

**Handel und Einzelhandel
im Wiener Beschäftigungssystem**

**Arbeitsmarktrelevanz, Arbeitsplatz-
charakteristika, absehbare
Herausforderungen**

Peter Mayerhofer, Peter Huber, Dieter Pennerstorfer

Wissenschaftliche Assistenz: Andrea Grabmayer,
Andrea Hartmann, Birgit Schuster

Handel und Einzelhandel im Wiener Beschäftigungssystem

Arbeitsmarktrelevanz, Arbeitsplatzcharakteristika, absehbare Herausforderungen

Peter Mayerhofer, Peter Huber, Dieter Pennerstorfer

Mai 2017

Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien

Begutachtung: Jürgen Bierbaumer-Polly • Wissenschaftliche Assistenz: Andrea Grabmayer, Andrea Hartmann, Birgit Schuster

Inhalt

Die Studie analysiert auf Basis vielfältiger und teils neuer Datensätze die Entwicklung des Wiener Handels, im Besonderen des Einzelhandels, und seine Funktion im regionalen Beschäftigungssystem. Die Ergebnisse zeigen den Wiener Einzelhandel als einen Wirtschaftsbereich, der durch technologische Veränderungen und den Übergang zu "modernen" Handelstechnologien, aber auch durch Besonderheiten der Agglomeration Wien in Angebots- und Nachfragebedingungen einem erheblichen Strukturwandel ausgesetzt war und ist. In der Folge entwickelte er sich mittel- wie langfristig schwächer als der Einzelhandel in Österreich insgesamt und übte damit eine nur geringe Rolle als Treiber von Beschäftigungszuwächsen in der Stadtwirtschaft aus. Als bestimmende Einflussfaktoren zeigen sich auf der Angebotsseite der Strukturwandel zu (produktiven) Kettenunternehmen und modernen Angebotsformaten, Effekte der Stadt-Umland-Konkurrenz sowie die Zunahme des Online-Handels. Eine schwache regionale Einkommensentwicklung kommt auf der Nachfrageseite hinzu. Diese Faktoren beeinflussen auch die im Wiener Einzelhandel vorherrschenden Arbeitsbeziehungen, Arbeitsplatzcharakteristika und Rekrutierungsmechanismen sowie seine Funktion als Arbeitgeber und Ausbildungsträger im dualen System. Auf mittlere Sicht dürfte die dynamische Expansion des Online-Handels diese bereits virulenten Wandlungsprozesse nochmals verstärken. Überlegungen zur wirtschaftspolitischen Begleitung dieses Strukturwandels schließen daher die Analyse ab.

Rückfragen: regional@wifo.ac.at

2017/404-1/S/WIFO-Projektnummer: 3016

© 2017 Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Hersteller: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung, 1030 Wien, Arsenal, Objekt 20 • Tel. (+43 1) 798 26 01-0 • Fax (+43 1) 798 93 86 • <https://www.wifo.ac.at/> • Verlags- und Herstellungsort: Wien

Verkaufspreis: 70 € • Kostenloser Download: <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/61951>

Zur Rolle des (Einzel-)Handels im Wiener Beschäftigungssystem

Arbeitsmarktrelevanz, Job-Charakteristika, absehbare Herausforderungen

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Übersichten	IV
Verzeichnis der Abbildungen	VI
Motivation und Fragestellung	1
1. Entwicklung des Wiener Handels: Trends und regionale Besonderheiten	3
1.1 <i>Handelsentwicklung in Wien im nationalen Vergleich</i>	3
1.1.1 Geringe Beschäftigungsdynamik im Vergleich zu Stadtwirtschaft und nationalem Handel	3
1.1.2 Wesentliche Entwicklungstrends im Handel auf Angebots- und Nachfrageseite	6
1.1.3 Langfristig Produktivitätsgewinne aus "modernen" Handelstechnologien, aber Trendbruch in der Effizienzentwicklung seit der Krise	9
1.2 <i>Bedeutung und Entwicklung der Teilbereiche des Wiener Handels</i>	13
1.2.1 Unterschiede im Wiener Handel: Bedeutung der Teilbereiche, relative Spezialisierung im nationalen Rahmen	13
1.2.2 Heterogene Entwicklung in den einzelnen Handelsabteilungen: Einzelhandel bei auch hier schwacher Entwicklung tendenziell stabilisierend	19
1.2.3 Schwache Performance in Groß- und Kfz-Handel: Einige Erklärungsfaktoren	23
1.3 <i>Entwicklung im Wiener Einzelhandel</i>	29
2. Zentrale Einflussfaktoren auf die Entwicklung des Wiener Einzelhandels	39
2.1 <i>Nachfrageseitige Rahmenbedingungen der regionalen Einzelhandelsentwicklung: Konsumnachfrage und regionale Einkommen</i>	39

