



creating the future

Programm zur grenzüberschreitenden Kooperation ÖSTERREICH - UNGARN 2007-2013
AUSZTRIA - MAGYARORSZÁG Határon Átnyúló Együttműködési Program 2007-2013

ecostrat
wirtschaftsstrategien - grenzenlos



EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund

Detailauswertung des Oberwarter Innenstadthandels 2011, Aktivitäten und Perspektiven 2012



Ing. Mag. Georg Gumpinger, Dipl. Betriebsw. (FH) Sarah Günther
CIMA Beratung + Management GmbH,
Ried im Innkreis, Februar 2012



Präsentationsinhalte



Teil 1 Methodik und Strukturkennzahlen

Teil 2 Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft 2011

Teil 3 Perspektiven/Veränderungen 2012

Teil 4 Beurteilung/Bewertung von Aktionen

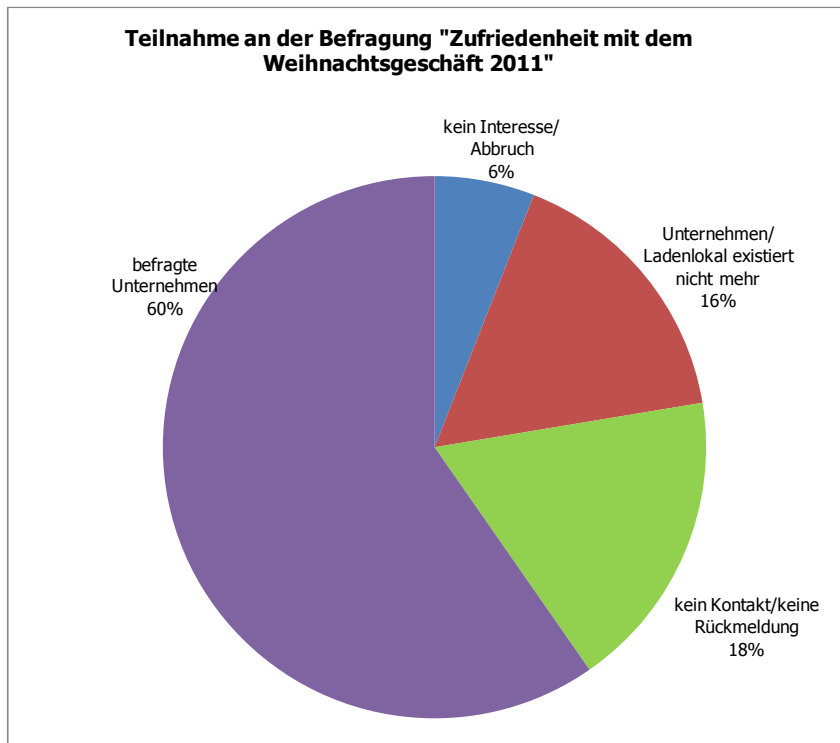
Teil 5 Evaluierung „WOW“

Teil 6 Zusammenfassung und Fazit

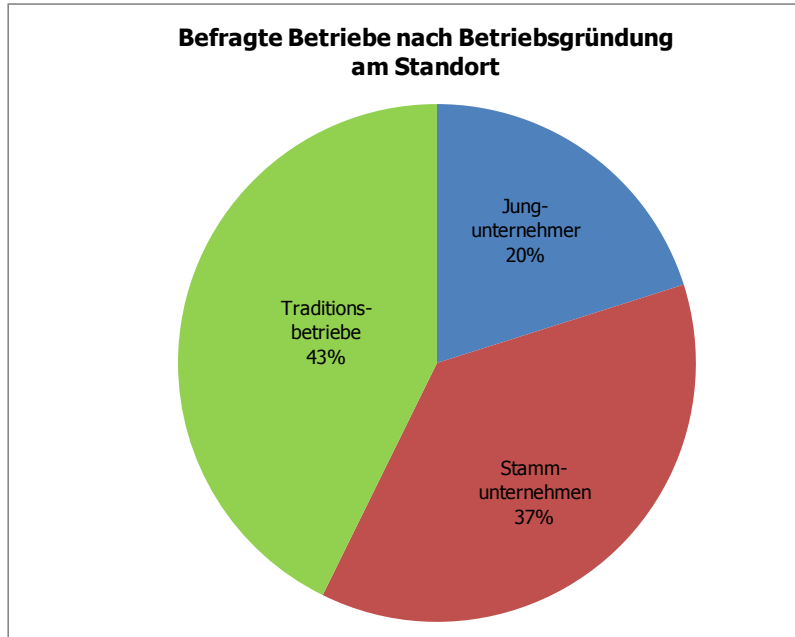


Teil 1

Methodik und Strukturkennzahlen



- Einzelhandelsgeschäfte in Oberwart/Unterwart: 228 Betriebe (inkl. Ladenhandwerk)
(Quelle: KK-Stromanalyse CIMA 2010; WKO Burgenland, Regionalstelle OW, 02-2012)
- Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt: 95 Betriebe (inkl. Ladenhandwerk)
(Quelle: KK-Stromanalyse CIMA 2010; WKO Burgenland, Regionalstelle OW, 02-2012)
- ausgewählte Betriebe für die Befragung: 67 innerstädtische Einzelhandelsbetriebe
- nicht befragt: Betriebe im EO sowie Großfilialisten und Discounter
- Befragung mittels strukturiertem Fragebogen im hauseigenen Callcenter
- Auswertbare Befragungen: 40 Betriebe (60%)
- kein Interesse/Kontakt: 27 Betriebe (40%)



