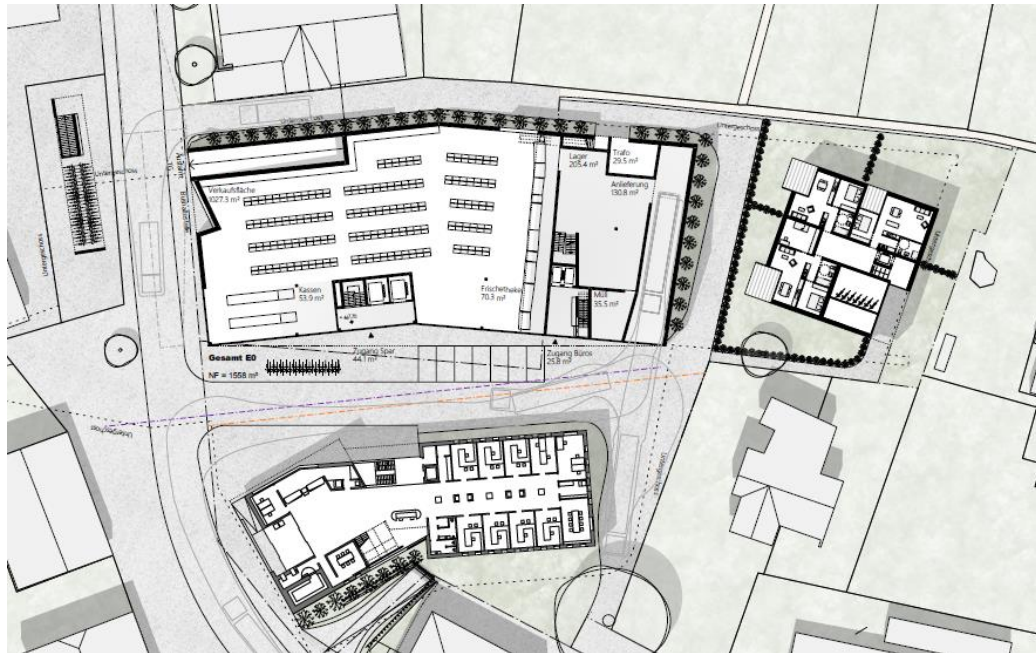


# Wirkungsanalyse und Standortexpertise

Geschäfts- und Wohnhaus/Lebensmittelmarkt – Raiba/Rauch  
Geschäfts- und Wohnareal Schleife



Stadtentwicklung  
Marketing  
Regionalwirtschaft  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Citymanagement  
Immobilien  
Organisationsberatung  
Kultur  
Tourismus

### **Kontaktadresse des Gutachters:**

cima Beratung + Management GmbH  
Johannesgasse 8  
A-4910 Ried im Innkreis

T +43 7752 71117  
cima@cima.co.at  
www.cima.co.at

### **Bearbeitungsteam:**

Mag. Roland Murauer  
Denise Bruckner, B.Sc.

### **Auftraggeber**

Marktgemeinde Rankweil

Am Marktplatz 1  
6830 Rankweil

### **Nutzungs- und Urheberrechte**

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

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

### **Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen**

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

<b>1. Auftrag und Ausgangslage</b>	<b>04</b>
<b>2. Der Einzelhandelsstandort Rankweil</b>	<b>08</b>
<b>3. Die lokale Nahversorgungsstruktur</b>	<b>20</b>
<b>4. Strukturverträgliche Ansiedlungspotenziale</b>	<b>24</b>
<b>5. Kriteriensetprüfung</b>	<b>27</b>
<b>6. Handelsspezifische Auswirkungsanalyse</b>	<b>34</b>
<b>7. Fazit und Empfehlungen</b>	<b>38</b>

# 1. Auftrag und Ausgangslage



## 1.1. Ausgangslage

- In der Bahnhofstraße/Ecke Ringstraße planen die Bauherren Raiba/Rauch ein Geschäfts- und Wohnhaus mit einem rund **1000 m<sup>2</sup>** großen Lebensmittelmarkt im Erdgeschoss. Die Fa. Rauch steht in konkreten Verhandlungen mit Spar Vorarlberg, welche beabsichtigt, einen **„EUROSPAR neuen Typus“** (Referenzstandort Bregenz-Kronhalde) am betreffenden Standort zu realisieren.
- Zeitgleich befindet sich in unmittelbarer Nähe ein Projekt mit drei Baukörpern auf einem **2500 m<sup>2</sup>** großen Grundstück in der Ausschreibungsphase.
- 2021 wurde ein Entwicklungsplan für den gesamten Ortskern erstellt und von der Politik verabschiedet. Dieser umfasst räumlich gesehen die oben genannten Projekte.
- 2022 wurden im Rahmen der, von Land und Wirtschaftskammer Vorarlberg in Auftrag gegebenen, KAVO 2022, die Kaufkraftströme und Einzelhandelsstrukturen analysiert.



Quelle: Dietrich/Untertrifaller ZT GmbH



Quelle: Spar Vorarlberg

## 1.2. Zielsetzungen und Auftrag



Die Fragestellungen seitens des Auftraggebers, der Marktgemeinde Rankweil, in Zusammenhang mit der Erstellung dieser Handels- bzw. Standortexpertise lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Wie beeinflussen sich die Projekte Raiba/Rauch & Areal Schleife gegenseitig in Bezug auf die geplanten Nutzungen?
- Wie beeinflussen die Projekte Raiba/Rauch & Areal Schleife die Standortentwicklung sowie die Handels- und Dienstleistungsstrukturen im Ortskern von Rankweil?
- In welchem Ausmaß hat der neue Lebensmittelmarkt Auswirkungen auf die bestehenden Handels- und Dienstleistungsstrukturen im Ortskern von Rankweil?
- Verträgt der Ortskern von Rankweil einen Lebensmittelmarkt in dieser Größenordnung? Strukturverträglichkeit? Hinsichtlich demografischer Entwicklung?
- Wie beeinflussen die Projekte Raiba/Rauch und Areal Schleife die regionale Entwicklung hinsichtlich Handels- und Dienstleistungsstrukturen im Vorderland?

### beauftrage Bausteine

#### Baustein 1

Aufbereitung relevanter handelspezifischer Standortdaten für Rankweil

#### Baustein 2

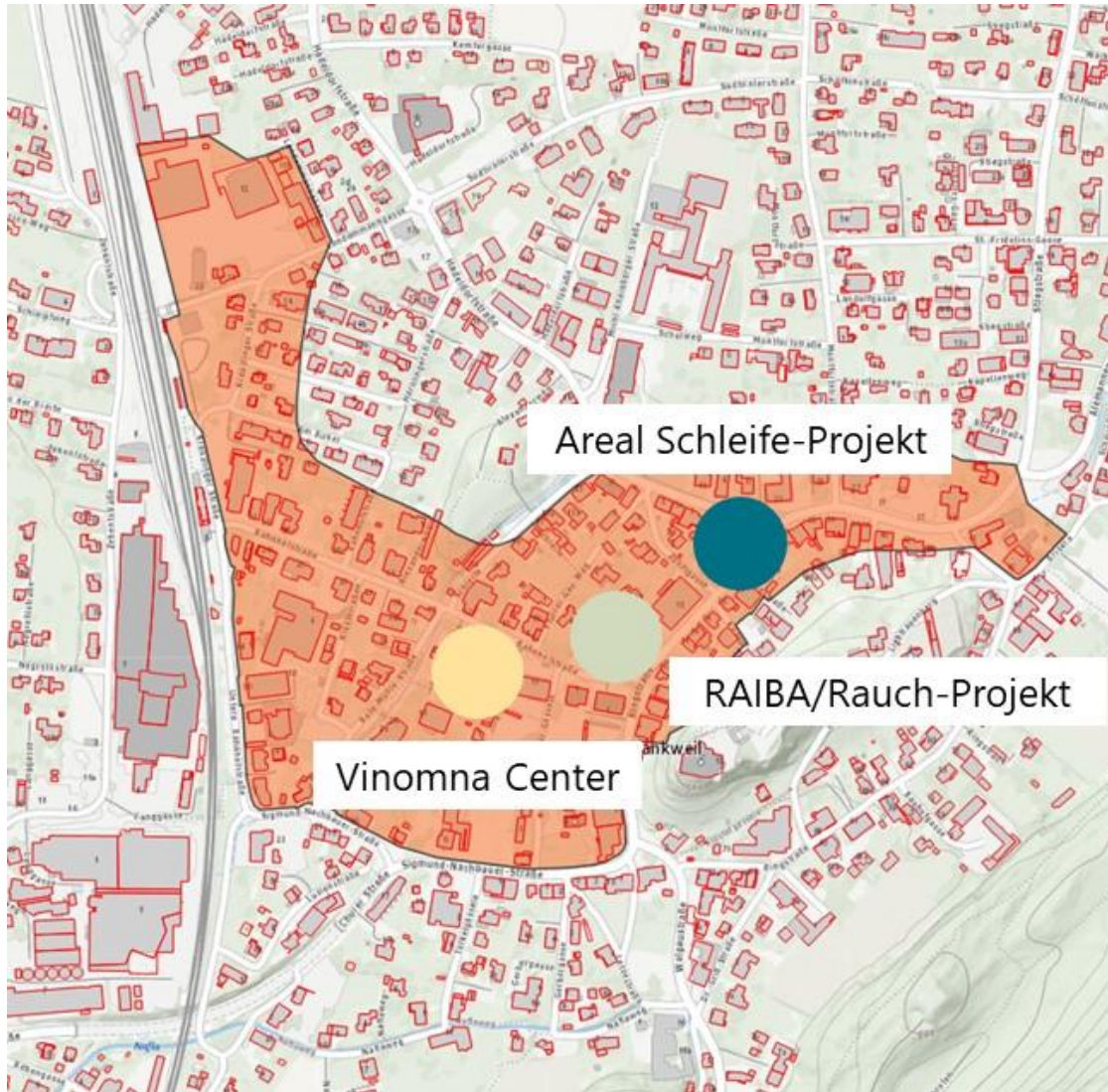
Anwendung des (neuen bzw. adaptierten) Kriteriensets des Landes Vorarlberg zur Beurteilung von Einzelhandelsprojekten samt fachlicher Gesamtbeurteilung der Lebensmittelmarkt-Ansiedelung

#### Baustein 3

fachliche Beurteilung des Branchenmix im neuen Geschäfts/Wohnzentrum „Schleife“ samt Aufzeigen der Wechselwirkungen zu bestehenden Ortskernstrukturen und regionalen Handelsangeboten im Vorderland



### 1.3. EKZ Eignungszone Rankweil



Der Standort des geplanten Lebensmittelmarkts (samt Büros und Wohnungen /RAIBA-RAUCH-Projekt) befindet sich in der „**EKZ-Eignungszone**“ im **zentralen Ortskern** von Rankweil. In unmittelbarer Umgebung des geplanten Lebensmittelmarkts befinden sich öffentliche Einrichtungen (z.B. Marktgemeindeamt, Polizei), das Einkaufszentrum „Vinoma Center“ mit Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungseinheiten, Freiberufler sowie weitere, zumeist inhabergeführte klein- und mittelgroß strukturierte Läden im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Aufgrund der ortsbaulichen Rahmenbedingungen ist jedoch (bislang) keine geschlossene, kompakte, ebenerdige Geschäfts- und Einkaufszone in der Bahnhofstraße vorhanden.

Der Standort des geplanten Geschäfts- und Wohnquartiers „Areal Schleife“ befindet sich ebenfalls innerhalb der „**EKZ Eignungszone**“ im **zentralen Ortskern** von Rankweil, in rund 200-250 m Entfernung zum RAIBA/RAUCH-Projekt. Neben Wohnbauten befinden sich in unmittelbarer Umgebung eine Reihe von Handels-, Gewerbe- und Dienstleistungsunternehmen (z.B.: Expert Tschanett, Sparkasse, etc.).

