

MEDIENSERVICE

Oberösterreich ist gut versorgt

Strukturanalyse des
öö. Lebensmitteleinzelhandels

Linz, 3. September 2019

Ihre Gesprächspartner:

Wirtschafts-Landesrat Markus Achleitner

WKOÖ-Vizepräsidentin Angelika Sery-Froschauer

Gremialobmann Johannes Jetschgo

Wirtschafts-Landesrat Markus Achleitner „Sicherung der Lebensqualität in allen Regionen Oberösterreichs - Stärkung der Nahversorgung“

„Ein zentraler Punkt meines Programms ‚Fit for Future - Oberösterreichs 2030‘ ist die Stärkung auch des ländlichen Raums. So soll die Arbeit zu den Menschen kommen und nicht umgekehrt. Dazu brauchen Unternehmen Fachkräfte in allen Regionen unseres Landes, ebenso wie die entsprechende Infrastruktur. Daher wird auch der Breitband-Ausbau im ländlichen Raum konsequent vorangetrieben, denn ultraschnelle Glasfaserverbindungen sind nicht nur ein wesentlicher Faktor für Lebensqualität, sondern auch eine zentrale Voraussetzung für die Ansiedlung von Betrieben. Daher sorgt eine eigene Landesgesellschaft, die Fiber Service OÖ für den Ausbau von Breitband-Infrastruktur in jenen Regionen unseres Landes, in denen es sich für kommerzielle Anbieter nicht rechnet. Ein weiterer zentraler Punkt ist die Erhaltung unserer Gemeinden als lebendige Zentren, etwa durch die Stärkung der Ortskerne als auch durch ein funktionierendes Nahversorgungs-Netzwerk“, betont Wirtschafts-Landesrat Markus Achleitner. „Die Dorf- und Stadtentwicklung leistet einen wichtigen Beitrag zur Belebung der Ortskerne. Bei der 28. OÖ. Ortsbildmesse, die am kommenden Sonntag, 8. September, in Ternberg stattfindet, werden dazu Best-Practice-Beispiele präsentiert“, so Achleitner.

Aktive Raumordnung zur Ortskern-Belebung

Leerstände in den Ortskernen werden für immer mehr Gemeinden in Oberösterreich zu einer Herausforderung. „Mit einer aktiven Raumordnung wollen wir diesem Problem entgegenreten. Im Rahmen einer Raumordnungsnovelle wollen wir mit dem Priorisierungsmodell ‚Ortskern - Leerstand - Neufläche‘ eine Verdichtung der Strukturen innerhalb der Ortskerne erreichen“, unterstreicht Landesrat Achleitner.

Nahversorgungsförderung des Landes ermöglicht täglichen Einkauf im Ort

„Zur Erhaltung der Nahversorgung in den ländlichen Regionen gibt es ein eigenes Förderungsprogramm des Landes OÖ zur Unterstützung der Nahversorger in den Gemeinden“, so der Wirtschafts-Landesrat weiters. Ziel des Nahversorger-Förderungsprogramm des Landes OÖ ist die Förderung von Investitionen von Nahversorgungsbetrieben: „Damit soll auch weiterhin der tägliche Einkauf im Ort ermöglicht werden. Die

Absicherung der Nahversorgungsstrukturen in OÖ bedeutet aber gleichzeitig den Erhalt von Arbeitsplätzen und Ausbildungsstellen in den Regionen“, betont LR Achleitner.

„Von 2008 bis einschließlich 31. Juli 2019 wurden insgesamt 2763 Nahversorgungsprojekte in Oberösterreich vom Land gefördert. Dabei wurde mit einem Förderbetrag von rund 25 Millionen Euro des Wirtschaftsressorts ein Investitionsvolumen von mehr als 215 Millionen Euro ausgelöst“, hebt Achleitner hervor.