Betriebsstandort seit	%
unter 1 Jahr	5%
1 - 5 Jahre	15%
6 - 10 Jahre	20%
11 - 20 Jahre	10%
21 - 30 Jahre	13%
31 - 40 Jahre	23%
über 40 Jahre	15%

Einteilung der Unternehmen nach Betriebsjahren am Standort

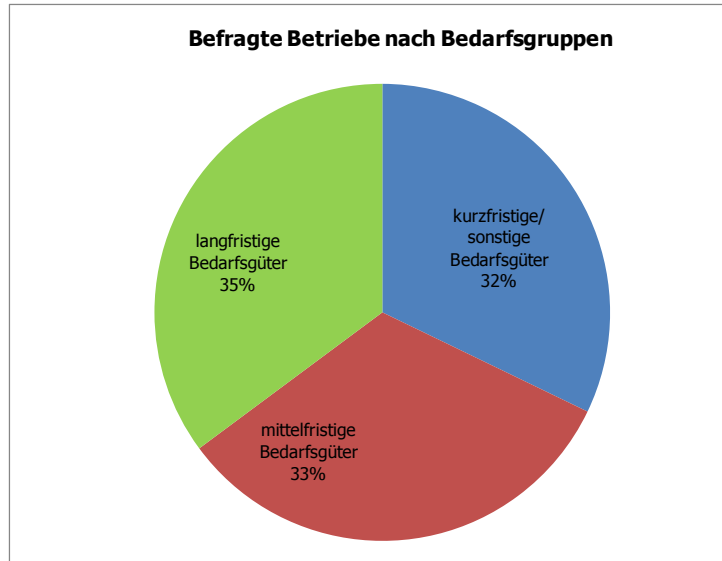
- Gruppe „**Jungunternehmer**“:
zw. <1 und 5 Jahre am Standort; 17 Betriebe
- Gruppe „**Stammunternehmen**“:
zw. 5 und 30 Jahre am Standort; 15 Betriebe
- Gruppe „**Traditionsbetriebe**“:
über 30 Jahre am Standort; 8 Betriebe

Detailinformationen zur Betriebsstruktur

- Jungunternehmen vertreiben zu 50% mittelfristige Bedarfsgüter – v.a. Bekleidung
- Stammunternehmen sind mehrheitlich Betriebe mit kurz- und mittelfristigen Gütern (z.B.: Lebensmittel und Bekleidung)
- Traditionsbetriebe verkaufen überwiegend langfristige Güter (Baumarktartikel, Wohnungseinrichtung, Optik/Uhren/Schmuck)



Struktur der befragten Unternehmen



Branchen	Anzahl der Betriebe	Bedarfsgruppe
Blumen	1	kurzfristig
Lebensmittel	6	kurzfristig
Fahrräder	1	mittelfristig
Hobbyartikel	2	mittelfristig
Bekleidung	10	mittelfristig
Elektrowaren	1	langfristig
Foto	1	langfristig
Wohnungseinrichtung/ Heimtextilien	2	langfristig
Eisenwaren, Baumarktartikel, Farben/Lacke	3	langfristig
Optik	3	langfristig
Uhren/Schmuck	4	langfristig
sonstiges*	6	sonstiges

Einteilung der Unternehmen nach der Branchenstruktur

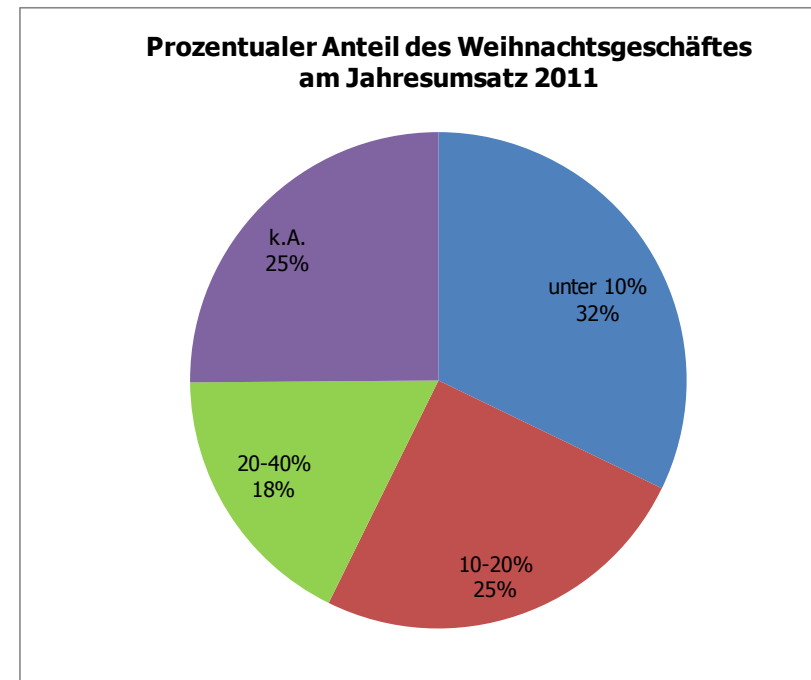
- die Bedarfsgruppen (kurz-, mittel-, langfristig) sind relativ gleichmäßig auf die Betriebe aufgeteilt
- mit 10 Betrieben dominiert die Branche „Bekleidung“
- an zweiter folgen die Branchen „Lebensmittel“ und „sonstiges“* (jeweils 6 Betriebe)
- an dritter Stelle folgt die Branche „Uhren/Schmuck“ (4 Betriebe)