2.2	<i>Strukturwandel in den Angebotsformaten</i>	43
2.2.1	Größenstruktur und Filialisierungsgrad im Wiener (Lebensmittel-)Einzelhandel	45
2.2.2	Deutlicher Strukturwandel zu Ketten-Unternehmen und "modernen" Angebotsformaten	48
2.2.3	Erhebliche Marktkonzentration mit Brennpunkt im Lebensmitteleinzelhandel	54
2.2.4	Perspektiven mit Schwerpunkt auf Wien	58
2.3	<i>Effekte der Stadt-Umland-Konkurrenz</i>	59
2.3.1	Grundsätzliche Überlegungen und erste empirische Hinweise	59
2.3.2	Kleinräumige Analyse: Veränderung der Standortmuster im Agglomerationsraum; Konsequenzen für die Versorgungsqualität der regionalen Bevölkerung	67
2.3.3	Fazit	83
2.4	<i>Online-Handel als Herausforderung</i>	84
2.4.1	Wirkungen des Online-Handels: Theoretische Erwartungen und bisherige Evidenz	85
2.4.2	Hohe Dynamik im Online-Handel; Umsatzanteil bisher dennoch überschaubar	89
2.4.3	Langfristige Dynamik (auch) durch Aufbau notwendiger Infrastrukturen getrieben; Smartphone als neuer Wachstumstreiber	94
2.4.4	Sektorale Online-Anteile äußerst heterogen, mit Lebensmittel als Nachzügler; Marktstruktur und Auslandsdominanz im Online-Handel als Problem	98
2.4.5	Perspektiven mit Schwerpunkt auf Wien	105
3.	Wiener (Einzel-)Handel und regionales Beschäftigungssystem	113
3.1	<i>Beschäftigung im Wiener (Einzel-)Handel: Wesentliche stilisierte Fakten</i>	113
3.1.1	Datengrundlage	113
3.1.2	Struktur und Wachstum der voll sozialversicherungspflichtigen unselbständigen Beschäftigung in Wien und Österreich	115
3.1.3	Größenstruktur und Entwicklung der Betriebsgrößen	120
3.1.4	Umschlag auf Arbeitsplatz- und Arbeitskräfteebene	125
3.1.5	Beschäftigungsaufnahmen	133
3.1.6	Arbeitsmarktstatus ein Jahr vor der Beschäftigungsaufnahme	137
3.1.7	Dauer von Beschäftigungsunterbrechungen	142
3.1.8	Branche der vorhergehenden Beschäftigung	150
3.1.9	Fazit	153
3.2	<i>Qualifikations- und Berufsstrukturen sowie Teilzeitbeschäftigung im Wiener Handel</i>	155
3.2.1	Struktur der Handelsbeschäftigten nach persönlichen Charakteristika, Qualifikation und Beruf	156
3.2.2	Teilzeitbeschäftigung	163
3.2.3	Zur Rolle des Handels in der Lehrausbildung	174