## **2. Der Einzelhandelsstandort Rankweil (Baustein 1)**





## 2.1. Einleitung

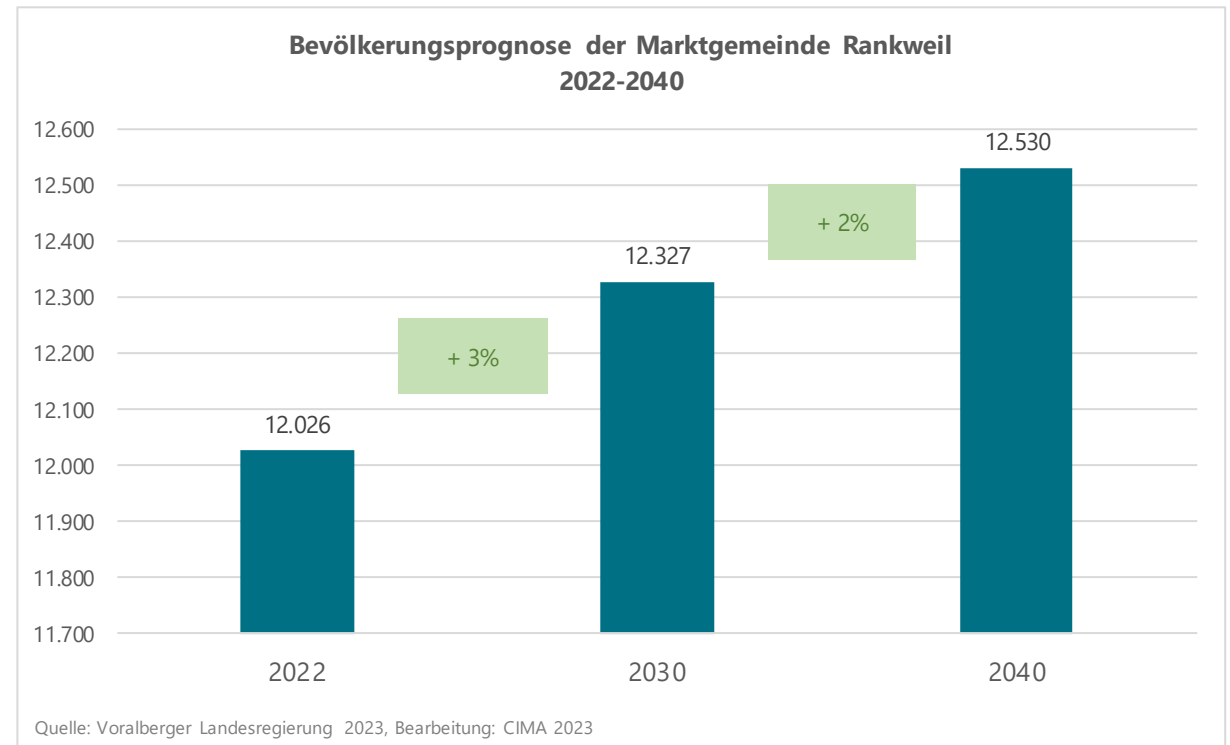
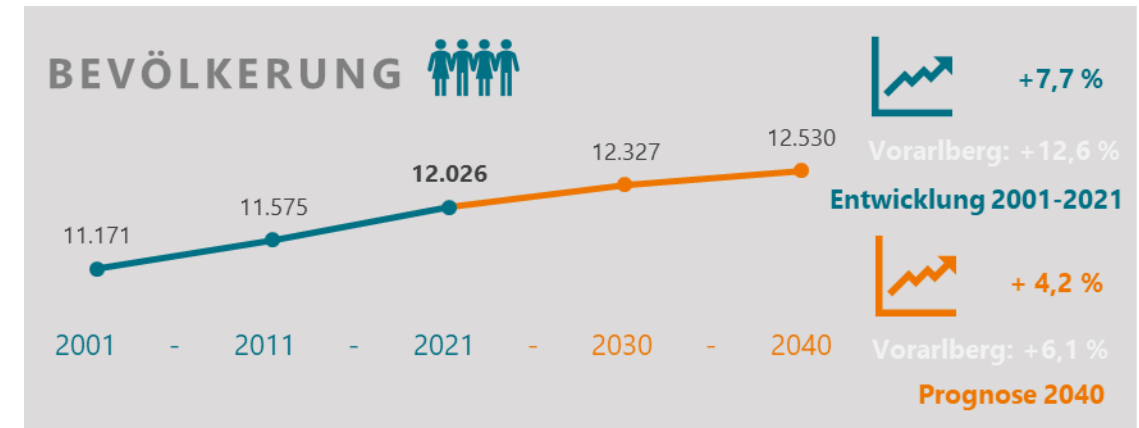
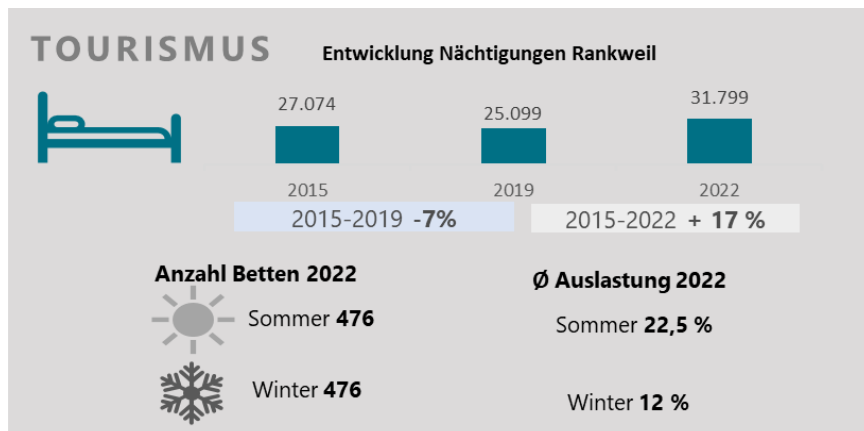
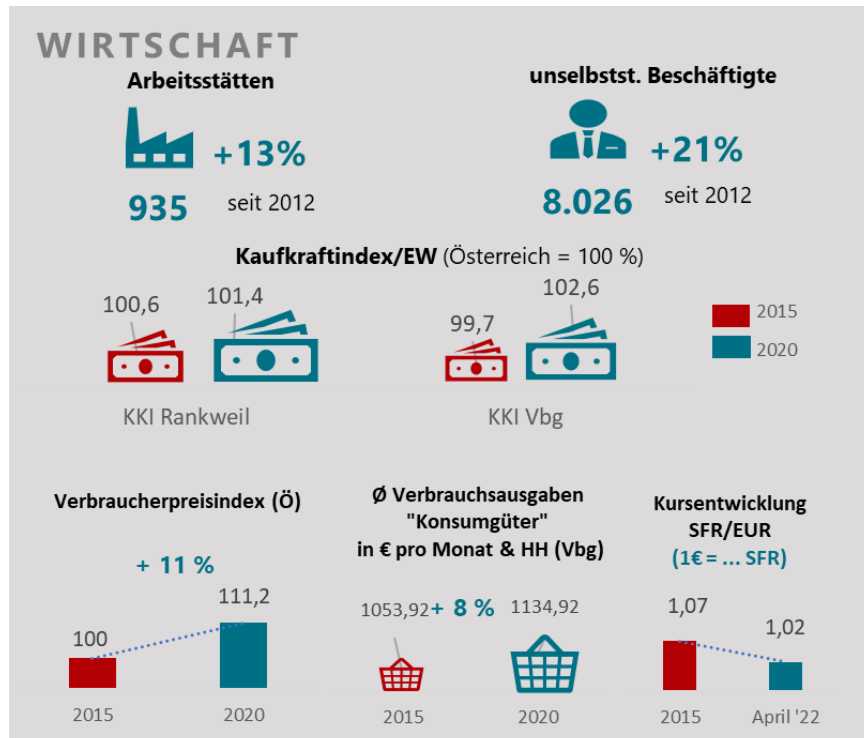
Die nachfolgend präsentierten Einzelhandelskennzahlen über den Standortraum Rankweil sind der mittlerweile vierten Handelsgrößstudie im Bundesland Vorarlberg – der **KAVO 2022** – entnommen, welche die CIMA Beratung + Management GmbH im Auftrag des Landes, der Wirtschaftskammer sowie ausgewählter zentraler Handelsstandorte durchführte.

Während in den Jahren 2001 und 2009 vorwiegend quantitative Standortkennzahlen des stationären Einzelhandels bzw. das Konsum- und Einkaufsverhalten in den vorhandenen Vorarlberger Handelsbetrieben analysiert wurden, fokussierten sich die Untersuchungen in den Jahren 2015 und 2021/2022 auch verstärkt auf den Online-Handel, insbesondere auf die Intensität und die Einkaufspräferenzen der lokalen Bevölkerung. Zudem wurden in den beiden Letztstudien die intensivere Begutachtungsanzahl der sogenannten „zentralen Handelsstandorte“ (= Gemeinden mit breiter, diversifizierter Handelsstruktur sowie Versorgungsfunktion weit über den eigenen Ort hinaus) von 11 auf 15 erhöht.

Die in diesem Bericht dargestellten Ergebnisse beziehen sich auf den Stichtag 1. März 2020 (vor Einsetzen der pandemisch bedingten Lockdowns in Österreich, Deutschland und der Schweiz).

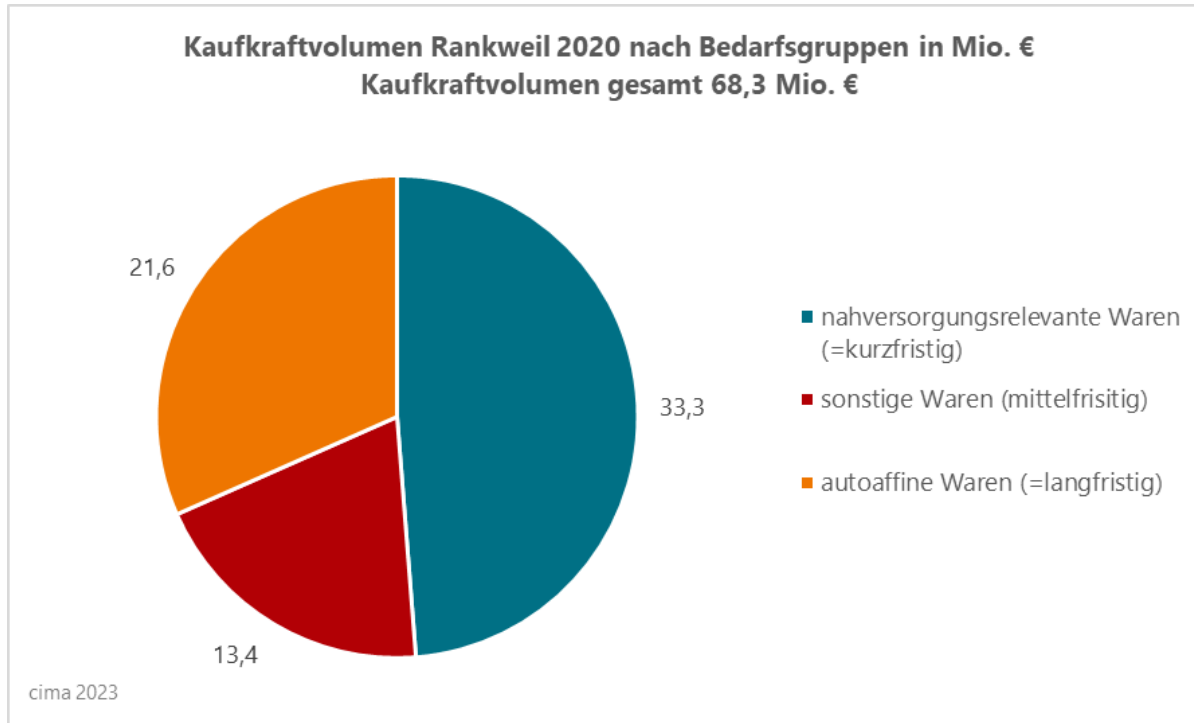


## 2.2. Kaufkraft-Einflussfaktoren Rankweil



Quellen:  
 Statistik Austria,  
 Land Vorarlberg,  
 Regioplan  
 2021/2022

## 2.3. Kaufkraftvolumen Rankweil 2020

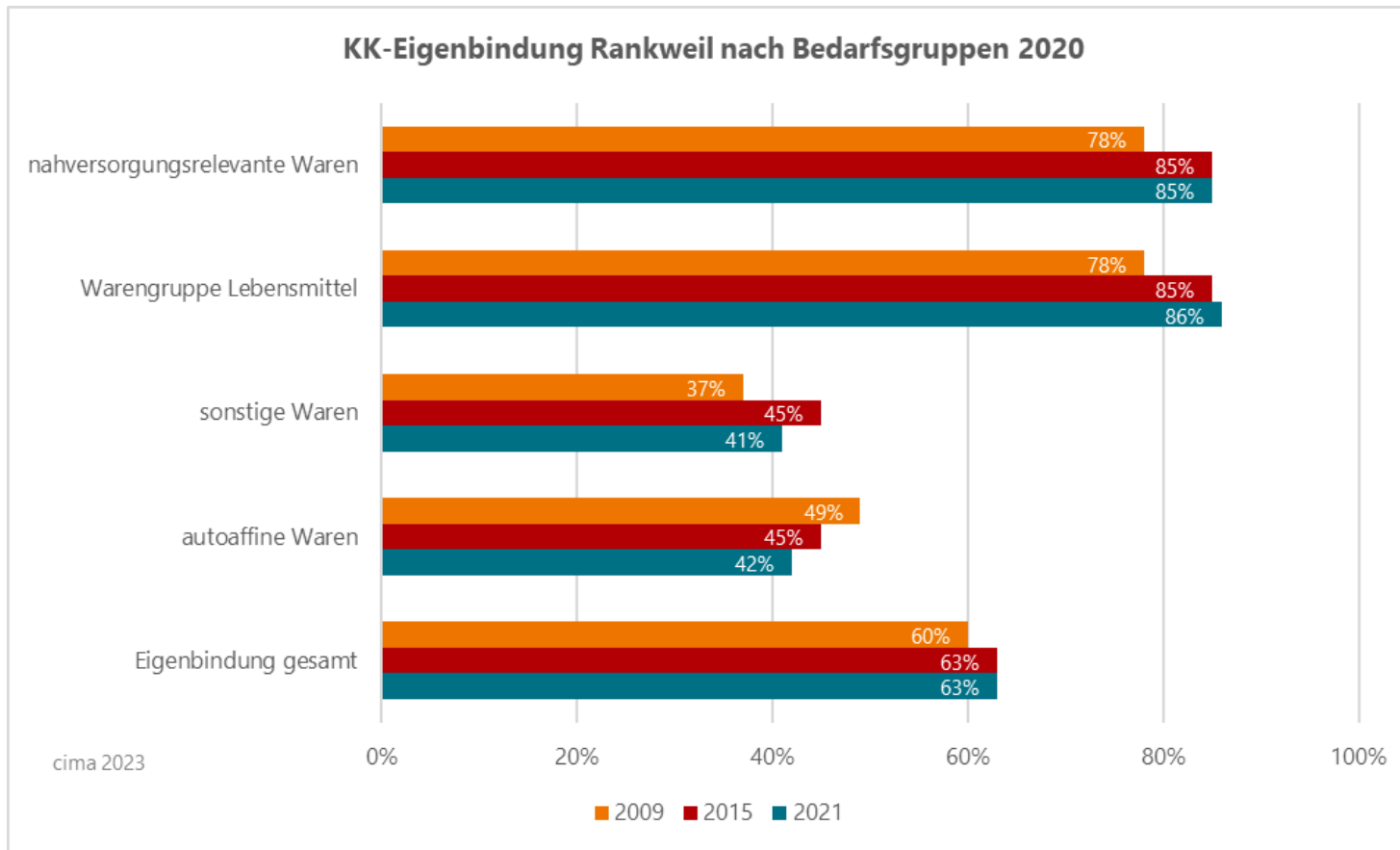


### Prognostiziertes, einzelhandelsspezifisches Kaufkraftvolumen für die Marktgemeinde Rankweil

Jahr 2020	68,3 Mio €
Jahr 2030	70,6 Mio € (+3,3 %)

Kaufkraftvolumen 2020 in Mio € nach Bedarfsgruppen			
Bedarfsgruppe	Kaufkraftvolumen 2020	Kaufkraftvolumen 2015	Kaufkraftvolumen 2009
nahversorgungsrelevante Waren	33,3	27,2	24,1
davon Lebensmittel	27,7	22,8	20,3
sonstige Waren	13,4	12,2	10,6
autoaffine Waren	21,6	19,2	14,6
<b>Summe</b>	<b>68,3</b>	<b>58,6</b>	<b>49,4</b>

