



# Handelsstrukturgutachten

## Lagerhaus Grödig

Raiffeisenverband Salzburg eGen

Gerberstraße 2 – 5020 Salzburg

<b>Auftraggeber</b>	Raiffeisenverband Salzburg eGen Gerberstraße 2 AT – 5020 Salzburg
<b>Studientitel</b>	Handelsstrukturgutachten Lagerhaus Grödig
<b>Erstellung</b>	Mai, 2020
<b>Kundenbetreuung</b>	Mag. Monika Coric, Sales & Event Management T: +43 1 586 04 53 – 15 M: +43 699 1 586 04-17 E: m.coric@regioplan.eu
<b>Bearbeitung</b>	DI Romina Jenei, Head of Consulting Anja Schneckenreither, MSc, Consulter
<b>Impressum</b>	RegioPlan Consulting GmbH Theobaldgasse 8, A-1060 Wien T: +43 1 586 04 53 E: office@regioplan.eu www.regioplan.eu

© RegioPlan Consulting. Es gelten unsere AGB in der Fassung 08/15.

Die durchgeführten Berechnungen beruhen sowohl auf Angaben des Auftraggebers (Dimensionierung, Branchen-, Mietermix,...) als auch auf zum Zeitpunkt der Studiererstellung bekannten Informationen über die Konkurrenzsituation, Infrastrukturprojekte uvm. Eventuell ausgewiesenen Umsatzpotenziale gehen sowohl von einer optimalen Umsetzung der uns übermittelten Planung, der Umsetzung der Empfehlungen als auch einer bestmöglichen Betriebsführung aus.

Betriebswirtschaftliche Rentabilitätsberechnungen sind, entsprechend den Vereinbarungen, nicht Gegenstand der Untersuchungen. Alle angeführten Markt- und Umsatzpotenziale sowie Umsatzzahlen bestehender Marktteilnehmer beinhalten die Mehrwertsteuer – sofern nicht gesondert gekennzeichnet.

Die vorliegende Untersuchung dient zum internen Gebrauch des Auftraggebers. Eine Weiterveräußerung oder kostenlose Weitergabe an unbeteiligte Dritte (insbesondere: Medien und Internet) ist ausgeschlossen, soweit keine schriftliche Genehmigung von RegioPlan vorliegt.

RegioPlan Consulting behält sich vor, allgemeine Daten weiterzuverwenden.

## REGIOPLAN CONSULTING

Wir sind ein **objektives und unabhängiges** Beratungsunternehmen. Unsere Arbeit steht **für 30-jährige wissenschaftliche und praxisnahe** Auseinandersetzung mit dem **stationären Handel** und basiert auf **abgesicherten Daten und Methoden**.

Unsere europaweiten Analysen des Konsumentenverhaltens und des Einzelhandels, sowie die tägliche Arbeit mit den führenden Einzelhändlern, Gastronomen, Developern und Finanzierern tragen zur **ständigen Entwicklung unserer Beratungsleistungen** bei.

Die Anforderungen der Kunden an das RegioPlan Team und unsere Arbeit erfordern einen **individuellen, vertrauensvollen, flexiblen und sicheren** Beratungsansatz. Die **auf den Kunden optimal abgestimmte und vor allem persönliche Betreuung** ist uns sehr wichtig.

## REFERENZEN



## Inhalt

<b>1</b>	<b><i>Aufgabenstellung</i></b> .....	<b>7</b>
1.1	Zielsetzung der Untersuchung .....	7
1.2	Ergebnis der Untersuchung .....	7
<b>2</b>	<b><i>Rechtliche Grundlagen</i></b> .....	<b>8</b>
<b>3</b>	<b><i>Informationen zum Vorhaben</i></b> .....	<b>11</b>
3.1	Standortbezogene Informationen und Kennzahlen .....	11
3.2	Daten zum Projektvorhaben .....	14
<b>4</b>	<b><i>Einzugsgebiet und Verflechtungsbereich</i></b> .....	<b>16</b>
4.1	Abgrenzung der Einzugsgebiete .....	16
4.2	Zentralörtlicher Verflechtungsbereich .....	17
<b>5</b>	<b><i>Planobjektrelevante Kaufkraftkennzahlen</i></b> .....	<b>19</b>
5.1	Relevante quantitative Standortfaktoren .....	19
5.1.1	Einwohner und Haushalte .....	19
5.1.2	Zusatzpotenziale .....	19
5.1.3	Kaufkraftkennziffern .....	19
5.1.4	Konsumausgaben .....	20
5.2	Kaufkraftpotenziale .....	21
<b>6</b>	<b><i>Bestehende Versorgungsstruktur</i></b> .....	<b>23</b>
6.1	Bau- und Gartenmarkt Einzelhandel in Grödig .....	23
6.2	Handelsstruktur in Grödig .....	24
6.3	Der DIY-Einzelhandel im Einzugsgebiet .....	24
6.4	Kaufkraftströme .....	25
<b>7</b>	<b><i>Umsatzleistung und Umsatzherkunft</i></b> .....	<b>28</b>
7.1	Umsatzherkunft des Planobjekts .....	28
7.2	Kaufkraftabschöpfungsquoten .....	29

<b>8</b>	<b><i>Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstruktur</i></b> .....	<b>31</b>
8.1	Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet.....	31
8.2	Bewertung der Vereinbarkeit mit Planungsinstrumenten .....	32
<b>9</b>	<b><i>Auswirkungen auf die Erwerbsmöglichkeiten</i></b> .....	<b>34</b>
<b>10</b>	<b><i>Zusammenfassende Beurteilung</i></b> .....	<b>35</b>
<b>11</b>	<b><i>Anhang</i></b> .....	<b>38</b>
11.1	Glossar.....	38
11.2	Appendix: Auswertung Kundendaten Lagerhaus .....	41
11.3	Abbildungsverzeichnis.....	42
11.4	Tabellenverzeichnis .....	43
11.5	Quellen .....	43

## 1 AUFGABENSTELLUNG

Der **Raiffeisenverband Salzburg eGen, 5020 Salzburg**, hat im April 2020 die **RegioPlan Consulting GmbH, 1060 Wien**, mit der Erstellung der Standortanalyse für das geplante Bauvorhaben des Lagerhauses Grödig beauftragt.

### 1.1 Zielsetzung der Untersuchung

Der Raiffeisenverband Salzburg eGen beabsichtigt in der Marktgemeinde Grödig den bestehenden Handelsstandort auf den Grundstücken 275 und 278/5 mit 278/1 zu erweitern. Dabei soll die bestehende Verkaufsfläche abgerissen und durch einen Neubau mit einer Größe von etwa 2.000 m<sup>2</sup> errichtet werden, inklusive einer dazugehörenden Tankstelle. Der bestehende Bau- und Gartenfachmarkt liegt zwischen der Pfliegerstraße und der Eichertstraße nördlich des Ortskernes von Grödig.

Die Untersuchung hat zum Ziel, eine auf das gegenständliche Projekt abgestimmte, schlüssige Entscheidungsgrundlage für die Erlassung einer Standortverordnung gemäß Salzburger ROG 2009 zu liefern. Das Gutachten enthält daher eine Darstellung und Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen des geplanten Vorhabens auf die Versorgungsstruktur mit Produkten im Bereich Bau- und Gartenmarkt im Einzugsgebiet, bzw. auf die Umgebungsgemeinden. Der untersuchte Betriebstyp „Lagerhaus“ umfasst derzeit Produkte aus dem Bereich Bau- und Gartenmarkt, allerdings auch Produkte zur Nahversorgung (regionale Lebensmittel, Getränke, Produkte zur Haushaltsreinigung, etc.) sowie Bekleidung und Schuhe (vor allem Arbeitsbekleidung, aber auch gewöhnliche Alltagsbekleidung) aber auch Energie (Heizöl, Brennstoffe, etc.) und sonstiges. Da der Umsatz zu rund 50% mit dem Sortiment Bau- und Gartenmarkt erzielt wird und alle weiteren Sortimente jeweils nur geringere Umsatzanteile aufweisen, fokussiert sich dieses Handelsstrukturgutachten auf die Produktbereiche Bau- und Gartenmarkt.

### 1.2 Ergebnis der Untersuchung

Das vorliegende Gutachten dient als Grundlage für das notwendige Verfahren zur Erlassung einer Standortverordnung und für die in Folge erforderliche Änderung des Flächenwidmungsplanes.

Ausführliche Erklärungen der in dieser Studie verwendeten Fachbegriffe und der angewendeten Berechnungsmethodik finden Sie im Anhang unter [▷ Glossar](#), die im Text gekennzeichnet und verlinkt sind.

Betriebswirtschaftliche Rentabilitätsberechnungen sind, entsprechend den Vereinbarungen, nicht Gegenstand der Untersuchungen. Alle angeführten Markt- und Umsatzpotenziale sowie Umsatzzahlen bestehender Marktteilnehmer basieren auf den Konsumausgaben der privaten Haushalte und beinhalten daher die Mehrwertsteuer.

## 2 RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Die gesetzliche Grundlage für die vorliegende Untersuchung entstammt dem Salzburger Raumordnungsgesetz 2009 - ROG 2009 (LGBl Nr. 30/2009 in Kraft getreten am 01.04.2009). Die relevanten Paragraphen des ROG werden im Folgenden dargestellt:

### Definition von Handelsgroßbetrieben (§ 32 Handelsgroßbetriebe, Abs. 1 und 3, Anlage 1)

(1) Handelsgroßbetriebe sind Bauten oder Teile von Bauten mit Verkaufsräumen von Betrieben des Handels allein oder zusammen mit solchen des Gewerbes, in denen der in der Anlage 1 festgelegte Schwellenwert für die Gesamtverkaufsfläche überschritten wird. Jedenfalls nicht als Handelsgroßbetriebe gelten:

- Betriebe des Kraftfahrzeug- und des Maschinenhandels,
- Betriebe des konventionellen Baustoffhandels,
- Baumschulen und Berufsgärtnereien.

Anlage 1 zu § 32 Abs. 1: Gesamtverkaufsflächen für Handelsgroßbetriebe

Gemeinde	Andere Märkte
Stadt Salzburg, Bischofshofen, Hallein, St Johann im Pongau, Saalfelden am Steinernen Meer, Zell am See, Tamsweg	1.000 m <sup>2</sup>
Abtenau, Altenmarkt im Pongau, Bad Gastein, Bad Hofgastein, Bürmoos, Golling an der Salzach, Hof bei Salzburg, Kuchl, Lofer, Mattsee, Mauterndorf, Mittersill, Neukirchen am Großvenediger, Neumarkt am Wallersee, Oberndorf bei Salzburg, Radstadt, Schwarzach im Pongau, Seekirchen am Wallersee, St Gilgen, St Michael im Lungau, Straßwalchen, Taxenbach, Thalgau, Wagrain sowie <b>alle Gemeinden mit mehr als 1.500 Einwohnern</b>	800 m <sup>2</sup>
alle anderen Gemeinden	500 m <sup>2</sup>

(3) Die Handelsgroßbetriebe werden in folgende Kategorien unterteilt:

- Verbrauchermärkte: Als Verbrauchermärkte gelten Handelsgroßbetriebe, die in ihrem Warensortiment ausschließlich oder überwiegend Lebens- und Genussmittel an Letztverbraucher anbieten.
- C&C-Märkte: Als C&C-Märkte gelten Handelsgroßbetriebe, die grundsätzlich nur Wiederverkäufern zugänglich sind.
- Fachmärkte: Als Fachmärkte gelten Handelsgroßbetriebe, die Waren einer oder mehrerer Warengruppen sowie allenfalls in geringfügigem Ausmaß Lebens- und Genussmittel anbieten, mit Ausnahme von Bau-, Möbel- oder Gartenmärkten.
- **Bau-, Möbel- oder Gartenmärkte:** Als solche gelten Handelsgroßbetriebe, die Waren für Baumaßnahmen, die Raumausstattung bzw. die Raum- oder Gartengestaltung, Waren, die typischerweise mit dem Kraftfahrzeug abtransportiert werden sowie allenfalls in geringfügigem Ausmaß Lebens- und Genussmittel und sonstige Waren anbieten.



- Einkaufszentren: Als Einkaufszentren gelten Handelsgroßbetriebe, die eine geplante Konzentration von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben darstellen, die zueinander in einem räumlichen Naheverhältnis stehen und eine funktionale Einheit bilden.

### **Widmung für Handelsgroßbetriebe**

#### **(§ 30, Abs. 1, Z.10)**

(1) Die Nutzungsart Bauland gliedert sich in u. a. in folgende Kategorien: [...]

10. Gebiet für Handelsgroßbetriebe (HG): in einem solchen sind zulässig: a) bauliche Anlagen für Handelsgroßbetriebe (§ 32); b) bauliche Anlagen, die im Erweiterten Wohngebiet bzw. Gewerbegebiet zulässig sind, nach Maßgabe der Widmung der überwiegend angrenzenden Flächen

#### **(§ 32 Handelsgroßbetriebe, Abs. 4 und 5)**

(4) Bei der Ausweisung von Gebieten für Handelsgroßbetriebe sind auch die jeweilige zulässige Kategorie und die jeweils höchstzulässige Gesamtverkaufsfläche festzulegen.

(5) Gebiete für Handelsgroßbetriebe dürfen nur ausgewiesen werden:

- soweit eine solche Widmung durch eine in Geltung stehende Standortverordnung für Handelsgroßbetriebe für zulässig erklärt ist;
- in gekennzeichneten Orts- oder Stadtkernbereichen
  - a. in den Städten Bischofshofen, Hallein, Mittersill, Neumarkt am Wallersee, Oberndorf bei Salzburg, Saalfelden am Steinernen Meer, Salzburg, St Johann im Pongau, Seekirchen am Wallersee und Zell am See sowie in den Marktgemeinden Straßwalchen und Tamsweg;
  - b. in anderen Gemeinden, wenn eine durch Verordnung der Landesregierung festzulegende Obergrenze an Gesamtverkaufsfläche eines Handelsgroßbetriebs nicht überschritten wird. Die Obergrenze ist unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Einstufung der Gemeinde festzulegen.