3.2.4	Zusammenfassung	180
4.	Zusammenfassung und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen	182
4.1	<i>Stylized Facts I: Entwicklung des Wiener (Einzel-)Handels: Trends und regionale Besonderheiten</i>	182
4.2	<i>Stylized Facts II: Einflussfaktoren der bisherigen Entwicklung des Wiener Einzelhandels</i>	183
4.2.1	Determinanten auf der Nachfrageseite: (regionale) Einkommensentwicklung	183
4.2.2	Determinanten auf Angebotsseite I: Strukturwandel zu "modernen" Angebotsformaten	184
4.2.3	Determinanten auf der Angebotsseite II: Stadt-Umland-Konkurrenz	185
4.2.4	Determinanten auf der Angebotsseite III: Aufstieg des Online-Handels	186
4.3	<i>Stylized Facts III: Wiener (Einzel-)Handel und regionales Beschäftigungssystem</i>	188
4.3.1	Rekrutierungsverhalten und Job-Charakteristika	188
4.3.2	Rolle als Arbeitgeber und Ausbildungsträger	190
4.4.	<i>Weitere Perspektive: Erwartungen zur Entwicklung des Wiener Einzelhandels auf mittlere Sicht</i>	191
4.5	<i>Wirtschaftspolitische Handlungsoptionen: Sicherung günstiger Rahmenbedingungen; Begleitung des Strukturwandels</i>	193
4.5.1	Handlungslinien im Bereich der Unternehmen	194
4.5.2	Handlungslinien im Bereich der Beschäftigten	197
4.5.3	Handlungslinien im Bereich der Stadtentwicklung	200
4.5.4	Positive regionale Einkommensentwicklung als Grundlage	202
	Anhang	204
	Literaturhinweise	210

Verzeichnis der Übersichten

Übersicht 1.1:	Langfristige Arbeitsplatzentwicklung im Handel	4
Übersicht 1.2:	Langfristige Entwicklung von Beschäftigung und Wertschöpfung	11
Übersicht 1.3:	Wirtschaftskennzahlen in den Branchenabteilungen des Wiener Handels	15
Übersicht 1.4:	Erwerbstätige in den Branchenabteilungen des Wiener Handels	20
Übersicht 1.5:	Wertschöpfung im Wiener Handel	22
Übersicht 1.6:	Entwicklung in den Branchengruppen des Wiener Kfz-Handels	25
Übersicht 1.7:	Entwicklung in den Branchengruppen des Wiener Großhandel	28
Übersicht 1.8:	Entwicklung in den Branchengruppen des Wiener Einzelhandels	33
Übersicht 1.9:	Wettbewerbsfähigkeit im Wiener Einzelhandel	34
Übersicht 1.10:	Beschäftigungsdynamik in den Wiener Einzelhandelsklassen	37
Übersicht 2.1:	Stand und Entwicklung der Pro-Kopf-Einkommen in den Bundesländern	42
Übersicht 2.2:	Größenstruktur in den Branchenklassen des Wiener Einzelhandels	45
Übersicht 2.3:	Struktur der Arbeitsstätten im Wiener Einzelhandel	47
Übersicht 2.4:	Entwicklung von Umsatz, Outlets und Verkaufsfläche im österreichischen Lebensmittelhandel	48
Übersicht 2.5:	Umsatzentwicklung und Flächenproduktivität nach Angebotsformaten im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel	49
Übersicht 2.6:	Entwicklung Angebotsformate in hoch entwickelten Ländern	52
Übersicht 2.7:	Marktstruktur nach Handelsmarken im österreichischen Einzelhandel	54
Übersicht 2.8:	Marktstruktur nach globalen Markeneignern im österreichischen Einzelhandel	55
Übersicht 2.9:	Marktstruktur nach globalen Markeneignern im österreichischen Lebensmittelhandel	56
Übersicht 2.10:	Entwicklung im Handel in Wien und im Wiener Umland	61
Übersicht 2.11:	Regionstypen der Stadtregion Wien	70
Übersicht 2.12:	Zahl der Geschäftslokale nach Einzelhandelsbranchen in Wien und Umland	73
Übersicht 2.13:	Durchschnittliche Entfernung zum nächstgelegenen Geschäft der entsprechenden Branche	77
Übersicht 2.14:	Umsatzentwicklung im nicht-stationären Einzelhandel nach Angebotsformaten	92
Übersicht 2.15:	Umsatz im Online-Einzelhandel nach Produktkategorien	100
Übersicht 2.16:	Stand und Entwicklung des Online-Handels in hoch entwickelten Ländern	102
Übersicht 2.17:	Marktstruktur im Online-Handel in Österreich	103
Übersicht 2.18:	Prognose der Einzelhandelsentwicklung in Österreich	106
Übersicht 2.19:	Beschäftigung im Einzelhandel nach Höhe der Online-Ausgaben: Branchengruppen mit unterschiedlicher Internet-Durchdringung	110
Übersicht 3.1:	Voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung nach Einzelhandelsbranchengruppen und Bedeutung des Online-Handels	118
Übersicht 3.2:	Beschäftigung nach Beschäftigterbetriebsgröße und Branchen	121
Übersicht 3.3:	Entwicklung der durchschnittlichen Größe der Beschäftigterbetriebe nach Branchen und Jahren	124
Übersicht 3.4:	Arbeitsplatzschaffung, -vernichtung und -umschlag nach Branchengruppen und Anteil des Online-Umsatzes und Beschäftigterbetriebsgröße in Wien und dem übrigen Österreich	126
Übersicht 3.5:	Alters- und Geschlechtsverteilung von Neuzugängen in die unselbständige Beschäftigung	135