## 2.4. KK-Eigenbindung Rankweil 2020



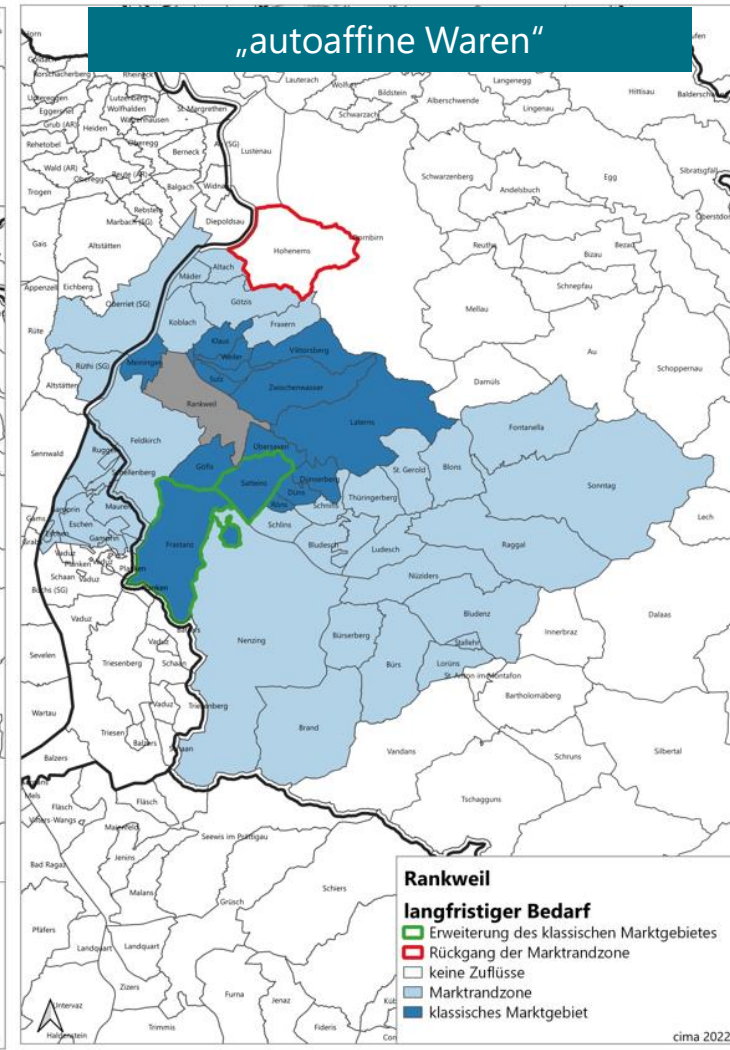
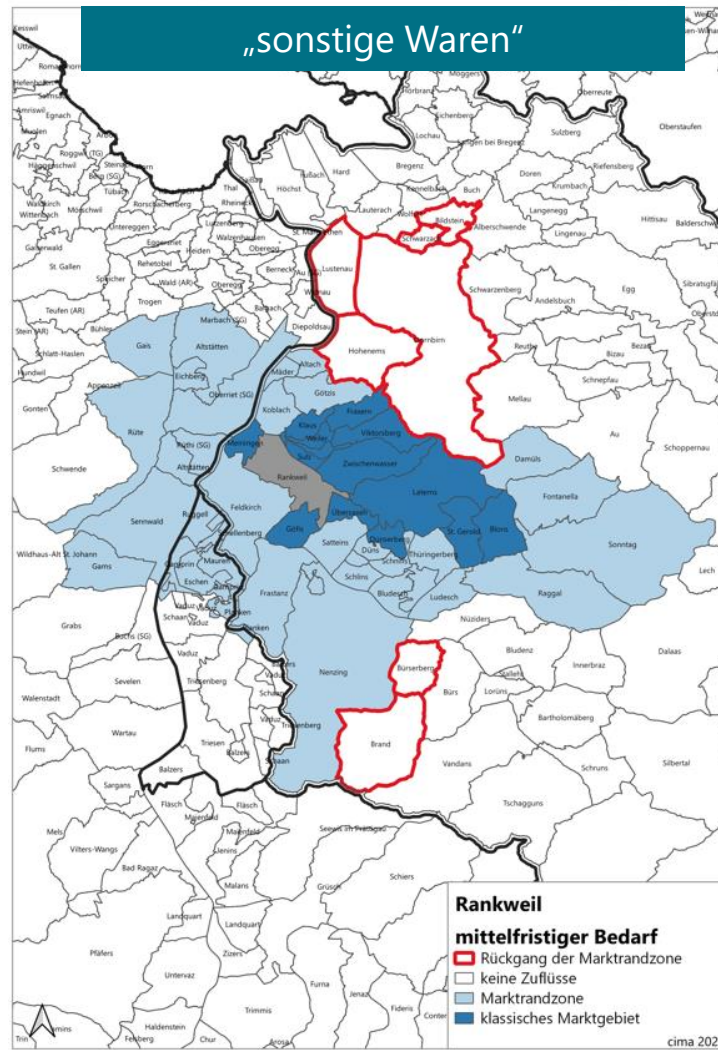
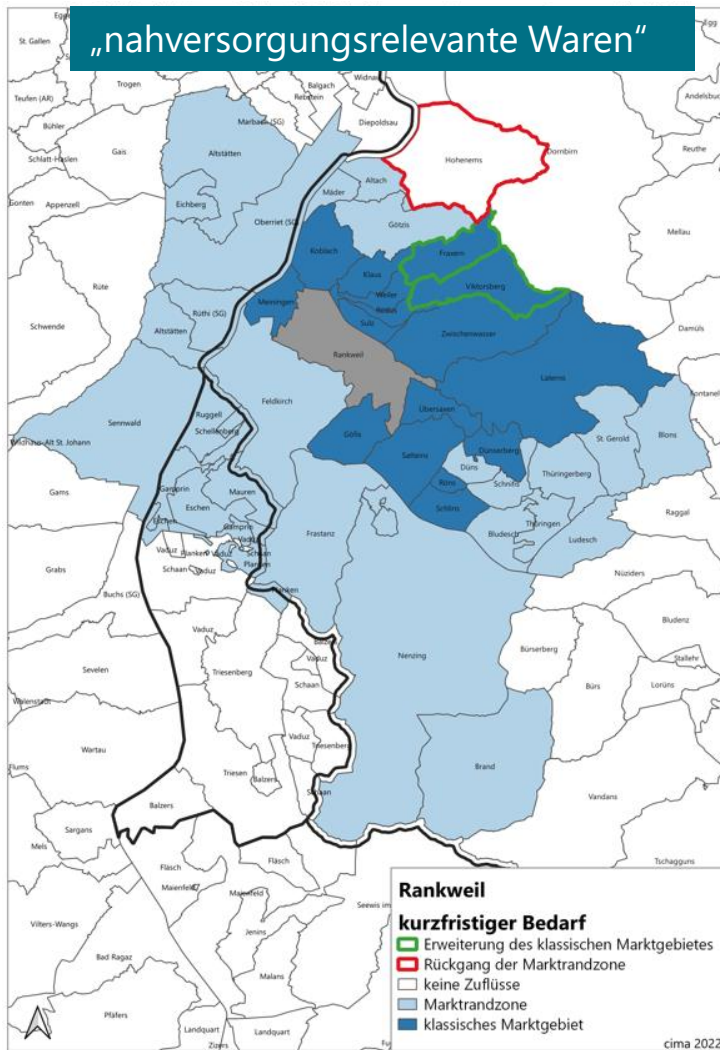
## Kaufkrafteigenbindung 2020

alle Warengruppen 42,7 Mio € (+ 15 % seit 2015)  
 Lebensmittel 23,7 Mio € (+ 22 % seit 2015)

Lebensmittel	aktuell 86 %
Drogerie-/Parfümeriewaren	aktuell 80 %
Sportartikel	aktuell 49 %
Bücher/Schreibwaren	aktuell 53 %
Elektrowaren/-geräte	aktuell 42 %
Mode	aktuell 40 %
Spielwaren	aktuell 40 %
Möbel/Heimtextilien	aktuell 15 %



## 2.5. Einzugsgebiete von Rankweil 2020



HH – klass. Marktgebiet 12.600 (+ 16 % seit 2015)  
 KK-Abschöpfung 19 % (2015: 18 %)

HH – Markttrandzone 52.500 (- 4 % seit 2015)

HH - klass. Marktgebiet 8.800 (+ 11 % seit 2015)  
 KK-Abschöpfung 26 % (2015: 28 %)

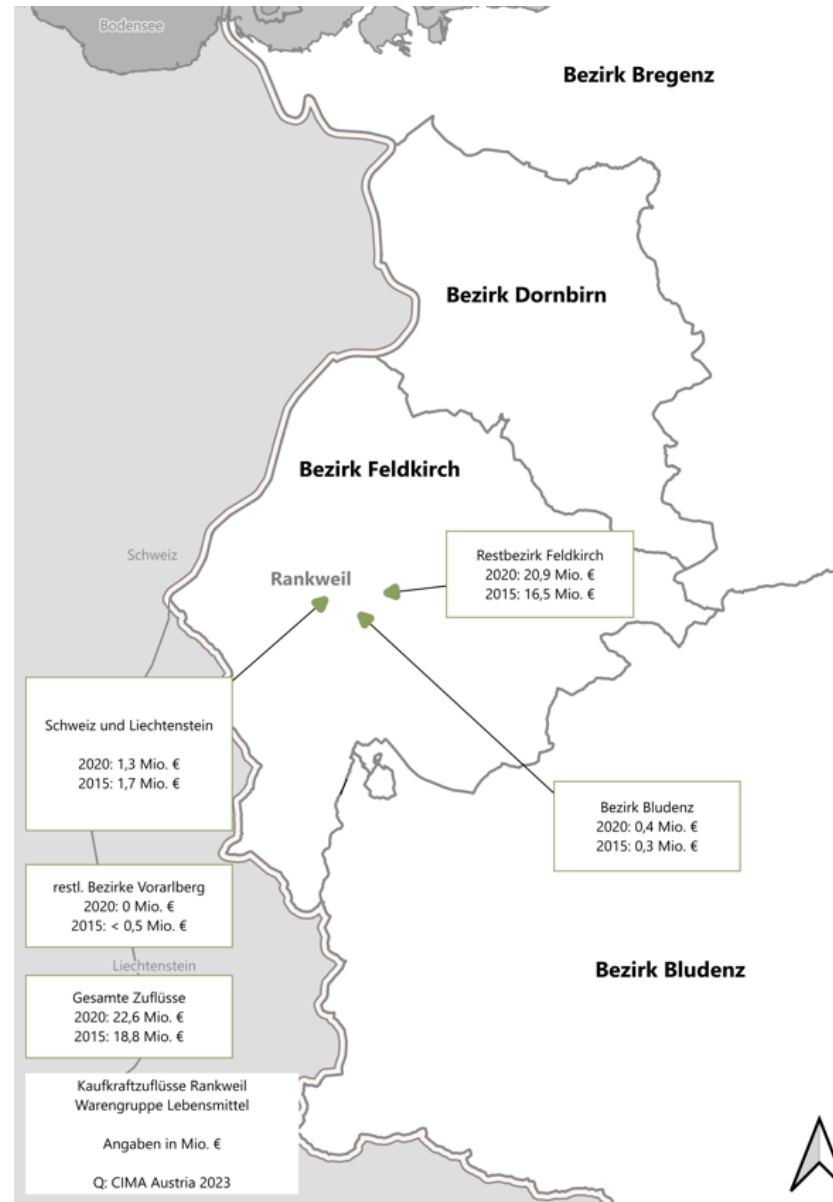
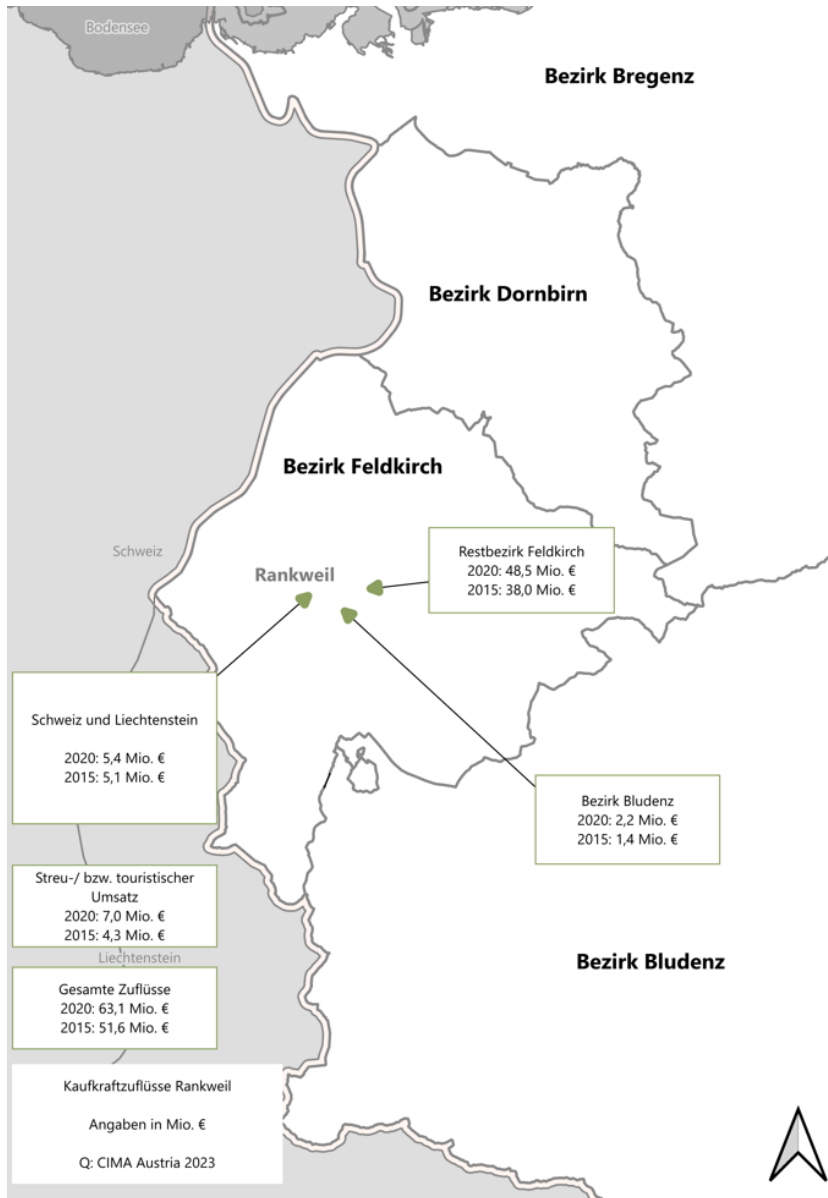
HH – Markttrandzone 62.200 (- 33 % seit 2015)

HH - klass. Marktgebiet 12.300 (+ 59 % seit 2015)  
 KK-Abschöpfung 11 % (2015: 11 %)

HH – Markttrandzone 36.600 (- 14 % seit 2015)