*Antiquitäten, Lederwaren, Nähmaschinen, Bürozubehör, Glaserei, ...



Detailergebnisse aus der Befragung

- Mehrheit der Betriebe (32 %): unter 10% Umsatzanteil des Weihnachtsgeschäft am Jahresumsatz
- vor allem Betriebe, die erst zwischen 1 und 10 Jahre in Oberwart ansässig sind, realisieren im Weihnachtsgeschäft mehr als 10% ihres Gesamtumsatzes (65%).
- für die Hälfte der Betriebe, bei denen die Ansiedlung länger als 10 Jahre zurückliegt, liegt der Anteil der Weihnachtsumsätze am Gesamtumsatz bei unter 10%.



Erfahrungen aus der Praxis

- Üblicherweise liegt der Anteil der Weihnachtsumsätze am Gesamtumsatz bei den mittelfristiger Warengruppen höher als zu anderen Geschäfts- bzw. Jahreszeiten.
- In der Oberwarter Innenstadt: 46% aller mittelfristigen Betriebe geben einen Umsatzanteil von unter 10% an → Weihnachtsgeschäft nicht bindend „stärkste Einkaufszeit“!

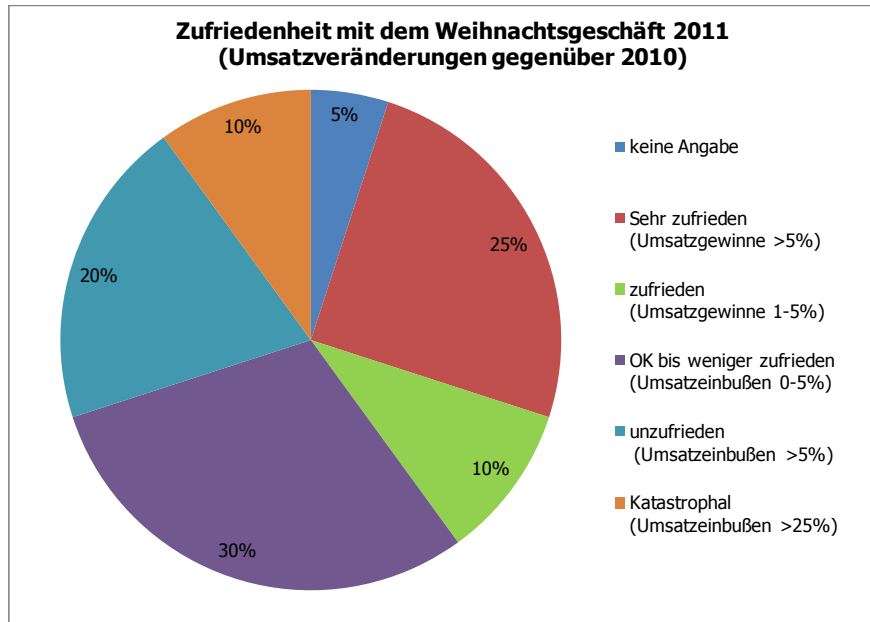


Teil 2

Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft

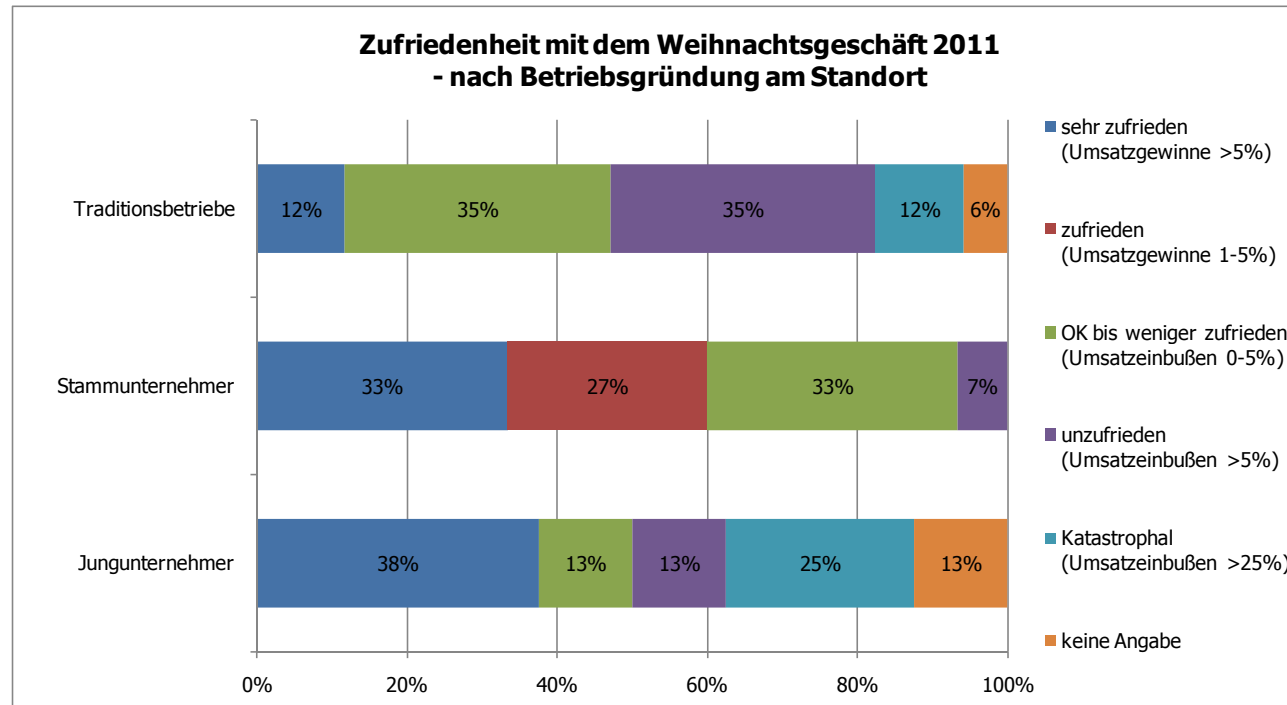


Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft 2011



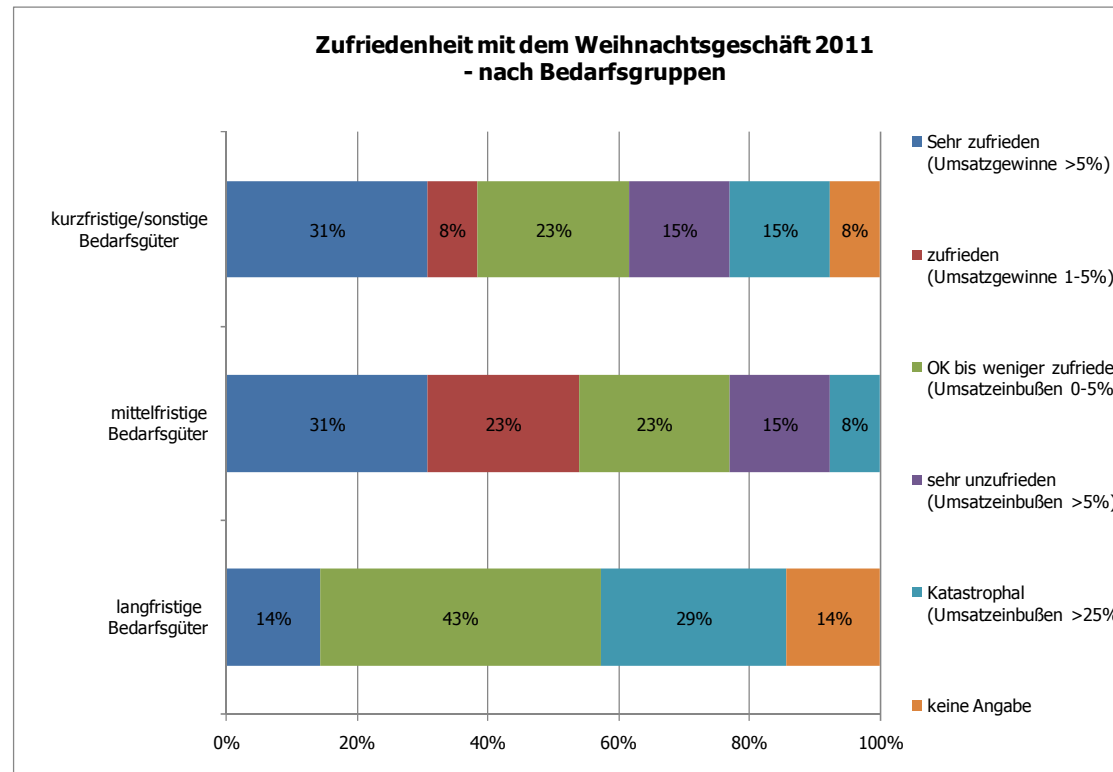
- 14 Betriebe (35 %) sind sehr zufrieden bis zufrieden.
- keine großen Umsatzveränderungen bis leichte Einbußen sehen 12 Betriebe (30%).
- unzufrieden bis katastrophal beurteilen 12 Betriebe (30%) die Lage.
- Stammunternehmen, im kurz- und mittelfristigen Bereich sind im Vergleich am zufriedensten im Weihnachtsgeschäft.
- Jungunternehmer im Kurzfristbereich waren zufrieden, im Mittelfristbereich ist die Beurteilung „durchwachsen“.
- Traditionsbetriebe sind am kritischsten! Nur im mittelfristigen Bereich halbwegs zufrieden, in den anderen Bereichen z.T. auch sehr unzufrieden.