Übersicht 3.6:	Alters- und Geschlechtsverteilung von Neuzugängen in die unselbständige Beschäftigung im Wiener Einzelhandel (nach Beschäftigterbetriebsgröße und Anteil des Online-Handelsumsatzes)	137
Übersicht 3.7:	Verteilung der dominanten Erwerbsposition im Jahr vor dem Beschäftigungs-zugang nach Alter	140
Übersicht 3.8:	Verteilung der dominanten Erwerbsposition im Jahr vor dem Beschäftigungszugang im Wiener Einzelhandel nach Geschlecht, Beschäftigterbetriebsgröße und Anteil des Online-Handelsumsatzes	141
Übersicht 3.9:	Anteil der Neuaufnahmen mit einem direkten Übergang in ein neues Beschäftigungsverhältnis nach Branchen und demographischen Merkmalen in Wien und im übrigen Österreich	143
Übersicht 3.10:	Anteil der Neuaufnahmen mit einem direkten Übergang in ein neues Beschäftigungsverhältnis im Einzelhandel nach Beschäftigterbetriebsgröße, Online-Handelsanteil und Geschlecht in Wien und im übrigen Österreich	144
Übersicht 3.11:	Mediane Dauer von Beschäftigungsunterbrechungen vor einer Neuaufnahme in ein neues Beschäftigungsverhältnis nach Branchen und demographischen Merkmalen in Wien und im übrigen Österreich	145
Übersicht 3.12:	Anteil verschiedener Arbeitsmarktzustände während einer Beschäftigungslücke nach Branchen, Geschlecht und Alter in Wien und im übrigen Österreich	146
Übersicht 3.13:	Mediane Dauer von Beschäftigungsunterbrechungen vor einer Neuaufnahme in ein neues Beschäftigungsverhältnis im Einzelhandel	148
Übersicht 3.14:	Anteil verschiedener Arbeitsmarktzustände während einer Beschäftigungslücke im Einzelhandel	149
Übersicht 3.15:	Anteil der branchentreuen Neuzugänge nach Region, Altersgruppen und Branchen	150
Übersicht 3.16:	Unselbständig Beschäftigte im Wiener Handel im Vergleich zum Durchschnitt aller Branchen in Wien	158
Übersicht 3.17:	Unselbständig Beschäftigte im österreichischen Handel außerhalb Wiens im Vergleich zur Gesamtwirtschaft	162
Übersicht 3.18:	Teilzeitquoten nach demographischen Merkmalen und Branchengruppen in Wien und dem übrigen Österreich	164
Übersicht 3.19:	Anteil der Beschäftigten nach Arbeitszeitkategorien, Geschlecht und Geburtsort in Wien und dem übrigen Österreich (Durchschnitte der Jahre 2014 und 2015)	168
Übersicht 3.20:	Wunsch nach Vollzeitarbeit unter Teilzeitbeschäftigten und nach Teilzeitarbeit unter Vollzeitbeschäftigten	170
Übersicht 3.21:	Gründe für Teilzeitarbeit in Wien und im übrigen Österreich im Handel und in der Gesamtwirtschaft nach demographischen Gruppen	172
Übersicht 3.22:	Entwicklung der Zahl der Lehrlinge nach Wirtschaftssparten in Österreich	175
Übersicht 3.23:	Entwicklung der Struktur der Lehrlinge insgesamt und im ersten Lehrjahr nach Nationalität und Geschlecht in Österreich	176
Übersicht 3.24:	Entwicklung der Zahl der Lehrlinge nach Wirtschaftssparten in Wien	178
Übersicht 3.25:	Entwicklung der Struktur der Lehrlinge insgesamt und im ersten Lehrjahr nach Nationalität und Geschlecht in Wien	179