## 2.6. Kaufkraftzuflüsse nach Rankweil



### Kaufkraftzuflüsse

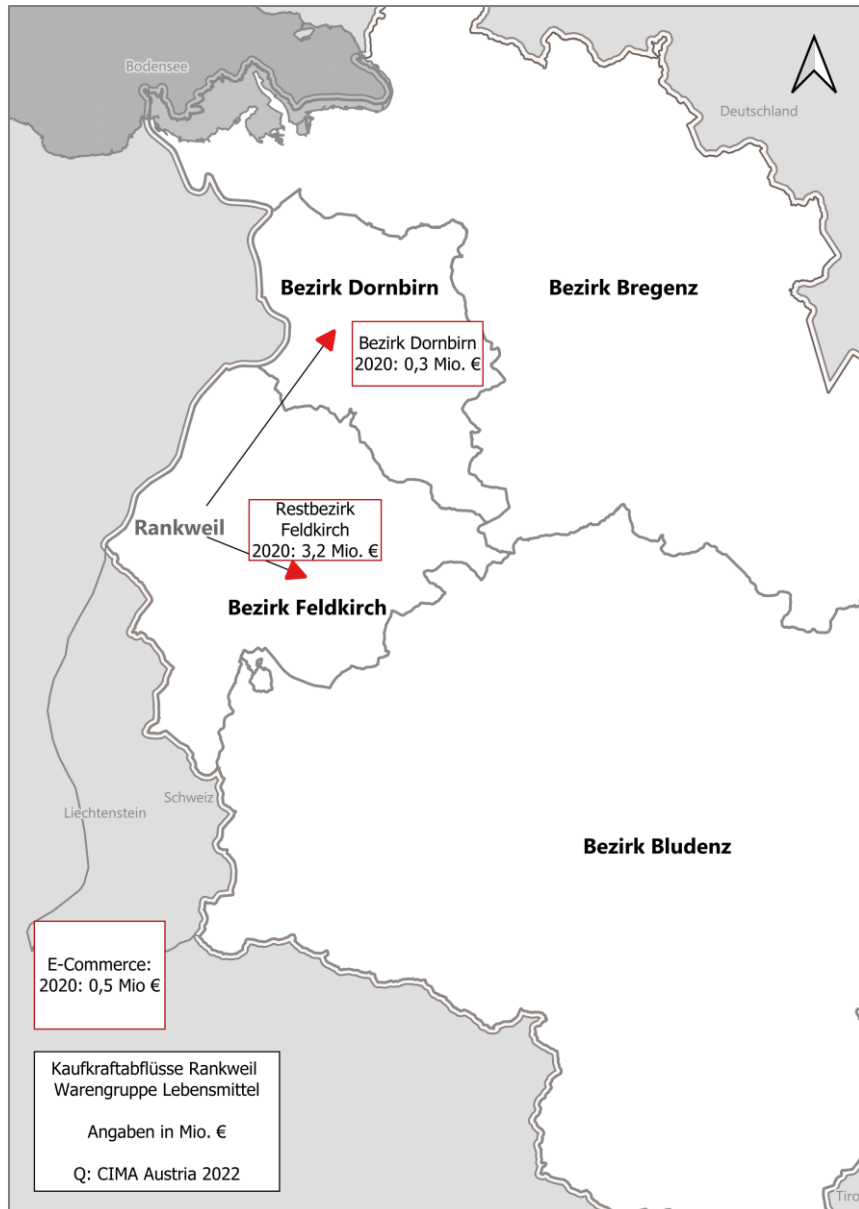
alle Warengruppen 63,1 Mio €  
(+22 % seit 2015)

Lebensmittel 22,6 Mio €  
(+ 20 % seit 2015)

### Zuflüsse aus CH/FL

alle Warengruppen + 6 % seit 2015  
Lebensmittel -31 % seit 2015

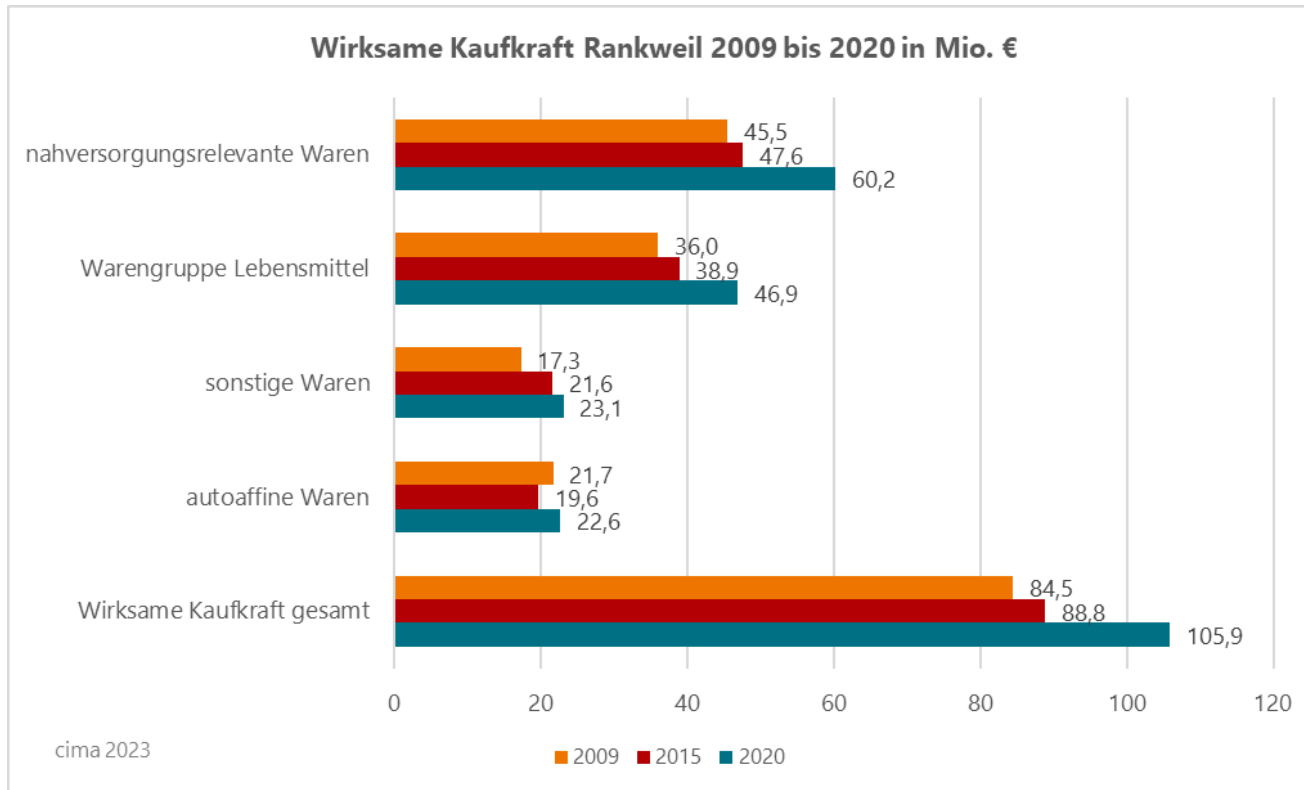
## 2.7. Kaufkraftabflüsse aus Rankweil in der Warengruppe Lebensmittel



### Kaufkraftabflüsse 2020

alle Warengruppen	25,6 Mio € (+ 19 % seit 2015)
Lebensmittel	4,0 Mio € (-3 % seit 2015)

## 2.8. Wirksame Kaufkraft Rankweil



Einzelhandelsumsatz in Mio. € 2009-2020			
Bedarfsgruppe	2009	2015	2020
nahversorgungsrelevante Waren	45,5	47,6	60,2
davon Lebensmittel	36,0	38,9	46,9
sonstige Waren	17,3	21,6	23,1
autoaffine Waren	21,7	19,6	22,6
<b>Summe</b>	<b>84,5</b>	<b>88,8</b>	<b>105,9</b>

### Wirksame Kaufkraft

alle Warengruppen                    105,9 Mio €  
(+ 19 % seit 2015)

Anteil des Ortskern-Handels        16 %

genereller Marktanteil des  
Rankweiler Einzelhandels am  
Gesamtumsatz in Vorarlberg        05 %

Streu- bzw. touristischer  
Umsatzanteil                            07 %

Gesamt-Bruttoflächen-  
Produktivität                            3.700 € pro m<sup>2</sup>

Bruttoflächenproduktivität  
Lebensmittel                            6.210 € pro m<sup>2</sup>

## 2.9. Angebotsstrukturen

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe 2021	Anzahl der Betriebe 2015	Anzahl der Betriebe 2009
<b>nahversorgungsrelevante Waren</b>	28	34	32
davon Lebensmittel peripher	10	13	14
davon Lebensmittel innerorts	8	8	5
<b>sonstige Waren</b>	36	36	31
<b>autoaffine Waren</b>	19	21	22
<b>restlicher Bedarf</b>	19	12	7
<b>Summe (nahversorgungsrelevante + sonstige + autoaffine + restliche Waren)</b>	<b>102</b>	<b>103</b>	<b>92</b>

cima 2023

**Anmerkung – nahversorgungsrelevante Waren:**

= Lebensmittelvoll- und -teilsortimenter, Lebensmittelladenhandwerk, Drogeriewaren, Lebensmittelspezialanbieter, etc.

Bedarfsgruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> 2021	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> 2015	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> 2009
<b>nahversorgungsrelevante Waren</b>	9.920	9.970	10.040
davon Lebensmittel peripher	6.100	5.100	5.260
davon Lebensmittel innerorts	1.430	1.670	1.450
<b>sonstige Waren</b>	7.630	7.620	7.410
<b>autoaffine Waren</b>	10.600	6.690	7.670
<b>restlicher Bedarf</b>	1.720	530	140
<b>Summe (nahversorgungsrelevante + sonstige + autoaffine + restliche Waren)</b>	<b>29.870</b>	<b>24.810</b>	<b>25.260</b>

cima 2023

### Verkaufsflächen

alle Warengruppen            29.870 m<sup>2</sup>  
(+ 20 % seit 2015)

Lebensmittel                    7.530 m<sup>2</sup>  
(+ 11 % seit 2015)

Anteil des Ortskern-Handels    14 %

Filialisierungsgrad – Vkfl.    68 %

## 2.10. gutachterliches Fazit zur generellen Handelsstruktur in Rankweil

### ▪ unter den TOP 5-Handelsstandorten

Bei gesamtheitlicher Betrachtung zählt Rankweil, insbesondere hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Umsatzniveau, zu den **TOP 5 Handelsstandorten** in Vorarlberg. Diese Stärke resultiert jedoch in erster Linie aus den peripher, an der A14, gelegenen Fachmarktzentren (z.B.: Passage 22).

### ▪ indifferente handelspezifische Rahmenbedingungen

Die handelspezifischen Rahmenbedingungen ergeben sowohl „Licht-“ als auch „Schattenseiten“! Positiv hervorzuheben ist die **starke Arbeitssätten-** und auch **Beschäftigtenentwicklung** der letzten 10 Jahre sowie ein aktuelles **Kaufkraftniveau** deutlich über dem Österreich-Wert. Die, im Gegensatz zum Bundesland sowie vielen Rheintalgemeinden, stark **unterdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung** und in weiterer Folge auch **geringen Wachstumsprognosen** bis 2030/2040 heben das lokale Kaufkraftpotenzial für die stationären Rankweiler Handelsbetriebe nur geringfügig an. Ebenfalls geringes zusätzliches Kaufkraftvolumen ist aus dem lokalen, nächtigungsschwachen Tourismus, zu erwarten.

### ▪ sehr hohe Kaufkrafteigenbindung bei nahversorgungsrelevanten Waren

Die generelle Kaufkrafteigenbindung (Warenkorb aus 18 Sortimenten) ist mit aktuell **63 %** als durchschnittlich hoch zu bewerten. Aufgrund einer Reihe fehlender Angebote, der enorm starken Konkurrenz durch den Online-Sektor sowie qualitativ und quantitativ vollständig sortierter Konkurrenzstandorte (ieL - Feldkirch, Götzis, Dornbirn) sind die Eigenbindungswerte bei **„sonstigen“** (z.B.: Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel, etc.) und **„autoaffinen“** (z.B.: Elektrowaren, Möbel, Baumarktartikel, etc.) **Gütern** bereits als niedrig einzustufen. Durch Neuansiedelungen bzw. deutliche Vergrößerungen bestehender Lebensmittelanbieter sowohl im erweiterten Ortskern als auch an der Peripherie kann mehr als **4/5** der Kaufkraft der eigenen Bürger:innen bei **„nahversorgungsrelevanten“ Waren** im lokalen Handel gehalten werden – ein Spitzenwert, auch im Vergleich zu anderen zentralen Vorarlberger Handelsstandorten.

### ▪ Rankweil als wichtiger Nahversorgungsstandort für Vorderlandgemeinden

Aufgrund der dichten Struktur an leistungsfähigen Betrieben mit „nahversorgungsrelevanten“ Waren ist sowohl das „klassische Einzugsgebiet“ als auch die Marktrandzone sowohl räumlich als auch Einwohner:innen mäßig als groß bzw. dicht zu bewerten.

### ▪ Vorarlberger:innen mit höherer, Schweizer/Liechtensteiner mit geringerer (Lebensmittel-)Einkaufsintensität in Rankweil

Vor allem die im unmittelbaren Umland (Bezirk Feldkirch) wohnhaften Konsument:innen tendieren (auch unter Berücksichtigung der Verbrauchsausgabenentwicklung 2015-2020 von rund 11 %), gegenüber 2015, deutlich stärker zum Einkauf nach Rankweil. Insbesondere die neuen und vergrößerten Lebensmittelanbieter konnten innerhalb der letzten 5-6 Jahre viel Kaufkraft anziehen. Die grenznahen Schweizer und Liechtensteiner Bürger:innen kommen hingegen in einem viel geringerem Ausmaß zum Lebensmitteleinkauf nach Rankweil als 2015 (-31 %).



## 2.10. gutachterliches Fazit zur generellen Handelsstruktur in Rankweil

---

- **unterschiedlichen Bruttoflächenproduktivitäten**

Die **Gesamtbruttoflächenproduktivität** des „Handelsstandortes“ Rankweil liegt mit **3.700 € pro m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche deutlich **unter** dem Landesdurchschnitt (4.100 € pro m<sup>2</sup>). Der **lokale Lebensmitteleinzelhandel** weist hingegen sehr hohe Werte (6.210 € pro m<sup>2</sup>) auf und übertrifft das, im Österreich-Vergleich, ohnehin schon sehr gute Bundeslandniveau (5.800 € pro m<sup>2</sup>).

- **Rankweiler Ortskern mit sehr niedrigem Umsatz- und Verkaufsflächenanteil**

Der Umsatz der Rankweiler Handelsbetriebe im Ortskern erreicht nur mehr **16 %** (gemessen am Gesamtvolumen) und stellt den dritt-niedrigsten Wert aller Vorarlberger Handelszentralorte dar. Ähnliches gilt für den Verkaufsflächenanteil, welcher bei aktuell 14 % liegt.

