaltet, ergeben sich doch **eklatante Unterschiede** zwischen **2016** und **2023**:

- **2016** wurden **ausschließlich** die „**sonstigen Waren**“ als **prüfrelevante** Branchen herangezogen. Im 2023er Gutachten wird hingegen ein **breiteres Branchenspektrum** betrachtet, bestehend aus Sortimenten im kurzfristigen (= nahversorgungsrelevante Waren), mittelfristigen (= überwiegend sonstige Waren) und vereinzelt aus dem langfristigen Bedarf (= überwiegend autoaffine Waren). Da lt. Vorarlberger Raumplanungsgesetz einige autoaffine Waren (aus der CIMA Warengruppeneinteilung) zu den sonstigen Waren zählen wurde für die fachliche Prüfung die konkreten projektrelevanten Warengruppen als Basis herangezogen.
- **2016** wurden, aufgrund der fehlenden bzw. von Seiten der Projektwerber nur rudimentär zur Verfügung gestellten Datengrundlage, **Branchendurchschnittswerte** aus **Vorarlberg** bzw. **Gesamtösterreich** herangezogen⁴, wohingegen das gegenständliche Projekt auf **exakten** und durch die CIMA verifizierte **Messepark-Echtkennzahlen** des Projektwerbers basiert.
- Schließlich erweisen sich die aktuellen Messeparkweiterungspläne als unterschiedlich hinsichtlich der **qualitativen Ausrichtung** und

„sonstigen Waren“. (siehe CIMA Studie: „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark“, Seite 34)

des **angestrebten Mietermixes**. So wurde im Gutachten von 2016 aufgrund der meist fehlenden Branchendetailinformationen von einem EKZ-typischen Erweiterungsangebot ausgegangen. Wohingegen aus den vorgelegten neuen Projektunterlagen von 2022 sowie den Fachgesprächen mit dem Messeparkmanagement (unter Einbindung von zuständigen Fachleuten des Landes Vorarlberg und der Stadt Dornbirn) der **Ansiedlungsfokus** auf **neue, attraktive** und in **Vorarlberg bisher nicht ansässige Anbieter** (z.B.: Zara, IKEA etc.) erkennbar wird..

- 2016 wurde aufgrund der nicht vorhandenen bzw. geringen Detailgrundlagen ein Branchen- und Mietermix angenommen, der aus **EKZ-typischen** und zum **damaligen Zeitpunkt expandierenden Filialisten** bestand. Diese Anbietererweiterung wurde im 2016er Gutachten derart klassifiziert, dass durch die weitgehende „**Austauschbarkeit**“ dieser Branchen und Outlets es zu **keiner** erhöhten Neukund*innenerschließung (z.B.: Steigerung der Kaufkrafteigenbindung, Erweiterung Einzugsgebiet, Rückholung von verlorenen gegangenen Kaufkraftverlusten aus dem Online-Sektor, etc.) kommen und es dadurch zu einer **verstärkten, strukturunverträglichen Konkurrenzierung** zu anderen zentralen Handelsstandorten sowie der Innenstadt von Dornbirn kommen konnte. Im Projektvorhaben 2023 wird hingegen eine Verkaufsflächenerweiterung mit **neuen, attraktiven** und **konkret benannten Anbietern** anvisiert, die zu einer qualitativen Verstärkung mit überregionaler Tragweite führen, die Gesamtattraktivität des **Handelsstandortes Vorarlberg** erhöhen sowie weniger Austauscheffekte aus anderen zentralen Handelsstandorten generieren könnte.
- Gegenüber 2016 hat sich die Konkurrenzsituation zum **Online-Sektor** im Vorarlberger Einzelhandel **enorm verschärft** (insgesamt 250,2 Mio. € Gesamtabfluss oder 62 % aller Vorarlberg-Abflüsse; + 140 % seit 2015), insbesondere bei den „Messepark-Ausbau“-Kernsortimenten im Modesektor (Online-Kaufkraftvolumenanteil von 11

auf 24 % seit 2015). Von Seiten einiger Einkaufszentrenbetreibers wird bei Ausbauplänen häufig das Argument angeführt, dass **Flächenvergrößerungen** eine **probate Strategie gegen Online-Abflüsse** darstellen. Dieser vorrangig von der Immobilienwirtschaft und nur im geringen Ausmaß vom Handelssektor (hier sind in vielen Branchen eher gegenteilige Strategien erkennbar, wie Verkleinerung der stationären Verkaufsflächen bei gleichzeitigem Ausbau des Online-Business; Straffung des Filialnetzes; etc.) angeführte Punkt, wird von Seiten der CIMA nur **bedingt** als **nachhaltig erfolgreich** eingestuft. Sofern zum Online-Sektor „austauschbare“ bzw. an anderen Standorten im näheren und weiteren Umfeld vorhandene Neuflächen geschaffen werden, ist von **keiner** erhöhten Kaufkraftrückholung aus den virtuellen Einkaufswelten auszugehen. Vielmehr wird dadurch nur der Wettbewerb zwischen den einzelnen Handelsstandorten im Umfeld verschärft. Gelingt es jedoch, neue und im größeren räumlichen Umfeld bislang nicht vertretene Anbieter anzusiedeln, können grundsätzlich positive **stationäre** Kaufkraft- und geringere Konkurrenzierungseffekte generiert werden. Die CIMA wird diese Aspekte im 2023er Gutachten ebenfalls neu bewerten.

Als Fazit daraus lassen sich zwar die (beantragten) Erweiterungsflächen aus den Gutachten der Jahre 2016 und 2023 in der **Quantität** vergleichen, in der **Qualität** aus angestrebter Branchenstruktur und Ausrichtung gibt es deutliche Unterschiede, die auch unterschiedliche Auswirkungen als Ergebnis haben können.

5.1.3 Projektwerberdaten als Szenarien-Grundlage

Die Grundlagen der nachfolgenden Berechnungen basieren auf den **umfangreichen, qualitativen und quantitativen Grundlagendaten** und **Eckkennzahlen** des Projektwerbers. Als wesentliches Merkmal dabei ist die Verkaufsflächenerweiterung mit einer attraktiven, bisher in Vorarlberg noch fehlenden Handelsstruktur und einem Anbietermix (z.B.: mit **Zara, IKEA**) hervorzuheben, der den Standort Messepark, die Einzelhandelsdestination Dornbirn sowie auch den Handelsstandort Vorarlberg im 4-Länder-Bodenseeraum stärker positioniert. Sowohl die **Umsatzherkunft** als auch die **Umlenkungseffekte** werden unter diesen Voraussetzungen gerechnet.

Sollte dieser angestrebte neue Branchenmix nicht in der Form eingehalten bzw. realisiert werden können, sind die erwartbaren Effekte deutlich anders zu betrachten. Vielmehr ist mit ähnlichen Ergebnissen wie im 2016er Gutachten zu rechnen. Demnach würde die Verkaufsflächenveränderung für den Messepark 3.0 in ähnlichem Ausmaß wie 2016 bei den sonstigen Waren unverträglich und städtebaulich kritisch zu sehen sein.

5.1.4 Berechnungsgrundlage zur Umsatzherkunft

Zur Berechnung der Umsatzherkunft der geplanten Erweiterung des EKZ Messepark können grundsätzlich folgende Quellen herangezogen werden, die in den nachfolgenden Kapiteln detailliert beschrieben werden:

- **Kaufkraftpotenziale** aus der **natürlichen Entwicklung** der Kaufkraft durch **Bevölkerungsanstieg** in der **Stadt Dornbirn**, dem **Vorarlberger Einzugsgebiet** und aus **landesexternen Kaufkraftzufluss-Zielen** bis 2030
- **Umsatzherkunft** aus der **projektbedingten Nachfrageveränderung der eigenen Bevölkerung** (=Stadt Dornbirn), aus dem Dornbirner **Einzugsgebiet** (=regelmäßige Kaufkraftzuflüsse), sowie aus **Streумärschen** (=unregelmäßige Einkaufsfahrten)
- **Umsatzherkunft** aus der **Umsatzumlenkung** der **Dornbirner Innenstadt**, sowie aus **zentralen Handelsstandorten** Vorarlbergs

Auch wenn es noch weitere Potenzialfaktoren zur Kaufkraftentwicklung gibt, wie z.B.: eine Einschätzung der Veränderung der Verbrauchsausgaben aus einer Hochrechnung der konjunkturellen Erwartungen, erscheint dies unter den gegebenen Rahmenbedingungen (hohe Inflation, Preissteigerung im Handel, usw.) nicht seriös abschätzbar und wird daher im Rahmen der Studie nicht berücksichtigt. Allenfalls werden noch Detailaspekte aus dem Masterplan des zukünftigen Einzelhandelpotenzials im Bundesland Vorarlberg bis 2030 herangezogen.

Grundsätzlich werden für die nachfolgenden Berechnungen die konkreten **projektrelevanten Branchen** beachtet. Dabei wird von folgenden Verkaufsflächen nach Branchen ausgegangen:

Branchen Ist per 12/2021	Erweiterung VKFL m ²	Branchen Beschreibung
Bekleidung und Sport	825	Fachgeschäfte
Elektro, Foto, Optik	233	Fachgeschäfte
Sonstige Fachgeschäfte	244	Sortimentsergänzungen sonstige Waren divers
Schuhe und Leder	84	Fachgeschäft
Deko und Haushalt	602	Fachgeschäft/e Deko Haushalt
Schmuck und Uhren	112	Fachgeschäfte
Erweiterungsfläche It. Landesraumplan IST	2.100	
Branchenmix geplant Messepark 3.0	Erweiterung VKFL m ²	Branchen Beschreibung
Bekleidung	2.000	Fachgeschäft: Zara angefragt
Deko und Haushalt	1.000	Fachgeschäft/e Deko Haushalt
Lebensmittel und Supermarkt	200	Lebensmittel Fachsortiment/Nespresso
Erweiterungsfläche It. Antrag Erweiterung	3.200	
Gesamt	5.300	

Quelle: SES 2023; cima 2023

Tabelle 23: Projekt-relevante Verkaufsfläche und Branchen sowie Zugehörigkeit zu den Bedarfsgruppen

5.2 Kaufkraftpotenziale aus der natürlichen Entwicklung der Kaufkraft bis 2030

5.2.1 Kaufkraftpotenziale aus der Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Dornbirn bis 2030

In der Tabelle auf der nachfolgenden Seite kann das Kaufkraftpotenzial aus der **natürlichen Entwicklung** der Kaufkraft in Form des **Bevölkerungsanstieges** in der **Stadt Dornbirn** von rund 4 % bis 2030⁵ nachvollzogen werden:

- Bei der Annahme gleichbleibender Kaufkrafteigenbindung im Jahr 2030 können in den projektrelevanten Warengruppen rund **7,7 Mio. €** durch neue Einwohner*innen als mögliches Kaufkraftpotenzial für den Standort Dornbirn abgeleitet werden.
- Allerdings wird nicht der gesamte Betrag für den Messepark Dornbirn zu rechnen sein. Im Modell wird der gegenwärtige Anteil des Messeparks am Dornbirner Einzelhandelsumsatz hier herangezogen. In einer Näherung wird mit einem **Erweiterungsprojektrelevanten Marktanteil** von **34 %** gerechnet, der das Gesamtpotenzial bis 2030 aus der natürlichen Entwicklung für den Messepark auf rund **2,6 Mio. €** prognostizieren lässt.

⁵ Quelle: Bevölkerungsprognosen bis 2030 vom Land Vorarlberg, Statistik Abteilung und Statistik Austria

Kaufkraftpotenziale aus "natürlicher" Entwicklung der Kaufkraft in der Stadt Dornbirn bis 2030						
Projektrelevante Warengruppen	Kaufkraft-Volumen 2022	Kaufkraft-Volumen 2030	Kaufkraft-Eigenbindung (2022= 2030 in %)	Kaufkraft-Eigenbindung 2030 in €	"Natürliche" Kaufkraft-potenziale	"Natürliche" Kaufkraftpotenziale Messepark
Lebensmittel	96,7	100,9	94	94,8	4,0	1,3
Sportartikel	7,2	7,5	86	6,4	0,3	0,1
Schuhe/Lederwaren	8,7	9,1	86	7,8	0,3	0,1
Bekleidung	24,3	25,4	83	21,1	0,9	0,3
GPK	3,3	3,5	91	3,2	0,1	0,0
Foto/Optik	8,3	8,6	89	7,7	0,3	0,1
Möbel/Heimtextilien	26,6	27,7	81	22,5	0,9	0,3
Elektrogeräte	19,8	20,7	81	16,7	0,7	0,2
Uhren/Schmuck	4,0	4,2	93	3,9	0,2	0,1
Projektrelevante Waren Gesamt	198,8	207,5	89	184,0	7,7	2,6
Quelle: cima 2023						

Tabelle 24: Kaufkraftpotenziale aus Bevölkerungsveränderung (=natürliche Kaufkraftentwicklung) bis 2030

5.2.2 Bevölkerungsveränderungen im Dornbirner Einzugsgebiet bis 2030

Kaufkraftpotenziale aus "natürlicher" Entwicklung im Einzugsgebiet der Stadt Dornbirn bis 2030				
Projektrelevante Warengruppen	Kaufkraft-Zuflüsse 2022	Kaufkraft-Zuflüsse 2030	"Natürliche" Kaufkraft-	"Natürliche" Kaufkraftpotenziale Messepark
Lebensmittel	17,3	18,1	0,8	0,3
Sportartikel	10,3	10,8	0,5	0,2
Schuhe/Lederwaren	9,5	10,0	0,5	0,2
Bekleidung	37,7	39,6	1,8	0,6
GPK	3,1	3,2	0,1	0,1
Foto/Optik	5,6	5,9	0,3	0,1
Möbel/Heimtextilien	35,1	36,8	1,7	0,6
Elektrogeräte	13,4	14,1	0,7	0,2
Uhren/Schmuck	3,4	3,6	0,2	0,1
Projektrelevante Waren Gesamt	135,5	142,1	6,6	2,2

Tabelle 25: Kaufkraftpotenziale aus der natürlichen Entwicklung (=Bevölkerungsveränderung) im Einzugsgebiet der Stadt Dornbirn bis 2030

- Die **Vorarlberger Bezirke** werden laut den Prognosen von Statistik Austria und Land Vorarlberg bis 2030 unterschiedlich stark wachsen, wobei die Gesamtwachstumsprognose 3 % bis 2030 ergibt.