	Jung- unternehmer	Stamm- unternehmen	Traditions- betriebe
kurzfristige/ sonstige Bedarfsgr.	😊	😊	☹️
mittelfristige Bedarfsgr.	😐	😊	😐
langfristige Bedarfsgr.	k.A.	😐	☹️



Detailergebnisse nach der Betriebsgründung am Standort

- Stammunternehmer sind am zufriedensten: 60% sehr bis zufrieden
- 38% aller Jungunternehmer sind sehr zufrieden, 25% dagegen sehr unzufrieden
- Traditionsbetriebe sind am unzufriedensten: nur 12% sind zufrieden, 47% unzufrieden bis sehr unzufrieden



Detailergebnisse nach Bedarfsgruppen

- mittelfristige Bedarfs Güter am zufriedensten - 54% sind sehr bis zufrieden
- 39% aller kurzfristigen Bedarfs Güter sind (sehr) zufrieden
- Bei langfristigen Bedarfs Gütern beurteilen 29% das Weihnachtsgeschäft mit über 25% Einbußen als katastrophal.



Teil 3

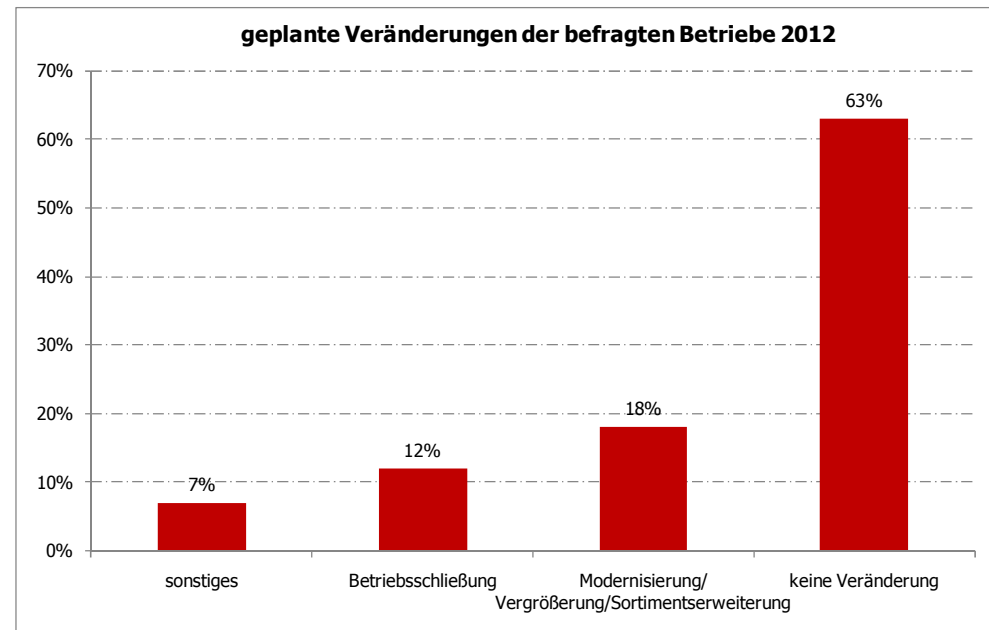
Perspektiven/Veränderungen 2012



Detailergebnisse aus der Befragung

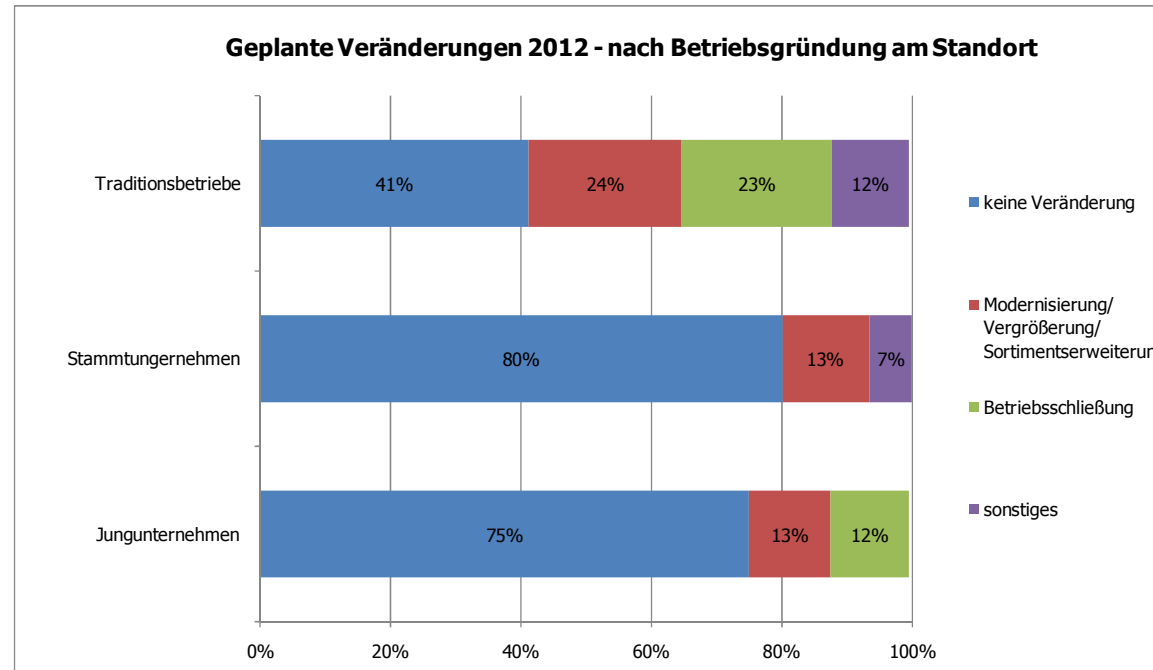
- Mit 25 Betrieben (63 %) die Mehrheit plant 2012 keine Veränderungen.
- Modernisierung, Vergrößerung bzw. Sortimentserweiterung: 7 Betriebe (18%)
- Sogar 5 Betriebe (12 %) planen ihren Betrieb zu schließen.
- sonstige* Planungen: 3 Betriebe