Unterstützung für Lebensmittelhändler, Gastronomie, Fleischer und Bäcker

Das Nahversorgungs-Förderprogramm des Landes OÖ richtet sich an die klassischen Nahversorger in diesen vier Branchen:

- Lebensmittelhändler
- Gastronomie und/oder Konditorei
- Fleischer
- Bäcker

Gefördert werden

- Die Neuerrichtung eines Betriebes
- Die Modernisierung und Erweiterung eines Betriebes
- Die Qualitätsverbesserung und Angebotserweiterung
- Die Übernahme eines Lebensmittelhandels mit Vollsortiment

„Lebensmittelhändler, Gastronomiebetriebe, Fleischer und Bäcker vor Ort sind wichtige Erleichterungen im Alltag, insbesondere auch für ältere Menschen. Diese Nahversorger sind aber zugleich bedeutende Knotenpunkte im sozialen Gefüge einer Gemeinde. Daher wollen wir auch mit einer Anpassung der Nahversorger-Förderung des Landes dieser Bedeutung künftig noch stärker Rechnung tragen“, unterstreicht Landesrat Achleitner. Mit einer Nachjustierung der Förderung soll insbesondere auf die aktuellen Entwicklungen bei der Nahversorgungsstruktur in Oberösterreich sowie auf die Veränderungen auf dem Markt reagiert werden.

WKOÖ-Vizepräsidentin Angelika Sery-Froschauer Oberösterreich ist nach wie vor gut versorgt

„Der Lebensmitteleinzelhandel sieht sich nach wie vor einem ständigen Strukturwandel ausgesetzt und steht schon seit Jahren vor großen Herausforderungen. Die gestiegene Kaufkraft und Mobilität der Bevölkerung haben in den vergangenen Jahrzehnten das Einkaufsverhalten der Konsumenten entscheidend verändert. Ein wichtiger gesellschafts- und sozialpolitischer Beitrag des Lebensmittelhandels liegt in der weitgehend flächendeckend funktionierenden Nahversorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs. Nahversorgung sichert Lebensqualität. Sie trägt wesentlich zur Werterhaltung des lokalen Umfeldes bei und stärkt regionale Wirtschaftskreisläufe. Diese positiven Effekte sind gerade in Regionen, in denen die Nahversorgung gefährdet ist, von besonderer Bedeutung“, sagt WKOÖ-Vizepräsidentin Angelika Sery-Froschauer. Um die Entwicklung des oberösterreichischen Lebensmitteleinzelhandels genau unter die Lupe zu nehmen und mit den vergangenen Jahren vergleichen zu können beauftragte das Landesgremium gemeinsam mit dem Land Oberösterreich nach 2016 heuer wieder das Institut market calling mit der Analyse der Struktur des oberösterreichischen Lebensmitteleinzelhandels.

„Der Lebensmitteleinzelhandel in Oberösterreich ist im ländlichen Bereich weiterhin von sehr individuellen, selbstständigen und eher klein ausgerichteten Unternehmen geprägt. Das Erfreulichste am Ergebnis ist, dass die Analyse zeigt, dass Oberösterreich nach wie vor sehr gut versorgt ist. Auch wenn es Gemeinden gibt, in denen kein Nahversorger mehr vorhanden ist, so ist die Wegstrecke zum nächsten Geschäft für den täglichen Bedarf zumeist sehr kurz. Gründe für das Fehlen eines Nahversorgers sind häufig die fehlende Unternehmensnachfolge und schlicht und einfach der Grund, dass sich ein eigenes Geschäft nicht rechnen würde“, ist Sery-Froschauer überzeugt. Insgesamt müssen derzeit 54 oberösterreichische Gemeinden ohne Nahversorger auskommen, 2016 waren es 41 und 2009 waren es 56. „Mit diesem Ergebnis zeigt sich trotz der gestiegenen Zahl, dass Oberösterreich so gut versorgt ist, wie nur wenige Bundesländer“, ist Sery-Froschauer überzeugt. Laut KMU Forschung Austria erzielte der Lebensmittelhandel in Oberösterreich 2018 einen Umsatz von rund 3,6 Mrd. Euro (2016: rund 3,5 Mrd. Euro), die Anzahl der Beschäftigten stieg im oberösterreichischen Lebensmitteleinzelhandel von 2016 mit 15.477 Mitarbeitern auf 17.006 im Jahr 2018.