- **hoher Verkaufsflächenzuwachs in Rankweil**

Beim Zuwachs von Verkaufsflächen koppelte sich Rankweil deutlich vom Bundeslandtrend bzw. den Entwicklungen in den meisten zentralen Handelsstandorten ab. Während im Zeitraum 2015-2021 Vorarlberg lediglich 2 % und auch das mit Handelsangeboten dicht besetzte Rheintal 3 % an Verkaufsflächen zulegen, wurden in Rankweil **20 % mehr** Verkaufsflächen geschaffen (Zuwachs von 11 % im Ortskern und 26 % in integrierten und peripheren Lagen).

### **3. Die lokale Nahversorgungsstruktur (Baustein 1)**



### 3.1. Liste Anbieter Lebensmittel 2021

	Lage	Betriebstyp	Verkaufsflächenbandbreiten in m <sup>2</sup>
<b>Supermarkt</b>			
Spar Supermarkt	D	Supermarkt	550 - 700
Lidl Austria GmbH	E	Discounter	500 - 700
Hofer KG	E	Discounter	500 - 700
Sutterlüty - Ländlemarkt	D	Supermarkt	800 - 1.200
Gül AD GmbH Süpermarkt	D	Supermarkt	300 - 400
Adeg Aktivmarkt	D	Fachgeschäft	250 - 400
Billa Plus	E	Verbrauchermarkt	2.500 - 3.500
Sutterlüty - Ländlemarkt	C	Supermarkt	1.000 - 1.500
<b>Ladenhandwerksbetriebe</b>			
Bäckerei Breuss Johannes	D	Fachgeschäft	30 - 60
Schnell Bäckerei - Konditorei	A	Fachgeschäft	30 - 60
Herbert's Dorfmetzgerei	C	Fachgeschäft	30 - 60
Bäckerei Mangold	E	Fachgeschäft	30 - 50
Bäckerei Mangold	B	Fachgeschäft	20 - 40
Burgcafé - Konditorei	B	Fachgeschäft	30 - 70
Bäckerei Steuerer	D	Fachgeschäft	30 - 70
<b>Sonstige LM-Anbieter</b>			
Shop Oswald	C	Fachgeschäft	15 - 30
Café& Snacks Toms	C	Fachgeschäft	15 - 25
Breanderei	B	Fachgeschäft	30 - 60

cima 2023

### Verkaufsflächenanteile nach Betriebstypen

Verbrauchermarkt	34 %	Supermarkt	46 %
Discounter	15 %	Lebensmittelhandwerk + sonst. Anbieter	05 %

### Veränderungen im Angebotsmix zwischen 2009 und 2021

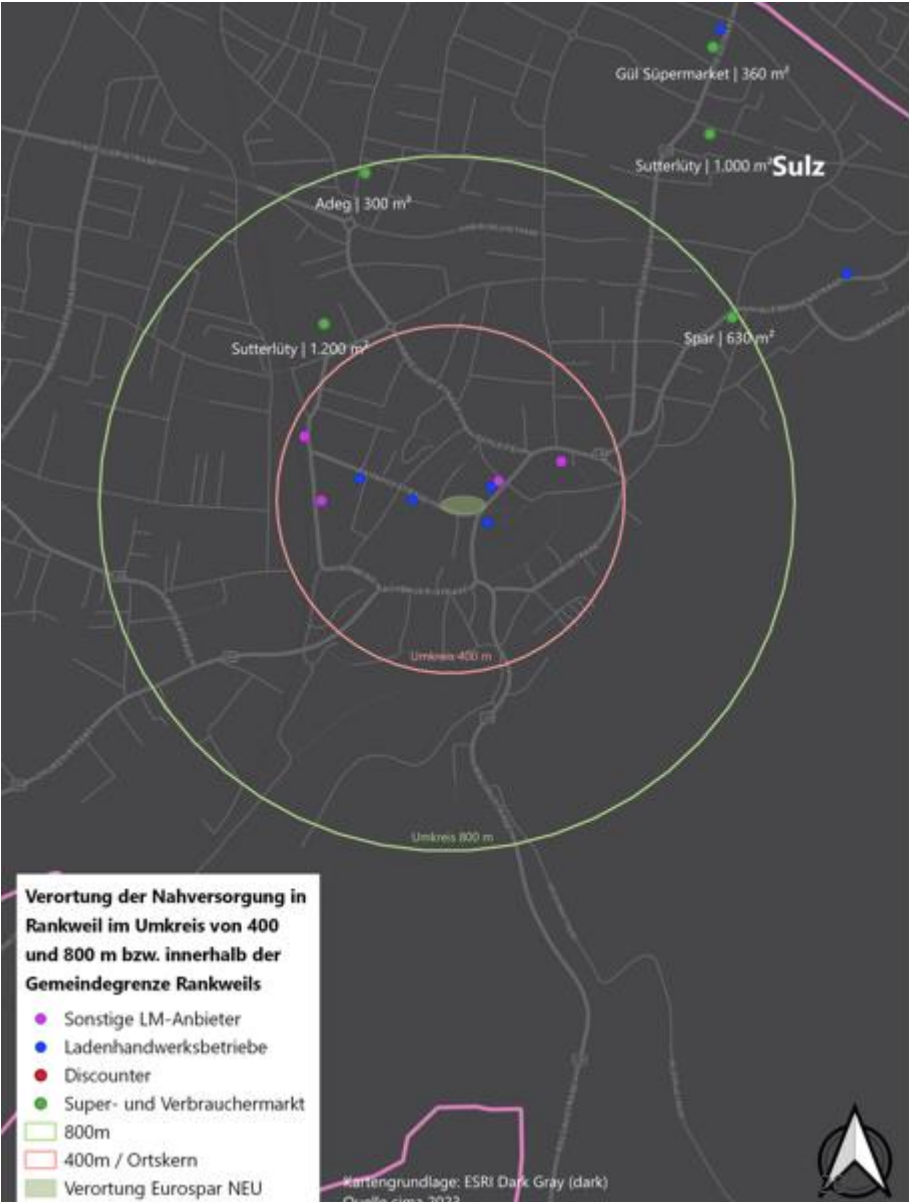
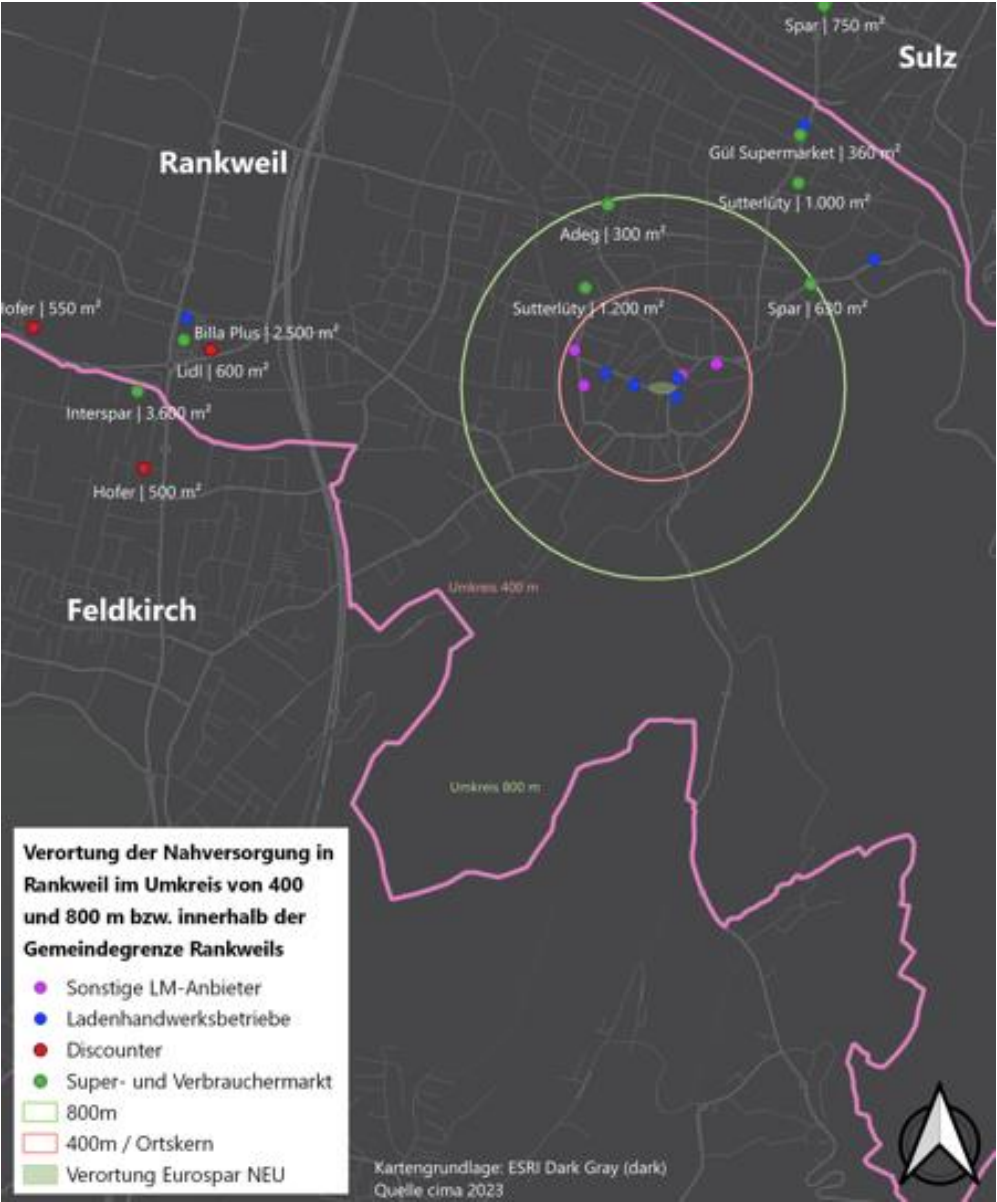
#### aktuell nicht mehr am Standort vertreten

- 3 Lebensmittelhandwerksbetriebe im Ortskern
- 4 weitere Anbieter mit „sonstigen“ Lebensmittelangeboten in D-E-Lagen

#### zusätzliche Angebotsstrukturen seit 2009

- 2 Lebensmittelhandwerksbetriebe im Ortskern
- 3 weitere Anbieter mit „sonstigen“ Lebensmittelangeboten im Ortskern
- 1 Supermarkt im (erweiterten) Ortskern
- Vergrößerungen bestehender Super-/Verbrauchermärkte in E-Lagen

### 3.2. LEH-Anbieter im 400-/800m Umkreis zum geplanten Standort bzw. restl. Gemeinde- und Vorderlandgebiet



rosa Kreis:  
Radius 400 m

grüner Kreis:  
Radius 800 m

angenommener Mittelpunkt:  
Neuplanung Eurospar in der  
Bahnhofstraße

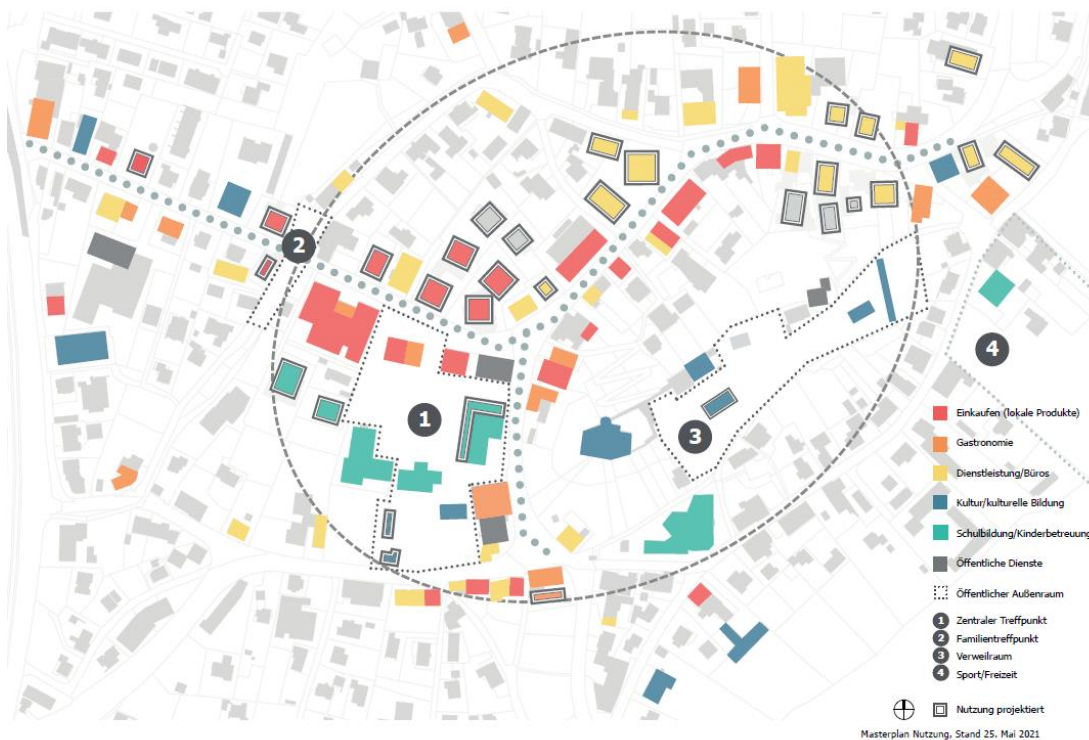
### 3.3. gutachterliches Fazit zum aktuellen Lebensmittelangebot in Rankweil

- **dichtes und leistungsfähiges Lebensmittelangebot**

Mit rund **7.530 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** (18 Betriebe) sowie einer breiten Palette unterschiedlicher Betriebstypen (Verbrauchermarkt, Supermärkte, Discounter, Lebensmittelhandwerksbetriebe) ist die Marktgemeinde Rankweil, auch im Vergleich, zu ähnlich großen zentralen Vorarlberger Handelsstandorten (z.B.: Götzis/7.220 m<sup>2</sup>; Hard/5.220 m<sup>2</sup>; Lauterach/4.580 m<sup>2</sup>, Lustenau/9.640 m<sup>2</sup>; Hohenems/7.500 m<sup>2</sup>) **gut ausgestattet**. Die einzige auffallende und verbesserbare Komponente, auch im Hinblick auf den nachhaltigen Standorttrend der spezialisierten „Genussläden“, ist die geringe Dichte derartiger Angebote in Rankweil.

- **zentraler Ortskern „mittelbar gut nahversorgt“**

Die überwiegende Mehrzahl der großflächigen Lebensmittelangebote ist in den peripheren oder integrierten Lagen der Marktgemeinde angesiedelt. Im engeren und erweiterten Ortskern befinden sich 4 Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer) sowie ein, vor wenigen Jahren erweiterter, modernisierter großflächiger Lebensmittelmarkt (Sutterlüty Ländlemarkt).