*z.B. Jahr abwarten, keine Angabe, etc.



Detailergebnisse nach Branchen und Bedarfsgruppen

- Betriebsschließungen sind im mittel- und langfristigen Betrieben geplant (Bekleidung, Hobby- und Elektroartikel sowie Wohnungseinrichtung)
- Vergrößerungen sind mehrheitlich in Bekleidungsgeschäften geplant



- Vergleichsweise mehr Traditionsbetriebe denken über eine mögliche Betriebsschließung nach. 4 Traditionsbetriebe planen eine Modernisierung bzw. Vergrößerung oder eine Schließung des Betriebs
- 80% aller Stammtununternehmen planen keine Veränderung, keines der Unternehmen plant eine Schließung.
- die Mehrheit der Jungunternehmer plant keine Veränderung (75%), nur 2 Betriebe planen eine Sortimentserweiterung bzw. Schließung.

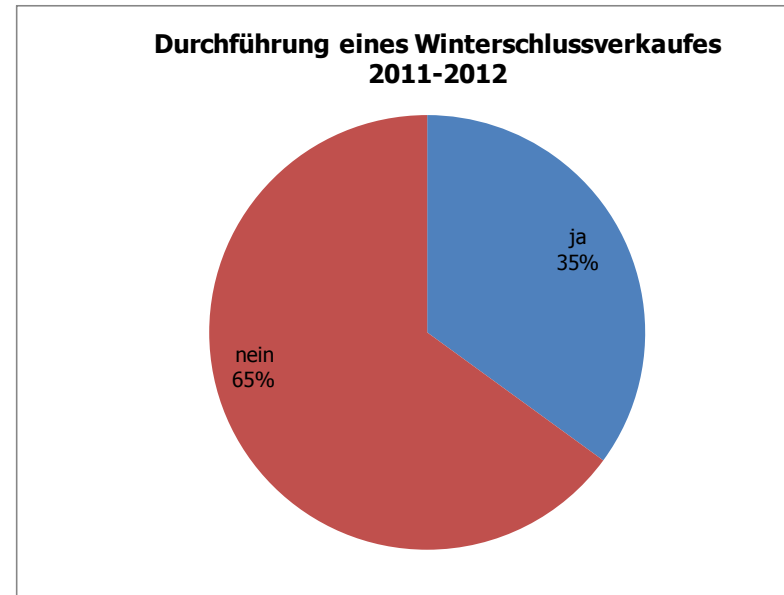


Teil 4

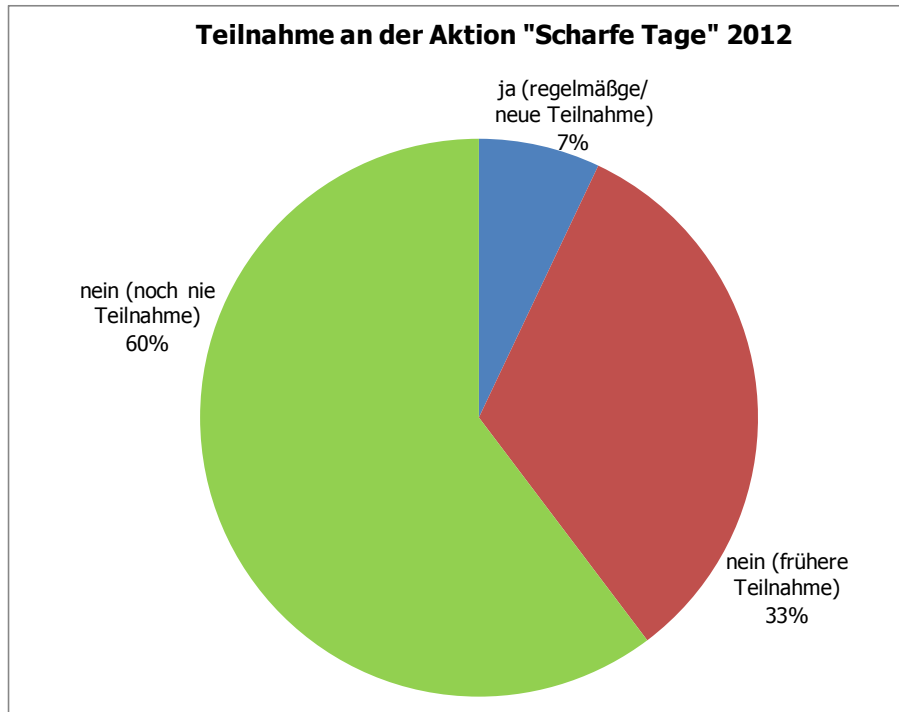
Beurteilung/Bewertung von Aktionen



- 14 Betriebe (35 %) halten einen Winterschlussverkauf ab.
- Keinen Winterschlussverkauf macht hingegen die Mehrheit (26 Betriebe oder 65%), vor allem kurz- und langfristige Anbieter.
