(Abb.: Eigene Aufnahme)

Eine Kleinstadt blüht auf

Die Bedeutung von Zuzug für lokale Wirtschaftstreibende

Am Beispiel Neulengbach

Von Swetlana Oswald, BA

Betreuer: Univ.- Prof. i.R. Dr. Peter Weichhart
Zweitbetreuer: Dipl.-Geogr. Dr. Peter Johannes Görgl

Wer sind die Zugezogenen Neulengbachs?
Warum entscheiden sie sich für Neulengbach?

- Jungfamilien (Alter absteigend: 25-29, 20-24, 30-34)
- Hoher Bildungsgrad
- Beruflich gefestigt
- Permanenter Umzug
- Eigenheim nach Familienexpansion
- Wunsch ins Grüne
- Gute Verkehrsanbindung
- gutes Bildungsangebot
- persönliche Bezugspunkte

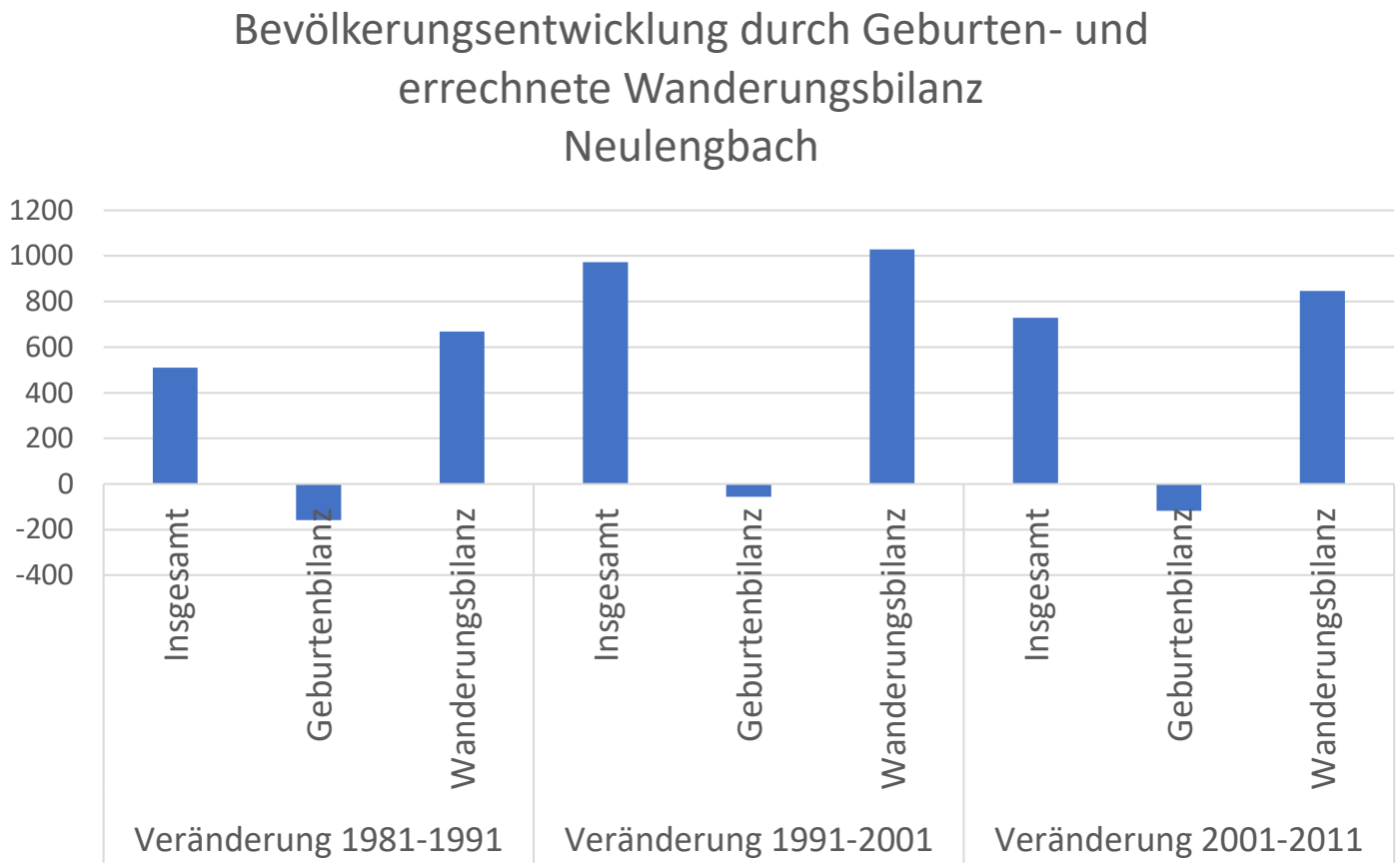
(Abb.: Eigene Aufnahme)