#### **Standortverordnung für Handelsgroßbetriebe (§ 14 Standortverordnungen für Handelsgroßbetriebe, Abs. 1 und 2)**

(1) Standortverordnungen für Handelsgroßbetriebe werden von der Landesregierung erlassen und legen fest, dass die Verwendung von Flächen in einer Gemeinde für Handelsgroßbetriebe vom Standpunkt der überörtlichen Raumplanung des Landes zulässig ist. Solche Standortverordnungen haben sich auf bestimmte Grundflächen zu beziehen und das Höchstausmaß der Gesamtverkaufsflächen und die zulässigen Kategorien der Handelsgroßbetriebe festzulegen.

(2) Standortverordnungen für Handelsgroßbetriebe dürfen nur in Übereinstimmung mit den Raumordnungszielen und -grundsätzen erlassen werden. Die Entscheidungen über ihre Erlassung ein-

schließlich die Festlegungen gemäß Abs. 1 zweiter Satz sind im Hinblick auf die Auswirkungen eines genau bezeichneten Vorhabens insbesondere auf die Verkehrsstrukturen, die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen sowie Erwerbsmöglichkeit, den sparsamen Umgang mit Grund und Boden, die weitere Entwicklung der gewachsenen Lebensräume unter besonderer Berücksichtigung des Prinzips der gestreuten Schwerpunktbildung zu treffen.

### Definition der Verkaufsfläche

#### (§ 32 Handelsgroßbetriebe, Abs. 2)

(2) Verkaufsflächen sind Flächen,

- auf denen Waren ausgestellt oder zum Verkauf angeboten werden;
- auf denen im Zusammenhang mit dem Warenverkauf stehende Dienstleistungen erbracht werden;
- die der Abwicklung des geschäftlichen Verkehrs mit den Kunden dienen;
- die sich mit einer dieser Flächen in einem gemeinsamen Raum befinden;
- die innerhalb eines Baues der Erschließung einer dieser Flächen dienen und zur Benützung durch Kunden bestimmt sind.

Davon werden nicht erfasst:

- die Flächen von Tiefgaragen, Lagern, Windfängen, Stiegenhäusern und Sanitärräumen mit ihren Zugängen;
- die Flächen von Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen, die sich nicht in einem gemeinsamen Raum mit Verkaufsflächen befinden und in denen eine Abgabe von Waren nur im untergeordneten Ausmaß erfolgt.

Verkaufsflächen in mehreren Bauten sind, ausgenommen in gekennzeichneten Orts- oder Stadtkernbereichen sowie in gewachsenen Einkaufs- und Geschäftsstraßen, zusammenzuzählen, wenn sie zueinander in einem räumlichen Naheverhältnis stehen und – entweder einen funktionalen Zusammenhang bilden – oder die Verkaufsflächen innerhalb eines Zeitabstandes von fünf Jahren ab Aufnahme der Benützung geschaffen werden.

### 3 INFORMATIONEN ZUM VORHABEN

#### 3.1 Standortbezogene Informationen und Kennzahlen

Das analysierte Objekt mit der Adresse in der Pflegerstraße 26, 5082 Grödig, befindet sich ca. 2 km nördlich des Zentrums der Gemeinde Grödig. Das Lagerhaus würde auf den Grundstücken 275 und 278/5 sowie 278/1 errichtet werden.

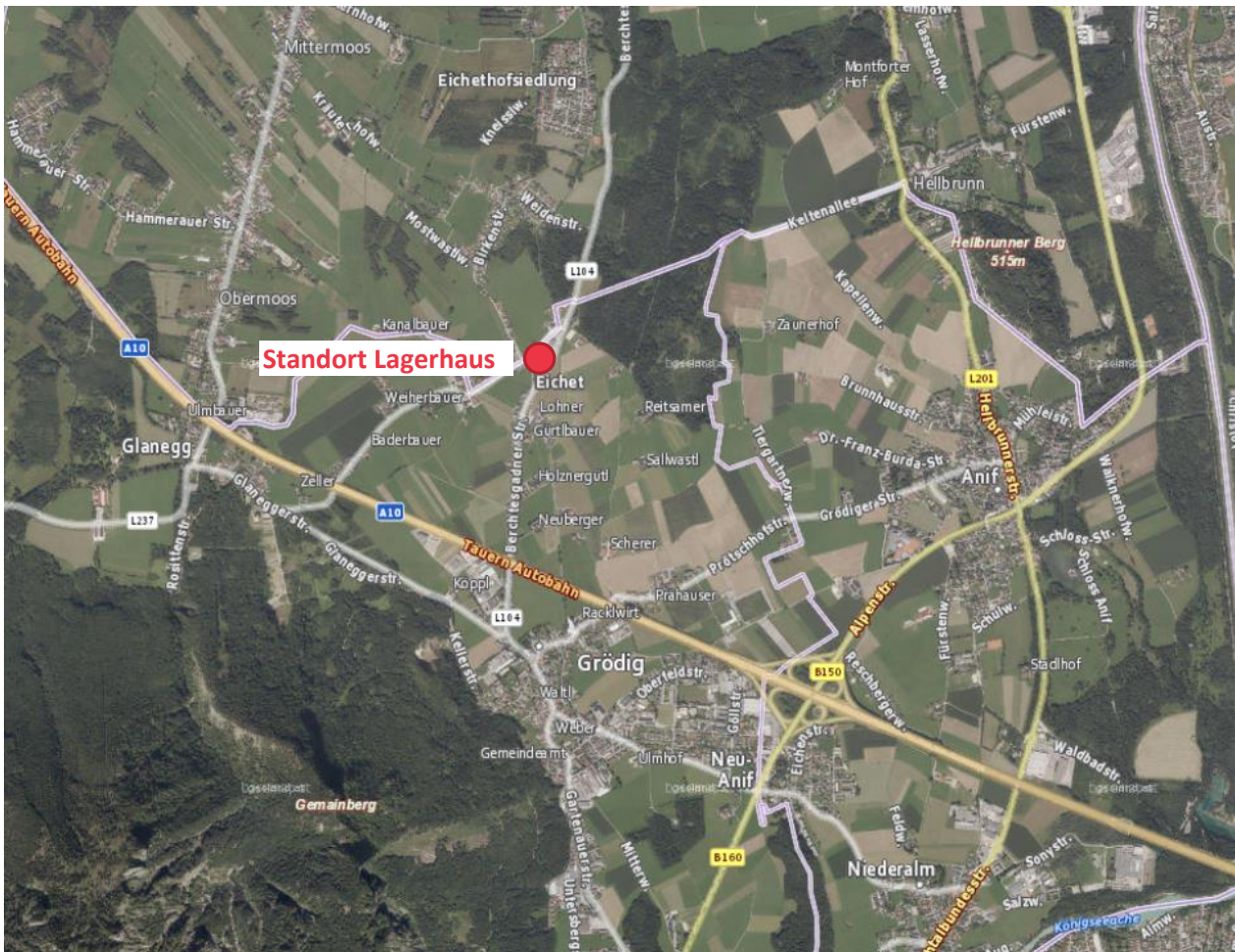
Die unmittelbare Standortumgebung ist zum einen von Einfamilienhäusern und Pensionen, zum anderen von Landwirtschaft geprägt. Angesiedelte Firmen gibt es keine, diese sind erst in den nächstgelegenen Städten Anif und Grödig aufzufinden. Südlich verläuft in etwa 1 km Entfernung die Tauernautobahn A10 von Westen nach Osten mit der Autobahnzu- und -abfahrt Grödig in etwa 4 km Entfernung südöstlich des Standorts. Die Verlängerung der angrenzenden Eichetstraße von Süden nach Norden führt in die Berchtesgadner Straße in den Süden von der Stadt Salzburg. Im Westen ist das Gebiet von Landwirtschaft und vereinzelten Häusern und kleinen Siedlungen geprägt. Östlich des analysierten Standortes sind neben vielen Feldern und einem Wald vereinzelt Einfamilienhäuser anzutreffen, bis in etwa 2 km Luftlinie östlich der Ortskern von Anif lokalisiert ist.

Der Untersuchungsstandort liegt an der Kreuzung zwischen Pflegerstraße und Eichetstraße. Die Hauptzufahrt zum Gelände, sowohl für Kunden als auch zur Anlieferung von Ware, erfolgt über die Pflegerstraße.

Die A10 verläuft in Ost-West Richtung südlich des Standortes und kreuzt im Westen in etwa 5 km Entfernung die A1 Westautobahn, welche die Landeshauptstadt Salzburg umfährt bzw. zum Grenzübergang Walserberg nach Deutschland führt. In östlicher Richtung führt die A10 über die Abfahrten Grödig und Salzburg Süd via Hallein in den Pongau.

Mit dem öffentlichen Verkehr ist das Lagerhaus über die O-Buslinie 5 der Salzburg AG verbunden. Die Haltestelle Pflegerbrücke befindet sich direkt an der Kreuzung Pflegerstraße und Eichetstraße. Durch die Lage am Rande des Siedlungsgebietes ist die fußläufige Erreichbarkeit des Lagerhauses von untergeordneter Bedeutung. Für die umliegenden Einfamilienhäuser ist das Grundstück dennoch gut erreichbar.

Abbildung 1: Lage des Standortes in der Gemeinde



Quelle: Basemap.at; RegioPlan Consulting, eigene Darstellung

Das bestehende Lagerhaus weist derzeit die Widmung „EW – Erweitertes Wohngebiet“ auf. Bei einer Verkaufsfläche von über 800 m<sup>2</sup> bei Gemeinden mit über 1.500 Einwohnern wird laut Salzburger Raumordnungsgesetz eine Widmung zum Handelsgroßbetrieb, **Bau-, Möbel- oder Gartenmärkte**, benötigt.

Abbildung 2: Auszug aus dem rechtskräftigen Flächenwidmungsplan



Quelle: Sagis Salzburg – Stand 2020

Generell besteht die Marktgemeinde Grödig aus den zwei Katastralgemeinden Glanegg und Grödig, welche sich in die Ortschaften Eicht, Glanegg, St. Leonhard und Grödig gliedern. Das Lagerhaus befindet sich nördlich des Ortskerns der Katastralgemeinde Grödig. Wichtig dabei zu erwähnen ist, dass es sich bei dem Standort um einen Solitärstandort handelt. Das Lagerhaus befindet sich am Rande einer kleinen Siedlung und verkehrlich direkt an die Nord-Süd Achse Eichertstraße angebunden.

Eine Erweiterung des Lagerhauses birgt interne Stärken und Schwächen sowie externe Chancen und Risiken. Als Stärken sind hier die Dominanz der Landwirtschaft und Einfamilienhäuser und die Nähe zu Grödig, Anif und dem Süden von Salzburg zu vermerken, sowie die geringe Konkurrenz im Umkreis. Allerdings hat dieser Standort auch eine Schwäche aufzuweisen, denn im Vergleich zu Handelsagglomerationen im Westen von Salzburg sowie in Hallein, ist auf dem analysierten Standort kein weiterer Handel direkt anschließend, was die Anziehungskraft der Kunden etwas zurückhalten könnte. Zukünftig könnten durch die Erweiterung des Lagerhauses größere Chancen entstehen. So würde weniger Kaufkraft der Einwohner in andere Gemeinden und Agglomerationszonen abfließen, sondern stattdessen im Ort gebunden werden. Der seit Jahren bei Kunden bereits bekannte und etablierte Lagerhaus Standort könnte durch ein erweitertes Angebot auf größerer Verkaufsfläche dazu führen, dass Kunden im Ort Grödig und Umgebung, weniger oft auf größere Baumärkte ausweichen müssen und die Kaufkraft damit im Ort bleibt.

### 3.2 Daten zum Projektvorhaben

Das geplante Lagerhaus in der Pfliegerstraße 26 in Grödig soll eine Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> umfassen. Der Neubau wird rund 50 Meter weiter südlich errichtet. Dabei ist vor allem darauf zu achten, dass die Anbindung weiterhin auch nicht nur über die Pfliegerstraße sondern auch über die höherrangige Eichetstraße ermöglicht wird. Sollte die Zufahrt nur über die Pfliegerstraße erfolgen, würde dies im Vergleich zur derzeitigen Lage des Lagerhauses an einer übersichtlichen Kreuzung, eine deutliche Schwäche darstellen. Die Zufahrt über die Eichetstraße ist essenziell um Bewohner aus dem Süden der Stadt Salzburg anzuziehen, die vom städtischen Gebiet gen Süden zur Autobahn über die Eichetstraße fahren.

Abbildung 3: Entwurf Version 1 des geplanten Baus des Lagerhauses



Quelle: Auftraggeber; RegioPlan Consulting, eigene Darstellung

Das Warensortiment umfasst neben mittel- und langfristigen Gütern wie DIY- und Gartenprodukte, Baumaterial, Bekleidung, auch Getränke und Lebensmittel, also Güter des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs. Mit den Hauptsortimenten Do-It-Yourself und Garten (entspricht den Sortimentskategorien Garten, Rohbau, Innenausbau, Werkzeug, It. Auftraggeber) generiert das derzeitige Lagerhaus etwa 54 % des Umsatzes. Durch die Erweiterung werden alle Sortimentsbereiche gleichermaßen erweitert, daher wird auch zukünftig mit einer ähnlichen Dominanz des Kernsortimentes gerechnet.