- Für die Ableitung von Kaufkraftpotenzialen aus der natürlichen Entwicklung des Einzugsgebiets von Dornbirn bis 2030 werden die Wachstumsquoten für die Bezirke herangezogen und mit dem projektrelevanten Messepark Umsatz-Anteil (34 %) modellhaft hochgerechnet - auf Basis der bestehenden Kaufkraftverflechtungen.
- Außerhalb Vorarlbergs wird insbesondere für die angrenzenden Schweizer Kantone und für das Fürstentum Liechtenstein ein höheres Bevölkerungswachstum bis 2030 prognostiziert.
- Diese Veränderungen führen aus den Orten im Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandel zu einem Anstieg des Kaufkraftpotenzials bis 2030.
- Das Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (= überwiegend sonstige Waren) verfügt im klassischen Marktgebiet⁶ über **76.800 Haushalte** aus angrenzenden Vorarlberger Bezirken sowie Liechtenstein und reicht weit in den Schweizer und Deutschen Raum.
- Die **Marktrandzone** (124.900 Haushalte) erstreckt sich weit über die Landesgrenzen hinaus, insbesondere im Schweizer Raum (Kantone Appenzell Ausserrhoden und Innerrhoden, St. Gallen, Graubünden und Thurgau), Deutschland (angrenzende Landkreise in Bayern und Baden-Württemberg) sowie Tiroler Arlberggebiet.
- Zur Berechnung der bis **2030** zusätzlich **realisierbaren Kaufkraftpotenziale** aus dem Einzugsgebiet werden die **gegenwärtigen Kaufkraftverhältnisse** (ausgedrückt durch die Kaufkraftzuflüsse) prozentuell unverändert bzw. stabil gelassen. Der Einbau von aktuellen Entwicklungen (z.B.: hohe Inflation, geringere Konsumneigung)

⁶ „Klassisches“ Marktgebiet: Gemeinden mit einer Kaufkraftzufluss-Quote von mehr als 10 % der jeweiligen Kaufkraft nach Dornbirn

und möglichen Zukunftsszenarien, samt Übertrag auf das mittelfrisige Kaufkraftverhalten, erscheint aufgrund wenig gesicherter Prognosen nicht valide darstellbar, sollte aber nach Ansicht der CIMA dennoch beobachtet werden.

- In Summe lassen sich für den Standort Dornbirn hier **6,6 Mio. €** an Kaufkraftpotenzialen errechnen, auf den Messepark Dornbirn entfallen davon **2,2 Mio. €**.

5.3 Umsatzherkunft aus projektbedingter Nachfrage-Veränderung aus der Stadt Dornbirn sowie aus den Kaufkraftverflechtungen regelmäßiger und unregelmäßiger Einkaufsfahrten

5.3.1 Umsatzherkunft aus Steigerung der Kaufkrafteigenbindung bzw. Reduktion der Kaufkraftabflüsse

Als weitere Quelle der Umsatzherkunft können die **projektrelevanten Auswirkungen** auf die Kaufkraftverhältnisse im eigenen Ort, also in der Stadt Dornbirn gesehen werden.

Der Einzelhandelsstandort Dornbirn präsentiert sich mit mehr als **109 Tsd. m² Verkaufsfläche** als **leistungsstärkstes Handelszentrum** in Vorarlberg mit allenfalls geringen Branchenlücken. Daher wird durch ein Messepark-Erweiterungsflächenwachstum von rd. **5 %** nur von geringen **Auswirkungen** auf die **Kaufkrafteigenbindung** ausgegangen. Die Chancen aus dem eigenen Ort durch weitere Verkaufsflächen die Kaufkraftabflüsse zu reduzieren, fallen in Dornbirn relativ moderat aus. Es sind **kaum stärkere Effekte** auf die **Kaufkrafteigenbindung** erwartbar.

Die **Erhöhung** der **Kaufkrafteigenbindung** erfolgt im Wesentlichen durch **Rückgänge** der **Kaufkraftabflüsse** in **andere Ziele**. Bereits in Corona-Zeiten hat eine Reduktion weiter entfernter Einkaufsfahrten vor allem nach Deutschland, in die Schweiz bzw. nach Liechtenstein begonnen, die zwar gegenwärtig abgeschwächt, aber trotzdem noch nachweisbar sind. Es wird daher bei einer projektrelevanten Ausrichtung erwartet, überregionalen Einkaufsfahrten zurückzugehen. Darüber hinaus wird erwartet, dass durch eine Attraktivierung und Verdichtung der Anbieterstruktur insbesondere im **Bekleidungsbereich** (durch Zara, Peek

& Cloppenburg-Modernisierung), Dornbirn-externe Kaufkraftabflüsse an stationäre Mitbewerberstandorte zurückgeholt werden können.

Auch wenn durch die quantitative und qualitative Weiterentwicklung des Messepark-Standortes eine Attraktivitätssteigerung erreicht werden kann, fallen die „**Rückholeffekte**“ aus dem **Internethandel** nicht so aus, dass ein Großteil dieser Kaufkraftverlust umgeleitet (in Richtung der neuen Messepark-Anbieter) werden kann. Allerdings dürfte es möglich sein die Wachstumseffekte aus dem nichtstationären Handel deutlich abzuschwächen und dadurch auch quantitativ zu neutralisieren.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Bandbreite der Entwicklungsmöglichkeiten aus der Nachfrage-Veränderung der eigenen Bevölkerung:

- Auch wenn die projektrelevante Verkaufsflächenerweiterung im Lebensmittelbereich im neuen Messeparkprojekt allenfalls nur **200 m²** umfasst, ist die Neugestaltung mit einer qualitativen Weiterentwicklung begleitet (u.a. Neubau Interspar). Daher wird mit einem Anstieg der Kaufkrafteigenbindung um 0,4 bis 1,3 % des Kaufkraftvolumens bzw. von 0,5 bis 1,5 Mio. € zusätzlich gerechnet.
- Die stärkste Verkaufsflächenveränderung findet bei den sonstigen Waren statt. Dabei wird je nach Branche mit einer geringfügigen Steigerung der Kaufkrafteigenbindung (z.B.: bei Foto/Optik sowie Uhren /Schmuck mit allenfalls 0 bis 1 % des Kaufkraft-Volumens) und einer höheren Steigerung (z.B.: bei Bekleidung gesamt oder Möbel/Heimtextilien/Deko) zwischen 2 bis 4 % des Kaufkraft-Volumens) gerechnet.
- Insgesamt ergibt dies eine Bandbreite von **0,7 bis 1,7 % Anstieg** der **Dornbirner Kaufkrafteigenbindung** und einer monetären Steigerung von **1,6 bis 3,9 Mio. €**.

Bandbreite projektrelevanter Steigerung Kaufkrafteigenbindung	Kaufkraftvolumen in Mio. € 2022	Kaufkrafteigenbindung in % vom Kaufkraftvolumen 2022	Kaufkrafteigenbindung monetär in Mio € 2022	Steigerung der Kaufkrafteigenbindung 2030 aufgrund Messeparkerweiterung in %	Steigerung Kaufkrafteigenbindung 2030 aufgrund Messeparkerweiterung monetär in Mio €
Nahrungs- /Genussmittel	100,9	94%	94,8	0,5 bis 1,5 %	0,5 bis 1,5
Sportartikel/-bekleidung	7,5	86%	6,4	0,5 bis 1,5 %	0 bis 0,1
Schuhe/Lederwaren	9,1	86%	7,8	0,5 bis 1,5 %	0 bis 0,1
Bekleidung gesamt	25,4	83%	21,1	2 bis 3,5 %	0,5 bis 0,9
Haushaltswaren/Glas/Keramik	3,5	91%	3,2	0,5 bis 1,5 %	0 bis 0,1
Foto/Optik/Akustik	8,6	89%	7,7	0 bis 1 %	0 bis 0,1
Möbel/Heimtextilien/Deko	27,7	81%	22,5	2 bis 4 %	0,6 bis 1,1
Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik	20,7	81%	16,7	1 bis 2 %	0,2 bis 0,4
Uhren/Schmuck	4,2	93%	3,9	0 bis 1 %	<0,1
Alle projektrelevanten Warengruppen	259,5	88%	227,9	0,7 bis 1,7 %	1,6 bis 3,9

cima 2023

Tabelle 26: Umsatzherkunft aus der Steigerung der Kaufkrafteigenbindung Dornbirn – Bandbreiten prozentueller und monetärer Steigerungen

5.3.2 Umsatzherkunft aus dem Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels (=regelmäßige Einkaufsfahrten)

Eine weitere Quelle der Umsatzherkunft könnte aus dem **Einzugsgebiet** des Dornbirner Einzelhandels realisiert werden. Dabei kann dies theoretisch durch eine räumliche Ausdehnung erfolgen, ausgedrückt durch eine Vermehrung an Kaufkraftzufluss-Orten in Vorarlberg und darüber hinaus. Des Weiteren kann eine Umsatzquelle aus der Erhöhung der bisherigen Kaufkraftzufluss-Quoten (=Marktanteile) nach Dornbirn fließen.

Aus gutachterlicher Seite erscheint eine **maßgebliche Erweiterung** des **klassischen Einzugsgebiets** des Messeparks als **wenig realistisch**. Die Hauptgründe liegen einerseits in der nach wie vor starken stationären Konkurrenz umliegender Handelsagglomerationen, insbesondere im grenznahen Schweizer Grenzraum sowie süddeutschen Bodenseeraum, andererseits im weiter boomenden Online-Handel. Ähnlich wird dies auch im Gutachten von 2016 gesehen⁷.

Nachfolgende Tabellen zeigt die **Umsatzherkunft** aus **erhöhten Kaufkraftzuflüssen** des bestehenden Einzugsgebiets, die wiederrum als Bandbreite einer Nachfrage-Veränderung modellhaft gerechnet werden. Die Hochrechnung erfolgt bezirks- und länderspezifisch.

Generell sind die projektrelevanten Erhöhungen der Kaufkraftzuflüsse aus dem Restbezirk Dornbirn sowie den Bezirken Bregenz und Feldkirch am höchsten.

Hohe Kaufkraftzuflüsse außerhalb von Dornbirn kommen

- aus der Schweiz und Liechtenstein. Dies vor allem aufgrund der anvisierten Ansiedlung des attraktiven Bekleidungsanbieters **Zara** sowie der qualitativen Weiterentwicklung im Modesektor sowie die Attraktivitätssteigerung durch **IKEA**
- Insgesamt lassen sich durch die projektrelevanten Verkaufsflächenerweiterungen und der qualitativen Weiterentwicklung des Branchenmix im Messepark Dornbirn **9,8 bis 15,0 Mio. €** zusätzliche Kaufkraftzuflüsse erzielen.

⁷ CIMA Studie: „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark“, Seite 81

Projektrelevant Änderungen der Kaufkraftzuflüsse nach Dornbirn nach Destinationen projektrelevante Waren gesamt	Bezirke Vorarlberg				Sonstiges Österreich	Nachbarländer Vorarlberg			Summe Alle Zuflussregionen in Mio €	
	Bludenz	Feldkirch	Dornbirn Restbezirk	Bregenz	Tirol	Deutschland	Schweiz	Liechtenstein		
Projektrelevante Waren Gesamt	Kaufkraftzuflüsse 2022 in Mio €	2,4	48,1	33,7	18,1	0,0	0,9	16,6	0,7	120,6
	Kaufkraftzuflüsse 2022 in % des Kaufkraft-Volumens	0,9%	7,9%	15,2%	3,7%	<0,1%	0,02%	0,26%	0,28%	
	Projektrelevanter neuer Wert der Kaufkraftzuflüsse in % des Kaufkraft-Volumens	1,1 bis 1,3 %	8,5 bis 8,8 %	15,8 bis 16,4 %	4,3%	<0,1%	<0,1%	0,27%	0,5 bis 0,7 %	
	Projektrelevante Steigerung der Kaufkraftzuflüsse in Mio €	0,7 bis 1,3	3,7 bis 5,7	1,2 bis 2,5	2,9	0,09 bis 0,17	0,3 bis 0,5	0,5 bis 0,9	0,4 bis 1,0	9,8 bis 15,0

Quelle: cima 2023

Tabelle 27: Projektrelevante Steigerung der Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet des Vorarlberger Einzelhandels

Tabellenbeschreibung:

- Kaufkraftzuflüsse 2022 in Mio. € sind die monetären Werte der Kaufkraftzuflüsse der projektrelevanten nach Dornbirn (hier: Messepark Dornbirn) aus den unterschiedlichen Destinationen
- Kaufkraftzuflüsse 2022 in % des Kaufkraft-Volumens beschreiben welchen Anteil der Kaufkraftzuflüsse nach Dornbirn an gesamten Kaufkraft-Volumen der Destinationen annimmt
- Projektrelevanter neuer Wert der Kaufkraftzuflüsse in % des Kaufkraft-Volumens zeigt den durch die Erweiterung Messepark 3.0 realisierten geschätzten neuen Anteil der Kaufkraftzuflüsse am gesamten Kaufkraft-Volumen der Destinationen
- Projektrelevante Steigerung der Kaufkraftzuflüsse ist nun die Steigerung des monetären Werts der Kaufkraftzuflüsse bedingt durch die Erweiterung Messepark 3.0 nach Destinationen

5.3.3 Umsatzherkunft außerhalb des Einzugsgebietes des Dornbirner Einzelhandels durch Steigerung bei unregelmäßigen Einkaufsfahrten (=Streumsatz)

Eine weitere Quelle der Umsatzherkunft kommt von außerhalb des Dornbirner Einzugsgebietes und umfasst die Steigerung der Umsätze aus **unregelmäßigen Einkaufsfahrten**. Diese Gruppe enthält Tages- und Nächtigungstourist*innen, Erwerbspendler*innen sowie punktuelle Einkaufsfahrten außerhalb des klassischen Einzugsgebietes.

Durch eine stärkere qualitative Weiterentwicklung des Branchenmix im Messepark in Kombination mit einer modernen Neugestaltung lassen sich hier **stärkere Impulse** erkennen, wie bei einer undifferenzierten Weiterentwicklung aus austauschbaren bekannten Branchenanbietern.

Unterschiedlich in den projektrelevanten Warengruppen wird hier insgesamt mit einer Steigerung zwischen **0,4** und **1,8 Mio. €** an zusätzlichem Umsatzpotenzial gerechnet.