Woher kommen die Zugezogenen bzw. weswegen ziehen sie von ihrem bisherigen Wohnort weg?

Zuzug nach Niederösterreich aller Staatsangehörigkeiten 2019	
Wegzug von…	Zuzug nach NÖ
Insgesamt	46.955
Burgenland	1.670
Kärnten	426
Niederösterreich	
Oberösterreich	2.639
Salzburg	427
Steiermark	1.289
Tirol	599
Vorarlberg	166
Wien	24.031

(Abb.: Eigene Aufnahme) // Zuzug nach NÖ aller Staatsangehörigkeiten 2019 (Quelle: Statistik.at 2020e)

Was bedeutet der Begriff Agglomerationseffekte und in welcher Beziehung steht der Begriff mit den Zugezogenen?



Agglomerationseffekt =
Effekte von Ballungsräume

- **Agglomerationsvorteile**: Zuzug
- **Agglomerationsnachteile** Kaufkraftabfluss, Überlastung Infrastruktur…

Bevölkerungsentwicklung durch Geburten- und errechnete Wanderungsbilanz (Eigene Darstellung; Datengrundlage: Statistik.at 2020b

Wie stark wirken sich diese Agglomerationseffekte aus und wie unterscheiden sich die Zugezogenen von den Einheimischen?

- Wien wichtiger Kaufkraftabfluss
- Aber vom Online-Handel überholt
- Wien wird zum Erlebniskauf genutzt, aufgrund von Kopplungsverhalten und Gewohnheit
- St. Pölten, Herzogenburg, Tulln und Maria Anzbach wichtigere Einkaufsorte