Im Zuge der weiterführenden Betrachtung der Auswirkungen auf den DIY Markt wird das Hauptaugenmerk auf das Hauptsortiment bestehend aus DIY & Garten relevanten Produkten gelegt. Der Umsatz darauf bezogen würde bei einer erweiterten Fläche von 2.000 m<sup>2</sup> bei 3,5 Mio. € netto liegen.

Die zu erwartende Umsatzleistung nach der Eröffnung des Lagerhauses basiert auf einer Potenzialberechnung und ergibt eine für das Lagerhaus durchschnittliche Flächenproduktivität von 3.300 €/m<sup>2</sup> und ist daher mit 6,6 Mio. € netto gesamt anzunehmen. Es wird damit zukünftig durch eine gesteigerte Verkaufsfläche mit einem Umsatzwachstum von 33% gerechnet.

Tabelle 1: Erwartete Umsatzleistung in Mio. €

	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in €/m <sup>2</sup> netto	Umsatzleistung in Mio. €, netto	
			gesamt	davon in DIY / Garten
Lagerhaus Grödig derzeit bewilligt	823	6.000	5,0	2,7
Lagerhaus Grödig zukünftig	2.000	3.300	6,6	3,5

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnung

#### → Fazit zum Vorhaben

Das geplante Lagerhaus in der Pflegerstraße 26 in Grödig soll eine Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> umfassen und das bestehende Lagerhaus mit rund 800 m<sup>2</sup> bewilligter Verkaufsfläche ersetzen, auf der hauptsächlich Produkte der Kernsortimente DIY sowie Garten verkauft werden. Durch die Lage im Süden der Stadt Salzburg hat der Standort den Vorteil die bevölkerungsreichen Gebiete in Salzburg Süd anzusprechen. Der neue Lagerhausstandort benötigt jedenfalls auch eine Anbindung über die Eichertstraße, da dieser sonst einen erheblichen Nachteil gegenüber dem alten Standort an der Kreuzung aufweist.

Für den zukünftigen Lagerhaus Standort wird ein gesamtes Umsatzpotenzial von 6,6 Mio. € netto prognostiziert, wovon rund 3,5 Mio. € und damit 33% mehr als bisher, auf den untersuchungsrelevanten Bereich Bau- und Gartenmarkt fallen.

Für die Etablierung eines erweiterten Lagerhauses wird eine Änderung der bestehenden Widmung „Erweitertes Wohngebiet“ auf die Widmung „Gebiet für Handelsgroßbetrieb - **Bau-, Möbel- oder Gartenmärkte**“ mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> benötigt, die den Erlass einer Standortverordnung für Handelsgroßbetriebe durch die Salzburger Landesregierung gemäß des Salzburger Raumordnungsgesetzes 2009 erforderlich macht.

## 4 EINZUGSGEBIET UND VERFLECHTUNGSBEREICH

### 4.1 Abgrenzung der Einzugsgebiete

Die räumliche Abgrenzung von **▷ Einzugsgebiete nach Intensitätszonen** bildet die Basis für die Abschätzung der Marktpotenziale. Die Abgrenzung erfolgt nach der ökonometrischen Methode. Als Kriterien der Abgrenzung dienen dabei einerseits die Erreichbarkeit des Untersuchungsstandortes in Abhängigkeit von der räumlichen und siedlungsstrukturellen Gliederung sowie der verkehrlichen Erschließung des Gebietes (konkretisiert in Form von Zeitdistanzzonen) und andererseits die Lage der konkurrierenden Handelsstandorte. Bei der Abgrenzung werden ferner Erfahrungswerte aus Kundendaten auf Postleitzahlenebene eingearbeitet. Die Grenzen der Einzugsgebiete sind abhängig von den statistischen Einheiten, auf denen sie beruhen, in diesem Fall also auf **Postleitzahlenebene**.

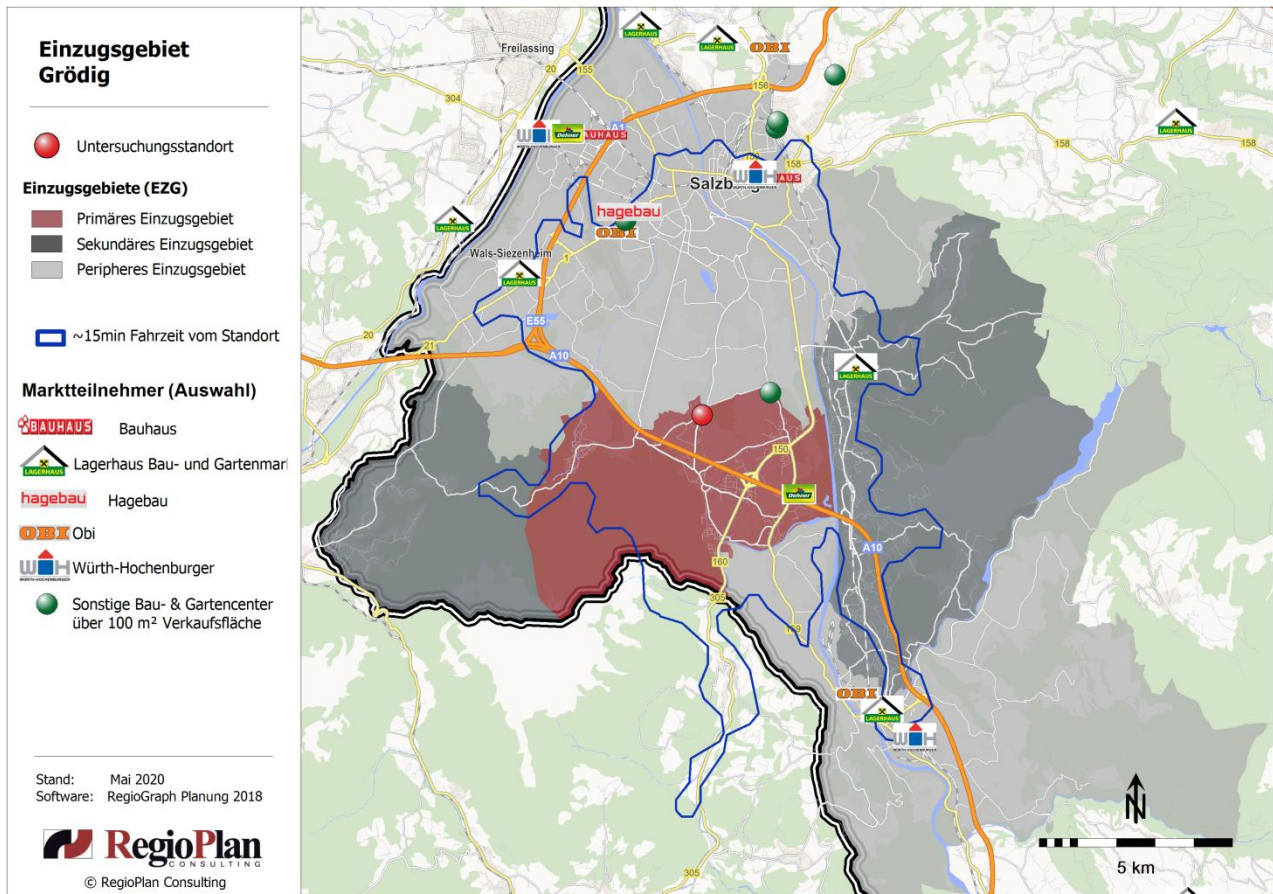
Für den Untersuchungsstandort werden die Einzugsgebiete in drei unterschiedliche Intensitätszonen unterteilt. Die Abgrenzung des primären, sekundären und des peripheren Einzugsgebietes verfolgt das Ziel, die mit der Entfernung geringer werdende Intensität der Kundenbindung bzw. die abnehmende Intensität der Kaufkraftabschöpfung darzustellen. Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Planungsvorhaben kommen folgenden Faktoren Bedeutung zu:

- Die unmittelbare Umgebung des Standorts ist durch Einfamilienhäuser und Landwirtschaft gekennzeichnet. Im Ort Grödig selbst sind sowohl ein Siedlungs- als auch ein Bevölkerungsschwerpunkt in einem „Ortskern“ nur relativ schwach ausgeprägt. Das primäre Einzugsgebiet des Lagerhauses umfasst daher den fußläufigen und insbesondere einen Einzugsbereich, der mittels Kurzfahrten mit dem PKW abgedeckt wird, insbesondere südlich des Standortes.
- Das sekundäre Einzugsgebiet schließt an das primäre im Westen und Osten an und ergibt sich aus einer Zeitdistanzisochrone von ca. 20 Minuten Fahrzeit mit dem PKW. Richtung Süden und Westen ist das Einzugsgebiet von der Grenze zu Deutschland beschränkt. Richtung Norden ist das Einzugsgebiet durch die Landeshauptstadt Salzburg, die selbst über ein dichtes konkurrierendes Angebot verfügt, begrenzt. Richtung Osten ist das Gebiet durch topographische Gegebenheiten beschränkt.
- Das periphere Einzugsgebiet schließt an das sekundäre an und wird durch eine Fahrzeitisochrone von etwa 20-30 Minuten mit dem PKW gebildet. Das Gebiet grenzt im Norden, Westen und Süden bis an die deutsche Landesgrenze. Weiters bilden im Norden die Landeshauptstadt Salzburg und im Süden Hallein mit einer Vielzahl an Konkurrenten die Grenze des peripheren Einzugsgebietes.



Die kartografische Darstellung der Einzugsgebiete erfolgt in folgender Abbildung:

Abbildung 4: Darstellung der Einzugsgebiete



Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Darstellung

## 4.2 Zentralörtlicher Verflechtungsbereich

Das Salzburger **Landesentwicklungsprogramm**, Landesgesetzblatt Nr. 44/2003, teilt das Land aufgrund der Siedlungs- und Wirtschaftsstruktur in zwei Funktionsbereiche und unterscheidet somit zwischen dem Salzburger Zentralraum und dem ländlichen Raum. Zum Salzburger Zentralraum gehören neben der Landeshauptstadt Salzburg die Bezirke Hallein und Salzburg-Umgebung. Daneben zählen noch Gemeinden des Landes Oberösterreich und des Freistaates Bayern funktionell zum Verflechtungsbereich dieser Region. Die Gemeinde Grödig liegt im definierten Salzburger Zentralraum.

Laut Salzburger Landesentwicklungsprogramm liegt die Gemeinde Grödig im Stadt- und Umlandbereich von Salzburg (zentraler Ort der Stufe A) und nimmt dort die Funktion einer Umlandgemeinde ein. Außerdem liegt die Gemeinde Grödig an einer im Landesentwicklungsprogramm definierten Hauptverkehrsachse, die zur günstigen Verkehrsaufschlüsselung zwischen den zentralen Orten dienen. Als Hauptverbindungsroute

innerhalb des Landes und zu zentralen Orten benachbarter Staaten und Länder sind sie Routen des nationalen und internationalen Verkehrssystems. Grödig ist an die hochrangige Hauptverkehrsachse A10 angebunden.

Weiters zählt die Gemeinde Grödig zu Salzburgs Gemeinden mit Verstädterungstendenzen. „Gemeinden mit Verstädterungstendenzen sind sowohl durch offenere Siedlungsformen als auch durch verstärkte Zonen entlang von Verkehrsträgern charakterisiert. Diese Gemeinden sind auch durch vielfältige Suburbanisierungserscheinungen gekennzeichnet und haben bestimmte oberzentrale Teilfunktionen des räumlich-funktionellen Systems bereits übernommen. Auf den vorhandenen Freiräumen in diesen Gemeinden lastet ein besonders großer Druck, da die Nähe zu den Verdichtungskernen bzw. hochrangigen Verkehrsträgern ein günstiges Investitionsklima für die Wirtschaft, eine starke Nachfrage nach Wohnstandorten und einen großen Bedarf an Naherholungsgelegenheiten schafft. In diesen Gemeinden haben sich durch den Suburbanisierungsprozess und durch die Ansiedlung hochrangiger zentralörtlicher Einrichtungen bereits städtische Strukturen herausgebildet. In Nachbarschaft zu den verstärkten Gemeinden sind sie Teil grenzüberschreitender Stadt- und Umlandbereiche.“ (vgl. Salzburger Landesentwicklungsprogramm, Erläuterungen zu den Grundsätzen, Zielen und Maßnahmen, Kap. 2.1 Abs. 18).

Die benachbarte Stadt Salzburg zählt als Landeshauptstadt zum zentralen Ort der Stufe A und dient zur Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des spezialisierten, höheren Bedarfs. Seine Bedeutung für das Bundesland Salzburg, für die Republik Österreich und den europäischen Raum soll gesichert werden. Der analysierte Standort liegt in Grödig südlich der Landeshauptstadt und ist als zentraler Ort der Stufe A\*/B einzugliedern. Diese dienen zur Versorgung der Bevölkerung einer Planungsregion mit Gütern und Diensten des gehobenen Bedarfs.

#### ➔ **Fazit Einzugs- und Verflechtungsbereich**

Laut Salzburger Landesentwicklungsprogramm liegt die Gemeinde Grödig im Stadt- und Umlandbereich von Salzburg (zentraler Ort der Stufe A) und nimmt dort die Funktion einer Umlandgemeinde ein. Zudem gilt die Gemeinde Grödig als Gemeinde mit Verstädterungstendenzen.

Das Einzugsgebiet des erweiterten Lagerhauses fokussiert sich auf die Marktgemeinde Grödig und wird durch die Staatsgrenze sowie den Einflussbereich der Stadt Salzburg begrenzt. Im näheren/primären Bereich deckt es den Ortskern der Katastralgemeinden Grödig und Glanegg ab, inkludiert im sekundären Einzugsgebiet die umliegenden westlichen und östlichen Gemeinden und kann im peripheren Bereiche auch die südlichen und nördlichen Umlandgemeinden wie Hallein und Wals sowie insbesondere die südlichen Teile der Stadt Salzburg abdecken.