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1.1:	Beschäftigungsdynamik im Wiener Handel	5
Abbildung 1.2:	Langfristige Entwicklung des Wiener Handels	9
Abbildung 1.3:	Langfristige Produktivitätsentwicklung im Handel	12
Abbildung 1.4:	Bedeutung des Handels in Wien	14
Abbildung 1.5:	Spezialisierung Wiens im Handel	18
Abbildung 1.6:	Entwicklung der strukturellen Bedeutung des Handels in Wien und Österreich	19
Abbildung 1.7:	Mittelfristige Entwicklung der Handelsabteilungen in Wien	21
Abbildung 1.8:	Beschäftigungsdynamik im Wiener Kfz-Handel	24
Abbildung 1.9:	Beschäftigungsdynamik im Wiener Großhandel	27
Abbildung 1.10:	Beschäftigungsdynamik im Wiener Einzelhandel	30
Abbildung 1.11:	Relative Entwicklung des Wiener Einzelhandels	31
Abbildung 1.12:	Beschäftigungsdynamik in den Wiener Einzelhandelsgruppen	35
Abbildung 2.1:	Konsum- und Einkommenszuwächse in Österreich seit den 1970er-Jahren	40
Abbildung 2.2:	Entwicklung der verfügbaren Einkommen in Wien	41
Abbildung 2.3:	Entwicklung Umsatzanteile in "modernen" und traditionellen Angebotsformaten	51
Abbildung 2.4:	Veränderung der räumlichen Wachstumsmuster der Beschäftigung im Handel in der Agglomeration Wien	64
Abbildung 2.5:	Räumliche Wachstumsmuster in Handel und Gesamtwirtschaft in der Agglomeration Wien	66
Abbildung 2.6:	Geographische Gliederung von Wien in Stadt und Umland	69
Abbildung 2.7:	Anteil der unselbständig Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung	71
Abbildung 2.8:	Räumlich Verteilung der Geschäftslokale	75
Abbildung 2.9:	Entfernung zum nächsten Geschäft im Lebensmitteleinzelhandel (Kumulierte Verteilungsfunktion)	80
Abbildung 2.10:	Entfernung zum nächsten Möbelgeschäft (Kumulierte Verteilungsfunktion)	81
Abbildung 2.11:	Entfernung zum nächsten Schuhgeschäft (Kumulierte Verteilungsfunktion)	81
Abbildung 2.12:	Entfernung zur nächsten Spielwarenhandlung (Kumulierte Verteilungsfunktion)	82
Abbildung 2.13:	Entfernung zur nächsten Apotheke (Kumulierte Verteilungsfunktion)	82
Abbildung 2.14:	Handelssparten im österreichischen Einzelhandel	90
Abbildung 2.15:	Entwicklung der Angebotsformate im nicht stationären Einzelhandel	91
Abbildung 2.16:	Reiner Online-Handel und Multi-Channel-Anbieter im Online-Einzelhandel	93
Abbildung 2.19:	Entwicklung des mobilen Online-Einzelhandels	97
Abbildung 2.20:	Über Internet gekaufte Waren und Dienstleistungen 2016 in Österreich	98
Abbildung 2.21:	Bedeutung der Warengruppen im Internet-Handel	99
Abbildung 2.22:	Perspektiven der unterschiedlichen Formate im Einzelhandel	107
Abbildung 3.1:	Entwicklung der geringfügigen Beschäftigung im Wiener Handel	114
Abbildung 3.2:	Entwicklung der voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständigen Beschäftigung im Wiener und österreichischen Handel	116
Abbildung 3.3:	Durchschnittliche Betriebsgröße im Handel und dem Rest der Wirtschaft (Wien und übriges Österreich)	123
Abbildung 3.4:	Entwicklung des Arbeitskräfteumschlags im Handel nach Branchengruppen (Wien und übriges Österreich)	130
Abbildung 3.5:	Arbeitskräfteumschlag in den Handelsbranchen in Wien und im übrigen Österreich	131