Bandbreite der projektrelevanten Erhöhung der Streumsätze	Streumsätze 2022 in Mio €	Streumsatz-Steigerung in %	Streumsatz-Steigerung in Mio €
naherholungsrelevante Waren (=Lebensmittel)	4,3	0,5 bis 4 %	0,02 bis 0,17
sonstige Warengruppen	18,5	2,5 bis 10 %	0,40 bis 1,64
Projektrelevante Waren Gesamt	22,7	1,9 bis 8 %	0,42 bis 1,81

Quelle: cima 2023

Tabelle 28: Projektrelevante Steigerung aus unregelmäßigen Einkaufsfahrten (=Streumsätze)

5.4 Umsatzherkunft aus der Umsatzumlenkung der Dornbirner Innenstadt sowie aus anderen zentralen Handelsstandorten Vorarlbergs

In den vorangegangenen Kapiteln wurde die Umsatzherkunft der Messeparkerweiterung aufgrund der natürlichen Kaufkraftpotenziale und den projektrelevanten Nachfrageveränderungen beschrieben. Der **größte Umsatzanteil** dürfte trotzdem aus der **Umsatzumlenkung** aus der **Dornbirner Innenstadt** und auch aus anderen zentralen Handelsstandorten in Vorarlberg stammen.

Je nach Leistungsfähigkeit des Handelsstandortes, ausgedrückt durch Qualität und Quantität im Branchenangebot und der Nahbeziehung bzw. dem gegenwärtigen Marktanteil des Messeparks Dornbirn, wird eine Einschätzung vorgenommen, mit welchen Umsatzumlenkungsquoten (in %) bei den einzelnen Standorten ausgegangen werden kann. Dies wird wiederum in einer Bandbreite durchgeführt.

Aus handelswissenschaftlicher Sicht ist anzumerken, dass bei einer Umsatzumlenkung von **größer/gleich 10 %** des am Standort realisierten Einzelhandelsumsatzes die Gefahr **städtebaulich kritischer Effekte** besteht, samt einer offenkundigen Strukturschwächung der zentralen Handelsstandorte. Folgende Umlenkungseffekte werden in den zentralen Handelsstandorten Vorarlbergs prognostiziert:

- Durch zusätzliche Anbieter sonstiger Waren im Messepark Dornbirn werden die **betroffenen innerstädtischen Branchen** in der **Dornbirner Innenstadt geschwächt**. Vor allem durch den erwartbaren Umsatzabzug können einige Anbieter stärker unter Druck geraten.

- Anzumerken ist jedoch, dass sich die **Dornbirner Innenstadt strukturstark** präsentiert und eine hohe Angebotsdichte, insbesondere im mittelfristigen, für die Attraktivität eines Shopping Standorts maßgeblichen, Bedarfssektor aufweist. Kritisch wird eher die geringe Unterscheidbarkeit, Innovationsorientierung bzw. Austauschbarkeit des Handelsangebots zu ähnlichen Mitbewerberstandorten im un- und mittelbaren 4-Länder-Bodenseeraum beurteilt. Mit einer wahrscheinlichen **Umsatzumlenkungsquote** von **6 bis 7 %** dürfte – bei **gesamtheitlicher** Betrachtung - der City-Einzelhandel, aufgrund der oben angeführten strukturellen Stärke, dennoch in der Lage sein, die geplante Messeparkerweiterung in **ausreichend gutem Ausmaß zu verkraften**.
 - Im **Einkaufsraum Bludenz/Bürs** bleibt die projektrelevante geringfügige Erhöhung der Verkaufsflächen bei den **nahversorgungsrelevanten Waren** im Messepark Dornbirn wirkungslos, wohingegen die qualitative und quantitative Weiterentwicklung bei den **sonstigen Waren** mit einer **Umsatzumlenkung** von **3-4 %** prozentuell deutlich stärker ausfällt. Dies vor allem aufgrund der stärkeren Mitbietersituation in den großflächigen Anbieterstrukturen im Zimba-Park.
 - Eine ähnliche Situation kann für **Bregenz** prognostiziert werden. **Höhere Umsatzumlenkungsquoten** bei den **sonstigen Waren** von **bis zu 5,5 %**. Aufgrund der aktuellen Branchen- und Anbieterstruktur samt sehr hohen Flächenproduktivitäten, insbesondere in der Innenstadt, werden diese Werte als nicht strukturbedrohend eingestuft.
 - Für **Feldkirchs Einzelhandel** werden ähnliche Umsatzumlenkungswerte wie wir für Landeshauptstadt veranschlagt – rund **4,2 bis 6 %** bei den **sonstigen Waren**. Da Feldkirch, und hier vor allem der Handel in der Innenstadt, sich als qualitativ hochwertig, mehrheitlich leistungsstark und vielfach auch spezialisiert und innovationsorientiert präsentiert, führen diese Umsatzumlenkungen – nach fachlicher Beurteilung der CIMA – zu **keinen größeren strukturnegativen Effekten**.
 - Weitere zentrale Handelsstandorte mit annähernd ähnlichen Umsatzumlenkungseffekten wie die Landeshauptstadt bzw. Bezirkshauptorte **sonstigen Waren** sind **Götzis, Rankweil und Hohenems**. Auch in diesen Gemeinden sind projektrelevante Messeparkerweiterungsangebote, insbesondere im filialisierten und teilweise auch discountorientierten Fachmarktsektor vorhanden, welche Umsatzumlenkungseffekte befürchten müssen. Allerdings liegen diese Umsatzumlenkungsquoten **unterhalb** von **5 %**, wodurch in keinem der Standorte der Schwellenwert für städtebaulich kritische Effekte erreicht wird.
 - In allen anderen zentralen Handelsstandorten im Rheintal sowie übrigen Bundeslandgebiet ist die Angebotsstruktur bei den projektrelevanten sonstigen Waren **derart gering** bzw. **nicht** mit den projektrelevanten Messeparkerweiterungsangeboten **vergleichbar**, so dass in diesen Orten nur **wenig Umsatz umgelenkt** werden kann.
- Die CIMA weist in diesem Abschnitt aber nochmals dezidiert darauf hin, dass diese **Berechnungen** auf den **Angaben** des **Projektwerbers** basieren (Großteil der Erweiterungsflächen mit neuen, in Vorarlberg noch nicht vorhandenen Anbietern). Sollte sich der Branchenmix der Erweiterungsflächen im Messepark anders gestalten und vor allem eine Weiterentwicklung in Richtung **Austauschbarkeit** erkennbar sein, dürfte dies zu wesentlich höheren (strukturunverträglichen) Umsatzumlenkungseffekten führen, vergleichbar mit jenen aus 2016 (siehe dazu Anhang 7.3 Seite 71ff)

Bandbreiten der projektrelevanten Umsatzumlenkung Zentraler Handelsstandorte	nahversorgungsrelevante Waren (=Lebensmittel)			sonstige Waren			Gesamt Alle projektrelevanten Waren		
	Einzelhandels-umsatz in Mio €	Umsatz-umlenkung in Mio €	Umsatzumlenkung in % vom Einzelhandel-sumsatz	Einzelhandels-umsatz in Mio €	Umsatz-umlenkung in Mio €	Umsatzumlenkung in % vom Einzelhandel-sumsatz	Einzelhandels-umsatz in Mio €	Umsatz-umlenkung in Mio €	Umsatzumlenkung in % vom Einzelhandel-sumsatz
Bludenz/Bürs	64,4	0,00	0,0%	88,4	2,7 bis 3,4	3 bis 4 %	152,8	2,7 bis 3,4	1,8 bis 2,2 %
Schrungs/Tschagguns	26,6	0,00	0,0%	21,1	0,15 bis 0,20	0,7 bis 0,9 %	47,8	0,15 bis 0,20	0,3 bis 0,4 %
Bezau	10,2	0 bis 0,03	0,1 bis 0,3 %	8,7	0,04	0,5%	18,8	0,04 bis 0,07	0,2 bis 0,4 %
Bregenz	104,7	0,1 bis 0,21	0,1 bis 0,2 %	116,3	4,63 bis 6,38	4 bis 5,5 %	221,0	4,74 bis 6,59	2,1 bis 3 %
Egg	17,4	0,02 bis 0,06	0,1 bis 0,4 %	14,2	0,14 bis 0,26	1 bis 1,8 %	31,6	0,16 bis 0,32	0,5 bis 1,0 %
Hard	39,7	0,04 bis 0,12	0,1 bis 0,3 %	37,3	0,37 bis 0,56	1 bis 1,5 %	77,0	0,41 bis 0,68	0,5 bis 0,9 %
Lauterach	34,1	0,03 bis 0,1	0,1 bis 0,3 %	24,6	0,25 bis 0,35	1 bis 1,4 %	58,7	0,28 bis 0,45	0,5 bis 0,8 %
Wolfurt	15,1	0,06 bis 0,09	0,4 bis 0,6 %	20,3	0,10 bis 0,19	0,5 bis 1 %	35,4	0,16 bis 0,28	0,5 bis 0,8 %
Hohenems	48,2	0,05 bis 0,14	0,1 bis 0,3 %	49,8	1,52 bis 2,12	3,1 bis 4,3 %	98,0	1,57 bis 2,26	1,6 bis 2,3 %
Lustenau	56,0	0,06 bis 0,11	0,1 bis 0,2 %	57,0	1,07 bis 1,64	1,9 bis 2,9 %	113,0	1,13 bis 1,75	1,0 bis 1,6 %
Feldkirch	98,1	0,00	0,0%	121,9	5,16 bis 7,32	4,2 bis 6 %	220,0	5,16 bis 7,32	2,3 bis 3,3 %
Frastanz	16,9	0,00	0,0%	12,3	0,12 bis 0,18	1 bis 1,5 %	29,2	0,12 bis 0,18	0,4 bis 0,6 %
Götzis	49,9	0,05 bis 0,1	0,1 bis 0,2 %	50,7	1,84 bis 2,37	3,6 bis 4,7 %	100,6	1,89 bis 2,47	1,9 bis 2,5 %
Rankweil	47,6	0,05	0,1%	43,2	1,29 bis 1,62	3 bis 3,8 %	90,8	1,34 bis 1,67	1,5 bis 1,8 %
Dornbirn Innenstadt	48,6	0,05 bis 0,1	0,1 bis 0,2%	73,5	4,33 bis 5,15	6 bis 7 %	122,2	4,38 bis 5,20	3,6 bis 5,0 %
Projektrelevante Waren Gesamt	677,4	0,5 bis 1,1	0,1 bis 0,2%	739,4	14,3 bis 18,4	4,1 bis 5,2 %	1.416,8	24,2 bis 32,9	1,7 bis 2,4 %

Quelle: cima 2023

Tabelle 29: Bandbreiten der projektrelevanten Umsatzumlenkung zentraler Handelsstandorte

5.5 Auswirkungen der Umsatzumlenkung auf die standortspezifischen Raumleistungen

Die CIMA hat im Abschnitt 5.4. darauf hingewiesen, dass, aus handelswissenschaftlicher Sicht, eine Umsatzumlenkung von **größer/gleich 10 %** die Gefahr von **städtetbaulich kritischen Effekten** hervorrufen kann. Aufgrund der langjährigen Erfahrung in der praxisorientierten Beurteilung von Handelsstandorten und fachlichen Beurteilung von Handelsgutachten ist jedoch auch ein zweiter wesentlicher Aspekt miteinzubeziehen – die **Flächenproduktivitäten** bzw. **Raumleistungen** in den betreffenden Branchen und Sortimenten. Es kann durchaus der Fall eintreten, dass Umsatzumlenkungen von Neu- und Erweiterungsvorhaben deutlich unter 10 % prognostiziert werden und somit – bei eindimensionaler handelswissenschaftlicher Betrachtung – keine wesentlichen städtebaulich kritischen Effekte verursachen. Liegt jedoch die **Leistungsfähigkeit** der betreffenden Bedarfsgruppe/Branche bereits **deutlich** (idR – rund 25 %) unter den **Landes-** und/oder **Bundesdurchschnittswerten**, so können auch nur wenige Umsatzumlenkungsprozente erhebliche negative Folgen nach sich ziehen.

Daher erfolgt auf den nachfolgenden Seiten auch eine Bewertung und Gegenüberstellung der Flächenproduktivitätsentwicklungen in den zentralen Handelsstandorten in den projektrelevanten Messeparkerweiterungsbedarfsgruppen. Dabei erfolgt einerseits der Vergleich⁸ mit der durchschnittlichen Vorarlberger Raumleistung und andererseits mit dem Österreich-Schnitt aus der CIMA Kennzahlenbank.

- Der Einkaufsraum **Bludenz/Bürs** liegt bei den Raumleistungs-Wirkungsberechnungen zwischen dem Österreich- und dem Vorarlbergdurchschnitt, ähnlich wie die ebenfalls leistungsstarken Handelsstandorte **Feldkirch** und **Götzis**. Die Umsatzumlenkungen durch das Messeparkerweiterungsprojekt führen zwar zu Raumleistungseinbußen, diese bleiben allerdings im Rahmen. Anzumerken ist, dass alle drei Standorte über, angesichts der vorhandenen Angebotsstrukturen, zufriedenstellende (Bludenz/3.440 €/m²) bzw. sehr hohe (Feldkirch/4.480 €/m²; Götzis/4.190 €/m²) innerörtliche Flächenproduktivitäten verfügen.
- Aufgrund der guten bis starken Flächenproduktivitätsleistungsfähigkeit des innerstädtischen Mittelfrist-Einzelhandels von **Bregenz** und **Dornbirn**, liegt der Raumleistungswert z.T. deutlich über dem Landesdurchschnitt und verbleibt auch mit der qualitativen und quantitativen Erweiterung zumindest beim Vorarlberger Raumleistungswert. Im direkten Vergleich der wichtigsten Dornbirner Handelsagglomerationen (Innenstadt und Messepark) ist anzumerken, dass der Messepark – bei deutlich kleinerer Handelsverkaufsfläche (16.900 m²) gegenüber der Innenstadt (28.000 m²) nicht nur deutlich Umsatz-stärker (197,5 Mio € zu 105 Mio €), sondern auch produktiver ist. Der wesentliche Hauptgrund liegt in den umsatzintensiven, großflächigen Handelsanbietern des Messeparks (z.B.: Interspar), welche in dieser Form kaum adäquate Ansiedelungsmöglichkeiten in der räumlich begrenzten Dornbirner Innenstadt hätten.

⁸ Aufgrund der Bedeutung der Auswirkungen für die Funktionstüchtigkeit der Orts- und Stadtkerne erfolgt die genaue Beschreibung abseits von der tabellarischen Darstellung nur für die mittelfristigen (=überwiegend sonstigen) Waren.