## 5 PLANOBJEKTRELEVANTE KAUFKRAFTKENNZAHLEN

### 5.1 Relevante quantitative Standortfaktoren

#### 5.1.1 Einwohner und Haushalte

Eine wesentliche Grundlage für die Berechnung von Potenzialen bilden die Einwohner- und Haushaltszahlen in den abgegrenzten Einzugsgebieten. Das Einzugsgebiet für das Lagerhaus umfasst insgesamt 210.500 Einwohner bzw. 99.050 Haushalte. Aufgeschlüsselt nach den Intensitätszonen zeigt sich, dass rund 5 % der Einwohner dem primären Einzugsgebiet, 8 % dem sekundären Einzugsgebiet und 86 % dem peripheren Einzugsgebiet zugeordnet sind. Diese Verteilung wird dabei aufgrund der Größe der Stadt Salzburg mit rund 154.000 Einwohnern stark dominiert.

Tabelle 2: Einwohner, Haushalte und Haushaltsgrößen in den Einzugsgebieten

Einzugsgebiete	Einwohner 2019	Haushalte	Haushalts-Größe	Verteilung der Einwohner
Primäres Einzugsgebiet	11.500	4.960	2,32	5 %
Sekundäres Einzugsgebiet	17.100	7.130	2,40	8 %
Peripheres Einzugsgebiet	181.900	86.960	2,09	86 %
<b>Gesamt</b>	<b>210.500</b>	<b>99.050</b>	<b>2,13</b>	<b>100 %</b>

Quelle: RegioData Research, eigene Berechnung

#### 5.1.2 Zusatzpotenziale

In der Nähe des Standortes ist nur eine sehr geringe Anzahl an Beschäftigten vorhanden. Im primären Einzugsgebiet beträgt die Zahl an Beschäftigten derzeit ca. 800 Personen. Diese geringe Anzahl ist daher nicht relevant als Einflussfaktor für Zusatzpotenziale, wird allerdings bei der Berechnung des Umsatzpotenzials im Streuumsatz abgebildet. Weiters werden Touristen zwar im Streuumsatz berücksichtigt aber nicht als Zusatzpotenzial eingestuft, da diese hauptsächlich den Bereich von Salzburg Stadt und weiteren Ausflugszielorten beeinflussen.

#### 5.1.3 Kaufkraftkennziffern

Die regionalen Kaufkraftunterschiede werden mit dem **Kaufkraftindex** dargestellt, der die regionalen Kaufkraftdifferenzen gemessen am Österreichdurchschnitt von 100,0 angibt. Die Stadt Salzburg liegt mit 112,4 Indexpunkten pro Einwohner über dem Durchschnitt. Die Gemeinde Grödig liegt mit einem Wert von 118,3 ebenso über dem Landesdurchschnitt. Für die Abgrenzung der Einzugsgebiete wurde auf Postleitzahlen-Daten zurückgegriffen. Folgende Tabelle stellt die aufaggregierte Kaufkraft je Einwohner in den Einzugsgebieten dar:

Tabelle 3: Kaufkraftindex im Einzugsgebiet

Einzugsgebiete	Kaufkraftindex je Einwohner
Primäres Einzugsgebiet	115,0
Sekundäres Einzugsgebiet	101,0
Peripheres Einzugsgebiet	111,2
<b>Gesamtes Einzugsgebiet</b>	<b>110,6</b>
Österreich Durchschnitt	<b>100,0</b>

Quelle: RegioData Research, Kaufkraftkennziffern Österreich – Ausgabe 2019

#### 5.1.4 Konsumausgaben

Eine weitere Grundlage für die Berechnung der Marktpotenziale bilden die **▷ Konsumausgaben (KA)**. Folgende Tabelle zeigt die Konsumausgaben der privaten Einwohner nach den relevanten Sortimentsbereichen für die Sortimentsgruppen Baumaterial, DIY, Pflanzen, Gartenpflege und Grabpflege:

Tabelle 4: Konsumausgaben pro Einwohner in €/Jahr netto

Hauptsortiment	Konsumausgaben je Einwohner 2019
Baumaterial Großreparatur, Umbau	146,7
Do-it-yourself	313,2
Pflanzen	65,1
Gartenpflege	16,5
Grabpflege, Friedhofsgärtner	31,1
<b>Summe</b>	<b>572,6</b>

Quelle: RegioData Research, Konsumausgaben Österreich - Ausgabe 2019

Insgesamt betragen die Konsumausgaben für die zu untersuchenden Sortimentsbereiche ca. 570 € netto pro Einwohner pro Jahr. Der größte Teil mit 55% wird dabei im Bereich DIY ausgegeben, was unter anderen Materialien zur Wohnungsinstandhaltung, Geräte für Wasser und Heizung, Boden- und Wandbeläge oder Werkzeuge beinhaltet. Der Online Anteil in den relevanten Kategorien liegt österreichweit derzeit bei rund 10%, wobei die Onlineaffinität von Land Salzburg unterdurchschnittlich ist. Aufgrund des vergleichsweise niedrigen Online Anteils sowie der Chance des stationären Handels auch Anteile aus dem Onlinebereich „zurück zu gewinnen“, werden in den folgenden Berechnungen die gesamten (online und offline) Konsumausgaben verwendet.

## 5.2 Kaufkraftpotenziale

Das **Marktpotenzial** der Wohnbevölkerung errechnet sich durch die oben dargestellten Konsumausgaben, gewichtet mit dem Kaufkraftindex pro Einwohner und der Anzahl der Einwohner im Einzugsgebiet. In der folgenden Tabelle ist das Marktpotenzial dargestellt. Zusätzlich wird für die Sortimente Bau- und Gartenmarkt auch ein Einfamilienhausindex zur Gewichtung herangezogen. Dieser Index gibt den Anteil an Einfamilienhäusern an der Gesamtheit aller Wohnhäuser je Postleitzahl an. Je nach Produktkategorie erfolgt die Gewichtung entweder über den Kaufkraftindex (für Produkte, wie Materialien zur Wohnungsinstandhaltung, die unabhängig von der Wohnsituation aber abhängig von der Kaufkraft sind) oder über den Einfamilienhausindex (für Produkte, wie z.B. Rasenmäher, die hauptsächlich von der Wohnsituation abhängig sind).

Tabelle 5: Einfamilienhausindex im Einzugsgebiet

Einzugsgebiete	Einfamilienhausindex
Primäres Einzugsgebiet	107,2
Sekundäres Einzugsgebiet	118,5
Peripheres Einzugsgebiet	58,6
<b>Gesamtes Einzugsgebiet</b>	<b>66,0</b>
Österreich Durchschnitt	<b>100,0</b>

Der Einfamilienhausindex zeigt, dass das primäre und sekundäre Einzugsgebiet über überdurchschnittlich viele Einfamilienhäuser verfügt, was das Marktpotenzial v.a. für das Gartensortiment positiv beeinflusst. Das periphere Einzugsgebiet mit der Stadt Salzburg hingegen zeigt ein deutlich unterdurchschnittliches Vorkommen an Einfamilienhäusern auf und daher ist das Potenzial für Garten in diesem Bereich geringer gewichtet.

In Summe kann der zukünftige Lagerhausstandort aus einem Marktpotenzial von in Summe rund 100 Mio. € netto schöpfen.

Tabelle 6: Marktpotenzial im DIY-Bereich in Mio. € netto 2019

Branche	Primäres EZG	Sekundäres EZG	Peripheres EZG	Gesamt
Baumarkt	5,8	6,8	68,0	<b>82,4</b>
Garten	1,1	1,5	14,4	<b>16,9</b>
Sonstiges	0,1	0,1	1,3	<b>1,4</b>
<b>Summe</b>	<b>6,9</b>	<b>10,1</b>	<b>83,6</b>	<b>100,7</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnungen

**→ Fazit Planobjektrelevante Kaufkraftkennzahlen**

Das Einzugsgebiet für das geplante Projekt umfasst insgesamt 210.500 Einwohner bzw. 99.050 Haushalte und weist ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau von 110,6 Indexpunkten auf. Das gesamte Marktpotenzial für das relevante Hauptsortiment beträgt etwa 100 Mio. € pro Jahr. Auf das primäre Einzugsgebiet entfallen ca. 6,9 Mio. €, was einem Anteil von 6,9 % entspricht. Das sekundäre Einzugsgebiet nimmt mit etwa 10,1 Mio. € einen etwas höheren Anteil des Marktpotenzials ein. Das periphere Einzugsgebiet kommt auf 83,6 Mio. € und einen Anteil von knapp 84 %. Zusätzlich kann der geplante Lagerhausstandort von einem erhöhten Vorkommen von Einfamilienhäusern profitieren, welche vor allem für das Sortiment Garten relevant sind.

## 6 BESTEHENDE VERSORGUNGSSTRUKTUR

### 6.1 Bau- und Gartenmarkt Einzelhandel in Grödig

Der DIY-Einzelhandel in der Gemeinde Grödig konzentriert sich nicht wie etwa in vielen anderen Gemeinden an einem Ort (z.B. in einer Einkaufszone) sondern ist verstreut angesiedelt. Neben dem analysierten Lagerhaus, befindet sich das Lederleitner Gartencenter nordöstlich des Standortes sowie ein Dehner Gartencenter südöstlich davon. Bei den nächsten Centern, Dehner und Lederleitner, handelt es sich um Gartencenter mit einem Fokus auf Gartenprodukte und nur vereinzelt DIY Waren. Größere DIY-Handelsagglomerationen sind erst in den peripheren Einzugsgebieten im Süden, der Stadt Hallein, und im Nordwesten von Salzburg zu finden.

Das zur Untersuchung stehende Lagerhaus befindet sich in keiner Zone integriert, sondern nördlich der Autobahn A10 und nördlich des Zentrums vom Gemeindegemeindekern. Da die Gemeinde Grödig nur die beiden Gartencenter als DIY-Handel aufweist, weichen derzeit viele Kunden auf die Handelsagglomeration in Hallein oder jene von Westsalzburg aus, da nur ein sehr beschränktes Angebot im Ort Grödig vorhanden ist.

Aufgrund der Fahrdistanz zwischen den einzelnen Ortsteilen wurde das Einzugsgebiet auf der Ebene der Postleitzahlen abgegrenzt. Die ermöglicht zudem einen genauen Vergleich mit den Umsätzen und Kundenzahlen des bestehenden Lagerhauses Grödigs, da die Daten des Auftraggebers auf dieser Ebene registriert sind, siehe ► **Appendix**.

Nachfolgend werden die Verkaufsflächen des DIY-Einzelhandels im Einzugsgebiet vom Lagerhaus Grödig dargestellt:

Tabelle 7: Verkaufsflächen in m<sup>2</sup> in den relevanten Einzugsgebieten in DIY (inkl. Lagerhäuser)

Branche	Primäres EZG	Sekundäres EZG	Peripheres EZG	Gesamt
DIY-Einzelhandel	6.600	1.100	65.900	<b>73.600</b>

Quelle: RegioData Research, Standortlisten Österreich – Ausgabe 2019; Auftraggeber

Wie in der Tabelle ersichtlich, ist eine deutliche Dominanz in der DIY-Branche im peripheren Einzugsgebiet erkennbar. Dies ist kann auf die Stadt Salzburg zurückgeführt werden. Das primäre und insbesondere das sekundäre Einzugsgebiet weisen eine relativ kleine Gesamtverkaufsfläche auf.

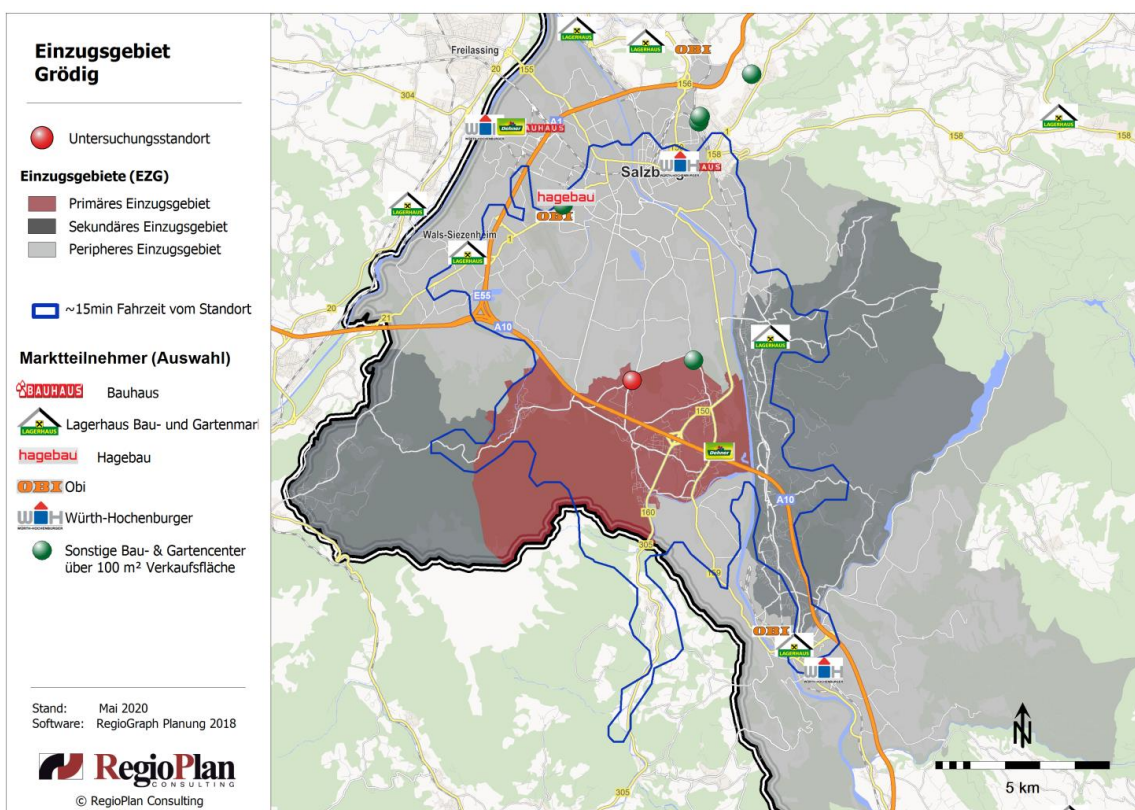
## 6.2 Handelsstruktur in Grödig

In der DIY Branche gibt es im Ort Grödig keine Möglichkeit einzukaufen, allein das bestehende Lagerhaus mit einer bewilligten Fläche von rund 800 m<sup>2</sup> bietet diese Möglichkeit. Dort können aufgrund des breiten Sortimentes auch Produkte des täglichen Bedarfs erworben werden. Grundsätzlich ist weiteres Handelsangebot in der Gemeinde Grödig rar. Zum einen gibt es den Lebensmittelhändler Spar im Ortsteil Grödig im Süden der Autobahn, zum anderen gibt es vereinzelte kleine Shops und Gastronomie, jeweils mit lokaler Versorgungsfunktion. Größere Handelsagglomerationen gibt es nicht. Eine kleine Handelsagglomeration befindet sich an der Gemeindegrenze in der Gemeinde Anif mit Hofer, dm und Fussl Modestraße.