## Übersicht – Masterplan Nutzung

Quelle: Ortsentwicklung Rankweil, Ortskern, 2021



## **4. Strukturverträgliche Ansiedlungspotenziale bis 2030 (Baustein 1)**



## 4.1. Der Vorarlberger Einzelhandelsmasterplan für die Region Rheintal-Feldkirch

---

Der Masterplan zur Einzelhandelsentwicklung Vorarlberg 2030 stellt die **verträglichen Ansiedlungspotenziale** für die einzelnen Regionen in Vorarlberg auf Grundlage der, jeweils aktuellen Kaufkraftstrom- und Einzelhandelsstrukturanalyse dar. Aus diesem Masterplan lassen sich folgende Aussagen zur Region Rheintal-Feldkirch treffen:

- Die Region Rheintal-Feldkirch weist sowohl kleinregional bedeutende Handelsstandorte sowie Orte mit höherer Versorgungsfunktion (u.a. Feldkirch) auf.
- Lt. Masterplan gibt es in jenen Versorgungszentren (z.Bsp.: Feldkirch, Rankweil) Gestaltungsspielraum bei den „sonstigen“ Waren sowie „autoaffinen“ Sortimenten.
- Es wird im Masterplan dezidiert darauf hingewiesen, dass **dezentrale Entwicklungen** mit hoher Sensibilität vorzunehmen sind.
- Als Entwicklungspotenzial bis 2030 werden im Masterplan für die Region **1.500 bis 1.600 m<sup>2</sup>** für „sonstige“ Waren, für **nahversorgungsrelevante Sortimente** ein Potenzial von **2.100 bis 2.500 m<sup>2</sup>** sowie „autoaffine“ Güter ein Potenzial von **2.000 bis 2.500 m<sup>2</sup>** angeführt.

## 4.2. Detailansicht Masterplan – Einzelhandelspotenziale nach Kleinregionen bis 2030

Verkaufsflächen-Potentiale in m² 2020 bis 2030				
Faktoren der Potentialentwicklung	Nahversorgungsrelevante Waren (= "kurzfristiger" Bedarfsbereich)	sonstige Waren (= "mittelfristiger" Bedarfsbereich)	autoaffine Waren (= "langfristiger" Bedarfsbereich)	Alle Bedarfsgruppen (=Gesamt)
Arlberg	Stagnation	Stagnation	Stagnation	Stagnation
Bregenzerwald	300 bis 600 m²	bis 250 m²	300 bis 600 m²	600 bis 1.450 m²
Großes Walsertal	Stagnation	Stagnation	Stagnation	Stagnation
Kleinwalsertal	bis 400 m²	Stagnation	Stagnation	bis 400 m²
Klostertal	Stagnation	Stagnation	Stagnation	Stagnation
Leiblachtal	300 bis 600 m²	Stagnation	Stagnation	300 bis 600 m²
Montafon	300 bis 600 m²	Stagnation	300 bis 600 m²	600 bis 1.200 m²
Rheintal-Bregenz	1.300 bis 1.600 m²	800 bis 1.000 m²	1.500 bis 2.250 m²	3.600 bis 4.850 m²
Rheintal-Dornbirn	3.900 bis 4.400 m²	3.000 bis 3.400 m²	3.500 bis 4.400 m²	10.400 bis 12.200 m²
Rheintal-Feldkirch	2.100 bis 2.500 m²	1.500 bis 1.600 m²	2.000 bis 2.500 m²	5.600 bis 6.600 m²
Walgau	300 bis 600 m²	bis 250 m²	300 bis 600 m²	600 bis 1.450 m²
<b>Gesamtsumme</b>	<b>8.500 bis 11.300 m²</b>	<b>5.300 bis 6.500 m²</b>	<b>7.900 bis 10.950 m²</b>	<b>21.700 bis 28.750 m²</b>
<b>Durchschnittswert</b>	<b>9.900 m²</b>	<b>5.900 m²</b>	<b>9.400 m²</b>	<b>25.200 m²</b>

Gemeinde	Region	Entwicklungs-prioritäten kfr	Entwicklungs-prioritäten mfr	Entwicklungs-prioritäten lfr
Dornbirn	Rheintal-Dornbirn	ja		
Hohenems	Rheintal-Dornbirn	gering	ja, überwiegend Innenstadt	ja
Lustenau	Rheintal-Dornbirn	gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Altach	Rheintal-Feldkirch	gering	keine	
Feldkirch	Rheintal-Feldkirch	ja		
Götzis	Rheintal-Feldkirch	gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Koblach	Rheintal-Feldkirch	ja	keine	
Mäder	Rheintal-Feldkirch	ja	keine	
Meiningen	Rheintal-Feldkirch	ja	keine	
Rankweil	Rheintal-Feldkirch	gering	ja, überwiegend Ortskern	ja
Zwischenwasser	Rheintal-Feldkirch	ja	keine	

## 5. Kriterienset-Prüfung (Baustein 2)



## 5.1. Übersicht - Kriterienset

Im Auftrag des Landes Vorarlberg hat die CIMA 2014 ein Kriterienset zur Voreinstufung von EKZ-Projekten (über 600 m<sup>2</sup>) entwickelt.

Für die Berechnungen im Kriterienset wird die gesamte Verkaufsfläche des Projektes herangezogen. Dieses Instrument erlaubt eine **schnelle** und **überblicksmäßige** Voreinstufung in offenkundig unproblematische bzw. offenkundig problematischen Projekte.

Kriterien-übersicht	Kriterien	Einstufung/Bewertung		
<b>Standort-spezifische Kriterien</b>	Standortbeurteilung: Projektrelevante Branchen umfassen nahversorgungsrelevante Strukturen (Lebensmittel) (K3)	Orts- und Stadtzentren inkl. Ortsteilzentren	Integrierte Lage in Wohnstandortnähe	Streu- und Peripherielage
	Generelle Erreichbarkeit (Modal Split) von nahversorgungsrelevanten Anbietern (Lebensmittel) (K4)	neben MIV auch ÖPNV und fußläufig/Rad	neben MIV auch ÖPNV	nur MIV
	Einwohnerzahl in 400 m Distanz bei nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel) (K7)	≥ 1000 Einwohner	800 bis 1000 Einwohner;	unter 800 Einwohner
<b>(Verkaufs-) Flächen-bezogene Kriterien</b>	Gesamtausmaß der projektierten Verkaufsfläche (K8)	Verkaufsfläche am EKZ-Standort wird unter 10.000 m <sup>2</sup> liegen	Verkaufsfläche EKZ-Standort wird unter 10.000 m <sup>2</sup> liegen, gemeinsam mit "Altbestand" (im Quartier) aber über der Grenze	Verkaufsfläche EKZ-Standort wird über dem Schwellenwert von 10.000 m <sup>2</sup> liegen
	Relativer Flächenverbrauch-Variante Geschoszahl (K9)	Geschoszahl größer als 18	Geschoszahl zwischen 13 und 18 (z.B.: 13; 15; 18)	Geschoszahl unter 13
	Verdichtung nach Innen und Nachnutzung von Gebäudebestand (K10)	Reserveflächen in den Zentren oder Standort in integrierter Lage mit hochwertigem, für EKZ überwiegend nachnutzbarem Gebäudebestand	Reservefläche in integrierter Lage oder Standort in integrierter Lage mit nicht für das EKZ überwiegend nachnutzbarem Gebäudebestand	Unbebaute Reservefläche in Streu- und Peripherielage ("Grüne Wiese") oder Standort in Streu- oder Peripherielage mit niederwertigem Gebäudebestand
	Erforderliche Stellplatzanzahl von nahversorgungsrelevanten Anbietern (Lebensmittel) (K11)	pro 30 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche ist 1 Stellplatz vorhanden bzw. vorgesehen	pro 30 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche ist zumindest 1 Stellplatz, aber weniger als 2 Stellplätze vorhanden	pro 30 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche mehr als 2 Stellplätze
	Stellplatzflächen in Tiefgaragen und Parkdecks (K14)	mehr als 70 % der Flächen sind entweder Tiefgaragen oder Parkdeckflächen	zwischen 50 und 70 % der Flächen sind entweder Tiefgaragen oder Parkdeckflächen	keine bzw. unter 50 % der Flächen sind entweder Tiefgaragen oder Parkdeckflächen

<b>Kaufkraft-relevante Betrachtung</b>	Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (K15)	Erwartete Bevölkerungs- bzw. Haushaltssteigerungen liegen über Landesdurchschnitt so wie erhöhtes Aufkommen weiterer Versorgungskunden (Erwerbs- und Bildungspendler, Zweitwohnsitze)	Bevölkerungsentwicklung im Landesdurchschnitt so wie Versorgungskunden in geringem Maße erwartbar	Bevölkerungsrückgang gegenüber Landesdurchschnitt so wie nur geringes Ausmaß an weiteren Versorgungskunden (Tagestourismus, Pendler, usw.) erkennbar
	Touristisches Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (angewendet nur bei Tourismusgemeinden) (K16)	Hohe touristische Leistungsfähigkeit: Nächtigungszahlen liegen über 80.000 Nächtigungen pro Jahr; hohes tagestouristisches Besucherpotenzial (Museen, Veranstaltungen, usw.)	Durchschnittliche Tourismusentwicklung mit Nächtigungszahlen zwischen 50.000 und 80.000 pro Jahr sowie geringes tagestouristisches Besucherpotenzial	Nächtigungszahlen liegen unter 50.000 Nächtigungen so wie keine weiteren Versorgungskunden erkennbar
	Kaufkraftniveau und Kaufkraftentwicklung (K17)	überdurchschnittliche Kaufkraft über dem Landesdurchschnitt	durchschnittliche Kaufkraft, gleiche Dimension wie Land/Region	unterdurchschnittliche Kaufkraft, (deutlich unter Landesdurchschnitt)
	Kaufkräfteeigenbindung vor Ort - Reduzierung von Kaufkraftabflüssen (K18)	Schließen von Angebotslücken mit erwartbarer Reduktion der Kaufkraftabflüsse am Makrostandort	Neustruktur kann nur eingeschränkt zur Reduktion von Kaufkraftabflüssen beitragen	neue Angebote führen aufgrund Flächenüberdeckung zu verstärktem Verdrängungswettbewerb
	Kaufkraftabschöpfung bei nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel) (K21)	unter 25 % der sortimentspezifischen Kaufkraft des Verflechtungsbereiches (=Nahbereiches), bei Siedlungsschwerpunkten ohne Nahbereich im Gemeindegebiet	25 bis 30 %	über 30 %
	Projektrelevante Umsatzherkunft aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich (=Einzugsgebiet) (K22)	unter 25 % des Umsatzes kommt von außerhalb des Verflechtungsbereiches	zw. 25 und 30 %	Umsatz aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich wird sich um mehr als 30 % erhöhen
<b>Sonstige Kriterien</b>	Verkehrsstrukturelle Grobeinschätzung (K24)	ausreichend leistungsfähige und gefahrlose Anbindung	Prüfungsbedarf bzgl. Leistungsfähigkeit der Verkehrsanbindung	Straßennetz mit Stauerscheinungen; Leistungsfähigkeit erkennbar beeinträchtigt

Auszug aus dem Kriterienset für „nahversorgungsrelevante Waren“



## 5.2. Standort- und Verkaufsflächen-bezogene Kriterien

### **Standortbeurteilung: Projektrelevante Branchen umfassen nahversorgungsrelevante Waren (=Lebensmittel) (K3)**

Lage im Ortskern inklusive ausreichend Versorgungspublikum der eigenen Bevölkerung, „grün“

### **generelle Erreichbarkeit (Modal Split) von „nahversorgungsrelevanten Waren (K4)**

Individuelle Erreichbarkeit fußläufig/Rad von ausreichend Versorgungspublikum (mit 1.486 Personen im 400m Umkreis ist die Vorgabe von 800 EW im 400m Umkreis ausreichend gewährleistet) im Ortskernbereich eindeutig gegeben. ÖPNV-Anbindung ist ausreichend gewährleistet; sowohl Bus- wie auch Bahnanbindung sind im Nahbereich gegeben; daher „grün“

### **Gesamtausmaß der projizierten Verkaufsfläche (K4)**

Im 400m-Umkreis befinden sich 200 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche. Die wohnortnahe Versorgung ist dadurch ausreichend gegeben und daher „grün“

### **relativer Flächenverbrauch-Variante Geschoszahl (K9)**

Das geplante Projektobjekt ist als mehrgeschoßiger Bau konzipiert; daher „grün“

### **Verdichtung nach Innen und Nachnutzung von Gebäudebestand (K10)**

Keine neue Flächenversiegelung, sondern Nutzung von „Altbestand“ („alte“ Raiffeisenbank), im Ortszentrum, daher „grün“

### **erforderliche Stellplatzanzahl von nahversorgungsrelevante Waren (=Lebensmittel) (K11)**

Am Standort sind 118 unterirdische Parkplätze für den Einzelhandel geplant, die abseits vom Einzelhandel auch anderen Besuchsgründen zur Verfügung stehen, davon 62 für die Raiffeisenbank. Daher wird hier nicht der Schwellenwert „pro 30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche 1 Stellplatz“, sondern der doppelte Schwellenwert angesetzt. Dieser Wert wird geringfügig unterschritten. Bei möglicher Mehrnutzung erfolgt daher die Beurteilung daher „grün“ bis im schlechtesten Fall „gelb“

Berechnung:

Bei 1.000 m<sup>2</sup> beurteilungsrelevanter Verkaufsfläche sind bei (einfachem) Schwellenwert von 1 Stellplatz pro 30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche 34 Stellplätze zulässig. Der doppelte Wert liegt bei 68.

### **Stellplätze in Tiefgaragen und Parkdecks (K14)**

Im Erweiterungsprojekt ist eine Tiefgarage bzw. ein Parkdeck vorgesehen, daher „grün“

## 5.3. Kaufkraftrelevante Kriterien (intensive Betrachtung)

### **Kaufkraftpotenzial Makrostandort (K15)**

Bevölkerungssteigerungen (2020-2030: +2,5 %) liegen nahe beim Landesdurchschnitt (2020-2030: +3,7%); daher „gelb“

### **touristisches Kaufkraftpotenzial (K16)**

Mit ca. 32 Tsd. Nächtigungen 2022 in Rankweil spielt der Tourismus eher eine untergeordnete Bedeutung und wird daher **nicht berücksichtigt**.