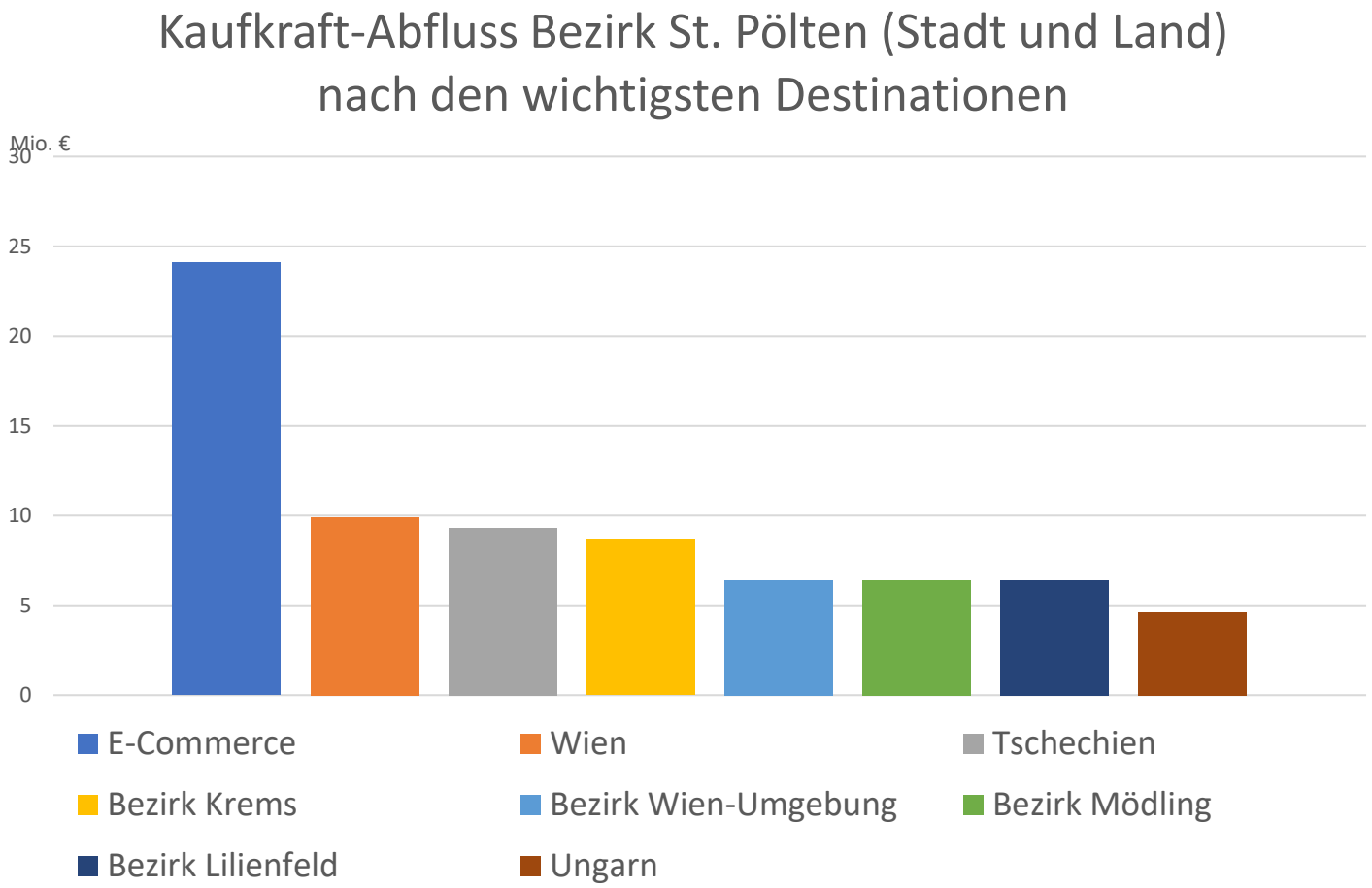
Abb.: Eigene Aufnahme

Welche Wünsche haben die Zugezogenen beim Einkaufen? Welche Rolle spielt die Lebensweise auf das Einkaufsverhalten?

- Wunsch nach **biologischen und regionalen Produkten**
- **Polyorientierung**: aufgrund von subjektiv o. objektivierbaren Qualitätsmängel und der Nutzung von breiteren/ tieferen Sorten
- **Online-Handel im mittelfristigen Segment** stark, weil Güter nicht vorhanden sind oder wegen suboptimalen Öffnungszeiten
- Daher Wunsch **nach dualen Angeboten** (Online-Angeboten im stationären Handel), mehr Gastronomiemöglichkeiten sowie Sportangebote für Erwachsene