## 6.3 Der DIY-Einzelhandel im Einzugsgebiet

Wie auf Abbildung 4 ersichtlich ist, liegen zwischen den Ortskernen und Umlandgemeinden von Grödig größere Distanzen. Es gibt daher nur schwache Verflechtungen zwischen den Katastralgemeinden und den Umlandgemeinden. Das primäre Einzugsgebiet erstreckt sich über das Gebiet der Postleitzahlen Grödig, Anif und Gartenau-St. Leonhard und wurde daher im vorigen Kapitel bereits behandelt.

Abbildung 5: Bau- und Gartenmärkte im Einzugsgebiet



Quelle: RegioData Research, Standortlisten Österreich – Ausgabe 2019



Das sekundäre Einzugsgebiet inkludiert die Postleitzahlen von Oberalm, Großmain, Puch bei Hallein und Elsbethen-Glasenbach. Die Versorgung im DIY-Handel der ersten drei PLZ liegt bei 0 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, weshalb deren Einwohner auf Angebote der Handelsagglomeration von Hallein und Salzburg, bzw. Wals zurückgreifen, wo der Schwerpunkt der Verkaufsfläche liegt. Lediglich in Elsbethen-Glasenbach befindet sich ein Lagerhaus mit 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Das periphere Einzugsgebiet umfasst die Stadt Salzburg, Salzburg-Aigen, Adnet, Heilbad Dürrenberg, Bad Vigaun, Hallein und Wals. Die beiden größeren DIY-Handelsagglomerationen sind im Süden, in der Stadt Hallein, und im Nordwesten von Salzburg zu finden. Die beiden größten Baumärkte Obi und Bauhaus, jeweils mit einer Fläche von über 10.000 m<sup>2</sup>, befinden sich in West-Salzburg, in der Nähe des Flughafens, und in Wals.

Tabelle 8: Tabellarische Übersicht DIY-Einzelhandel im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. € *	Verteilung Verkaufsfläche in %	Verteilung Umsatz in %
Primäres Einzugsgebiet	6.600	10,9	9%	9%
Sekundäres Einzugsgebiet	1.100	1,4	1%	1%
Peripheres Einzugsgebiet	65.900	109,7	90%	90%
<b>Gesamt</b>	<b>73.600</b>	<b>122,0</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Quelle: RegioData Research, Standortlisten Österreich – Ausgabe 2019

\*netto, inklusive Lagerhäuser

## 6.4 Kaufkraftströme

Die Kaufkraftbindung der Einwohner in der Gemeinde Grödig sowie in den Einzugsgebieten kann mit dem **▷ Abdeckungsgrad** dargestellt werden. Dieser stellt somit eine Kennziffer der Kaufkraftbindung in einer Region (Gemeinde, Bezirk, usw.) dar und beschreibt das Verhältnis vom Umsatzvolumen im Einzelhandel zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Wenn der Abdeckungsgrad einen Wert über 100 % annimmt, so fließt mehr Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, als Kaufkraft aus dem Ort abfließt. Liegt der Wert unter 100 %, so liegen Kaufkraftabflüsse vor.

Tabelle 9: Abdeckungsgrad in %, bestehende Einzelhandelsstruktur auf PLZ-Ebene

PLZ	Marktpotential in Mio. €	Umsätze der Bau- und Gartenmärkte in Mio. €	Abdeckungsgrad in %
<b>Primäres EZG</b>	<b>6,9</b>	<b>10,9</b>	<b>157,8%</b>
Grödig	3,6	2,7	74,1%
Anif	2,7	8,3	309,7%
Gartenau-St. Leonhard	0,7	0,0	0,0%
<b>Sekundäres EZG</b>	<b>10,1</b>	<b>1,4</b>	<b>13,8%</b>
Elsbethen-Glasenbach	3,3	1,4	42,8%
Puch bei Hallein	2,7	0,0	0,0%
Großmain	1,5	0,0	0,0%
Oberalm	2,7	0,0	0,0%
<b>Peripheres EZG</b>	<b>83,6</b>	<b>109,7</b>	<b>131,2%</b>
Salzburg	57,9	44,0	76,0%
Hallein	9,6	15,5	161,3%
Wals	8,3	50,2	608,0%
Salzburg-Aigen	3,6	0,0	0,0%
Adnet	2,7	0,0	0,0%
Heilbad Dürrenberg	0,4	0,0	0,0%
Bad Vigaun	1,3	0,0	0,0%
<b>Gesamt</b>	<b>100,7</b>	<b>122,0</b>	<b>121,2%</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnung

Im gesamten Einzugsgebiet beträgt das Marktpotenzial für DIY 100,7 Mio. € pro Jahr. Dem gegenüber stehen Umsätze der bestehenden Einzelhändler von etwa 122 Mio. € pro Jahr, was eine Differenz von 21,3 Mio. € und einen Abdeckungsgrad von rund 121,2 % bedeutet. Bedingt durch den sehr hohen Wert fließt mehr Kaufkraft in das Einzugsgebiet als aus diesem abfließt. Das liegt zum einen an der Stadt Salzburg, die einen Großteil des Bundeslandes Salzburg sowie auch Teile von Oberösterreich mit Handel wie auch Bau- und Gartenmärkten versorgt. Zum anderen liegt dies aber auch an der Verflechtung des Umlandes und des primären Einzugsgebietes mit der Stadt Salzburg. Dieses selbst weist einen Abdeckungsgrad von knapp 160% auf.

Beim Vergleich der einzelnen PLZ innerhalb der Region lassen sich teilweise große Unterschiede im Abdeckungsgrad erkennen. In einigen PLZ sind entsprechende Handelseinrichtungen für eine Versorgung mit DIY nur eingeschränkt bis gar nicht vorhanden, wodurch der Abdeckungsgrad in zahlreichen kleineren PLZ teilweise deutlich unter 100 % liegt. Die PLZ Wals, wo sich eine große Handelsagglomeration befindet, weist mit einem Abdeckungsgrad von über 600 % einen ausgesprochen hohen Wert auf, was durch die Zuflüsse

aus den Bereichen, die über einen geringen Abdeckungsgrad verfügen, erklärt werden kann. Die PLZ Grödig findet sich mit einem Abdeckungsgrad von knapp 75 % im mittleren Bereich der betrachteten PLZ wieder, welche einen DIY-Handel aufweisen. Dies bedeutet, dass 25 % des Potenzials derzeit noch abfließen.

#### → Fazit Versorgungsstruktur

Die Analyse des Einzelhandelsangebotes im Bereich Bau- und Gartenmarkt zeigt innerhalb der Gemeinde Grödig nur das analysierte Lagerhaus auf. In der Verteilung fallen 9 % der Verkaufsflächen auf das primäre Einzugsgebiet, 1 % auf das sekundäre und 90 % auf das periphere Einzugsgebiet. Neben einem Schwerpunkt des Marktpotenzials weist das periphere Einzugsgebiet, das durch die Stadt Salzburg und die Agglomeration in Wals dominiert wird, auch den höchsten Umsatz im Bereich Bau- und Gartenmarkt auf. In diesen Gebiet wird deutlich mehr Kaufkraft von außerhalb angezogen, was sich am Abdeckungsgrad von rund 131% zeigt. Auch das primäre Einzugsgebiet weist starke Kaufkraftzuflüsse auf, was vor allem an der Gemeinde Anif liegt, die im Vergleich zu den geringen Einwohnern ein hohes Umsatzvolumen im Bereich Bau- und Gartenmarkt verzeichnet. Mit einem Dehner und Lederleitner Gartencenter ergibt sich dort ein Abdeckungsgrad von mehr als 300%, und das alleine durch die genannten Gartenmärkte.

In Summe ist der Siedlungsraum im Süden von Salzburg stark verflochten und die Kaufkraft fließt daher in die wenigen bestehenden Handelsagglomerationen. Der Untersuchungsstandort in Grödig wird in Zukunft einerseits von den Postleitzahlen im Einzugsgebiet profitieren können, in welchen selbst wenig Angebot vorhanden ist. Andererseits kann das geplante Lagerhaus durch seine Lage auch weite Teile der südlichen Stadt Salzburg anziehen, die derzeit noch kaum Angebote im Bau- und Gartenmarkt aufweist. Bewohner dieser Gebiete fahren derzeit, neben dem untersuchten Lagerhausstandort, vor allem in die Nähe des Flughafens bzw. nach Wals, oder zu den Gartencentern in Anif um ihren Bedarf zu decken.

## 7 UMSATZLEISTUNG UND UMSATZHERKUNFT

### 7.1 Umsatzherkunft des Planobjekts

Für die Darstellung der Umsatzherkunft des geplanten Projektes nach Einzugsgebieten müssen die Kaufkraftströme im Einzugsgebiet analysiert werden. Diese Kaufkraftströme geben an, wie viel von der verfügbaren Kaufkraft am Standort bzw. in diesem Berechnungsmodell im primären Einzugsgebiet gebunden werden kann. Die Kundenbindung nimmt zum einen mit steigender Distanz ab und ist auch vom Handelsangebot in den einzelnen Gemeinden (den sogenannten „intervening opportunities“) abhängig. Daher werden **▷ Gewichtungsfaktoren** für das primäre, sekundäre und periphere Einzugsgebiet getrennt nach dem jeweiligen Sortiment festgelegt, um die zurechenbaren Umsatzpotenziale (**▷ Zurechenbares Umsatzpotenzial**) ermitteln zu können. Die Abschätzung der Gewichtungsfaktoren basiert auf Erfahrungswerten aus Grundlagenstudien und Befragungen sowie auch Postleitzahlauswertungen von Lagerhauskunden.

Tabelle 10: Gewichtungsfaktoren (=Marktanteile)

Branche	Primäres EZG	Sekundäres EZG	Peripheres EZG	Gesamt
Baumarkt	10%	3%	2%	2%
Garten	40%	12%	6%	9%
Sonstiges	12%	4%	2%	3%
<b>Gesamt</b>	<b>15%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>3,3%</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnung

Bei der Festlegung von Gewichtungsfaktoren ist nach Sortimenten zu unterscheiden. Für Güter des Bereichs Garten ist die Bindung des Einkaufs an den Wohnort deutlich stärker ausgeprägt als bei anderen Branchen, wo für den Kunden in erster Linie Kriterien wie Auswahl und Einkaufsatmosphäre entscheidend für die Wahl des Einkaufsortes sind. Da die Konkurrenz im Bereich DIY/Baumaterialien durch deutlich größere Baumärkte wie Obi oder Bauhaus (jeweils mehr als 10.000 m<sup>2</sup>) sehr stark ist, ist der Marktanteil in diesem Sortiment deutlich niedriger als im Bereich Garten und spiegelt so auch die derzeitige Verteilung der Lagerhausumsätze wider.

Für die Bewohner des primären Einzugsgebietes kann aufgrund der geringen Konkurrenz daher für Garten-Güter ein hoher Faktor von 40 % angenommen werden. Die Marktanteile des Baumarkt und sonstigen Sortiments ist im Vergleich dazu mit lediglich 10 bzw. 12 % angenommen. Mit steigender Entfernung sinkt der Marktanteil da hier auch die Konkurrenzsituation deutlich ansteigt, wie im vorherigen Kapitel bereits beschrieben wurde. Aufgrund der tatsächlichen Umsatzdaten ist bekannt, dass Lagerhaus derzeit einen Marktanteil im Einzugsgebiet im Bereich Bau- und Gartenmarkt von 2,6% erzielt. Dieser wird durch eine

leichte Erhöhung der Marktanteile aufgrund der gesteigerten Verkaufsfläche zukünftig mit 3,3% angenommen. Durch die Gewichtung der Marktpotenziale in den Einzugsgebieten mit dem standortbezogenen Abschöpfungsgrad kann auf die dem Standortbereich „zurechenbaren Umsatzpotenziale“ geschlossen werden.