Gremialobmann Johannes Jetschgo

Die Verkaufsflächen sind geringfügig gestiegen

„Insgesamt wurden in der Strukturanalyse 2547 Lebensmittelhändler aus der Mitgliederdatenbank der WKOÖ kontaktiert. Darunter sind auch 1016 Betriebe, die zwar mit Lebensmitteln handeln, aber kein Lebensmitteleinzelhändler sind“, berichtet Gremialobmann Johannes Jetschgo. In den meisten dieser Fälle handelt es sich um Großhändler (14 Prozent), Getränkehandel oder Gastronomiebetriebe (12 Prozent bzw. 8 Prozent). Auch 2016 waren Großhändler, Gastronomiebetriebe und Getränkehändler (mit 10 bis 13 Prozent) die häufigsten Nicht-Lebensmitteleinzelhändler.

Struktur der Lebensmitteleinzelhändler in Oberösterreich

40 Prozent der Unternehmen haben eine Verkaufsfläche bis max. 80 Quadratmeter. Bei 38 Prozent liegt die Fläche zwischen 81 und 1000 Quadratmetern. Die Verkaufsflächen haben sich somit seit 2016 geringfügig vergrößert. Klare strukturelle Unterschiede zeigen sich 2019 wieder bei der Aufschlüsselung zwischen Teil- und Vollsortimenter. Insgesamt sind 63 Prozent der oberösterreichischen Lebensmitteleinzelhändler Vollsortimenter, 37 Prozent sind Teilsortimenter. Erwartungsgemäß haben dabei die Vollsortimenter meistens deutlich größere Verkaufsflächen und mehr Mitarbeiter. Auch das Verhältnis der Voll- und Teilsortimenter ist gegenüber der 2016 durchgeführten Erhebung mit 59 Prozent Vollsortimentern und 41 Prozent Teilsortimentern fast konstant.

Zwei Drittel hat keinen Kooperationsvertrag

Etwa zwei Drittel der selbständigen Betriebe hat keinen Kooperationsvertrag. Das Ergebnis ist ähnlich wie 2016 und 2012. Spar mit 37 Prozent und Pfeiffer/Nah und Frisch mit 31 Prozent sind die wichtigsten Partner für selbstständige Lebensmitteleinzelhändler. Diese Ergebnisse sind mit den Erhebungen aus 2016 ident.

Zusatzdienstleistungen: Party-Service und Zustelldienste am wichtigsten

Die 2019 am weitesten verbreiteten Zusatzdienstleistungen der Lebensmitteleinzelhändler sind Zustelldienste (38 Prozent), Imbiss und fertige Speisen zum Konsum vor Ort (27 Prozent) und das Party-Service/Catering (24 Prozent). Die Werte

decken sich mit jenen aus den Befragungen der Jahre 2012 und 2016. Neu hinzugekommen sind Onlineshops, derzeit geben 7 Prozent an, einen Onlineshop zu führen.

Kennzahlen der Betriebe

Mehr als die Hälfte der selbständigen Lebensmittel-Einzelhändler gibt 2019 einen Jahresumsatz von weniger als einer Mio. Euro an. 19 Prozent nennen einen Umsatz von einer bis fünf Mio., 1 Prozent hat einen Jahresumsatz von mehr als fünf Mio. Euro. 19 Prozent wollten dazu keine Angabe machen. Gegenüber 2016 ergeben sich Veränderungen, da damals auch die Umsätze einiger Ketten in die Auswertung eingeflossen sind.

Beim Alter der Betriebsverantwortlichen ist ein leichter Anstieg zu spüren. Dies war auch bereits beim Vergleich von den Ergebnissen aus dem Jahr 2016 zu den Zahlen aus dem Jahr 2012 zu sehen. Insgesamt 61 Prozent der Betriebsverantwortlichen gab an, die Nachfolge noch nicht geregelt zu haben. Von den 39 Prozent, die die Nachfolge bereits geregelt haben, gaben 47 Prozent an, die Möglichkeit einer Weitergabe innerhalb der Familie zu nutzen. 42 Prozent werden den Betrieb schließen. 5 Prozent wollen bzw. werden das Unternehmen verkaufen. Auch 2016 und 2012 gaben über 60 Prozent der Betriebsverantwortlichen an, die Nachfolge noch nicht geregelt zu haben.

Die größten Herausforderungen

Die Unternehmer sehen im Bereich Personal, Personalakquise und Lohnkosten die größte Herausforderung (19 Prozent). An zweiter Stelle steht die Konkurrenz mit 11 Prozent. Weitere Punkte sind das Marketing, Förderungen und die Bürokratie mit jeweils 6 Prozent.