- In **Lustenau** und **Lauterach** liegen die Raumleistungswerte nahe beim Ö-Schnitt, in **Hard** aufgrund der Diskontorientierung in einigen dominierenden Branchen (vor allem in der Peripherie) deutlich darunter. In diesen drei Orten würden sich – auch aufgrund der vorhandenen lokalen Angebotsstrukturen - kaum negative Veränderungen ergeben.
- Aufgrund des Diskontschwerpunktes außerhalb des Kernbereiches liegt die Raumleistung in **Hohenems** gerade am Ö-Durchschnitt. Die projektrelevante Veränderung reduziert den Raumleistungswert unterhalb des Ö-Durchschnittswertes mit negativen Folgen auf einzelne leistungsschwächere, filialisierte Discounter, jedoch ohne größere Auswirkungen auf die (inhabergeführten) Anbieter in der Innenstadt.
- Mit einem Raumleistungswert von 2.800 €/m² dominieren in **Rankweil** großflächige, periphere Anbieter mit allenfalls niedriger bis mittlerer Raumleistung. Die Auswirkungen durch eine Messeparkerweiterung verändern – analog zu Hohenems - die Raumleistung nur in geringem Ausmaß.
- In Orten mit wenig bis keiner Einzelhandelsstruktur bei den mittelfristigen (= überwiegend sonstigen) Waren, wie z.B.: **Bezau**, **Egg**, **Wolfurt** und **Frastanz**, zeigen sich kaum bis wenige Veränderungen.

schwächere Standorte mit kaum Anbieterstruktur bzw. einem mittelfristigen Angebot mit Diskont-Schwerpunkten zeigen hingegen **kaum Änderungen** in den Raumleistungen.

Zusammenfassend kann das gutachterliche Fazit gezogen werden, dass leistungsstarke Standorte wie z.B.: die Dornbirner Innenstadt, Bregenz, Bludenz/Bürs, Feldkirch und mit Einschränkungen Götzis **erkennbare Rückgänge** in den Raumleistungen aufweisen werden. Aufgrund der soliden und breiten Einzelhandelsstrukturen dieser Standort werden aber **allenfalls punktuelle, negative Auswirkungen** erwartet. **Leistungs-**

Projektrelevante Veränderungen der Raumleistungen zentraler Handelsstandorte VBG				
Zentrale Handelsstandorte VBG	kurzfristige (=nahversorgungsrelevante) Waren		mittelfristige (=sonstige) Waren	
	Raumleistung lt. KAVO 2020 in €/m ² (gerundet)	Projektbedingte neue Raumleistung in €/m ²	Raumleistung lt. KAVO 2020 in €/m ² (gerundet)	Projektbedingte neue Raumleistung in €/m ²
Bludenz/Bürs	6.200	6.200	3.300	3.100
Schrungs/Tschagguns	5.200	5.200	3.000	2.900
Bezau	5.000	5.000	3.000	3.000
Bregenz	5.900	5.800	4.000	3.800
Egg	5.500	5.500	2.400	2.300
Hard	5.600	5.500	2.400	2.400
Lauterach	5.200	5.200	2.800	2.800
Wolfurt	6.300	6.300	3.000	3.000
Hohenems	5.000	5.000	2.900	2.700
Lustenau	6.100	6.100	3.000	3.000
Feldkirch	6.000	6.000	3.400	3.200
Frastanz	6.200	6.200	3.900	3.900
Götzis	5.700	5.700	3.200	3.000
Rankweil	5.000	5.000	2.800	2.700
Dornbirn Innenstadt	5.700	5.700	3.600	3.400
Landesdurchschnitt VBG	5.800		3.400	
Ö-Durchschnitt (CIMA Kennzahlen-Datenbank)	5.000		2.900	

Quelle: cima 2023

Tabelle 30: Maximale Projektrelevante Veränderungen der Raumleistungen zentraler Handelsstandorte im maximalen Sollumsatz-Szenario „MP Bestand“

5.6 Gesamtüberblick der Umsatzherkunftsszenarien

Ergebnisse nach projektrelevanten Warengruppen	Umsatzherkunft Projektvorhaben Messepark 3.0 (Bestands-Anpassung sowie Erweiterung)							
	Kaufkraftpotenziale aus „natürlicher“ Entwicklung der Kaufkraft bis 2030		Kaufkraftsteigerungen aus projektbedingter Nachfrage-Veränderung aus dem Marktgebiet			Umsatzumlenkung Dornbirn Innenstadt und andere zentrale Handelsstandorte VBG in Mio €	Gesamtsumme aus Kaufkraftsteigerungen und Umsatzumlenkung in Mio €	
	Kaufkraftsteigerung durch Bevölkerungsentwicklung Stadt Dornbirn bis 2030 in Mio €	Kaufkraftsteigerung durch Bevölkerungsveränderungen DO Einzugsgebiet bis 2030 in Mio €	Steigerung der Kaufkrafteigenbindung Stadt DO in Mio €	Kaufkraftsteigerung aus regelmäßiger Einkaufsfahrten im DO Einzugsgebiet in Mio €	Kaufkraftsteigerung aus unregelmäßigen Einkaufsfahrten (=Streumässige) in Mio €			
naherholungsrelevante Waren (=Lebensmittel)	1,4	0,3	0,5 bis 1,5	2,9 bis 3,7	0 bis 0,2	0,5 bis 1,1	5,6 bis 8,2	
Sonstige Waren	1,3	2,0	1,4 bis 2,9	6,9 bis 11,3	0,4 bis 1,6	23,7 bis 31,8	35,7 bis 51,0	
Alle Warengruppen	2,7	2,3	1,9 bis 4,4	9,8 bis 15,0	0,4 bis 1,8	24,2 bis 32,9	41,3 bis 59,2	

Quelle: cima 2023

Tabelle 31: Gesamtüberblick der Umsatzherkunftsszenarien nach Bedarfsgruppen

- Die Kaufkraftpotenziale aus der **natürlichen Entwicklung** der Kaufkraft bis 2030 lassen sich zu **5,0 Mio. €** summieren, aus der Potenzialsteigerung der eigenen Bevölkerung sowie aus dem Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandort Dornbirns.
- Aus der **projektrelevanten Nachfrageveränderung** könnten in Summe zwischen **12,1 bis 21,2 Mio. €** Umsatzpotenzial kommen, aufgeteilt auf die Steigerungen aus der Kaufkrafteigenbindung der eigenen Bevölkerung (bzw. der Reduktion der Kaufkraftabflüsse), sowie der Potenzialsteigerung aus regelmäßigen (= Einzugsgebiet) und unregelmäßigen Einkaufsfahrten (= Streumässige).
- Schließlich kommt der größte Teil des Umsatzes aus der **Umsatzumlenkung** aus der **Dornbirner Innenstadt** sowie anderen **zentralen Handelsstandorten Vorarlbergs** im Ausmaß von **24,2 bis 32,9 Mio. €**. Die Umsatzumlenkung entspricht rund 60 % der Gesamtsumme aller Umsatzherkunftsarten von **41,3 und 59,2 Mio. €**.

5.7 Gegenüberstellung Sollumsatz und Umsatzherkunft, Online-Abschwächung und Agglomerationseffekte

Als Basis der Modellrechnung zum Sollumsatz wird die **Soll-Umsatzliste** des Messeparks herangezogen. Wie in der nachfolgenden Tabelle ersichtlich, wird zwischen **zwei Raumleistungs-Szenarien** unterschieden:

- **Soll-Raumleistung Szenario „Plan“** entspricht den vom Messepark-Management übermittelten Daten, die sich stark am österreichischen Durchschnittswert in einigen Branchenbereichen orientieren. Mit einem Durchschnittswert von rund **5.600 €/m²** in den **projektrelevanten Warengruppen** liegt diese Kennzahl unter den gegenwärtigen Raumleistungen des Messeparks von **€ 7.400 €/m²** in den projektrelevanten Branchen.
- **Soll-Raumleistung Szenario „MP Bestand“** entspricht der vom Messepark-Management zur Verfügung gestellten Real-Raumleistung des Einkaufszentrums aus dem Jahr **2021**, heruntergebrochen auf die **projektrelevanten Branchen**. Mit einer Netto-Raumleistung von rund **7.400 €/m²** in den projektrelevanten Warengruppen stellt dieses Szenario die Obergrenze dar.

In der Gesamtbetrachtung auf eine angestrebte Gesamtfläche von **22.200 m² Verkaufsfläche** lässt sich ein **Sollumsatz** in der Bandbreite von **€ 28,3 Mio. (Szenario „Plan“) bis maximal € 39,2 Mio. (Szenario „MP Bestand“)** hochrechnen.

Vergleicht man nun die Aufstellung des Sollumsatzes mit den prognostizierten Summen aus der Umsatzherkunft, so liegt der **Gesamtwert** aus

der Umsatzherkunft **über** dem **Sollumsatz**. Allerdings darf dieser Umsatzunterschied nicht als Freibrief für weitere Verkaufsflächenentwicklungen gesehen werden. Vielmehr wird empfohlen diese Differenz mit einem **Abschwächungsfaktor „Online-Handel“** zu versehen. Dieser Abschwächungsfaktor wird vergleichbar mit der Vorgangsweise im Masterplan Vorarlberg pro Bedarfsgruppe angewendet und vom Umsatz abgezogen. Dabei wird je nach Warengruppe eine Umsatzdämpfung von 2 % bis 5 % angesetzt. Diese Abschwächung begründet sich mit tendenziell niedrigeren Raumleistungen aufgrund zunehmender Wettbewerbssituation durch steigenden Internethandel.

Aus dieser Summe reduziert sich der Gesamtumsatz um 1,9 bis 2,8 Mio. €. Des Weiteren sollte beim möglichen Gesamtumsatz ein **Agglomerationseffekt**⁹ berücksichtigt werden, der mit einer Umsatzabschwächung von 2-3 % des errechneten Modellumsatzes angesetzt wird. Daraus ergibt sich eine weitere Reduktion des Gesamtumsatzes um 1 bis 1,5 Mio. €. Aus der Summe der Abschwächungsfaktoren reduziert sich der Gesamtumsatz um **2,9 bis 4,3 Mio. €**.

Die aus dem angepassten Gesamtumsatz (theoretisch) realisierbaren Verkaufsflächen¹⁰ würden vor allem im Sollumsatz-Szenario („Plan“) deutlich höhere Verkaufsflächenpotenziale ermöglichen, wie im Erweiterungsvorhaben anvisiert. Trotzdem wird von Gutachterseite die prüfungsrelevanten **5.300 m² Verkaufsfläche** als **maximale Obergrenze** gesehen, um eine Art **Sicherheitspuffer** gegenüber den aktuellen und auch mittelfristig schwer abschätzbaren konjunkturellen Entwicklungen

⁹ Agglomerationseffekte: durch großflächige Flächenansiedlungen bzw. Erweiterungen in bereits bestehenden Handelsagglomerationen lassen sich Verstärkungseffekte auch auf andere Branchen

innerhalb der Handelsagglomeration feststellen. Die Gesamtattraktivität steigt somit stärker wie an einer isolierten Solitär betrachtung.

¹⁰ Umsatzszenario „Plan“ zw. 6.900-9.900 m², Umsatzszenario „MP Bestand“ zw. 5.200-7.400 m²

zu haben wie z.B.: stärkere Kaufkraftzurückhaltung aufgrund hoher Inflation, deutliche Verschiebung der Konsumgewohnheiten und Konsumausgabengewichtungen, etc.

Sollumsatz-Szenarien nach projektrelevanten Branchen- und Erweiterungsflächen						
Branchen Ist per 12/2021	Erweiterung VKFL m ²	Branchen Beschreibung	Soll Raumleistung Szenario "Plan" in €/m ²	Soll Einzelhandelsumsatz "Plan" in Mio €	Soll Raumleistung Szenario "MP Bestand" in €/m ²	Soll Einzelhandelsumsatz "MP Bestand" in Mio €
Bekleidung und Sport	825	Fachgeschäfte	5.000	4,1	5.356	4,4
Elektro, Foto, Optik	233	Fachgeschäfte	5.000	1,2	11.707	2,7
Sonstige Fachgeschäfte	244	Sortimentsergänzungen sonstige Waren divers	5.000	1,2	9.267	2,3
Schuhe und Leder	84	Fachgeschäft	5.000	0,4	6.957	0,6
Deko und Haushalt	602	Fachgeschäft/e Deko Haushalt	5.000	3,0	9.267	5,6
Schmuck und Uhren	112	Fachgeschäfte	5.000	0,6	12.807	1,4
Erweiterungsfläche lt. Landesraumplan IST	2.100		5.000	10,5	8.098	17,0
Branchenmix geplant Messepark 3.0	Erweiterung VKFL m ²	Branchen Beschreibung	Soll Raumleistung Szenario "Plan" in €/m ²	Soll Einzelhandelsumsatz "Plan" in Mio €	Soll Raumleistung Szenario "MP Bestand" in €/m ²	Soll Einzelhandelsumsatz "MP Bestand" in Mio €
Bekleidung	2.000	Fachgeschäft: Zara angefragt	6.500	13,0	5.356	10,7
Deko und Haushalt	1.000	Fachgeschäft/e Deko Haushalt	4.000	4,0	9.267	9,3
Lebensmittel und Supermarkt	200	Lebensmittel Fachsortiment/Nespresso	4.000	0,8	11.316	2,3
Erweiterungsfläche lt. Antrag Erweiterung	3.200		5.340	17,8	6.951	22,2
Gesamt	5.300		5.563	28,3	7.405	39,2

Quelle: SES 2023; cima 2023

Tabelle 32: Sollumsatz-Szenarien Messepark Dornbirn Erweiterungsvorhaben Messepark 3.0 Gesamterweiterung

6 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlung



Auf Basis der in den vorangegangenen Kapiteln durchgeföhrten Berechnungen, fachlichen Betrachtungen und Beurteilungen können folgende Bewertungen und Empfehlungen ausgesprochen werden:

– klare Erweiterungsempfehlung des Messeparks nur unter definierten Rahmenbedingungen

Das Einkaufszentrum Messepark war in den letzten Jahrzehnten eines der primären **Top-Einkaufsdestinationen** des Handelsstandortes Vorarlberg, insbesondere in der hohen Bindung von (landesexterner) **Massenkonsum-Kaufkraft**.

Grundsätzlich notwendig erscheint eine **qualitative, baulich- infrastrukturelle Aufwertung** des Messeparks (samt Ladeneinheiten) hin zu einem modernen, den aktuellen Kund*innenbedürfnissen sowie Markt- und Konsumtrends entsprechenden, Einkaufszentrums.