Tabelle 11: Zurechenbare DIY-Umsatzpotenziale in Mio. € 2019 netto

Branche	Primäres EZG	Sekundäres EZG	Peripheres EZG	Streuumsätze (10 %)	Gesamt
Baumarkt	0,58	0,26	1,02	0,19	<b>2,0</b>
Garten	0,42	0,18	0,86	0,15	<b>1,6</b>
Sonstiges	0,01	0,00	0,02	0,00	<b>0,0</b>
<b>Gesamt</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4</b>	<b>1,9</b>	<b>0,3</b>	<b>3,7</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnungen

Das DIY-Umsatzpotenzial für den Standort liegt bei rund 3,7 Mio. € inklusive Streuumsätze. Auf das primäre Einzugsgebiet entfallen dabei rund 1,0 Mio. € oder 30%. Aus dem sekundären Einzugsgebiet können 0,4 Mio. € und aus dem peripheren 1,9 Mio. € lukriert werden. Im Vergleich zur derzeitigen Umsatzverteilung wird angenommen dass die Reichweite zukünftig durch die größere Verkaufsfläche und die modernere Erscheinung erhöht wird, sodass vor allem der Umsatz im sekundären Einzugsgebiet steigen kann.

Tabelle 12: Umsatzherkunft in %

Umsatzherkunft	Primäres EZG	Sekundäres EZG	Peripheres EZG	Gesamt
Gesamt DIY	7 %	10 %	83 %	<b>100 %</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnungen

## 7.2 Kaufkraftabschöpfungsquoten

Durch die neuentstehende Fläche muss von einer Veränderung der Umsätze der umliegenden Bau- und Gartenmarkt Einzelhändler und der Kaufkraftbindung aus den Einzugsgebieten ausgegangen werden. Neue Verkaufsflächen bedeuten auch eine höhere Einkaufsqualität, weshalb mehr Kunden angesprochen werden können.

Die Umsatzherkunft des Lagerhauses ist anhand der **▷ Kaufkraftabschöpfungsquote** gut zu erkennen. Ausgehend vom Marktpotenzial, das von der Wohnbevölkerung in den Einzugsgebieten stammt, den Umsatzerwartungen von Lagerhaus sowie der Annahme, dass sich die Umsatzverteilung je Einzugsgebiet entsprechend der Verteilung der errechneten Umsatzpotenziale verhält, werden eine gebundene Kaufkraft, die der Umsatzherkunft nach Einzugsgebieten entspricht, und weiterführend die Kaufkraftabschöpfungs-

quote errechnet. Um eine detaillierte Aussage über die Änderung der Kaufkraftbewegungen zu machen, sind dabei in der nachfolgenden Tabelle einerseits die jetzigen Kaufkraftabschöpfungsquoten des Einzugsgebietes ohne das erweiterte Lagerhaus und andererseits die Kaufkraftabschöpfungsquoten des Einzugsgebietes mit dem neuen Lagerhaus dargestellt.

Tabelle 13: Maximale Kaufkraftabschöpfungsquoten im Einzugsgebiet in Mio. € 2019 netto

Lebensmittelmarkt	Primäres EZG	Sekundäres EZG	Peripheres EZG	Gesamt
Marktpotenziale	6,9	10,1	83,6	<b>100,7</b>
Umsatz DIY-Händler derzeit	10,9	1,4	109,7	<b>122,0</b>
Kaufkraftabschöpfungsquote derzeit (in %)	158%	14%	131%	<b>121,2%</b>
Umsatz DIY-Händler zukünftig	11,8	1,4	108,9	<b>122,1</b>
<b>Kaufkraftabschöpfungsquote zukünftig (in %)</b>	<b>170%</b>	<b>14%</b>	<b>130%</b>	<b>121,3%</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnung

Derzeit liegt im primären Einzugsgebiet eine Kaufkraftabschöpfungsquote von 158 % vor, was auf die dort ansässigen beiden Gartencenter und das Lagerhaus mit seinen rund 800 m<sup>2</sup> bewilligter Verkaufsfläche zurückzuführen ist. Zukünftig kann mit dem erweiterten Lagerhaus mit einer Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> im DIY-Bereich rund 15 % der Kaufkraft des primären Gebietes abgeschöpft werden. Zukünftig erhöht sich die Abschöpfungsquote weiter auf 170% im primären Gebiet, das aufgrund der geringen Einwohnerzahl auch nur ein geringes Marktpotenzial aufweist. Es kann damit gerechnet werden dass vor allem Einwohner des sekundären, aber auch des peripheren Gebietes vermehrt zum untersuchten Lagerhausstandort einkaufen gehen werden.

#### → Fazit Umsatzleistung und Umsatzherkunft

Generell ist bei neuentstandenen Verkaufsflächen auch eine höhere Einkaufsqualität gegeben, weshalb von mehr Kunden ausgegangen werden kann. Dies kann zu Verschiebungen der Kaufkraftströme führen. Die Umsatzherkunft zeigt, dass rund 7 % der Umsatzerwartung aus dem primären Einzugsgebiet stammen werden, 10 % aus dem sekundären und etwa 83 % aus dem peripheren Einzugsgebiet. Die Kaufkraftabschöpfungsquoten liegen derzeit insgesamt bei 122 %, was auf die Dominanz der Stadt Salzburg und der Agglomeration bei Wals hinsichtlich der Angebote im Bau- und Gartenmarkt zurückzuführen ist. Durch die erweiterte Verkaufsfläche kann Lagerhaus zukünftig einen höheren Umsatz im sekundären Einzugsgebiet generieren, das derzeit aufgrund der spärlichen Angebote lediglich 14 % der Kaufkraft binden kann. Zukünftig wird die Abschöpfung im primären Gebiet von 158% auf 170% steigen während sie in Summe aber nahezu unverändert bleibt, da das Einwohner- und Marktpotenzial vorwiegend im peripheren Einzugsgebiet liegen.

## 8 AUSWIRKUNGEN AUF BESTEHENDE VERSORGUNGSSTRUKTUR

### 8.1 Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet

Mithilfe der Umsatzumverteilung können die quantitativen Auswirkungen auf die relevanten Handelsbranchen in den Gemeinden des Einzugsgebietes dargestellt werden. Ausgehend von durchschnittlichen Quadratmeterumsätzen, sind die Umsätze im Einzelhandel für Bau- und Gartenmärkte für jede Postleitzahl im Einzugsgebiet errechnet worden.

Das neu ausgebaute Lagerhaus in Grödig wird zu einem Umsatzpotenzial von rund 6,6 Mio. € netto führen, wobei rund 3,7 Mio. € davon in den Sortimentsbereichen Bau- und Gartenmarkt erwartet werden. Im Vergleich zum derzeitigen Umsatz bedeutet dies einen Zuwachs von rund 1 Mio. €. Dieser zusätzliche Umsatz wird durch Umsatzrückgänge der Mitbewerber im primären, sekundären, peripheren Einzugsgebiet kompensiert. Die Veränderungen der Handelsumsätze teilen sich je nach Größe und Bedeutung des Marktteilnehmers auf. Generell ergeben sich durch die geringe Erweiterung der Verkaufsfläche durch Lagerhaus relativ geringe Veränderungen in den Handelsumsätzen. Dies liegt übergeordnet daran, dass die Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet derzeit – je nach Einzugsgebietszone – bereits deutlich über 100 % liegt, sodass bereits jetzt der Verflechtungsraum rund um die Stadt Salzburg deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland erfährt. Im primären Einzugsgebiet, also bei jenen Gartencentern in Anif, sind die Umsatzrückgänge mit 0,012 Mio. € nur minder und somit gibt es kaum eine Auswirkungen auf die Handelsstruktur. Durch die Größe des Handelsstandortes bedeutet dies lediglich einen Rückgang von -0,11 %. Ebenfalls ähnlich geringfügige Veränderungen durch den Ausbau des Lagerhauses ergeben sich im sekundären Einzugsgebiet in Elsbethen, wo das bestehende weitere Lagerhaus, aufgrund der zunehmenden Dominanz des erneuerten Standortes in Grödig mit einem Umsatzrückgang von ebenfalls nur unter 1% rechnen muss. Im peripheren Einzugsgebiet sind Auswirkungen in der Höhe von 0,72 % (- 0,8 Mio. €) zu erwarten. Dies ist vor allem auf die hohe Anzahl von Handelsstandorten in Richtung Salzburg und deren Verkaufsfläche zurückzuführen, von denen nun ein Teil der Kaufkraft wieder nach Grödig geholt wird. Insgesamt beträgt der Umsatzrückgang im gesamten Einzugsgebiet ca. 0,8 Mio. €, was einem Rückgang von 0,7 % entspricht.

Es ist anzumerken, dass nur die Auswirkungen auf Bau- und Gartenmarkt als Bereich mit der größten Überschneidung überprüft werden und für die bestehenden Getränke-, Lebensmittel und Energieanbieter wegen der besseren Umsatzbindung im Ort allerdings von keiner Verschlechterung ausgegangen wird.

Tabelle 14: Umsatzumverteilung im DIY-Handel

PLZ	Marktpotential in Mio. €	Umsatzrückgang in Mio. €	Umsatzrückgang in %
<b>Primäres EZG</b>	<b>6,9</b>	<b>0,01</b>	<b>0,1%</b>
Grödig	3,6	0,00	0,0%
Anif	2,7	0,00	0,0%
Gartenau-St. Leonhard	0,7	0,00	0,0%
<b>Sekundäres EZG</b>	<b>10,1</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0%</b>
Elsbethen-Glasenbach	3,3	0,00	0,0%
Puch bei Hallein	2,7	0,00	0,0%
Großgmain	1,5	0,00	0,0%
Oberalm	2,7	0,00	0,0%
<b>Peripheres EZG</b>	<b>83,6</b>	<b>0,78</b>	<b>0,7%</b>
Salzburg	57,9	0,32	0,7%
Hallein	9,6	0,07	0,4%
Wals	8,3	0,39	0,8%
Salzburg-Aigen	3,6	0,00	0,0%
Adnet	2,7	0,00	0,0%
Heilbad Dürrenberg	0,4	0,00	0,0%
Bad Vigaun	1,3	0,00	0,0%
<b>Gesamt</b>	<b>100,7</b>	<b>0,80</b>	<b>0,7%</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, eigene Berechnung

## 8.2 Bewertung der Vereinbarkeit mit Planungsinstrumenten

Anhand der Planungsinstrumente, welche für die Analyse der Raumverträglichkeit herangezogen wurden, können folgende planungsrelevante Bewertungen abgegeben werden:

Der Lagerhaus Standort befindet sich in solitärer Lage in dünn besiedeltem Gebiet und ist dort bereits seit etlichen Jahren etabliert. Die Umgebung ist dominiert von Einfamilienhäusern, die einen erhöhten Bedarf an vielen Gartenprodukten haben, wodurch Synergien für das Lagerhaus entstehen. Neben den Angeboten im Bau- und Gartenmarkt übernimmt Lagerhaus in ländlichen Gemeinden oftmals auch eine Nahversorgungsfunktion durch regionale Lebensmittel und Getränke, die im Sortiment angeboten werden. Dadurch bietet es für den Ortsteil Eicht sowie im Norden angrenzende Gebiete der Stadt Salzburg auch eine Nahversorgung.

Die Gemeinde Grödig liegt laut Landesentwicklungsprogramm im Stadt- und Umlandbereich der Stadt Salzburg (zentraler Ort der Stufe A) und nimmt dort die Funktion einer Umlandgemeinde ein. Für diese Gemeinden muss die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des spezialisierten, höheren Bedarfs für



den Zentralraum Salzburg bereitgestellt werden. Die geplante Verkaufsfläche des Lagerhauses im Ausmaß von 2.000 m<sup>2</sup> erfolgt in einer Dimensionierung, mit der die zentralörtliche Hierarchie in Salzburg keinesfalls negativ beeinflusst und gar gestört wird. Es wird daher den regionalplanerischen Zielsetzungen der Raumordnung durch die Steigerung der Verkaufsfläche entsprochen, da die Nahversorgung der Bevölkerung weiter verbessert werden kann.

Die Realisierung des geplanten Neubaus steht daher in keinem Widerspruch mit den vorliegenden einzelhandelsrelevanten Aussagen in den relevanten Planungsinstrumenten (Landesentwicklungsprogramm, Regionalprogramm Salzburg-Stadt und Umgebungsgemeinden).

#### ➔ **Fazit Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstruktur**

Die Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelsstruktur werden im vorliegenden Handelsstrukturgutachten mit Umsatzerwartungen für die geplante Lagerhaus Erweiterung berechnet und analysiert. Durch die erweiterte Verkaufsfläche kann Lagerhaus in Summe rund 1 Mio. € mehr Umsatz generieren als derzeit im Sortiment Bau- und Gartenmarkt. Dieses Umsatzplus wird durch die Umsatzumverteilung anderen Marktteilnehmern weggenommen, was in diesem Fall allerdings vernachlässigbar Auswirkungen hat. Insgesamt wird mit einem geringen Umsatzrückgang im Einzugsgebiet von lediglich 0,7 % gerechnet.

Generell kann durch die Erweiterung der Verkaufsfläche die Einkaufs- und Versorgungsqualität im Einzugsgebiet verbessert werden, was einen positiven Effekt auf die Kaufkraftbindung im der Gemeinde Grödig haben wird. Eine unmittelbare Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur in der Standortgemeinde und im Einzugsgebiet ist nicht zu erwarten, da die Umsatzrückgänge in allen Gemeinden 10 % bei weitem nicht übersteigen.

## 9 AUSWIRKUNGEN AUF DIE ERWERBSMÖGLICHKEITEN

Die Erweiterung der Verkaufsfläche des Lagerhauses wird zu geringen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt führen. Aufgrund der erweiterten Verkaufsfläche werden nur wenige weitere Personen eingestellt.

Aufgrund der Tatsache, dass andere bestehende Einzelhandelsbetriebe durch den Bau nicht gefährdet sind, kann auch nicht von einem Verlust an Arbeitsplätzen andernorts ausgegangen werden.