Abbildung 3.6:	Arbeitskräfteumschlag nach Betriebsgröße im Handel und anderen Branchen (Wien und übriges Österreich)	132
Abbildung 3.7:	Verteilung der dominanten Erwerbsposition im Jahr vor dem Beschäftigungszugang nach Geschlecht	139
Abbildung 3.8:	Anteil der branchentreuen Neuzugänge im Einzelhandel nach Region, Beschäftigterbetriebsgröße und Anteil des Online-Handels	152
Abbildung 3.9:	Unselbständig Beschäftigte im österreichischen Handel außerhalb Wiens im Vergleich zur Gesamtwirtschaft	160
Abbildung 3.10:	Unselbständig Beschäftigte im Wiener Handel im Vergleich zur Gesamtwirtschaft	161
Abbildung 3.11:	Altersstruktur der Voll- und Teilzeitbeschäftigten	165
Abbildung 3.12:	Bildungsstruktur der Voll- und Teilzeitbeschäftigten	166
Abbildung 3.13:	Anteil der Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten in Wien und Österreich	167
Abbildung 3.14:	Unfreiwillige Teilzeitbeschäftigung im Handel nach demographischen Merkmalen	174

Motivation und Fragestellung

Die Verteilung von Gütern von deren Produzenten zu den Konsumenten als Endnachfrager ist eine zentrale Funktion im Wirtschaftskreislauf. Sie wird von distributiven Dienstleistungsbereichen (Handel, Logistik) erfüllt, die damit einen erheblichen Anteil an der gesamten ökonomischen Aktivität ausmachen. Nach VGR-Daten der Vereinten Nationen dürfte zuletzt rund ein Fünftel des weltweiten Bruttoinlandsprodukts auf derartige Dienstleistungen zurückgegangen sein – ein Wertschöpfungsanteil, der beim 1,3-fachen der weltweiten Produktion von Sachgütern liegt (*Bronnenberg – Ellickson, 2015*). Dabei unterscheidet sich dieser Anteil zwischen den Kontinenten, aber auch zwischen Ländern und Regionstypen nur wenig, auch in Wien liegt er zuletzt (2014) mit 19,2% des BRP in der genannten Größenordnung.

Kernbereich dieser distributiven Dienste ist der Handel, der (mit seinen Teilbereichen Kfz-Handel, Großhandel und Einzelhandel) in Wien zuletzt rund 10 Mrd. € oder 13,3% des Wiener Regionalprodukts erwirtschaftet. 142.400 Arbeitnehmer/innen sind in der Bundeshauptstadt in diesem Bereich tätig, das sind knapp 14% der Wiener Beschäftigten nach RGR. Auf der Ebene der (ÖNACE-1-Steller-)Branchenabschnitte ist der Handel damit größter Arbeitgeber Wiens, wobei der Einzelhandel dabei mit deutlich mehr als der Hälfte der unselbständigen Beschäftigungsverhältnisse im Handel für diese Position vorrangig verantwortlich zeichnet.