Trotz des anhaltenden und sich aller Voraussicht nach weiter steigernden Online-Einkaufsbooms hat der **stationäre Einzelhandel** insbesondere in profilierten Orts- und Stadtzentren und (größeren) Einkaufszentren mit regionaler/überregionaler Bedeutung, nach fachlicher Ansicht, auch **zukünftig** nicht nur eine Daseins-Berechtigung, sondern kann bei entsprechenden Anpassungen ausreichend Kaufkraft abschöpfen und gegenüber den virtuellen Einkaufswelten **konkurrenzfähig** bleiben. Diese Anpassungen und Adaptierungen sollten sich jedoch aus einem Bündel unterschiedlicher, bestmöglich kombinierter Maßnahmen zusammensetzen wie z.B.: innovativer und Zielgruppen-diversifizierter Sortiments- und Branchenmix, hohe Aufenthaltsqualität und Wohlfühlatmosphäre, ausgeprägte Serviceorientierung, verstärkte Digitalisierung und Einsatz von augmented reality-Features, etc.

Auf Basis dieser Prämissen erscheint das Messepark 3.0- Konzept, und hier vor allem die maßgeblichen Verkaufsflächenerweiterungspläne mit am Handelsstandort Vorarlberg neuen Anbietern (wie z.B.:

Zara, IKEA), **schlüssig** und **empfehlenswert**. Da jedoch die raumordnerischen bzw. gesetzlichen Rahmenbedingungen des Landes Vorarlberg keine Handhabe bzw. Vorgaben für anbieterspezifische Festlegungen enthalten, erscheint es dringend angeraten, dass die Stadt Dornbirn – im Zuge der **Vertragsraumordnungsmöglichkeiten** – entsprechende Vereinbarungen mit dem Messeparkbetreibern festlegt. Der inhaltliche Schwerpunkt dieser Vereinbarung sollte darauf gelegt werden, dass der **Großteil der Erweiterungsflächen mit qualitativ hochwertigen Handelsanbietern** belegt wird, welche entweder **neu** in den Vorarlberger Markt eintreten wollen oder einen **standortexklusiven „flagship store“** errichten wollen.

Abschließend wird angemerkt, dass die CIMA bei dieser Erweiterungsempfehlung sich an frühere, seit der KAVO 2009, dokumentierte Aussagen und auch Gutachten (z.B.: Bewertung des IKEA-Ansiedlungsvorhabens in Lustenau im Jahr 2016) hält, **großflächige Erweiterungen** an Standorten zu empfehlen, wenn es sich um neue qualitative Anbieter handelt, welche den Handelsstandort Vorarlberg in seiner Gesamtheit aufwerten.

– eindeutiges NEIN zu “more of the same”

Wie bereits mehrfach in diesem Gutachten dargestellt, wird allen Erweiterungsplänen des Messeparks 3.0 eine klare Absage erteilt, sofern sich der zusätzliche Branchenmix anders gestalten und vor allem die qualitative Weiterentwicklung eher in Richtung **Austauschbarkeit** erkennbar wird. Das Resultat einer derartigen Entwicklung würde aller Voraussicht nach zu **deutlich höheren, strukturunverträglichen** Umsatzumlenkungseffekte führen.

– **Vermeidung einer stärkeren „multi use“-Orientierung**

Die Auswirkungen der COVID19-Pandemie, sowie des enormen Online-Booms haben in besonders starkem Ausmaß auch die Betreiber*innen bzw. Investor*innen von Einkaufszentren getroffen.

Analog zu bereits vollzogenen bzw. klar ersichtlichen Entwicklungen in Ländern mit noch höherem Online-Shopping-Anteil (ieL – anglo-amerikanischer Raum, Skandinavien, etc.) sind nun auch in Österreich Planungen im Laufen, die Einkaufszentren wirtschaftlich stärker zu diversifizieren und in Richtung „**multi use**“-Center zu positionieren. Unter diesem neuen Schlagwort „multi use“ sollen Einkaufszentren zukünftig auch wesentlich größere Flächen für gastronomische Einrichtungen, Freizeit- und Kulturinfrastrukturen (z.B.: von der Bowling Bahn bis zur öffentlichen Bibliothek), Sozial- und Gesundheitsdienste (z.B.: Ärztecenter, Kindergarten), Bürozonen (z.B.: Coworking spaces) und konsum- und unternehmensbezogene Dienstleister zur Verfügung stellen. Neben der Kompensation der leerstehenden handelsspezifischen Handelsareale, der breiteren wirtschaftlichen Absicherung und der Generierung neuer Besucher*innen-Frequenzen (auch für bestehende Einzelhandelsbetriebe der Center), sind derartige Strategien auch auf zusätzliches Flächenwachstum ausgerichtet.

Auch bei entsprechender Nachvollziehbarkeit dieser Pläne weist die CIMA darauf hin, dass derartige periphere „multi use“-Center den, **über Jahrzehnte gewachsenen, Nutzungsstrukturen** vieler (größerer) Orts- und Stadtkerne entsprechen und in ihren strukturverträglichen Auswirkungen fachlich **wesentlich kritischer beurteilt** werden wie zusätzliche Flächenentwicklungen im Handelssektor.

Auch wenn das Messepark 3.0- Konzept keinen eindeutigen Schwerpunkt in Richtung „multi use“-Center derzeit erkennen lässt, sollten hier – ebenfalls im Zuge der **Vertragsraumordnung** – entspre-

chende Regelungen getroffen werden, den Messepark auch mittelfristig (die nächsten 7-10 Jahre) vorwiegend als Handels-, konsumnahen Dienstleistungs- und Gastronomiestandort zu betreiben.

– **Aktionsprogramm für die Dornbirner Innenstadt**

Aufgrund der intensiven Tätigkeit der CIMA in Vorarlberg in den letzten 30 Jahren, kann die (wirtschaftliche) Entwicklung der Dornbirner Innenstadt gut beurteilt werden. Nach fachlicher Ansicht hat Dornbirn viele richtige und zielführende Akzente, sowohl im Standort- als auch Stadtplanungs-/Infrastrukturbereich, „pro Innenstadt“ gesetzt wie z.B.: Auf- und Ausbau der Fachhochschule samt vielfältigen start up-Initiativen im Nahbereich des Stadtzentrums, leichte Erreichbarkeit der Innenstadt, sowohl mittels Individual- als auch öffentlichen Verkehr, städtebaulich attraktive Innenstadt, gut dotierte und schlagkräftige Tourismus- und Stadtmarketingeinheit, etc.

Trotz **erkennbarer Umsatz- und Produktivitätsverluste** seit 2015 (-6,3 %) weist die Innenstadt einen nach wie vor dichten und qualitativ ausgewogenen Branchenmix auf samt hoher Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe in den A- (74 %) und B-(54 %) Lagen.

Nicht nur im Hinblick auf die Ausbaupläne des Messegeländes, sondern auch zur grundsätzlichen Sicherstellung der mittelfristigen Zukunftsfähigkeit und Standortattraktivität im Wettbewerb mit Mitbewerberstandorten und dem Online-Handel empfiehlt die CIMA ein Aktionsprogramm mit folgenden Schwerpunktmaßnahmen:

– Positionierung der Innenstadt als Chancenraum für neuen City-Unternehmer*innen-Typus; Entwicklung von intelligenten Unterstützungsmaßnahmen zur verstärkten Ansiedelung von hochspezialisierten Handels-, Gastronomie-, Handwerks- und konsumorientierten Dienstleistungsunternehmen

- Aufbau und Vermarktung einer Standort-Serviceagenda durch Bündelung bereits vorhandener städtischer und einzelbetrieblicher Serviceangebote bzw. Entwicklung zusätzlicher Servicemaßnahmen
- Realisierung angedachter bzw. (vor-)projektierter innerstädtischen Leitprojekte wie beispielsweise der Genuss-Markthalle

- **strukturelle Hilfestellungen für effiziente und nachhaltige Orts- und Stadtkernentwicklung in Vorarlberg**

Die, teilweise emotionale, (landesweite) Debatte hinsichtlich der Erweiterungspläne des Messeparks wird in den nächsten Monaten weiter zulegen und auch Gutachten werden, nach langjährigen Erfahrungswerten der CIMA, nur zum Teil zur Versachlichung des Themas führen.

Als, seit Mitte der 1990er Jahre, in Vorarlberg tätiger Handelsgutachter und auch Berater für Orts- und Stadt(kern)-Entwicklung ist die CIMA der Ansicht, dass viele Diskussionen sich vorrangig um die **sehr dominante Wettbewerbsposition** des Handelsstandortes Dornbirn bzw. des Einkaufszentrums Messepark drehen werden und hier von Seiten kommunaler Vertreter*innen, Orts-, Stadt- und Regionalmarketings und auch Unternehmer*innen die Befürchtung geäußert wird, weitere (hohe) Kaufkraftverluste Richtung Dornbirn bzw. Messepark abgeben zu müssen.

Neben der klaren Kommunikation, dass die angestrebten neuen Anbieter des Messepark 3.0- Konzepts einerseits dem Gesamthandelsstandort Vorarlberg durchaus Vorteile bringen und kaum in frequenzschwächeren Standorten angesiedelt werden können, sollte ein zukünftiger Schwerpunkt von Seiten des Landes auf strukturelle Hilfestellungen zur Orts- und Stadtkernbelebung gelegt werden. Auch wenn in den letzten 15-20 Jahren viele Vorarlberger Kommunen und auch zentrale Handelsstandorte vielfältige Aktivitäten zum

Erhalt und Revitalisierung der (wirtschaftlichen) Attraktivität ihrer Orts- und Stadtkerne initiiert haben und auch erkennbare Erfolge sichtbar wurden (z.B.: in Bregenz, Dornbirn, Feldkirch, Frastanz, Götzis, Hohenems, Lustenau, etc.), schlägt die CIMA doch eine Reihe weiterer struktureller Maßnahmenprogramme (keine anlassbezogenen Einzelförderungen) vor:

- Erhalt, Stärkung bzw. Ausbau der (teilweise verlorengegangenen) Multifunktionalität der Orts-/Stadtkerne als Standorte für Wohnen, Freizeit- und Kulturaktivitäten, Bildung, soziale Dienste, Gesundheitseinrichtungen, Handel, Gastronomie und B2C und B2B-Dienstleister
- Förderung des endogenen Gründer*innenpotenzials der jeweiligen Stadt und Region mittels gezielter und innovativer Wirtschaftsfördermaßnahmen
- Nutzung des neuen City-Unternehmer*innen-Typus (= langjährig branchenerfahrene Gründer*innen mit neuen innovativen Nischenkonzepten bzw. Branchen cross over- Geschäftsmodellen)
- Weckung des (latent verfügbaren) Immobilienpotenzials in Innenstädten und Ortskernen durch intensive Beratungsaktivitäten und Hilfestellungen für Haus- und Objektbesitzer*innen (analog zu aktuell laufenden landesweiten Stadtregionsinitiative in Oberösterreich)
- Aufbau einer Weiterbildungs- und Qualifizierungsplattform für Orts- und Stadtmarketing-Akteure, Werbegemeinschaften und kommunale Entscheidungsträger*innen

7 Anhang



7.1 Kriteriensemprüfung zur Beurteilung der Erweiterung des EKZ Messepark 3.0 für „sonstige Waren“¹¹

7.1.1 Standort- und Verkaufsflächenbezogene Kriterien

- **Standortbeurteilung: Projektrelevante Branchen umfassen sonstige Waren (ohne Lebensmittel) (K2):**
Streu- und Peripherie-Lage ohne ausreichend Versorgungspublikum der eigenen Bevölkerung, „rot“
- **Generelle Erreichbarkeit (Modal Split) von sonstigen Waren (ohne Lebensmittel) (K4):**
Individuelle Erreichbarkeit fußläufig/Rad gegenwärtig nur unzureichend, Thema „Rad“ in Arbeit; keine ausreichenden Einwohner im Nahbereich (mit 492 Personen weniger wie 800 Einwohner in 400m Umkreis gegeben)
ÖPNV-Anbindung ist ausreichend gewährleistet; die Busanbindung (mind 1/4-Stundentakt) ist über Landbus und Ortsbus gegeben; daher gesamt eher „gelb“
- **Gesamtausmaß der projektierten Verkaufsfläche (K8):**
Bestandsfläche 16.900 m² gewidmeter Gesamtverkaufsfläche liegen gegenwärtig bereits klar über dem Schwellenwert von 10.000 m², unabhängig von Erweiterung, daher „rot“.
- **Relativer Flächenverbrauch-Variante Geschosszahl (K9)**

Altbestand ist bereits auf 3 Geschossen ausgebaut und dies soll beibehalten bzw. sogar noch ausgebaut werden; daher „grün“

- **Verdichtung nach Innen und Nachnutzung von Gebäudebestand (K10):**
Keine neue Flächenversiegelung, sondern Nutzung von „Altbestand“, allerdings auf „grüner Wiese“, daher „gelb“
- **Erforderliche Stellplatzanzahl von sonstigen Waren (ohne Lebensmittel) (K12)**

Auch bei Anwendung des großzügigeren Schwellenwerts der Stellplätze pro 30 m² Verkaufsfläche bei den Lebensmittelanbietern wird mit 1.000 gegenwärtig bestehenden und mit der Erweiterung noch zusätzlichen 645 geplanten Stellplätzen der Schwellenwert mehr als doppelt überschritten; Auch bei möglicher Mehrnutzung durch Messe erfolgt Beurteilung daher „rot“

Berechnung:

Bei 22.200 m² beurteilungsrelevanter Verkaufsfläche sind bei (einfachem) Schwellenwert von 1 Stellplatz pro 30 m² Verkaufsfläche 740 Stellplätze zulässig.

- **Stellplätze in Tiefgaragen und Parkdecks (K14)**
Im Erweiterungsprojekt ist eine Tiefgarage bzw. ein Parkdeck vorgesehen, daher „grün“

¹¹ Im Kriteriensemprung wird die rechtskonforme Erweiterung um 2.100 m² sowie die 3.200 m² Erweiterungsfläche laut Umwidmungsantrag und somit die Gesamterweiterungsfläche von 5.300 m² herangezogen und die Kriteriensemprung für „sonstige Waren“ für diese Gesamtfläche durchgeführt.