- Insbesondere die Bekleidungsanbieter bieten verstärkt einen Winterschlussverkauf an
- häufigster Durchführungszeitraum: Dezember-Februar
- Nur 1 Betrieb konnte Neukunden/Impulse durch den Winterschlussverkauf gewinnen!



Winterschlussverkauf	%
k.A.	7%
Dez.-Jan.	14%
Jan.-Feb.	29%
Dez.-Feb.	50%



- Nur 3 Betriebe nehmen Teil bei der Aktion „Scharfe Tage“
- Bei 2 davon: neue Impulse/Neukunden!
- 13 Betriebe (33 %) haben früher teilgenommen → Kritik: keine bzw. zu wenige Impulse durch Aktion!
- (Neu-)Interesse an der Aktion haben überdies 4 Unternehmen.
- Auch 2012 nur „vereinzelte“ Teilnahme geplant!

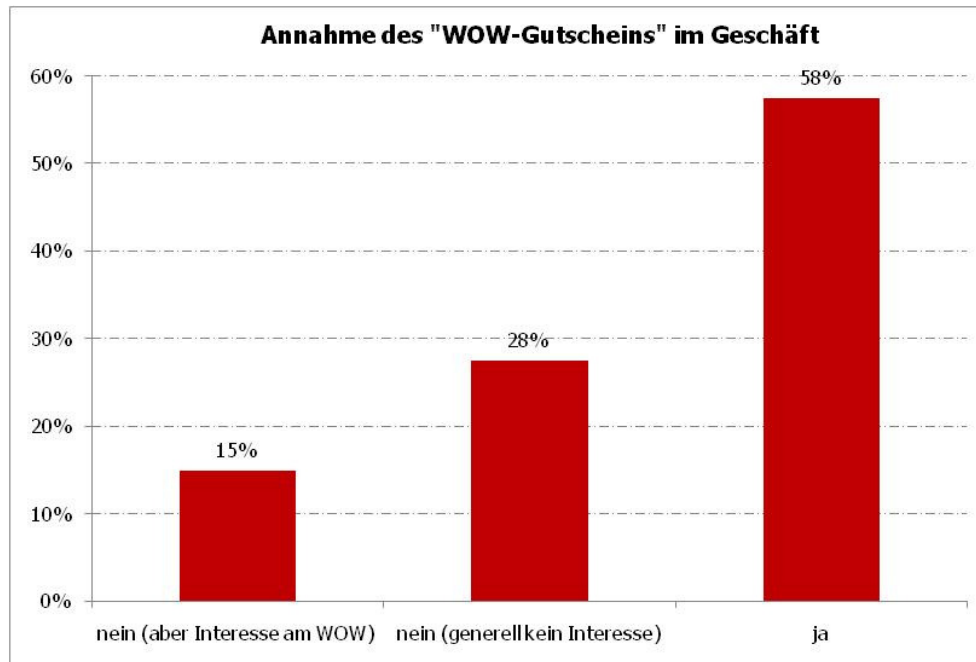


Teil 5

Evaluierung „WOW“



Annahme des „WOW-Gutscheins“



- 58 % (23) der befragten Betriebe nimmt den „WOW“ an.
- 6 weitere Betriebe sind noch nicht dabei, haben aber Interesse.
- kein Annahme des „WOW“ bei 17 Betrieben (43%).
- vor allem Stammunternehmen und Traditionsbetriebe lösen den „WOW“ ein (jeweils 10 Betriebe der einlösenden Geschäfte).
- Jungunternehmer sind, im Verhältnis der Betriebsanzahl, noch am wenigsten am „WOW“ interessiert.