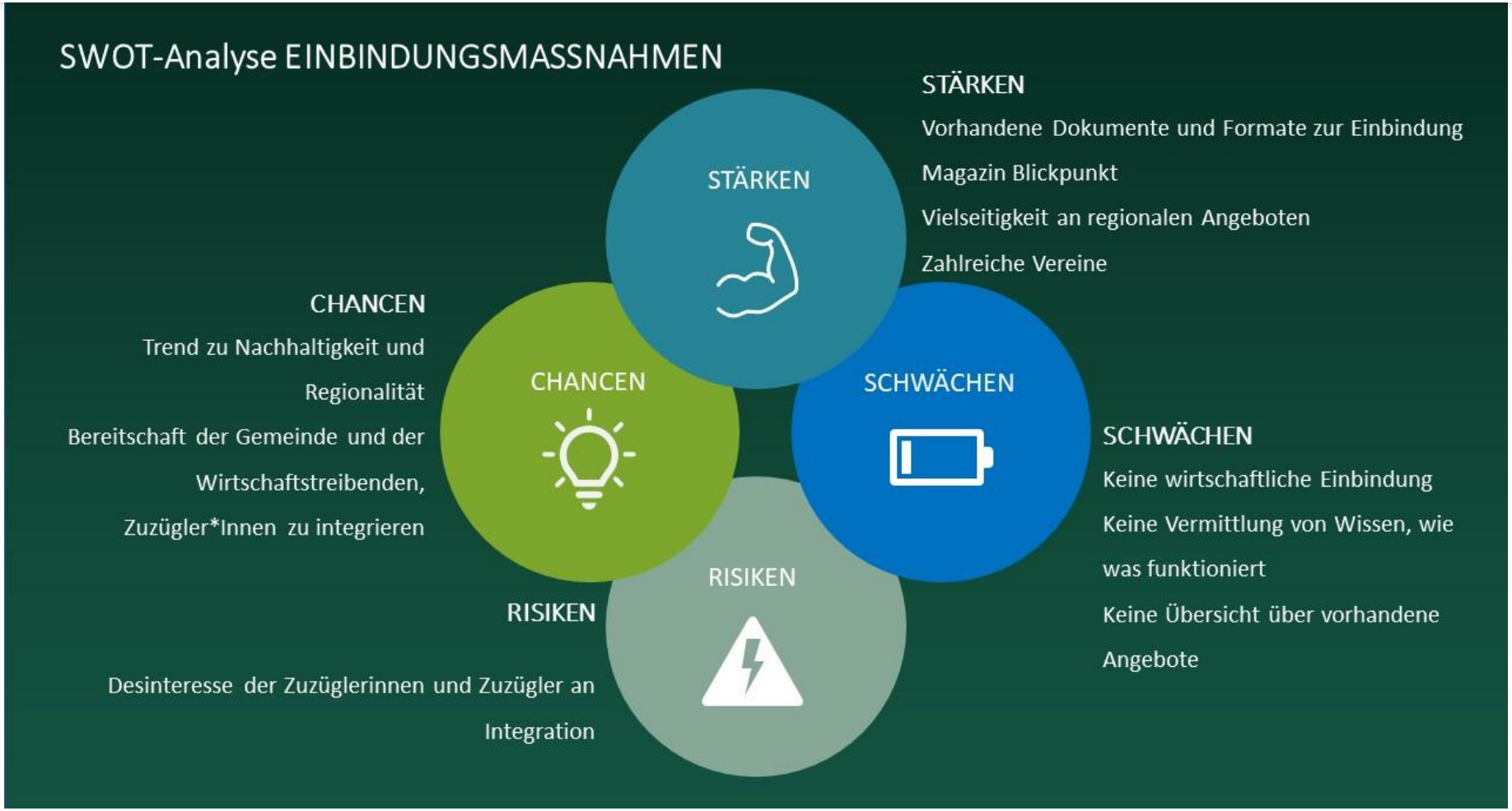
Verschiebung von Versorgungskauf zu Erlebniskauf! Entertainment, Wellness und Entspannung als entscheidende Faktoren für den Erfolg den Einzelhandel.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung im Einkaufsverhalten für die Zugezogenen?