7.1.2 Kaufkraftrelevante Betrachtung (intensiv)

– **Kaufkraftpotenzial Makrostandort (K15):**

Bevölkerungssteigerungen (2020-2030: +4,3 %) liegen über Landesdurchschnitt (2020-2030: +3,0%); daher „grün“

– **Touristisches Kaufkraftpotenzial (K16):**

Mit 184 Tsd. Nächtigungen 2021 ist Dornbirn eines der stärksten Tourismusziele des Landes und neben Bregenz bedeutendes Ziel im Städte tourismus, daher Bonuspunkt „grün“

– **Kaufkraftniveau und Kaufkraftentwicklung (K17):**

Kaufkraftindex/EW = 105,2 liegt über dem Landesdurchschnitt von 102,6; und somit „grün“

– **Kaufkrafteigenbindung vor Ort-Reduzierung von Kaufkraftabflüssen (K18):**

Durch die Erweiterung werden nur geringfügige Steigerungen der Kaufkrafteigenbindung erzielt werden können; daher eher „grün“ bis „gelb“

– **Kaufkraftabschöpfung bei sonstigen Waren (K19):**

Kaufkraft (Marktpotenzial bzw. Kaufkraftvolumen) Verflechtungsbereich mittelfristige Waren (=überwiegend sonstige Waren): rund 214 Mio. € alleine im „klassischen Einzugsgebiet (Gemeinden mit Kaufkraftzuflüssen von mehr als 10 % des jeweiligen Kaufkraftvolumens); Umsatz durch Neuprojekt (3.200 m² Neufläche + 2.100 m² nicht ausgeschöpfte Altfläche) zwischen 28,3 und 39,2 Mio. € (je nach Flächenleistung von 5.560 € pro m² und 7.400 € pro m²)¹²; Kaufkraftabschöpfung vom Verflechtungsbereich hier zwischen 10-15 % ohne Berücksichtigung der Marktrandzone mit weiteren über 900 Mio. € Kaufkraftvolumen (Marktpotenzial) ; daher zumindest „gelb“ eher sogar „grün“ (allerdings nur Erweiterung; nicht Bestand)

– **Projektrelevante Umsatzherkunft aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich (K22):**

Durch 5.300 m² zusätzliche Verkaufsfläche bei Sonstigen Waren werden zwischen 28,3 und 39,2 Mio. € neuer Umsatz aus dem Verflechtungsraum benötigt. Unter Berücksichtigung des gesamten Einzugsgebietes lassen sich rd. 45 Mio. € an Kaufkraftzuflüssen feststellen. Unterhalb 25 % kommt von außerhalb des Verflechtungsbereiches; daher „grün“

¹² 1. Wert entspricht einer durchschnittlichen österreichischen Flächenleistung projektrelevanter Erweiterungsbrachen; 2. Wert entspricht der gegenwärtigen Flächenleistung des Messeparks Dornbirn bezogen auf den Nettoumsatz

- **Projektrelevante Umsatzumlenkung am eigenen Standort pro betroffene innenstadtrelevante Branche bzw. Warengruppe (entspricht "sonstige" Waren) (K23):**

Durch 5.300 m² zusätzliche Verkaufsfläche bei Sonstigen Waren werden zwischen 28,3 und 39,2 Mio. € neuer Umsatz benötigt. Neben dem Umsatz aus anderen Quellen wird auch aus der Dornbirner Innenstadt ein Umsatz umgelenkt. Bei einem Innerörtlichen Umsatz von insgesamt nur ca. 57,6 Mio. € bei den mittelfristigen Waren (=sonstige Waren) liegt die Umsatzumlenkung aus dem Kernbereich zwischen 6 und 7 % und daher „grün“ bis „gelb“

sonstigen Waren. Diese Größenordnung liegt unterhalb der Erweiterungsfläche des Messeparks für Sonstige Waren von 5.300 m² und daher allenfalls „gelb“ bzw. sogar „rot“.

7.1.4 Sonstige Kriterien

- **Verkehrsstrukturelle Grobeinschätzung (K24):**

Gegenwärtig eher problematisch, die erwartbare Erhöhung der Verkehrs frequenzen wird als bedenklich eingestuft; daher zumindest „gelb“ eher sogar „rot“.

7.1.3 Kaufkraftrelevante Betrachtung (extensiv)

- **Einstufung nach Schwellenwert: Kaufkraftabschöpfung bei sonstigen Waren (ohne Lebensmittel) (K26)**

Verflechtungsbereich Dornbirn nach Ableitung aus Kaufkraftstromanalyse Vorarlberg 2020: rund 181 Tsd. Konsumenten

Schwellenwert bei 10 % Kaufkraftabschöpfung: liegt bei rund 5.400 m² und somit bei "grün".

- **Einstufung nach Schwellenwert: Zukünftige Entwicklungspotenziale am Makrostandort bei sonstigen Waren (K29)**

Für den Bezirk Dornbirn wird lt. Masterplan von 2021 ein Entwicklungsfähiges Potenzial zumindest von 10.400 bis 12.200 m² Verkaufsfläche bis 2030 gesehen; davon entfallen 3.000 bis 3.400 m² auf die

7.1.5 Fazit Kriteriensetprüfung „sonstige Waren“

Kriterienübersicht	Kriterien	Einstufung/ Bewertung		
Standort-spezifische Kriterien	Standortbeurteilung: Projektrelevante Branchen umfassen sonstige Waren (K2)			X
	Generelle Erreichbarkeit (Modal Split) bei Waren des sonstigen Bedarfs (K5)		X	
(Verkaufs-) Flächenbezogene Kriterien	Gesamtausmaß der projektierten Verkaufsfläche (K8)			X
	Relativer Flächenverbrauch-Variante Geschosszahl (K9)	X		
	Verdichtung nach Innen und Nachnutzung von Gebäudebestand (K10)		X	
	Erforderliche Stellplatzanzahl bei sonstigen Waren (K12)			X
	Stellplatzflächen in Tiefgaragen und Parkdecks (K14)	X		
Kaufkraftrelevante Betrachtung	Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (K15)	X		
	Touristisches Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (angewendet nur bei Tourismusgemeinden) (K16)	X		
	Kaufkraftniveau und Kaufkraftentwicklung (K17)	X		
	Kaufkrafteigenbindung vor Ort - Reduzierung von Kaufkraftabflüssen (K18)	X	(X)	
	Kaufkraftabschöpfung bei sonstigen Waren (K19)	(X)	X	
	Projektrelevante Umsatzherkunft aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich (=Einzugsgebiet) (K22)	X		
	Projektrelevante Umsatzumlenkung am eigenen Standort pro betroffene innestadtrelevante Branche bzw. Warengruppe (entspricht "sonstige" Waren) (K23)	X	(X)	
Sonstige Kriterien	Verkehrsstrukturelle Grobeinschätzung (K24)		(X)	X

Kaufkraftrelevante Betrachtung (extensiv)	Einstufung nach Schwellenwert: Kaufkraftabschöpfung bei sonstigen Waren (K26)	X		
	Einstufung nach Schwellenwert: Zukünftige Entwicklungspotenziale am Makrostandort bei sonstigen Waren (K29)		X	(X)

Visuelle Ergebnisse:

- Standortspezifische Kriterien: durchwegs negativ
- (Verkaufs-)Flächenbezogenen Kriterien: durchschnittlich, vor allem Gesamtverkaufsfläche kritisch bewertet
- Kaufkraftrelevante Betrachtung (intensiv): insgesamt positiv
- Kaufkraftrelevante Betrachtung (extensiv): insgesamt eher positiv
- Sonstige Kriterien: eher negativ

Rechnerische Ergebnisse¹³:

- Erreichte %- Punkte: 54 bis 68 %

Fazit des Ergebnisses:

Die standortspezifischen Fragen werden überwiegend kritisch bewertet, verkaufsflächenbezogen zeigt sich ein „gemischtes“ Bild, wohingegen die Kaufkraftrelevanten Kriterien positiv ausfallen. Somit ergibt sich für dieses Projekt kein eindeutiges positives bzw. negatives Bild. Daher wird es notwendig sein, die kritischen Fragen in einer vertiefenden Betrachtung eingehender zu behandeln.

¹³ Kriterien K9, K10, K14, K16 und K24 werden mit 0,5 gewichtet

7.2 Kernaussagen der Auswirkung einer Messeparkerweiterung aus der Studie „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ Landesraumplanes Dornbirn Messepark“ (Mai 2016)

7.2.1 Handelsspezifische Kernaussagen

I: nur geringe Steigerungen der Kaufkrafteigenbindung

Auch mitunter größeren Verkaufsflächenerweiterungen des Messeparks in Dornbirn werden nur geringe Steigerungen der Kaufkrafteigenbindung erwartet, wahrscheinlich ist von einer Stagnation (auf hohem Niveau) auszugehen.

II: keine (weitere) Vergrößerung des Dornbirner Einzugsgebietes

Da die Ausdehnung des klassischen Einzugsgebietes in Dornbirn ohnedies sehr hoch ist, werden die Erweiterungen aus Szenario 1 bis 3 zu keiner weiteren Ausweitung führen. Auch bei mitunter größeren Verkaufsflächenerweiterungen des Messeparks wird keine Ausweitung des Einzugsgebietes im mittelfristigen Bedarfsbereich stattfinden.

III: Schwächung zentraler Handelsstandorte durch weitere Erhöhung der Kaufkraftabschöpfung

Eine Erweiterung des Messeparks im nicht unerheblichen Ausmaß führt zu einer weiteren Schwächung der nahen zentralen Handelsstandorte und hier vor allem der Orts- und Stadtkerne.

IV: hohe Umsatzumlenkungen aus anderen Handelsstandorten

Die aus der Erweiterung neu zu realisierenden Umsatzpotenziale werden ausschließlich durch Umsatzumlenkungen bzw. Umsatzabzug zu anderen zentralen Handelsstandorten Vorarlbergs erhalten. Das Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich (= sonstige Waren) präsentiert sich äußerst weitläufig und mit kaum größeren zukünftigen Erwartungen. Aus diesem Grund wird es bei der Erweiterung des Messeparks (lt. Szenarien 1 bis 3) kaum zu nennenswerten Umsatzimpulsen aus einer Erweiterung des Einzugsgebietes kommen, sondern überwiegend durch Umsatzumlenkungen aus anderen Vorarlberger Handelsstandorten.

V: Umsatzverschiebungen aus der Dornbirner Innenstadt

Aktuell weist der Handelsstandort Dornbirn bei den sonstigen Waren einen Umsatzanteil auf, welcher bereits stark außerhalb des Kernbereichs umgesetzt wird. Dabei handelt es sich bei diesen Warengruppen überwiegend um zentrenrelevante Sortimente, die für die Attraktivität einer Innenstadt von hoher Bedeutung sind. Durch die Erweiterungsszenarien verschiebt sich dieser Umsatzanteil noch weiter (bis maximal 70 %) auf Lagen außerhalb der Innenstadt und entzieht dadurch dem City-Handel wichtige Umsatzpotenziale.

7.2.2 Städtebauliche Kernaussagen (auf die Siedlungszentren der Zentralorte bzw. im Nahbereich)

Der Schwellenwert der Umsatzumlenkung gibt Anhaltspunkte über den Grad möglicher städtebaulich kritischer Auswirkungen auf die (Dornbirner) Innenstadt sowie andere zentrale Handelsstandorte im Nahbereich. Aufgrund der Leistungsstärke wird der Dornbirner Innenstadthandel wohl einige negative Effekte „aushalten“ können, die nahe bzw. direkt beim Schwellenwert von 10 % Umsatzumlenkung liegen. Ob dies andere weniger starke Handelsstandorte ebenfalls leisten können, wird kritisch

zu hinterfragen sein, u.a. bei weiterer Berücksichtigung von Agglomerationseffekten. (Städtebaulich)-Kritisch werden auf jeden Fall jene Entwicklungsszenarien zu beurteilen sein, die von mehreren Schwellenwertüberschreitungen begleitet sind. Dies trifft hier auf jeden Fall auf die Maximalversion (Szenario 3) zu, für „schwächere“ Handelsstandorte kann aber auch schon das Szenario 2 „zu viel“ sein.

7.3 Fazit Kapitel aus der Studie „Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark“ (Mai 2016)

Im Zuge des EKZ-Landesraumplanverfahren Dornbirn-Messepark (A14 - L 204 Lustenauer Straße – Messestraße, Messepark) wurde die CIMA gebeten, die handelswissenschaftlichen Auswirkungen der beantragten Änderung der Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes für den Messepark Dornbirn inklusive folgender 3 Erweiterungsszenarien zu überprüfen:

- Szenario 1: Höchstzulässige Verkaufsfläche je EKZ für sonstige Waren 19.000 m² davon max. für Lebensmittel 3.000 m²
- Szenario 2: Höchstzulässige Verkaufsfläche je EKZ für sonstige Waren 20.000 m² davon max. für Lebensmittel 3.000 m²
- Szenario 3: Höchstzulässige Verkaufsfläche je EKZ für sonstige Waren 22.200 m² davon max. für Lebensmittel 5.000 m²

Dabei ist auf die Versorgungsstrukturen (inkl. Nahversorgung) im Einzugsgebiet, insbesondere der Versorgungsstrukturen in den Siedlungszentren anderer zentraler Handelsstandorte in Vorarlberg Bedacht zu nehmen. Die Auswirkungen sind bezogen auf den bisherigen rechtlichen Ist-Zustand laut Flächenwidmungsplan zum Antragszeitpunkt zu betrachten.

Bei der Prüfung der Auswirkungen des Planprojektes auf die Kaufkraftkennzahlen konnte festgestellt werden, dass auch bei mitunter größeren Verkaufsflächenerweiterungen des Messeparks in Dornbirn (Szenario 3 in der Maximalversion) nur geringe Steigerungen der Kaufkrafteigenbindungen am gesamten Standort Innenstadt erwartet werden können, eher sogar Stagnation.

Darüber hinaus dürfte auch bei der größten Verkaufsflächenerweiterung des Messeparks in Dornbirn (Szenario 3 in der Maximalversion) keine Ausweitung des Einzugsgebietes im mittelfristigen Bedarfsbereich (=sonstigen Waren) stattfinden.

Dornbirn verfügt bereits jetzt über einen sehr hohen Anteil an der jeweiligen Kaufkraft anderer zentraler Handelsstandorte in Vorarlberg (=Marktanteil bzw. Kaufkraftabschöpfung), mit gegenwärtig bis zu 35 bis 40 % der Kaufkraft des zentralen Handelsstandortes. Eine Erweiterung des Messeparks in nicht unerhebliches Ausmaß (je nach Szenario und in der Maximalversion Szenario 3 mit bis zu rd. 30 % mehr Verkaufsfläche) könnte die bereits hohen Kaufkraftabschöpfungen noch weiter steigern. Dies führt zu einer Schwächung der nahen zentralen Handelsstandorte und hier vor allem der Orts- und Stadtkerne.