### **Kaufkraftniveau und Kaufkraftentwicklung (K17)**

Kaufkraftindex/EW = 101,4 liegt beim Landesdurchschnitt von 102,6; und somit "gelb"

### **Kaufkrafteigenbindung vor Ort/Reduzierung von Kaufkraftabflüssen (K18)**

Durch die Erweiterung werden nur geringfügige Steigerungen der Kaufkrafteigenbindung erzielt werden können; daher "gelb"

### **Kaufkraftabschöpfung bei nahversorgungsrelevanten Waren (K21)**

Kaufkraft (Marktpotenzial bzw. Kaufkraftvolumen) Verflechtungsbereich nahversorgungsrelevante Waren rund 52,8 Mio. € alleine im „klassischen Einzugsgebiet (Gemeinden mit Kaufkraftzuflüssen von mehr als 10 % des jeweiligen Kaufkraftvolumens); Umsatz durch Neuprojekt (1.000 m<sup>2</sup>) bei 5,5 Mio. €. Kaufkraftabschöpfung vom Verflechtungsbereich hier zwischen 10-15 % (und unterhalb Schwellenwert von 25 %) daher „grün“

### **Projektrelevante Umsatzherkunft aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich (K22)**

Durch 1.000 m<sup>2</sup> zusätzliche Verkaufsfläche bei nahversorgungsrelevanten Waren wird neuer Umsatz im Ausmaß von € 5,5 Mio. aus dem eigenen Ort bzw. aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich benötigt. Unter Berücksichtigung des „klassischen“ Einzugsgebietes lassen sich rd. 10,8 Mio. € an Kaufkraftzuflüssen feststellen. Unter Vernachlässigung der geringen Erhöhung der Eigenbindung müssten aus dem Verflechtungsbereich um 34 % mehr an Kaufkraftzuflüssen kommen und daher „rot“ (Überschreitung Schwellenwert von 30 %).

### **ergänzendes Kriterium Projektrelevante Umsatzzumlenkung am eigenen Standort im Lebensmittelbereich**

Durch 1.000 m<sup>2</sup> zusätzliche Verkaufsfläche bei den nahversorgungsrelevanten Waren wird € 5,5 Mio. neuer Umsatz benötigt. Je nach Szenarien wird dieser Umsatz aus verschiedenen Quellen realisiert, wobei die Berechnungen von 20 bis 60 % des zu realisierenden Projektsollumsatzes ausgehen, welcher aus der bestehenden Anbieterstruktur in Rankweil umgelenkt wird – daher „rot“  
Nähere Erläuterungen im nachfolgenden Abschnitt 6

## 5.4. Kaufkraftrelevante Kriterien (extensive Betrachtung) und sonstige Kriterien

---

### **Einstufung nach Schwellenwert: Kaufkraftabschöpfung bei nahversorgungsrelevanten Waren (=Lebensmittel) (K25)**

Verflechtungsbereich Rankweil nach Ableitung aus Kaufkraftstromanalyse Vorarlberg 2021: rund 25 Tsd. Konsumenten

Der Schwellenwert liegt bei 8 m<sup>2</sup> pro 100 Einwohner im Ortskernbereich und liegt deutlich über die projektrelevanten 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und somit bei **„grün“**

### **Einstufung nach Schwellenwert: Zukünftige Entwicklungspotenziale am Makrostandort bei nahversorgungsrelevanten Waren (=Lebensmittel) (K28)**

Für das Rheintal wird im Bezirk Rheintal-Feldkirch lt. Masterplan von 2021 ein entwicklungsfähiges Potenzial zumindest von 2.100 bis 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis 2030 bei den nahversorgungsrelevanten Warengruppen gesehen; für Rankweil wird das Entwicklungspotenzial auf „geringen“ Erweiterungsbedarf reduziert. Die projektrelevante Größenordnung von 1.000 m<sup>2</sup> kann nicht als „gering“ eingestuft werden, sodass hier **„rot“** in der Bewertung angewendet wird.

### **Verkehrsstrukturelle Grobeinschätzung (K24)**

Gegenwärtig noch schwer einschätzbar, Zufahrtsmöglichkeit in die Parkgarage noch herausfordernd. Aufgrund der noch unklaren Einschätzung ohne ergänzendes Verkehrsgutachten ist, aus handelswissenschaftlicher Sicht, keine exakte Beurteilung möglich. Nach Informationen der CIMA wurde von Seiten der Marktgemeinde Rankweil ein entsprechendes Verkehrsgutachten in Auftrag gegeben.

## 5.5. Gesamtbewertung - Übersicht

Kriterienübersicht	Kriterien	Einstufung/ Bewertung inkl Punkte		
<b>Standort-spezifische Kriterien</b>	Standortbeurteilung: Projektrelevante Branchen umfassen nahversorgungsrelevante Strukturen (Lebensmittel) (K3)	X		
	Generelle Erreichbarkeit (Modal Split) von nahversorgungsrelevanten Anbietern (Lebensmittel) (K4)	X		
	Einwohnerzahl in 400 m Distanz bei nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel) (K7)	X		
<b>(Verkaufs-) Flächenbezogene Kriterien</b>	Gesamtausmaß der projektierten Verkaufsfläche (K8)	X		
	Relativer Flächenverbrauch-Variante Geschossezahl (K9)	X		
	Verdichtung nach Innen und Nachnutzung von Gebäudebestand (K10)	X		
	Erforderliche Stellplatzanzahl von nahversorgungsrelevanten Anbietern (Lebensmittel) (K11)		X	
	Stellplatzflächen in Tiefgaragen und Parkdecks (K14)	X		
<b>Kaufkraftrelevante Betrachtung (intensiv)</b>	Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (K15)		X	
	Touristisches Kaufkraftpotenzial des Makrostandortes (angewendet nur bei Tourismusgemeinden) (K16)			
	Kaufkraftniveau und Kaufkraftentwicklung (K17)		X	
	Kaufkräfteeigenbindung vor Ort - Reduzierung von Kaufkraftabflüssen (K18)		X	
	Kaufkraftabschöpfung bei nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel) (K21)	X		
	Projektrelevante Umsatzherkunft aus dem Kaufkraftverflechtungsbereich (=Einzugsgebiet) (K22)			X
	Projektrelevante Umsatzzumlenkung am eigenen Standort			X
<b>Sonstige Kriterien</b>	Verkehrsstrukturelle Grobeinschätzung (K24)			

<b>Kaufkraftrelevante Betrachtung (extensiv)</b>	Einstufung nach Schwellenwert: Kaufkraftabschöpfung bei nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel) (K25)	X		
	Einstufung nach Schwellenwert: Zukünftige Entwicklungspotenziale am Makrostandort bei nahversorgungsrelevanten Waren (K28)			X

### Projektbeurteilung

#### „Offenkundig problematisches“ Projekt

Liegt der summierte Wert aus der rechnerischen Bewertung unter 50 % der gesamt erreichbaren Maximalpunktzahl, so erweist sich das zu beurteilende Projekt nach der Grobprüfung als offenkundig „problematisch“.

#### „Offenkundig unproblematisches“ Projekt

Liegen demgegenüber die Summenwerte nach der Grobprüfung über 75 % der gesamt erreichbaren Punkte, so kann das eingereichte Projekt als offenkundig „unproblematisch“ eingestuft werden.

#### „Keine eindeutige Beurteilung“

Bei allen anderen Werten kann aufgrund der Grobprüfung keine eindeutige Beurteilung nach offenkundig „problematisch“ oder offenkundig „unproblematisch“ erfolgen und es bedarf noch weiterer Beurteilungsschritte1 bzw. Projekt hat noch Vertiefungsbedarf.

## 5.6. Gesamtbewertung – Beurteilung und Fazit

---

### Visuelle Ergebnisse

- **Standortspezifische** Kriterien: durchwegs **positiv**
- **(Verkaufs-)Flächenbezogenen** Kriterien: durchwegs **positiv**
- **Kaufkraftrelevante Betrachtung** (intensiv): **durchmischt** bis **sehr kritisch** vor allem die Umsatzherkunft und Umsatzzumlenkungen
- **Kaufkraftrelevante Betrachtung** (extensiv): durchmischt bis sehr kritisch vor allem die Masterplan-Potenziale im kurzfristigen Bedarfsbereich für Rankweil
- **Sonstige** Kriterien: noch **unklar**

### Rechnerische Punkte

66 %

### Fazit des Ergebnisses

Trotz durchwegs positiver standort- und verkaufsflächenbezogener Kriterien und somit einer grundsätzlich hohen rechnerischen Punkteanzahl zeigt das Kriterienset deutlich die kritischen Punkte im Bereich der Umsatzpotenziale und –herkunft auf.

Je nach Szenario ist von einer, **weit über** die **akzeptablen handelswissenschaftlichen Grenzen** hinaus reichenden, **hohen Umsatzzumlenkung** auszugehen, welche die **konkrete Gefahr** von **Betriebsschließungen** von **bestehenden Anbietern**, insbesondere in der „EKZ Eignungszone“ (400 und 800 m Radius um den geplanten neuen Standort) nach sich ziehen könnte.



## **6. Auswirkungenanalyse (Baustein 3)**



## 6.1. Szenarien zur Umsatzherkunft

Die nachfolgende Auswirkungsanalyse zur Herleitung der Umsatzpotenziale basiert auf folgenden Projektprämissen:

- **Verkaufsfläche** **1.000 m<sup>2</sup>**
- **Betriebstyp** **kleiner Verbrauchermarkt**
- **Bruttoflächenproduktivität** **5.500 € pro m<sup>2</sup>**

Bei der Bruttoflächenproduktivität orientierte sich die CIMA an den branchenüblichen Durchschnittswerten von Lebensmittel-Großflächenanbietern in Vorarlberg, wobei anzumerken ist, dass einzelne Eurospar-Läden in dieser Größe und vergleichbaren Standorten über deutlich höhere Produktivitätskennzahlen verfügen.

Genereller CIMA-Standard bei derartigen Auswirkungsanalysen ist es, **mehrere Szenarien** zu durchleuchten, welche jedoch allesamt auf Kennzahlen und Daten der Statistik Austria, ÖROK (soziodemographische Entwicklungen) und us der aktuellen KAVO 2022 basieren.

**Folgende Szenarien wurden angenommen:**

### **Szenario 0 (worst case)**

neue Umsatzpotenziale **ausschließlich** durch die „natürliche“ **Kaufkraftentwicklung** aus den Bevölkerungsveränderungen bis 2030 aus Rankweil und bestehendem Einzugsgebiet. Daraus werden in Summe rd. **€ 2,0 Mio.** erhalten. Die Differenz zum Projektsollumsatz liegt bei ca. **€ 3,5 Mio.**, die aus der Umsatzumlenkung aus Rankweil kommen muss - rund **63 %** des Sollumsatzes.

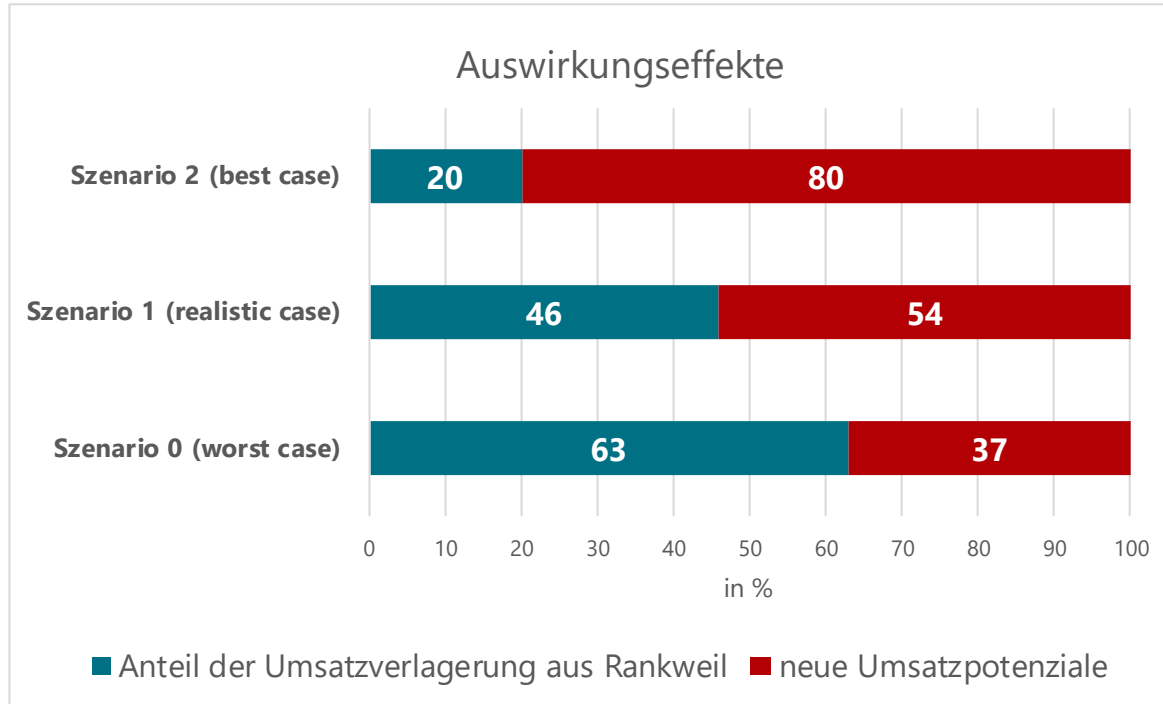
### **Szenario 1 (realistic case)**

neue Umsatzpotenziale durch die „natürliche“ **Kaufkraftentwicklung** aus den Bevölkerungsveränderungen bis 2030 aus Rankweil und bestehendem Einzugsgebiet, moderate **Erhöhungen** der **Kaufkrafteigenbindung**, der **Kaufkraftzuflüsse** aus Einzugsgebiet und **unregelmäßigen Einkaufsfahrten**. Daraus wird in Summe rd. **€ 3,0 Mio.** erhalten. Die Differenz zum Projektsollumsatz liegt bei ca. **€ 2,5 Mio.**, die aus der Umsatzumlenkung aus Rankweil kommen muss - **46 %** des Sollumsatzes.

### **Szenario 2 (best case)**

neue Umsatzpotenziale durch die „natürliche“ **Kaufkraftentwicklung** aus den Bevölkerungsveränderungen bis 2030 aus Rankweil, dem **Einzugsgebiet** sowie deutliche **Erhöhungen** der **Kaufkrafteigenbindung**, der **Kaufkraftzuflüsse** aus dem Einzugsgebiet und **unregelmäßigen Einkaufsfahrten**. Daraus wird in Summe rd. **€ 4,5 Mio.** erhalten. Die Differenz zum Projektsollumsatz liegt bei ca. **€ 1,0 Mio.**, die aus der Umsatzumlenkung aus Rankweil kommen muss - **20 %** des Sollumsatzes.