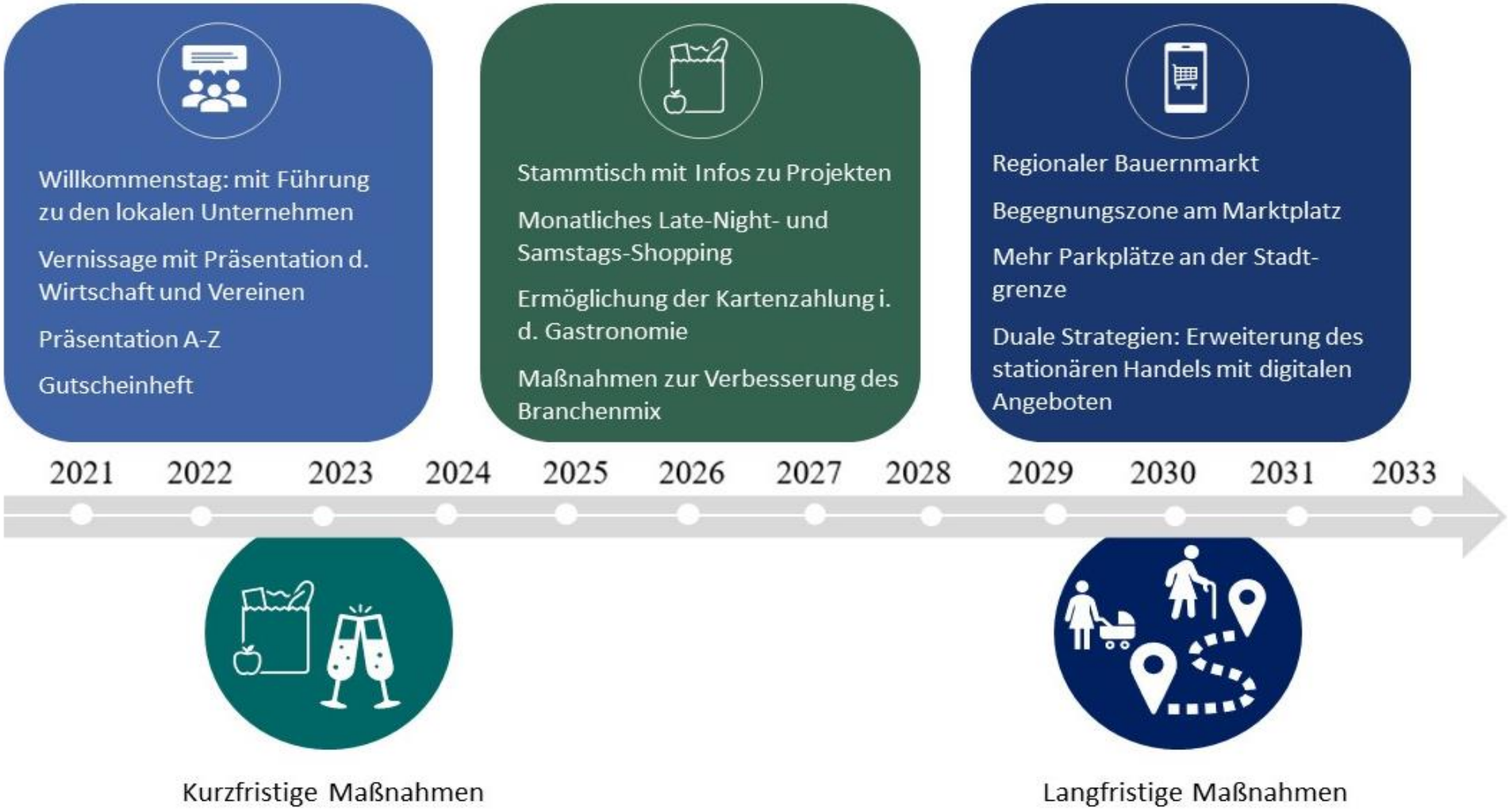


Kaufkraft-Abfluss Bezirk St. Pölten nach den wichtigsten Destinationen (Datengrundlage: CIMA 2014b: 19)

Welche Möglichkeiten gibt es, um die Zugezogenen besser in die Gemeinschaft einzubinden?



Wie kommt es zu einer Integration der Zugezogenen in die lokale Wirtschaft?



Welche Best Practice Beispiele gibt es zur wirtschaftlichen Einbindung der Zugezogenen?