Die aus der Erweiterung neu zu realisierenden Umsatzpotenziale werden ausschließlich durch Umsatzumlenkungen bzw. Umsatzabzug aus anderen zentralen Handelsstandorten Vorarlbergs erhalten. Im Modell werden dazu zwei unterschiedliche Flächenleistungen verwendet, einmal der gegenwärtige Wert des Messeparks und einmal ein Österreichischer Durchschnittswert vergleichbarer Einkaufszentren der SES. Bei Verwendung des bestehenden Messepark-Flächenleistungswerts zeigt sich bereits ab Szenario 1 ein kritischer Schwellenwert, der speziell die Dornbirner Innenstadt betrifft. Bei beiden Modellansätzen (mit unterschiedlichen Flächenleistungen) wird bereits ab Szenario 2 der Schwellenwert von

10 % Umsatzumlenkung erreicht bzw. sogar mehrmals überschritten, mit der Gefahr städtebaulich kritischer Effekte und einer offenkundigen Strukturschwächung der betroffenen zentralen Handelsstandorte. Noch deutlicher präsentiert sich das Gefährdungspotenzial im Szenario 3 mit Schwellenwertüberschreitungen an mindestens 3 und maximal 10 von 15 Standorten!

Bereits jetzt überwiegt in Dornbirn bei den mittelfristigen (=sonstigen) Waren der Umsatzanteil außerhalb des Kernbereichs. Dabei handelt es sich bei diesen Warengruppen um überwiegend zentrenrelevante Sortimente, die für die Attraktivität einer Innenstadt von hoher Bedeutung sind. Durch die Erweiterungsszenarien verschiebt sich der periphere Umsatzanteil dann noch weiter (bis maximal 70 %) und entzieht dadurch der Innenstadt wichtige Umsatzchancen.

Bei der Prüfung des Handelsbesatzes konnte festgestellt werden, dass beinahe die Hälfte der Verkaufsflächen der mittelfristigen (=sonstigen) Waren in Dornbirn außerhalb des Kernbereichs liegen. Durch die geplante Erweiterung des Messeparks verschiebt sich der periphere Flächenanteil noch weiter und setzt die Dornbirner Innenstadt durch erwartbare Umsatzabzüge und stärkere Verdrängung weiter unter Druck.

Der Schwellenwert der Umsatzumlenkung gibt Anhaltspunkte über den Grad möglicher städtebaulich kritischer Auswirkungen auf die (Dornbirner) Innenstadt sowie andere zentralen Handelsstandorte im Nahbereich. Aufgrund der Leistungsstärke wird der Dornbirner Innenstadthandel wohl einige negative Effekte „aushalten“ können, die nahe bzw. direkt beim Schwellenwert von 10 % Umsatzumlenkung liegen. Ob dies andere weniger starke Handelsstandorte ebenfalls leisten können, wird kritisch zu hinterfragen sein, u.a. bei weiterer Berücksichtigung von Agglomerationseffekten. (Städtebaulich) Kritisch werden auf jeden Fall jene

Entwicklungsszenarien zu beurteilen sein, die von mehreren Schwellenwert Überschreitungen begleitet sind. Dies trifft hier auf jeden Fall auf die Maximalversion (Szenario 3) zu, für „schwächer“ Handelsstandorte kann aber auch schon das Szenario 2 „zu viel“ sein.

Neben der Prüfung der Auswirkungen sollte ebenfalls das „Kriterienset zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten“ für alle Erweiterungsszenarien (1 bis 3) für sonstige Waren angewendet werden. Dabei dürfen die Kaufkraftrelevanten Kriterien bei Szenario 1 eher positiv ausfallen. Bei Szenario 2 gibt es hier bereits einige kritische Tendenzen, vor allem bei Umsatzherkunft und Umsatzumlenkung, sodass davon ausgegangen werden kann, dass eine Erweiterung des Messeparks in dieser Dimension nicht ganz unproblematisch verlaufen könnte. Als Gesamtergebnis der Prüfung gibt es sowohl für Szenario 1 und 2 kein eindeutig positives bzw. negatives Bild. Daher werden die kritischen Fragen in einer Vertiefung eingehender behandelt.

Eindeutig negativ verlief hingegen das Ergebnis aus Prüfung des Szenarios 3. Alle wesentlichen Parameter, die auf eine Beeinträchtigung anderer zentraler Standorte schließen lassen, überschreiten die Grenzwerte z.T. beträchtlich. Mit einer Gesamtpunktezahl unter 50 % wird in der Erstbetrachtung Szenario 3 als offenkundig problematisch eingestuft und eine Weiterverfolgung nicht empfohlen.

Fazit

Die handelswissenschaftlichen Auswirkungen der Entwicklungs-szenarien 1 bis 3 beeinträchtigen die Dornbirner Innenstadt und weitere zentrale Handelsstandorte Vorarlbergs in unterschiedli-chem Ausmaß.

Lassen sich bei Szenario 1 noch weitestgehend strukturverträgli-che Veränderungen erkennen, so überwiegen bei Szenario 2 be-reits die negativen Effekte. Schließlich präsentiert sich das Erwei-terungsszenario 3 mit der höchsten Verkaufsflächenveränderung (+4.700 m² sonstiger Waren) in allen Punkten und Kriterien als unverträglich und städtebaulich kritisch.

Auch wenn es noch einige kritische Aspekte für das Erweiterungs-szenario 1 gibt, wird diese Alternative allenfalls empfohlen. Eine Weiterverfolgung der Szenario 2 und 3 wird von der CIMA nicht empfohlen.

7.4 Methodik

In den nachfolgenden Ausführungen geht das Gutachter*innen-Team eingehend auf die Methodik in der Erfassung und Berechnung wesentlicher Kennzahlen ein und orientiert sich dabei an gängigen handelswissenschaftlichen Standards.

7.4.1 Kaufkraftstromanalyse - Methodenmix

Zur Erfassung der Einkaufsverhaltens der Konsument*innen wurde ein **Methodenmix verschiedener Befragungsinstrumente** angewendet, um ein bestmöglich repräsentatives Abbild der Bevölkerung zu erhalten.

Durch den Einsatz von mehreren Abfrageinstrumenten des Einkaufs- und Konsumverhaltens werden die Ergebnisse einer Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturanalyse **während** bzw. **kurz nach COVID19-bedingten Betriebsschließungen** im stationären Einzelhandel abgesichert.

Ergänzend dazu wurde die **Abfrage** des **Konsum-** und **Einkaufsverhaltens** der Vorarlberger*innen sowie der Bevölkerung im Schweizer, Liechtensteiner und deutschen Grenzraum auch **zeitlich gesplittet**. In Phase 1 (Sommer 2021) werden in den genannten Zielgebieten das Konsum- und Einkaufsverhalten abgefragt. Zeitlich versetzt wurden in Phase 2 (Herbst 2021) Kontrollinterviews im gleichen Erhebungsgebiet durchgeführt.

Durch den Methodenmix und die zeitliche Streckung einzelner Befragungsinstrumente konnte weitestgehend sichergestellt werden, dass die **Ergebnisse der Primärerhebungen** durch **Angebots-** und **Nachfrageschocks** im stationären Einzelhandel **nicht stärker verzerrt** worden sind. **Folgende Befragungsformen** sind im Rahmen der Kaufkraftstromanalyse zum Einsatz gekommen:

Projektteil	Inhalte/Intensität
telefonische Haushaltsbefragung	8.012 in Vorarlberg, angrenzendem Tiroler, deutschen, Schweizer und Liechtensteiner Raum
Online-Interviews	1.760 Online- Interviews in Vorarlberg, angrenzendem Tiroler, deutschen, Schweizer und Liechtensteiner Raum
Point of Sale-Interviews	955 Point of Sale- Konsument*innen- Interviews in Bludenz, Dornbirn, Bregenz, Götzis, Lustenau und Feldkirch
Kennzeichenerfassungen	Kennzeichenerfassungen , insbesondere von Schweizer und Liechtensteiner Konsument*innen an ausgewählten Einkaufs- und Fachmarktcentern

Mit der Ergänzung von Point-of-Sale- und Online-Befragungen wurde überdies jene Befragungsform gewählt, die eher dem **Lebensstil junger Menschen** entspricht. Bei allen Primärerhebungen wurde ein **vergleichbarer Standard** für die **Kaufkraftstromfragen** angewendet, damit die Ergebnisse gleichartig ausgewertet werden konnten. Etwaige methodische Unschärfen aus der gesamtheitlichen Betrachtung dreier unterschiedlicher Befragungsinstrumente wurden dadurch weitestgehend minimiert.

Bei allen Befragungen wurde ein starker Fragenfokus auch auf den **Online- Konsum** gelegt, um ein realistisches Bild des nichtstationären Einzelhandels für Vorarlberg abilden zu können.

7.4.2 Methodik der telefonischen Haushaltsbefragungen zur Erfassung der Kaufkraftströme

Bei der telefonischen Haushaltsbefragung wurde ein **repräsentativer Querschnitt** der Vorarlberger Bevölkerung mit rund 6-7 Fragen über deren Einkaufsverhalten mit Hilfe eines gestützten Fragebogens interviewt. Die Befragung erfolgte in **Vorarlberg** sowie den **angrenzenden Räumen** in der **Schweiz, Deutschland, Liechtenstein** und **Tirol**.

Die Haushaltsbefragung wurde als **zweifach geschichtete Zufallsauswahl**, quotiert nach Altersstruktur und Haushaltsgröße, durchgeführt. Insgesamt wird somit ein gültiges Abbild der realen Bevölkerungsstruktur 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 werden durch Stichproben- und Fragebogenprogrammierung Interviewerfehler minimiert. Als Zielperson innerhalb des Haushaltes wurde die haushaltführende Person bzw. der Haushaltvorstand befragt, also eine Person, die über das Einkaufsverhalten des gesamten Haushaltes Aussagen treffen kann.

Im Vordergrund standen Fragen der **mittelfristigen Veränderung des Einkaufsverhaltens** seit 2015, einerseits ohne Berücksichtigung der COVID19-bedingten Einschränkungen, andererseits wurde aber auch das Konsummuster während der Pandemie abgefragt.

7.4.3 Berechnung der Kaufkraftströme

Basis für die Berechnung der Kaufkraftströme sind die **Verbrauchsausgaben** der **Privathaushalte**. Als Datenquelle wird die von Statistik Austria durchgeführte Konsumerhebung (2019/2020) herangezogen, welche mit der Verbraucherpreisindex-Entwicklung der letzten Jahre angeglichen wurde. Die KAVO 2022 bezieht sich auf die Nachfrage der Konsument*innen nach konsumigen Gütern des Ladeneinzelhandels bzw. Ladenhandwerkes, gegliedert in folgende **14 Warengruppen**.

Nahrungs-/Genussmittel	Drogerie-/Parfümerie-waren	Blumen, Pflanzen und zool. Artikel
Bücher, Papier-/Schreibwaren	Spielwaren, Hobby-/Geschenkartikel	Sportartikel/-bekleidung
Schuhe und Lederwaren	Herren/Damen/Kinder-Bekleidung	Haushaltsartikel, Geschirr, Glas
Fotoartikel, Tonträger, Brillen	Bau-/Heimwerkerwaren	Wohnungseinrichtung
Küchen-/Haushaltsgeräte	Unterhaltungselektronik	Uhren und Schmuck

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, Beleuchtung	Ausgaben für Gesundheit und Arztleistungen	Ausgaben für persönliche Dienstleistungen
Ausgaben für Öffentliche Verkehrsmittel	Ausgaben für Kommunikation (ausgen. Anschaffung von Geräten)	Ausgaben für Veranstaltungen, Urlaubsreisen und Bildung
Ausgaben für Gastronomiebesuche und Beherbergung	Ausgaben für Versicherungen, Bankdienstleistungen und Soziales	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. Die **nachfrageseitige Berechnung** stützt sich auf die, durch die Haushaltsbefragungen ermittelten, Kaufkraftzu/-abflüsse (Kaufkraft am Ort + Kaufkraftzuflüsse – Kaufkraftabflüsse). Dabei werden Einkommens- und Kaufkraftelastizitäten bei den nahversorgungsrelevanten Waren (=Lebensmittel) berücksichtigt. Demnach sinkt mit steigendem Einkommen der Anteil der Verbrauchsausgaben für Lebensmittel¹⁴. Dies wurde mit einem Elastizitätskoeffizienten in der Warengruppe „Lebensmittel“ berücksichtigt und auf Basis des regionalen Kaufkraftniveaus im Vergleich zum Landesdurchschnitt.

Bei der **angebotsseitigen Berechnung des Einzelhandelsumsatzes** (=Wirksame Kaufkraft) wird das im Rahmen der Branchenmix-Analyse erhobenen Verkaufsflächenangebot herangezogen und mit branchenüblichen Umsatzkennziffern multipliziert (Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen x Umsätze pro m²) an.

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

Derartig mehrstufig vorgenommene Plausibilitätskontrollen gewährleisten eine hohe Datensicherheit. Alle Daten sind selbstverständlich so aufbereitet, dass höchste Anonymität sichergestellt ist und keine Rückschlüsse auf einzelbetriebliches Zahlenmaterial gezogen werden können.

Eine zusammengefasste Detaildarstellung auf die im Vorarlberger Raumplanungsgesetz zugrunde gelegte Warengruppenteilung wird ebenfalls folgendermaßen vorgenommen. Das Vorarlberger Raumplanungsgesetz sieht demnach im Zusammenhang mit dem Einkaufszentren-Begriff 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 (= **autoaffine Waren**)
- Ziffer 2. **sonstige Waren**
- Als Teil der „Sonstigen“ Waren können die **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** herausgelöst werden, die vor allem das Lebensmittelsegment beinhalten.

¹⁴ Engel'sches Gesetz: Bei steigendem Einkommen sinken die Konsumausgaben für Nahrungsmittel. Dies ist gleichbedeutend mit der Aussage, dass die Einkommenselastizität der Nachfrage nach Nahrungsmitteln kleiner als 1 ist. (Quelle: Wikipedia)

7.4.4 Branchenmixanalyse – Erfassung der Einzelhandelsstrukturen

Die **Bestandsaufnahme** der **Einzelhandelsbetriebe** erfolgte weitestgehend in Form von persönlichen Erhebungen in den Sommermonaten 2021 im gesamten Bundesland Vorarlberg. Gegenstand der Untersuchung waren alle Einzelhandelsbetriebe, die über ein ebenerdiges Geschäftslokal verfügen und Waren anbieten, die sich an die Letztverbraucher*innen richten (konsumiges Angebot). Folgende Branchen und Wirtschaftszweige wurden nicht in die Analyse mit einbezogen:

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

Der Kfz-Handel wurden in einer gesonderten Analyse erhoben. Diese Daten sind jedoch nicht Teil der KAVO 2022-Studie.