## 10 ZUSAMMENFASSENDE BEURTEILUNG

Das geplante Lagerhaus in der Pflegerstraße 26 in Grödig soll eine Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> umfassen und das bestehende Lagerhaus mit rund 800 m<sup>2</sup> bewilligter Verkaufsfläche ersetzen, auf der hauptsächlich Produkte der Kernsortimente DIY sowie Garten verkauft werden. Durch die Lage im Süden der Stadt Salzburg hat der Standort den Vorteil die bevölkerungsreichen Gebiete in Salzburg Süd anzusprechen. Der neue Lagerhausstandort benötigt jedenfalls auch eine Anbindung über die Eichertstraße, da dieser sonst einen erheblichen Nachteil gegenüber dem alten Standort an der Kreuzung aufweist.

Für den zukünftigen Lagerhaus Standort wird ein gesamtes Umsatzpotenzial von 6,6 Mio. € netto prognostiziert, wovon rund 3,5 Mio. € und damit 33% mehr als bisher, auf den untersuchungsrelevanten Bereich Bau- und Gartenmarkt fallen.

Für die Etablierung eines erweiterten Lagerhauses wird eine Änderung der bestehenden Widmung „Erweitertes Wohngebiet“ auf die Widmung „Gebiet für Handelsgroßbetrieb - Bau-, Möbel- oder Gartenmärkte“ mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> benötigt, die den Erlass einer Standortverordnung für Handelsgroßbetriebe durch die Salzburger Landesregierung gemäß des Salzburger Raumordnungsgesetzes 2009 erforderlich macht.

Laut Salzburger Landesentwicklungsprogramm liegt die Gemeinde Grödig im Stadt- und Umlandbereich von Salzburg (zentraler Ort der Stufe A) und nimmt dort die Funktion einer Umlandgemeinde ein. Zudem gilt die Gemeinde Grödig als Gemeinde mit Verstädterungstendenzen.

Das Einzugsgebiet des erweiterten Lagerhauses fokussiert sich auf die Marktgemeinde Grödig und wird durch die Staatsgrenze sowie den Einflussbereich der Stadt Salzburg begrenzt. Im näheren/primären Bereich deckt es den Ortskern der Katastralgemeinden Grödig und Glanegg ab, inkludiert im sekundären Einzugsgebiet die umliegenden westlichen und östlichen Gemeinden und kann im peripheren Bereiche auch die südlichen und nördlichen Umlandgemeinden wie Hallein und Wals sowie insbesondere die südlichen Teile der Stadt Salzburg abdecken.

Das Einzugsgebiet für das geplante Projekt umfasst insgesamt 210.500 Einwohner bzw. 99.050 Haushalte und weist ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau von 110,6 Indexpunkten auf. Das gesamte Marktpotenzial für das relevante Hauptsortiment beträgt etwa 100 Mio. € pro Jahr. Auf das primäre Einzugsgebiet entfallen ca. 6,9 Mio. €, was einem Anteil von 6,9 % entspricht. Das sekundäre Einzugsgebiet nimmt mit etwa 10,1 Mio. € einen etwas höheren Anteil des Marktpotenzials ein. Das periphere Einzugsgebiet kommt auf 83,6 Mio. € und einen Anteil von knapp 84 %. Zusätzlich kann der geplante Lagerhausstandort von einem erhöhten Vorkommen von Einfamilienhäusern profitieren, welche vor allem für das Sortiment Garten relevant sind.

Die Analyse des Einzelhandelsangebotes im Bereich Bau- und Gartenmarkt zeigt innerhalb der Gemeinde Grödig nur das analysierte Lagerhaus auf. In der Verteilung fallen 9 % der Verkaufsflächen auf das primäre Einzugsgebiet, 1 % auf das sekundäre und 90 % auf das periphere Einzugsgebiet. Neben einem Schwerpunkt des Marktpotenzials weist das periphere Einzugsgebiet, das durch die Stadt Salzburg und die Agglomeration in Wals dominiert wird, auch den höchsten Umsatz im Bereich Bau- und Gartenmarkt auf. In diesen Gebiet wird deutlich mehr Kaufkraft von außerhalb angezogen, was sich am Abdeckungsgrad von rund 131% zeigt. Auch das primäre Einzugsgebiet weist starke Kaufkraftzuflüsse auf, was vor allem an der Gemeinde Anif liegt, die im Vergleich zu den geringen Einwohnern ein hohes Umsatzvolumen im Bereich Bau- und Gartenmarkt verzeichnet. Mit einem Dehner und Lederleitner Gartencenter ergibt sich dort ein Abdeckungsgrad von mehr als 300%, und das alleine durch die genannten Gartenmärkte.

In Summe ist der Siedlungsraum im Süden von Salzburg stark verflochten und die Kaufkraft fließt daher in die wenigen bestehenden Handelsagglomerationen. Der Untersuchungsstandort in Grödig wird in Zukunft einerseits von den Postleitzahlen im Einzugsgebiet profitieren können, in welchen selbst wenig Angebot vorhanden ist. Andererseits kann das geplante Lagerhaus durch seine Lage auch weite Teile der südlichen Stadt Salzburg anziehen, die derzeit noch kaum Angebote im Bau- und Gartenmarkt aufweist. Bewohner dieser Gebiete fahren derzeit, neben dem untersuchten Lagerhausstandort, vor allem in die Nähe des Flughafens bzw. nach Wals, oder zu den Gartencentern in Anif um ihren Bedarf zu decken.

Generell ist bei neuentstandenen Verkaufsflächen auch eine höhere Einkaufsqualität gegeben, weshalb von mehr Kunden ausgegangen werden kann. Dies kann zu Verschiebungen der Kaufkraftströme führen. Die Umsatzherkunft zeigt, dass rund 7 % der Umsatzerwartung aus dem primären Einzugsgebiet stammen werden, 10 % aus dem sekundären und etwa 83 % aus dem peripheren Einzugsgebiet. Die Kaufkraftabschöpfungsquoten liegen derzeit insgesamt bei 122 %, was auf die Dominanz der Stadt Salzburg und der Agglomeration bei Wals hinsichtlich der Angebote im Bau- und Gartenmarkt zurückzuführen ist. Durch die erweiterte Verkaufsfläche kann Lagerhaus zukünftig einen höheren Umsatz im sekundären Einzugsgebiet generieren, das derzeit aufgrund der spärlichen Angebote lediglich 14 % der Kaufkraft binden kann. Zukünftig wird die Abschöpfung im primären Gebiet von 158% auf 170% steigen während sie in Summe aber nahezu unverändert bleibt, da das Einwohner- und Marktpotenzial vorwiegend im peripheren Einzugsgebiet liegen.

Die Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelsstruktur werden im vorliegenden Handelsstrukturgutachten mit Umsatzerwartungen für die geplante Lagerhaus Erweiterung berechnet und analysiert. Durch die erweiterte Verkaufsfläche kann Lagerhaus in Summe rund 1 Mio. € mehr Umsatz generieren als derzeit im Sortiment Bau- und Gartenmarkt. Dieses Umsatzplus wird durch die Umsatzumverteilung anderen Marktteilnehmern weggenommen, was in diesem Fall allerdings vernachlässigbar Auswirkungen hat. Insgesamt wird mit einem geringen Umsatzrückgang im Einzugsgebiet von lediglich 0,7 % gerechnet.

Generell kann durch die Erweiterung der Verkaufsfläche die Einkaufs- und Versorgungsqualität im Einzugsgebiet verbessert werden, was einen positiven Effekt auf die Kaufkraftbindung im der Gemeinde Grödig haben wird. Eine unmittelbare Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur in der Standortgemeinde und im Einzugsgebiet ist nicht zu erwarten, da die Umsatzrückgänge in allen Gemeinden 10 % bei weitem nicht übersteigen.

➔ **Fazit Zusammenfassende Beurteilung**

Nach Beurteilung der quantitativen und qualitativen Faktoren des Bau- und Gartenmarktangebots im Einzugs- und Verflechtungsbereich des Lagerhauses in Grödig ist durch die neue Verkaufsfläche kein bedeutender Verdrängungswettbewerb mit anderen Marktteilnehmern und keine Gefährdung anderer Anbieter zu erwarten. **Die neue Verkaufsfläche von ca. 2.000 m<sup>2</sup> ist daher als strukturverträglich** im Sinne des Salzburger ROG 2009 anzusehen.

## 11 ANHANG

### 11.1 Glossar

#### **Abdeckungsgrad**

Der Abdeckungsgrad stellt eine Kennziffer der Kaufkraftbindung in einer Region (Gemeinde, Bezirk, usw.) dar und beschreibt das Verhältnis vom Umsatzvolumen im Einzelhandel zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Wenn der Abdeckungsgrad einen Wert über 100 % annimmt, so fließt mehr Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, als Kaufkraft aus dem Ort abfließt. Liegt der Wert unter 100 %, so liegen Kaufkraftabflüsse vor.

#### **Einzugsgebiete nach Intensitätszonen (EZG)**

Die Abgrenzung von Einzugsgebieten stellt eine Simulation von Kaufkraftströmen dar und dient der Kalkulation von Markt- und Umsatzpotenzialen auf Basis des ökonometrischen Modells nach D.L. Huff. Dieser Modellrechnung liegen vor allem zwei Thesen zu Grunde: (1) die Interaktionen zwischen Standorten nehmen einerseits mit zunehmender Entfernung ab – d.h. mit zunehmender Entfernung des Konsumenten vom Handelsstandort sinkt die Kaufkraftbindung – andererseits nehmen (2) die Interaktionen zwischen Standorten mit wachsender Standortmasse zu – d.h. die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde das Shopping-Center bzw. den Handelsstandort aufsucht, steigt mit der Attraktivität des Standortes. Daher wird das Einzugsgebiet in mehrere Intensitätszonen unterschieden, in denen mit der Entfernung zum Standort, der Anteil am Umsatzpotenzial abnimmt. Als Kriterien der Abgrenzung dienen dabei einerseits die Erreichbarkeit des Untersuchungsstandortes in Abhängigkeit von der räumlichen und siedlungsstrukturellen Gliederung, sowie der verkehrlichen Erschließung des Gebietes (konkretisiert in Form von Zeitdistanzzonen) und andererseits die Lage der konkurrierenden Handelsstandorte.

#### **Filialisierter Marktteilnehmer (fil. MT)**

Filialisierte Marktteilnehmer sind Unternehmen, die an mehreren Standorten unter gleichem Namen bzw. Logo auftreten. Das Waren- bzw. Dienstleistungsangebot in den Filialen eines Unternehmens ist meist standardisiert (Produktnamen, Sortiment, Ausstattung der Filiale). Im engeren Sinne werden nur die eigenen Filialen gezählt, im weiteren Sinne auch jene der organisierten Kaufleute (z.B. Spar, Adeg), der Einkaufs- und Marketinggemeinschaften (z.B. Red Zac) und der Franchisenehmer (z.B. McDonalds) mitgezählt.

#### **Flächenproduktivität**

Die Flächenproduktivität stellt eine Performancekennzahl von Branchen, Betriebstypen, Marktteilnehmern oder spezifischer Standorte dar, die sich aus der Gegenüberstellung des Gesamtumsatzes und Gesamtfläche (Verkaufsfläche oder Bruttomietfläche) ergibt.

### **Gewichtungsfaktoren**

Gewichtungsfaktoren oder Abschöpfungsfaktoren geben die Magnetwirkung des Untersuchungsstandortes an, indem abgeschätzt wird, wie viel vom jeweilig zur Verfügung stehenden Geld (Marktpotenzial) am Untersuchungsstandort gebunden werden kann. Die Anteile der Umsätze, die im Einzugsgebiet bzw. im Standortbereich getätigt werden, sind natürlich direkt abhängig von der räumlichen Entfernung des Geschäftsstandortes zu den Verbrauchern und der Attraktivität des zu untersuchenden Outlets. Es sind somit unterschiedliche Gewichtungsfaktoren sowohl für die jeweiligen Intensitätszonen der Einzugsgebiete als auch für den Bedarf der Güter festzulegen.

### **Kaufkraftindex (KKI)**

Der Kaufkraftindex stellt die Kaufkraft einer Region im Verhältnis zum jeweils nationalen Durchschnitt als Indexwert dar. Dabei wird der nationale Durchschnitt mit 100 festgesetzt. Unter Kaufkraft wird dabei die Fähigkeit einer Person oder eines Haushaltes verstanden, innerhalb einer bestimmten Periode mit zur Verfügung stehenden Geldmitteln Güter, Dienstleistungen und Rechte erwerben zu können.

### **Kaufkraftabschöpfungsquote**

Die Kaufkraftabschöpfungsquote gibt an, wie hoch der Anteil der Umsatzerwartungen am Marktpotenzial ist. Bei der Berechnung der Kaufkraftabschöpfungsquote bzw. dem Marktanteil gilt dabei die Annahme, dass die Verteilung der Umsatzerwartungen auf die Einzugsgebiete der Verteilung der zurechenbaren Umsatzpotenziale entspricht.

### **Kaufkraftströme**

Kaufkraftströme entstehen durch den Transfer von Kaufkraft einer Gebietseinheit in eine andere. Diese Gebietseinheiten können Gemeinden, Regionen oder auch Staaten sein. Man unterscheidet grundsätzlich zwischen Kaufkraftabflüssen (entspricht jener Kaufkraft einer Gebietseinheit, die nicht vor Ort gebunden werden kann) und Kaufkraftzuflüssen (entspricht jener Kaufkraft, die von Haushalten anderer Gebietseinheiten gebunden werden kann).

### **Konsumausgaben (KA)**

Die Konsumausgaben beinhalten alle Ausgaben, die ein Einwohner innerhalb eines Jahres für Anschaffungen oder Dienstleistungen in einer bestimmten Warengruppe tätigt, unabhängig von der Beschaffungsquelle (im In- oder Ausland). Die Angaben beinhalten die gesetzliche Mehrwertsteuer.