Die **Gemeinde Marchfeld**

- Projekt Identität Marchfeld 2.0
- Marketing und Kommunikationsmaßnahmen

https://www.regionmarchfeld.at/projekt/identitaet-marchfeld-2-0/

Bergdietikon Ausflugsfahrt durch die Gemeinde, dabei werden Betriebe vorgestellt inkl. Verkostung

https://www.limmattalerzeitung.ch/limmattal/region-limmattal/so-werden-neuzuzuger-in-bergdietikon-willkommen-geheissen-ld.1578652

Die **LEADER Region Weinviertel Ost** entwickelte mit 48 Gemeinden eine Zuzüglerinnen- und Zuzügler-Mappe: wichtige Kontaktdaten, vorhandene Infrastruktur, Sehenswertes über die gesamte Region inkl. Kinderteil sind vorhanden.

https://www.meinbezirk.at/korneuburg/c-lokales/eine-zuzuegler-mappe-fuer-die-neuen_a4135122

Vielen Dank!

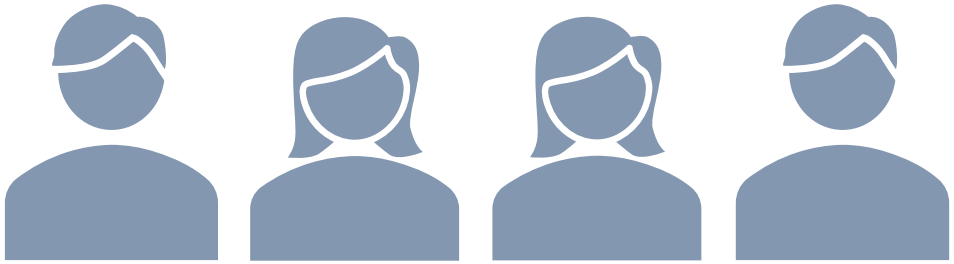
Abb.: Eigene Aufnahme

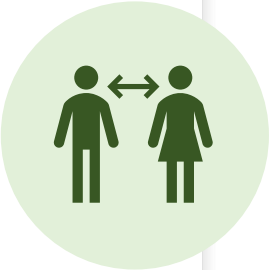
Forschungsdesign
Methodik

- Quantitative Strukturdatenerhebung Neulengbachs und des Zuzugs
- Qualitative (leitfadengestützte) Interviews mit 8 Probandinnen und Probanden (Zuzüglerinnen und Zuzügler der letzten zwei Jahre) während eines Spaziergangs durch Neulengbach oder online
- Workshop mit Wirtschaftstreibenden (3-4 Probanden)
- Analyse der bisherigen Maßnahmen Neulengbachs und Vergleiche mit Best-Practice Beispielen anderer Gemeinden

Abb.: Eigene Aufnahme

Interviews
Zuzüglerinnen und Zuzügler





Fall A
- Selbstständig
- Universitätsabschluss
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Verheiratet
- Kinder

Fall B
- Leitender Angestellter
- PhD
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Partnerschaft
- Kinder

Fall C
- Stellvertretender Geschäftsführer
- Universitätsabschluss
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Verheiratet
- Kinder

Fall D
- Angestellte
- Universitätsabschluss
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Verheiratet
- Keine Kinder

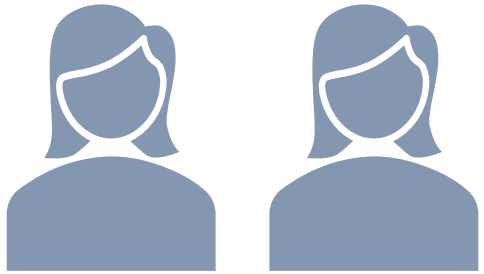
Fall E
- Selbstständig
- Fachschule
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Geschieden
- Kinder

Fall F
- Leitender Angestellter
- Universitätsabschluss
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Verheiratet
- Kinder