Waren Betriebe bei der Erhebung geschlossen, wurde bei Einblicksmöglichkeit in das Lokal die Verkaufsfläche geschätzt, ansonsten telefonisch nachgefragt. Im Gegensatz zu früheren Untersuchungen wurden auch **Tankstellenshops** und **Trafiken** aufgenommen.

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 dif-

ferenziert wird, andererseits werden vor allem bei Großbetrieben (Einrichtungshäuser, Baumärkte, Super- und Verbrauchermärkte) prozentuale Umlagen vorgenommen, insbesondere folgende:

Betriebstyp	Beschreibung
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 Verkaufsflächen-umlage bei Baumärkten insbesondere auf die Warengruppen „GPK/Hausrat“, „Elektro“ und „Spielwaren/Hobby- und Geschenkartikel“.

Weitere häufig vorkommende Verkaufsflächenumlagen erfolgten z.B. bei Trafiken (Verkaufsflächenanteil zu „Papier-/Schreibwaren/Zeitschriften“ sowie „Souvenirs/Geschenkartikel“), bei Sportartikelhändlern (Verkaufsflächenanteil zu „Bekleidung“, „Schuhe“ bzw. von „Fahrrädern“). Eine Besonderheit (bei der KAVO 2022) bei den Mehrbranchenbetrieben nehmen **stark expansive Hard-Discounter** mit diffuser und häufig andernder Teil-Sortimenten dar. Hier konnte allenfalls eine zeitpunktbezogene Betrachtung herangezogen werden.

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	Beschreibung
Lage 1a	innerstädtische/-örtliche Lage mit hoch verdichtetem, durchgängigen Geschäftsbesatz sowie hoher Passant*innen-Frequenz
Lage 1b	innerstädtische/-örtliche Lage mit dichterem Geschäftsbesatz , jedoch bereits erkennbar geringerer Agglomeration von frequenz-starken Angebotsstrukturen
Lage 1c	innerstädtische/-örtliche Lage mit nur mehr vereinzelten Geschäftsbesatz und niedriger Passant*innen-Frequenz
Lage D	integrierte Lage innerhalb der Kommune; Orts-/Stadtteilzentrum
Lage E	Agglomeration von Einkaufsangeboten in peripher gelegenen, nicht integrierten Orts-/Stadtrandlagen (inkl. Nachbargemeinden), insbesondere Standorte von Fachmärkten und Einkaufszentren

7.5 Begriffsdefinitionen

Da in der Praxis erfahrungsgemäß zum Teil unterschiedliche Begriffsdefinitionen verwendet werden, sind nachfolgend einige verwendete Fachbegriffe 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 (KKI)	Dieser Index erlaubt eine Beurteilung der regionalen Einkommens-/Wohlstandsunterschiede. Die Berechnung dieses Indizes basiert auf einer breiten Basis von Datengrundlagen.
Kaufkraftvolumen	Das Kaufkraftvolumen gibt an, wie viele Geldmittel der Bevölkerung in einem definierten Gebiet für Ausgaben im Einzelhandel pro Jahr zur Verfügung stehen.
Kaufkraftbindung	Definiert den Anteil jener Kaufkraft des Gesamtkaufkraftvolumens eines Gebietes an, der von den Bürger*innen im Einzelhandel im definierten ausgegeben wird.
Klassisches Marktgebiet	alle Haushalte jener Gemeinden, welche mehr als 10 % der Kaufkraft der jeweiligen Bedarfsgruppe in einen der untersuchten zentralen Handelsstandorte abgeben
Marktrandzone	alle Haushalte jener Gemeinden, welche zwischen 1-9,9 % der Kaufkraft der jeweiligen Bedarfsgruppe in einen der untersuchten zentralen Handelsstandorte abgeben

Fachbegriff	Definition
Wirksame Kaufkraft bzw. Einzelhandelsumsatz	Entspricht der tatsächlich in einer Gemeinde/Region/Bundesland gebundenen Kaufkraft und wird sowohl angebotsseitig (Verkaufsflächen x Umsatz pro m ²) als auch nachfrageseitig (Kaufkraft der örtlichen Haushalte – Kaufkraftabflüsse + Kaufkraftzuflüsse) berechnet.
Flächenproduktivität	Bruttoumsatz pro m ² Verkaufsfläche pro Jahr; Wesentliche Kennzahl zur raschen Analyse der lokalen Situation am betreffenden Handelsstandort bzw. der jeweiligen Branche
Verkaufsflächen	Unter Verkaufsflächen werden Flächen (inklusive Gänge, Treppen, Standflächen, etc.) eines Einzelhandelsbetriebs verstanden, welche dem Verkauf der Waren dienen und von den Kund*innen grundsätzlich begehbar sind.
kurzfristige Bedarfsgüter nahversorgungsrelevante Güter)	Nahrungs- und Genussmittel, Apotheken- und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Pflanzen und zoologische Artikel
mittelfristige Bedarfsgüter (sonstige Waren)	Bücher, Schreibwaren, Büroartikel, Spielwaren, Geschenkartikel, Schuhe und Lederwaren, Bekleidung und Wäsche, Sportartikel
langfristige Bedarfsgüter (autoaffine Waren)	Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte/Beleuchtung, Foto/Optik, Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Werkzeug, Bau//Heimwerkerwaren, Gartenbedarf, Möbel, Wohnungseinrichtung, Uhren/Schmuck

Tabelle 33: Definition von Fachbegriffen

7.6 Graphikverzeichnis

Abbildung 1: Bevölkerungsprognose im Einzugsgebiet bis 2030.....	12
Abbildung 2: Einpendler*innen nach Dornbirn.....	13
Abbildung 3: Nächtigungen im Bezirk Dornbirn in den Jahren 2015, 2019 und 2021 im Vergleich.....	14
Abbildung 4: Marktgebiete und Veränderung zu 2015 im kurzfristigen Bedarfsbereich 2020 in Dornbirn.....	15
Abbildung 5: Marktgebiete und Veränderung zu 2015 im mittelfristigen Bedarfsbereich 2020 in Dornbirn.....	16
Abbildung 6: Marktgebiete und Veränderung zu 2015 im langfristigen Bedarfsbereich 2020 in Dornbirn.....	17
Abbildung 7: Kaufkraftabflüsse von Dornbirn in den Online-Handel	18
Abbildung 8: Wettbewerbsfähigkeit der Dornbirner Handelsbetriebe nach Lagen.....	18
Abbildung 9: Lage Messepark Dornbirn (Quelle: OpenStreetMap, 2022)	21
Abbildung 10: Versorgungspublikum im 400 m Radius zum Messepark (Quelle: Stadtgemeinde Dornbirn, Stadtplanung, 2023) (Anmerkung: die drei Kreise entsprechen den drei Messepark Eingängen).....	22
Abbildung 11: Erreichbarkeit Messepark Dornbirn (Quelle: Land Vorarlberg, 2022)....	23
Abbildung 12: peripheres Einkaufszentrum Rheinpark (Quelle: cima 2022).....	27
Abbildung 13: Einkaufszentrum Shopping Arena St. Gallen (Quelle: cima 2022)	28
Abbildung 14: peripheres Einkaufszentrum Bodensee Center (Quelle: cima 2022)	28
Abbildung 15: Einkaufszentrum Innenstadt Forum Allgäu (Quelle: cima 2022)	29
Abbildung 16: Einkaufszentrum Lindau-Park (Quelle: cima 2021).....	29
Abbildung 17: Einkaufszentrum LAGO Konstanz (Quelle: https://www.blgruppe.de/referenzen/shoppingcenter/konstanz-lago Februar 2023).....	30
Abbildung 18: max.center Wels (Quelle: max center Stand Februar 2023).....	31
Abbildung 19: Hey Steyr (Quelle: Rutter Immobilien Gruppe).....	31
Abbildung 20: Traisenpark St.Pölten (NÖ) (Quelle: arte-krems.at 2023).....	32
Abbildung 21: Bühl Center Krems a. d. Donau (NÖ) (Quelle: arte-krems).....	32
Abbildung 22: Fischapark Wiener Neustadt (NÖ) (Quelle: Fischapark)	33
Abbildung 23: Atrio Villach (K) (Quelle: Atrio)	33
Abbildung 24: Vergleich der Verkaufsflächen ausgewählter Einkaufszentren.....	34
Abbildung 25: Wettbewerbsportfolio Einkaufszentren-Vergleich	35

7.7 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung zwischen 2001-2021 der Gemeinden des Bezirks Dornbirn.....	10
Tabelle 2: Prognostiziertes Bevölkerungswachstum für den Bezirk und die Stadt Dornbirn.....	10
Tabelle 3: Wachstumsprognosen der Vorarlberger Bevölkerung in den Bezirken bis 2030 und 2040	11
Tabelle 4: Wachstumsprognosen der Bevölkerung von außerhalb Vorarlbergs im Einzugsgebiet des Dornbirner Einzelhandels bis 2030 und 2040	11
Tabelle 5: Arbeitsstätten und Beschäftigte im Bezirk Dornbirn und den jeweiligen Gemeinden 2020.....	12
Tabelle 6: Überblick Einzelhandelskennzahlen Dornbirn 2020.....	14
Tabelle 7: Kaufkraftabfl. in den Online-Sektor – Dornbirner Leitbranchen 2020.....	18
Tabelle 8: Verkaufsflächenaufteilung Messepark Dornbirn nach Hauptbranchen (Quelle: Unterlagen Messepark Dornbirn 2022, KAVO cima 2022)	24
Tabelle 9 Überblick Strukturdaten Rheinpark - St. Margrethen (CH)	27
Tabelle 10: Überblick Strukturdaten Shopping Arena - St. Gallen (CH).....	28
Tabelle 11: Überblick Strukturdaten Bodensee-Center Friedrichshafen (DE).....	28
Tabelle 12: Überblick Strukturdaten Forum Allgäu Kempten (DE).....	29
Tabelle 13: Überblick Strukturdaten Lindau Park Lindau (DE).....	29
Tabelle 14: Überblick Strukturdaten LAGO Konstanz (DE)	30
Tabelle 15: Überblick Strukturdaten Wels	31
Tabelle 16: Überblick Strukturdaten Steyr.....	31
Tabelle 17: Überblick Strukturdaten St. Pölten	32
Tabelle 18: Überblick Strukturdaten Krems an der Donau.....	32
Tabelle 19: Überblick Strukturdaten Wiener Neustadt	33
Tabelle 20: Überblick Strukturdaten Villach.....	33
Tabelle 21: Aktuelle Verkaufsfläche laut EKZ Messepark 2022.....	39
Tabelle 22: prüfungsrelevante Rahmenbedingungen (Auszug aus der Altstudie 2016: Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark).....	40

Tabelle 23: Projekt-relevante Verkaufsfläche und Branchen sowie Zugehörigkeit zu den Bedarfsgruppen.....	43
Tabelle 24: Kaufkraftpotenziale aus Bevölkerungsveränderung (=natürliche Kaufkraftentwicklung) bis 2030	44
Tabelle 25: Kaufkraftpotenziale aus der natürlichen Entwicklung (=Bevölkerungsveränderung) im Einzugsgebiet der Stadt Dornbirn bis 2030.....	45
Tabelle 26: Umsatzherkunft aus der Steigerung der Kaufkrafteigenbindung Dornbirn – Bandbreiten prozentueller und monetärer Steigerungen.....	48
Tabelle 27: Projektrelevante Steigerung der Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet des Vorarlberger Einzelhandels	50
Tabelle 28: Projektrelevante Steigerung aus unregelmäßigen Einkaufsfahrten (=Streumässze).....	51
Tabelle 29: Bandbreiten der projektrelevanten Umsatzumlenkung zentraler Handelsstandorte	53
Tabelle 30: Maximale Projektrelevante Veränderungen der Raumleistungen zentraler Handelsstandorte im maximalen Sollumsatz-Szenario „MP Bestand“	56
Tabelle 31: Gesamtüberblick de Umsatzherkunftsszenarien nach Bedarfsgruppen	57
Tabelle 32: Sollumsatz-Szenarien Messepark Dornbirn Erweiterungvorhaben Messepark 3.0 Gesamterweiterung	60
Tabelle 33: Definition von Fachbegriffen	79

7.8 Quellenverzeichnis

Amt für Statistik Liechtenstein (2021): - und Bevölkerungsprognosen 2030 und 2040

Arbeitsmarktservice (AMS) 2021: Arbeitslosenquoten Österreich

Amt der Vorarlberger Landesregierung (2021): Bevölkerungsprognose 2030 und 2040

Bayerisches Landesamt für Statistik (2021): Bevölkerungsprognosen 2030

Bundesamt für Statistik Schweiz (BFS) (2021): Bevölkerungsprognosen 2030 und 2040

CIMA (2019): Einzelhandelskonzeptes der Stadt Kempten

CIMA (2015): Einzelhandelskonzept für die Stadt Lindau

CIMA (2020): Einzelhandelskonzept für die Stadt Memmingen

CIMA (2020): Einzelhandelskonzept für die Stadt Wangen

CIMA (2022): KAVO 2022 und Standortbericht Dornbirn

CIMA (2016): Beurteilung der Auswirkungen der beantragten Erst-Erlassung eines

EKZ-Landesraumplanes Dornbirn Messepark

Cordts- Sanzenbacher (2018):

Sehr lebhafter Markt mit neuen Trends, Immobilienmanager – Special

Dr. Acocella (2013):

Stadt Friedrichshafen, Gutachten für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

Dr. Acocella (2017): Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg

GfK Swiss Council of Shopping Centers (2018): Shopping Center Markt Schweiz 2018

Ilive Groupe GmbH (2018): Exposé

Kumavision AG (2018): „Retail Trends 2018“

Land Vorarlberg, Vorarlberg Atlas (2023)

Landesstatistik Vorarlberg (2022): Tourismuskennzahlen 2009 – 2021

Landesraumplanung Vorarlberg (2022):

Bereitstellung von Unterlagen bezugnehmend auf Messepark Dornbirn

Messepark Dornbirn (2022): Unterlagen zum Messepark

Plan Optimo (2021): Gutachten Verkehrsplanung Projekt Messepark Dornbirn 3.0

Regioplan (2018): Top 100 Shopping Center

Statistik Austria (2022)

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (2021): Bevölkerungsprognosen 2030

Stadtgemeinde Dornbirn (2023): Stadtplanung

WKO Wirtschaftskammer Tirol (2021): Bevölkerungsprognosen 2030 und 2040