## 6.2. Überblick – Umsatzverlagerungen



Aus handelswissenschaftlicher Sicht kann eine Umsatzzumlenkung von größer/gleich 10 % die Gefahr von städtebaulich kritischen Effekten hervorrufen kann.

**Alle drei Szenarien** ergeben Umsatzzumlenkungen/-umlenkungen in einem deutlich höheren Ausmaß. Aufgrund der dichten quantitativ und qualitativ sehr leistungsfähigen Handelsstrukturen im Lebensmittelsektor in Rankweil sowie im Umland, im Gegensatz zum Rankweiler Ortskern deutlich größere und dichter besetzte Handelsagglomerationen und somit für Kund:innen auch attraktivere Einkaufsräume in den Nachbargemeinden (ieL Feldkirch, Götzis, periphere Fachmarktzentren in Rankweil) erscheinen, aus fachlicher Sicht, die Szenarien **0** und **1** als die **am Wahrscheinlichsten**.

Die dargestellten Umsatzzumlenkungen wirken sich auf branchenspezifische Anbieter in Rankweil unterschiedlich stark aus:

### kaum/geringe Auswirkungen (unter 10 %)

Lebensmittelanbieter in der Passage 22 (Billa Plus, Bäckerei Mangold), Hofer, Lidl

### erkennbare Auswirkungen (10-25 %)

bestehender Sparmarkt in der Alemannenstraße, Mehrzahl der Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Sutterlüty in der Stiegstraße, Gül AD Supermarkt, ADEG Aktivmarkt

### hohe Auswirkungen (über 25 %)

Sutterlüty in der Landammangasse, Bäckerei Mangold (Ringstraße), Herbert's Dorfmetzgerei

### 6.3. Berechnung zusätzlich notwendiger Einwohner:innenpotenziale für den Rankweiler Ortskern

---

Im Zuge der fachlichen Erörterungen im Vorfeld der Erstellung dieser Auswirkungsanalyse wurde die CIMA gebeten, auf Basis der Umsatzherkunftsszenarien **Wohnbedarfsberechnungen** zu erstellen, welche aufzeigen sollen, wie viele zusätzliche Einwohner:innen im **400 bis 800 m Umfeld** zum geplanten Eurospar-Lebensmittelstandort angesiedelt werden müssen, um die berechneten Effekte auf ein strukturverträgliches Ausmaß (unter 10 % Umsatzzumlenkung) senken zu können:

Szenario 0 (worst case)	1.183 Personen oder rd. 538 Wohnungen
Szenario 1 (realistic case)	876 Personen oder rd. 398 Wohnungen
Szenario 2 (best case)	364 Personen oder rd. 165 Wohnungen

## 7. Fazit und Empfehlungen (Baustein 3)





## 7.1. Grundsätzliches Fazit und Empfehlungen/Teil 1

Folgendes grundsätzliches Fazit bzw. gutachterliche Empfehlungen werden durch die CIMA nachfolgend dargelegt:

- **neues Eurospar-Konzept qualitativ gut**

Das „neue“ Eurospar-Konzept wurde der CIMA, im Zuge eines Projektgesprächs, durch Vertreter:innen von Spar Vorarlberg präsentiert. Grundsätzlich ist dieses, in den nächsten Jahren, für **alle** Eurospar-Standorte in Vorarlberg gültige Markt-design (noch stärkere Vorarlberger Regionalität bei Lebensmittelprodukten, neue Warenpräsentationsformen und –trägersysteme, etc.) eine **probate** und **qualitativ gute Antwort** auf den starken Wettbewerb, insbesondere zu Discountern wie Hofer und Lidl als auch Märkten der REWE-Gruppe.

- **Ortskernbelebung**

Die Zielsetzungen der Marktgemeinde Rankweil, ein wirtschaftlich verdichtetes und belebtes Ortszentrum samt attraktiver Flaniermeile in der Bahnhofstraße zu schaffen, sind aus fachlicher Sicht, stark **unterstützenswert**. Im Zuge der Erörterungen und Besprechungen im Vorfeld der Studierenerstellung wurden mehrmals Aussagen an die CIMA herangetragen, dass Orts-/Stadtkerne ohne einen größeren bzw. leistungsfähigen Lebensmittelmarkt nicht „funktionieren“. Diese, vornehmlich aus der Immobilienwirtschaft stammenden, Aussagen hatten in der Vergangenheit vor allem an jenen Standorträumen Gültigkeit, welche einerseits über eine geringe bis mittlere Dichte an peripheren (Lebensmittel-) Anbietern aufwiesen, andererseits Konkurrenzstandorte in größerer oder schwieriger erreichbarer Entfernung befanden. Für das Rankweiler Ortszentrum gelten derartige Aussagen nur sehr bedingt. Die Gründe liegen in der sehr dichten Lebensmittelanbieterstruktur am Ort sowie unmittelbaren Umland mit sich mehrfach überlappenden Einzugsgebieten.

Die Standorttrends der letzten Jahren zeigen klar auf, dass sich auch in kleineren Orts- und Stadtkernen eine hohe Dichte an Lebensmittelspezialanbietern, häufig kombiniert mit unterschiedlichen Gastronomieangeboten, herausgebildete und die innerörtlichen Kernlagen dadurch stark belebten.

- **enorm dicht besetzter „Lebensmittelmarkt“ in und um Rankweil**

In und um Rankweil (ieL – Vorderlandgemeinden) sind aktuell rund **33.000 m<sup>2</sup>** Lebensmittelverkaufsfläche vorhanden, welche sich in erster Linie auf stark leistungsfähige und verkaufsflächengroße Betriebstypen (Verbraucher-, Supermärkte, Discounter) konzentrieren.

- **geringe, strukturverträgliche Entwicklungspotenziale**

Der aktuelle Einzelhandelsmasterplan Vorarlberg weist der Marktgemeinde Rankweil nur **„geringe, strukturverträgliche Entwicklungsprioritäten“** bei „nahversorgungsrelevanten“ Waren zu. Anzumerken ist auch, dass bei Realisierung des Eurospars in Rankweil rund **40-48 %** der strukturverträglichen Flächenpotenziale der gesamten Region „Rheintal-Feldkirch“ bis 2030 abgeschöpft werden.

- **schwierigere Erreichbarkeit des Ortskern-Lebensmittelstandortes**

Zwei der drei Szenarien-Berechnungen gehen davon aus, dass zusätzliche Umsatzpotenziale durch verstärkten „Zustrom“ von, in erster Linie, MIV-Konsument:innen sowohl aus den einzelnen Ortsteilen Rankweils als auch von Auswärtigen notwendig ist. Im Gegensatz zu einer Reihe wichtiger Mitbewerber (ieL – periphere Einkaufszonen in Rankweil und Feldkirch) wird die **Qualität** der **Erreichbarkeit**, insbesondere für autoaffine Kund:innen, des geplanten Eurospar-Standorts in der Bahnhofstraße **deutlich schlechter** beurteilt.

## 7.2. Grundsätzliches Fazit und Empfehlungen/Teil 2

- **Innovation und Standortexklusivität als Erfolgsfaktoren**

Um in einem derart dichten Wettbewerbsumfeld sowie erkennbar schlechterer Erreichbarkeit **wirtschaftlich erfolgreich** bestehen bzw. auch den **Ortskern nachhaltig beleben** zu können, sind, nach fachlicher Ansicht der CIMA, innovative, standortexklusive Konzepte notwendig. Auch wenn das präsentierte „neue“ Europar-Design einige neue Komponenten enthält, erscheint dies jedoch nicht ausreichend genug, um die oben genannten Ziele auch zu erreichen. Zudem sieht die CIMA **keine ausreichende**, auch gegenüber Gemeindevertreter:innen seitens Spar ventilierte, **Standortexklusivität** gegeben.

- **reelle Gefahr des „Abschmelzens“ bestehender Anbieter im Ortskern**

Die Auswirkungsberechnungen der Szenarienmodelle zeigen klar auf, dass es, insbesondere gegenüber bestehenden Ortskern-/nahen Anbietern im **Lebensmittelsektor** zu **massiven Umsatzumlenkungen** kommen wird. Mittelfristig muss davon ausgegangen werden, dass eine Reihe von vorhandenen Betrieben nicht mehr wettbewerbsfähig sind und es zu Ladenschließungen kommen wird.

- **Projekt „Areal Schleife“ als wichtiger Magnet**

Die zur Verfügung gestellten Planunterlagen und Flächennutzungskonzepte des Projekts „Areal Schleife“ stellen, aus Sicht der CIMA, ein **fachlich gutes**, für die weitere **„multifunktionale“** Attraktivierung des Ortskerns von Rankweil **zukunftsweisendes** Vorhaben dar. Die (bis zu) 8 à 100 m<sup>2</sup> umfassenden Verkaufs- und Geschäftsflächen, welche, laut Konzept, vorrangig für Dienstleistungen, Manufakturen, Gastronomie und Nahversorger verwendet werden sollen, können, bei richtiger Zusammensetzung, eine Frequenz- und Attraktivitätssteigernde Wirkung für das gesamte Ortszentrum erzeugen. Eine mögliche Ansiedelung eines Lebensmittelmarkts (Europar) am RAIBA-/RAUCH-Areal hätte, bei Realisierung des vorliegenden Konzepts, **keine negativen Auswirkungen**.

Unter Einbezug sämtlicher Rahmenbedingungen und fachlichen Aspekte kann die CIMA, aus **handelswissenschaftlichen** Gesichtspunkten, **keine Empfehlung** zum **vorliegenden Eurospar-Konzept** abgeben.

Zu ähnlichen fachlichen Schlüssen hinsichtlich einer zusätzlichen Lebensmittel-Angebotsstruktur in der präsentierten Form kommen **zwei weitere Gutachten** bzw. **Expertisen**, welche die Marktgemeinde Rankweil in Auftrag gegeben hat:

### **Intosens-Studie vom Mai 2020**

Intosens schlägt die Ansiedelung eines 1.000-1.500 m<sup>2</sup> großen Lebensmittelmarkts mit **klarer Genuss-** und **hochwertiger Frischeausrichtung** vor, welcher als eine Art „qualitativer, persönlicher und frischer Dorfladen“ geführt werden sollte. Als mögliche Anbieter schlägt Intosens vorrangig Sutterlüty (entweder Standorttausch oder weitere Filiale), ADEG, Billa Plus/Billa Corso vor. Bei **Spar/Eurospar** zweifeln die Schweizer Expert:innen die allenfalls **zu geringe „persönliche und regionale“ Ausrichtung** an.

### **Standort + Markt „City-Markt 2.0“ vom April 2020**

Die Kolleg:innen von Standort + Markt postulierten ebenfalls einen rund 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche großen Lebensmittelmarkt für das Zentrum **abseits „klassischer, vorgefertigter Formate“** (Schwerpunktt Themen wie Käse, Vintothek, take away Mittagessen, etc.) und führen eine Reihe von interessanten Referenzbeispielen wie Hubmann (Stainz), Bleykolm (Weiz), Taucher (Kumberg) an.

## 7.3. Alternative tragfähige Modelle am Standort „Bahnhofstraße“

Die CIMA schlägt folgende fachliche **Standortalternativen** zur Verwertung des alten RAIKA-Gebäudes und somit **nachhaltigen Ortskernbelebung** (im Sinne der kommunalen Zielsetzungen zur Schaffung einer attraktiven und wirtschaftlich verdichteten Flaniermeile in der Bahnhofstraße) vor:

- **Alternative 1 – Eurospar der Regionen**

Das präsentierte „neue“ Eurospar-Modell in Rankweil sieht – unter anderem – eine **verstärkte Präsentation heimischer Vorarlberger Anbieter** im Lebensmittel- und Getränkesortiment vor. Da diese Konzepte in ähnlicher Form bereits in einigen (neuen) Eurospar-Märkten in Vorarlberg, den flächengrößeren Interspars sowie auch bei Konkurrenzanbietern vorhanden sind bzw. die Masse der Konsument:innen nur schwer die „Feinheiten“ dieser Neuerungen unterscheiden werden können, entspricht dieses Konzept, nicht der geforderten Standortexklusivität.

Die CIMA schlägt daher vor, die **enorme regionale „Anbieterkompetenz“** von Spar dahingehend zu nutzen und anstatt verstärkter Vorarlberger Produkte, Lebensmittel und Getränke aus anderen österreichischen und ggf. italienischen Regionen (Despar) ins Treffen zu führen und in Rankweil einen **„Eurospar der Regionen“** zu realisieren. Ein derartiges Konzept ist bislang, nach internem Wissenstand, in Vorarlberg noch nicht realisiert worden und würde auch **überdurchschnittlich hohe, zusätzliche externe Umsatzpotenziale** generieren, welche die negativen Auswirkungen auf bestehende Anbieter vor Ort deutlich senken könnten.



- **Alternative 2 – Rankweiler „Genuss-Arkade“**

Die zweite Alternative greift den bereits erwähnten, starken **Genussanbieter-Trend** in österreichischen, deutschen und Schweizer Orts- und Stadtkernen auf, welcher auch an einigen Standorten in Vorarlberg bereits erkennbar ist (z.B.: Lustenau).

Die CIMA schlägt vor, 4-6 unterschiedliche Speziallebensmittelanbieter sowie 1-2 gastronomische Einheiten gebündelt am betreffenden Standort anzusiedeln und somit eine Art **„Genuss-Kompetenzzentrum“** zu schaffen. Neben der Standortexklusivität dieses Konzepts liegt ein weiterer maßgeblicher Vorteil darin, den Rankweiler Ortskern mit mehreren zusätzlichen Anbietern zu verdichten.

Da ein derartiges Projekt eine intensivere und längere Development- und anschließend auch Vermarktungsphase benötigt, wäre es empfehlenswert, dass die **Marktgemeinde** dem privaten Grundstücksbesitzer in der Konzeptentwicklung, der Anbietersuche und im Marketing **maßgeblich unterstützt**.

Interessante derartige Beispiele sind u.a. in Seeham (Bioart Campus), Vöcklabruck (Kleinstadt-Biotop), Wasserburg (D) (kleine Markthalle) und in Klagenfurt (Kärntnerlei) vorhanden.

## Impressum

---

CIMA Beratung + Management GmbH  
Johannesgasse 8  
A-4910 Ried im Innkreis

Tel.: 0043-(0)7752-71117  
Fax: 0043-(0)7752-71117-17  
Email: [cima@cima.co.at](mailto:cima@cima.co.at)  
[www.cima.co.at](http://www.cima.co.at)

### **Bearbeitungsteam:**

Mag. Roland Murauer  
Ing. Mag. Georg Gumpinger  
Denise Bruckner, Bsc

September 2023