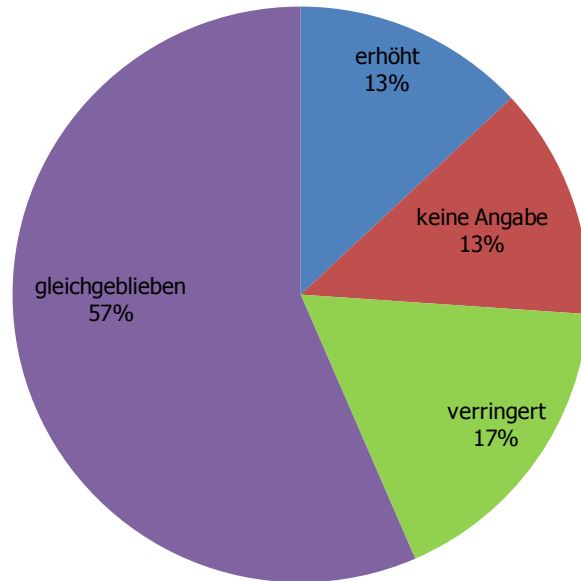
Annahme "WOW"	Jung- unternehmer	Stamm- unternehmen	Traditions- betriebe
ja	38%	67%	59%
nein (aber Interesse)	13%	13%	18%
nein (generell kein Interesse)	50%	20%	24%



Veränderung des Einsatzes des „WOW-Gutscheins“



Veränderung des "WOW"-Einsatzes im Weihnachtsgeschäft 2011 gegenüber 2010



- Bei 13 Betrieben (57 %) hat sich der „WOW“-Einsatz gegenüber dem Einführungsjahr 2012 nicht verändert.
- 3 Betriebe konnte gegenüber dem Vorjahr einen gesteigerten Einsatz feststellen.
- Bei 4 Betrieben (17%) ging der WOW-Einsatz hingegen zurück.
- Erhöhungen zeigten sich insbesondere in den Branchen „Lebensmittel“ und „Bekleidung“.
- Verringerungen z.T. in den Branchen „Bekleidung“ und stärker bei „Uhren/Schmuck“.



Teil 6

Zusammenfassung und Fazit



- Die befragten Oberwarter Innenstadtgeschäfte setzen sich zu 20 % aus „Jungunternehmen“ (weniger als 5 Jahre am Standort), zu 37 % aus „Stammunternehmen“ (zw. 5 und 30 Jahre) sowie zu 43 % aus „Traditionsbetrieben“ (mehr als 30 Jahre in Oberwart) zusammen.
- Die Branchenstruktur teilt sich relativ gleichmäßig auf den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf auf, mit Schwerpunkten bei „Bekleidung“ und „Lebensmitteln“.
- Üblicherweise spielt der Anteil der Weihnachtsumsätze am Gesamtumsatz eine wichtige Rolle. Nicht so in der Oberwarter Innenstadt. Hier geben beinahe die Hälfte der mittelfristigen Betriebe an, während der Weihnachtszeit unter 10% des Gesamtjahresumsatz zu realisieren → hier kann man nicht mehr von der „stärksten“ Einkaufszeit sprechen!
- Die Zufriedenheit des Oberwarter Innenstadthandels mit dem Weihnachtsgeschäft 2011 fällt knapp positiv aus. Der Anteil der mit dem Weihnachtsgeschäft „zufriedenen“ Unternehmen (35 %) liegt knapp über jenen der „Unzufriedenen“ (30 %).
- Stammunternehmen waren im Vergleich am zufriedensten mit dem Weihnachtsgeschäft, demgegenüber urteilten Traditionsbetriebe am kritischsten! Bei den Jungunternehmer ist der Kurzfristbereich zufriedenstellend, der Mittelfristbereich „durchwachsen“.



- Die Mehrheit der Betriebe (fast 2/3) plant 2012 keine Veränderungen. 7 Betriebe denken an Modernisierung, Vergrößerung oder Sortimentserweiterung, demgegenüber fürchten 5 Betriebe, ihren Betrieb schließen zu müssen.
- Dabei präsentieren sich die Stammbetriebe als am „standhaftesten“, ohne Schließungsabsicht, währenddessen sowohl Jungunternehmen als auch Traditionsbetriebe diese Gedanken in Erwägung ziehen.
- Vor allem im Bekleidungssektor wird zwischen Ende Dezember und Februar der Winterschlussverkauf abgehalten. Allerdings wird diese Aktion nicht mehr von den Kunden als „Highlight“ gesehen, eher als selbstverständlich, denn nur 1 Betrieb konnte durch diese Aktion Impulse erringen.
- Wenig Resonanz erzeugt die Aktion „Scharfe Tage“. Auch wenn mit 3 Betrieben deutlich weniger als im vergangenen Jahr dabei waren, konnten 2 davon Neukunden gewinnen. Für jene die in der Vergangenheit dabei waren, gab es zu wenig „Impulse“. Einige Betriebe zeigen sich allerdings interessiert für 2012 teilzunehmen.
- Der WOW ist nach einem Jahr gut angekommen, die Mehrheit der Betriebe (58 %) nimmt ihn an, weitere Betriebe sind interessiert.
- Gegenüber dem Einführungsjahr 2010 hat sich bei der Mehrheit der Betriebe der WOW-Einsatz nicht verändert. Geringfügige Verringerungen erhöhen den Druck die Vertriebsaktivitäten des WOW wieder stärker zu forcieren.