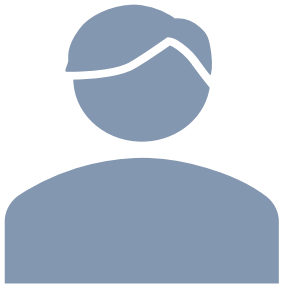
Fall G
- Angestellte
- Universitätsabschluss
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Verheiratet
- Kinder

Fall H
- Selbstständig
- Universitätsabschluss
- Hauptwohnsitz
- Eigenheim
- Verheiratet
- Kinder

Interviews
Wirtschaftstreibende Neulengbach



Fall I Workshop
- Körpernaher Dienstleister (Friseurbranche)
- Sportbetrieb



Fall J
Nahversorger

Fall K
Textilhandel

Abb.: Eigene Aufnahme

Wichtigste Quellen:

ARL (2001): Stadt-Umland-Probleme und Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in den Ländern Mittel- und Südosteuropas. Verlag ARL: Hannover.

Data.gv.at: Wanderungen nach Gemeinden.
https://www.data.gv.at/katalog/dataset/cb45bff3-65f5-46a2-b340-516f3994a41e

CIMA (2014): Einzelhandelsstruktur- und Kaufkraftstromuntersuchung (KANO 2014). Landesbericht und Region NÖ Mitte.

Forschungsnetzwerk.at: Wie Zuzug gelingt: Hintergründe, Methoden und Beispiele für die Arbeit in Gemeinden.
http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/1099_HB_Wie_Zuzug_gelingt.pdf [abgerufen am 01.11.2020]

GESEMANN, F. (2009): Lokale Integrationspolitik in der Einwanderungsgesellschaft: Migration und Integration als Herausforderung von Kommunen. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

GIFFINGER, R., KRAMAR, H., LOIBL, W. (2001): Suburbanisierung in Österreich: ein steuerbarer Trend der Siedlungsentwicklung? in ARL: Stadt-Umland-Probleme und Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in den Ländern Mittel- und steuropa. Verlag der ARL-Hannover.

Quellenverzeichnis

HEINRITZ, G., KLEIN, K., POPP, M (2002): Geographische Handelsforschung. Borntraeger, Berlin, Stuttgart.

KÖSLICH, D. (1995): Strukturwandel im Einzelhandel. Universitätsverlag Rudolf Trauner. Linz.
LGBI.8000/24 / §53 NÖ ROG 2014

MAIER, J. (2001): Zur Einführung: Gesellschaftlicher Strukturwandel und Veränderung der Raumstruktur im Stadt-Umlandbereich unter besonderer Berücksichtigung der Suburbanisierungsprozesse in ARL: Stadt-Umland-Probleme und Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in den Ländern Mittel- und Südosteuropa. Verlag der ARL. Hannover: 2001.

Oieb.at (2014): Motivation und Zufriedenheit von Zuzüglern ins Wiener Umland: Zusammenfassung, Resümee, Empfehlungen. Österreichisches Institut für Erwachsenenbildung. St. Pölten: 2014.
https://www.oieb.at/upload/3069_8_OIEB-Zuzuegler_Zusammenfassung.pdf

Quellenverzeichnis

RICHTER, B: Regionalbeispiel Österreich: Entwicklung, Strukturen, Standorte und Entwicklungstendenzen des großflächigen Einzelhandels in in ARL: Stadt-Umland-Probleme und Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in den Ländern Mittel- und Südosteuropa. Verlag der ARL. Hannover: 2001.

Statistik.at: Wanderungen innerhalb Österreichs (Binnenwanderung) 2019 nach Alter, Geschlecht und Distanz. https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/wanderungen/wanderungen_innerhalb_oesterreichs_binnenwanderungen/index.html [abgerufen am 21.11.2020]
Statistik.at: Gemeinden: regionale Gliederungen. https://www.statistik.at/web_de/klassifikationen/regionale_gliederungen/gemeinden/index.html [abgerufen am 29.11.2020]

WEBER, T., LORD, S., STEINBISS, K., FRÖHLICH, E., (2018): Marketing: Theorie und Praxis. UKV. Konstanz.