### **Onlineanteile**

Die ausgewiesenen Onlineanteile beziehen sich auf jenen Anteil der Konsumausgaben, die via Internet getätigt werden, unabhängig davon wo dieser Einkauf getätigt wird und unabhängig davon, ob der Online-shop im In- oder Ausland betrieben wird. Diese Angaben unterscheiden sich daher von Onlineumsätzen.

### **Marktpotenzial (Mapot.)**

Das Marktpotenzial stellt für das zu untersuchende Warensortiment die potenzielle Kaufkraft in einer Gebietseinheit dar, unabhängig von Kaufkraftab- und -zuflüssen. Die Marktpotenziale der Wohnbevölkerung in den Einzugsgebieten ergeben sich aus der Anzahl der Einwohner, der durchschnittlichen Konsumausgaben je Einwohner und Jahr gewichtet mit dem regionalen Kaufkraftniveau.

### **Umsatzerwartung**

Die Umsatzerwartungen eines Projektes entsprechen den im Rahmen der Potenzialberechnung unter Berücksichtigung quantitativer und qualitativer Standortfaktoren voraussichtlichen zu erwirtschaftenden Umsätzen nach Realisierung des Projektes.

### **Verflechtungsbereich**

Der Verflechtungsbereich besteht aus dem zentralen Ort und die mit ihm durch wirtschaftliche, kulturelle und soziale Beziehungen in wechselseitiger Abhängigkeit stehenden Siedlungen in den eigenen Gemeinden und in den Umlandgemeinden.

### **Verkaufsfläche (Vkfl.)**

Die Verkaufsfläche umfasst die dem Kunden zugängliche, überdachte und beheizte Fläche eines Geschäftes. Im Gegensatz zur Bruttomietfläche sind Lager-, Büro- und Aufenthaltsflächen innerhalb eines Handelsbetriebes nicht in der Verkaufsfläche inkludiert. Ebenfalls nicht enthalten sind Mallflächen bei Einkaufszentren. Die Gesamtverkaufsfläche einer Branche umfasst somit die Summe der Verkaufsflächen aller Standorte des jeweiligen Marktteilnehmers.

### **Zurechenbares Umsatzpotenzial (zurechenb. Upot.)**

Das zurechenbare Umsatzpotenzial ist jenes Umsatzpotenzial, das Handelsunternehmen im primären Einzugsgebiet unter Berücksichtigung des untersuchten Projektes erwirtschaften können. Die Berechnung erfolgt über die Abschöpfung der Kaufkraft mit Hilfe der Gewichtungsfaktoren aus den Einzugsgebieten.



## 11.2 Appendix: Auswertung Kundendaten Lagerhaus

Abbildung 6: Umsatzanteil des derzeitigen Lagerhauses in Grödig nach PLZ, 2019

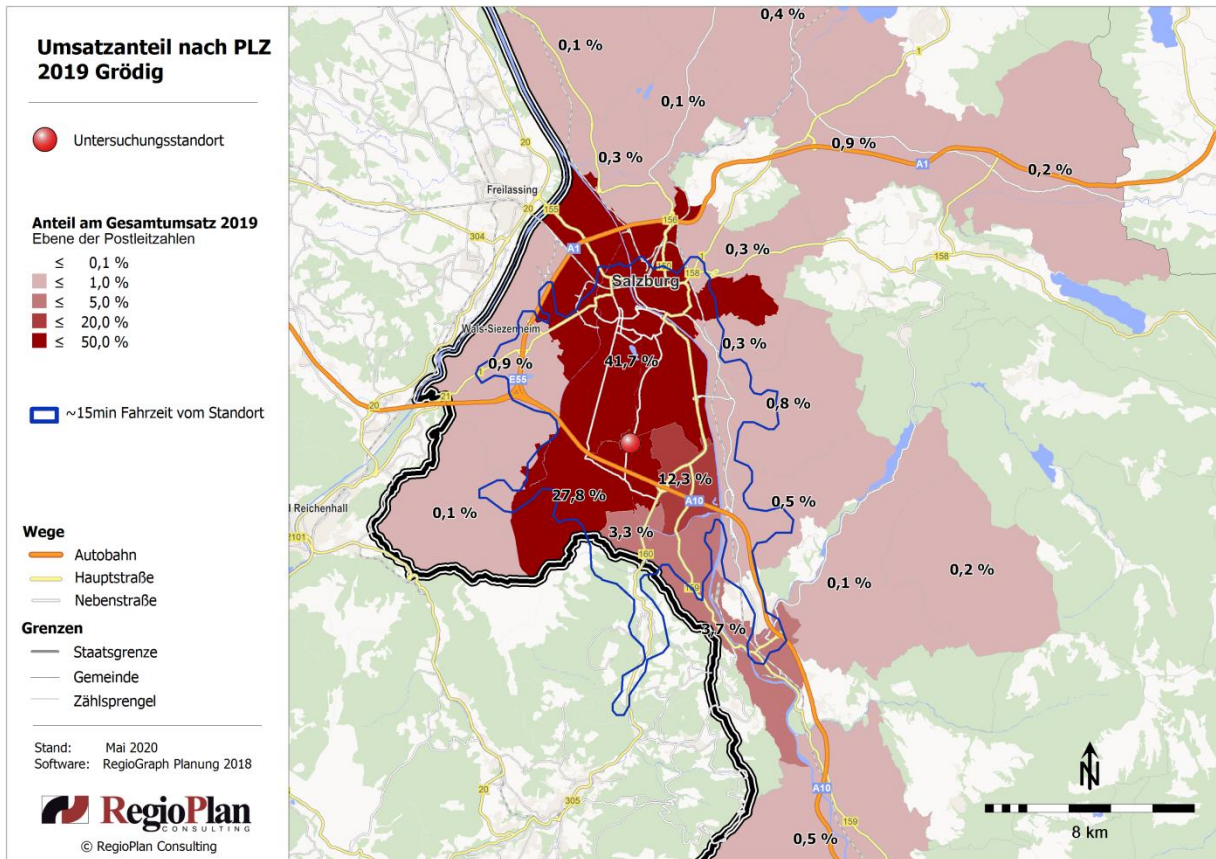


Abbildung 6 zeigt, dass die Stadt Salzburg mit 41,7% des Umsatzes das wichtigste PLZ-Gebiet für den Untersuchungsstandort dargestellt, während in Grödig rund 28% und in Anif 12% des Umsatzes generiert werden. 92% der derzeitigen Umsätze werden im Einzugsgebiet generiert, damit beträgt der Streuumsatz rund 8%.

Abbildung 7: Umsatz je Einwohner Lagerhaus Grödig, 2019

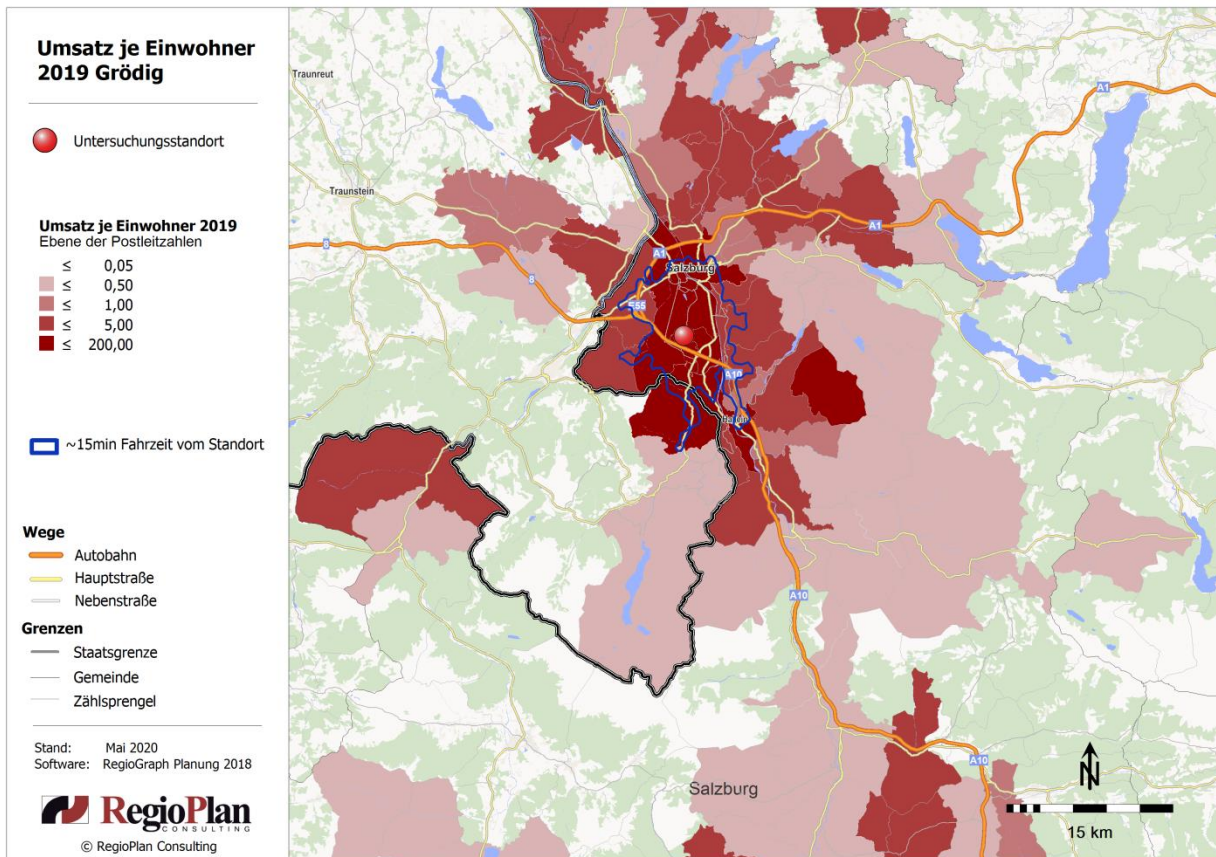


Abbildung 7 zeigt, dass auch im Verhältnis zur Einwohnerzahl die Gemeinden Salzburg, Grödig und Anif am bedeutendsten für den derzeitigen Lagerhausstandort sind. Auch die Umlandgemeinden Elsbethen, Wals und Hallein sind nicht zu vernachlässigen.

Die dargestellten Kundenkartenumsätze machen ca. 60 % vom Gesamtumsatz aus.

### 11.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Standortes in der Gemeinde .....	12
Abbildung 2: Auszug aus dem rechtskräftigen Flächenwidmungsplan .....	13
Abbildung 3: Entwurf Version 1 des geplanten Baus des Lagerhauses .....	14
Abbildung 4: Darstellung der Einzugsgebiete .....	17
Abbildung 5: Bau- und Gartenmärkte im Einzugsgebiet .....	24
Abbildung 7: Umsatzanteil des derzeitigen Lagerhauses in Grödig nach PLZ, 2019 .....	41
Abbildung 8: Umsatz je Einwohner Lagerhaus Grödig, 2019 .....	42

## 11.4 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erwartete Umsatzleistung in Mio. € .....	15
Tabelle 2: Einwohner, Haushalte und Haushaltsgrößen in den Einzugsgebieten .....	19
Tabelle 3: Kaufkraftindex im Einzugsgebiet .....	20
Tabelle 4: Konsumausgaben pro Einwohner in €/Jahr netto .....	20
Tabelle 4: Einfamilienhausindex im Einzugsgebiet.....	21
Tabelle 5: Marktpotenzial im DIY-Bereich in Mio. € netto 2019 .....	21
Tabelle 6: Verkaufsflächen in m <sup>2</sup> in den relevanten Einzugsgebietenbereichen in DIY (inkl. Lagerhäuser).....	23
Tabelle 7: Tabellarische Übersicht DIY-Einzelhandel im Einzugsgebiet .....	25
Tabelle 8: Abdeckungsgrad in %, bestehende Einzelhandelsstruktur auf PLZ-Ebene .....	26
Tabelle 9: Gewichtungsfaktoren (=Marktanteile) .....	28
Tabelle 10: Zurechenbare DIY-Umsatzpotenziale in Mio. € 2019 netto .....	29
Tabelle 11: Umsatzherkunft in %.....	29
Tabelle 12: Maximale Kaufkraftabschöpfungsquoten im Einzugsgebiet in Mio. € 2019 netto .....	30
Tabelle 13: Umsatzumverteilung im DIY-Handel.....	32

## 11.5 Quellen

### RegioPlan Consulting GmbH

Unser umfassendes Portfolio beinhaltet aktuell Studien und Datenprodukte betreffend Einzelhandel, Konsumentenverhalten, Immobilien und Märkte für ganz Europa. Diese Studien und Daten werden regelmäßig aktualisiert und bieten qualitative und quantitative Marktinformationen. Die standardisierte Form ermöglicht unseren Kunden auch eine länderübergreifende Vergleichbarkeit über viele Jahre hinweg.

Detaillierte Informationen und die aktuelle Übersicht zu den sofort verfügbaren Studien und Leistungen finden Sie auf [www.regioplan.eu](http://www.regioplan.eu).

### RegioData Research GmbH

- BranchenReport Baumärkte in Österreich – Ausgabe 2020
- Standortliste Baumärkte Österreich – Ausgabe 2020
- Kaufkraftkennziffern Österreich – Ausgabe 2019
- Konsumausgaben Österreich – Ausgabe 2019

[RegioData Research](http://www.regiodata.eu) ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten für Europa. Mit der Geomarketing Software RegioGraph sowie Schulungen und individueller Beratung unterstützen wir Sie mit umfassenden Lösungen für Ihr Geomarketing.

Nähere Informationen zu unserem Angebot finden Sie auf [www.regiodata.eu](http://www.regiodata.eu).

ÖSTERREICH: Theobaldgasse 8  
1060 Wien  
+43 1 5860453  
[office@regioplan.eu](mailto:office@regioplan.eu)

[www.regioplan.eu](http://www.regioplan.eu)



DEVELOPING SUSTAINABLE SUCCESS