Diese erstrangige Rolle für ökonomische Basis und regionalen Arbeitsmarkt macht den Wiener (Einzel-)Handel für eine eingehende Analyse schon für sich interessant. Dies gilt umso mehr, als gerade der (Einzel-)Handel in den letzten Jahrzehnten erheblichen technologischen und organisatorischen Veränderungen unterworfen war. So haben neue Angebotsformen (Online-Handel) und -formate (Ausweitung Verkaufsflächen; Filialisierung; Aufstieg Super-/Großmärkte und Diskonter gegenüber dem traditionellen Facheinzelhandel) einen massiven Wandel der hier vorfindlichen Markt- und Unternehmensstrukturen angestoßen, auch Veränderungen in der Arbeitswelt (wie Atypisierung der Beschäftigung, steigender Beschäftigungsumschlag etc.) dürften sich im Handel noch verstärkt manifestieren (etwa *Bierbaumer-Polly et al., 2014*). Dabei ist angesichts des weiteren Aufstiegs des Online-Handels auch kaum zu erwarten, dass sich dieser Strukturwandel zumindest in mittelfristiger Perspektive wieder abschwächen wird. Erhebliche Wirkungen auf die ökonomischen Akteure im stationären Handel, aber auch den regionalen Arbeitsmarkt und die hier vorherrschenden Arbeitsformen und Einkommensmöglichkeiten können die Folge sein.

Vor diesem Hintergrund sind in jüngster Zeit (auch) in Österreich zahlreiche Studien entstanden, die sich mit der Entwicklung des Handels und seinen Zukunftsperspektiven bei sich verändernden Rahmenbedingungen befassen (etwa *Bierbaumer – Polly et al., 2014*; *Böheim et al., 2016*; *Eichmann et al., 2016*; *KMU-Forschung Austria, 2016*; *AK Wien, 2016*). Sie nehmen allerdings sämtlich eine rein nationale Perspektive ein, sodass auf ihrer Grundlage – angesichts der großen Heterogenität der Bundesländer in Handelsspezialisierung und Handelsentwicklung – nur sehr bedingt Lehren für die Wirtschaftspolitik auf regionaler Ebene gezogen werden können. Dies trifft besonders für Wien als Österreichs einziger großer Metropolregion

zu, für welche durchaus spezifische Rahmenbedingungen in Hinblick auf Wirtschaftsstruktur, Wettbewerbsintensität, Arbeitsmarktdynamik, Entwicklungspotentiale und (klein-)räumigen Kontext gelten dürften.

Unsere Studie ergänzt die vorliegenden Arbeiten daher um die regionale Dimension, und stellt den (Einzel-)Handel in Wien in den Mittelpunkt der Betrachtung. Dies scheint nicht zuletzt auch deshalb sinnvoll, weil Kenngrößen zur mittelfristigen Dynamik von Handel wie Einzelhandel in Wien in Hinblick auf die Bewältigung des angesprochenen Strukturwandels im Bereich ein keineswegs günstiges Bild zeichnen. So war das Wertschöpfungswachstum im Wiener Handel seit der Jahrtausendwende mit nominell +1,4% p.a. nur halb so hoch wie in Österreich (+2,8% p.a.), was im regionalen Vergleich die mit Abstand schwächste Dynamik unter den Bundesländern bedeutete. Dabei blieben Zuwächse in der Wertschöpfung im Wiener Handel auch deutlich hinter jenen in der Wiener Stadtwirtschaft insgesamt (+2,7% p.a.) zurück, sodass der Bereich (nur) in Wien auch nicht zur mittelfristigen Beschäftigungsdynamik beitrug. Seit der Jahrtausendwende hat sich die Zahl der Arbeitnehmer/innen lt. RGR im regionalen Handel vielmehr (nur) in Wien leicht reduziert (-0,1% p.a.; Österreich +0,8% p.a.), und die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden ging um immerhin 17 Millionen (oder -0,3% p.a.; Österreich +0,1% p.a.) zurück – auch dies die schwächste Entwicklung unter den Bundesländern.

Ziel unserer Arbeit ist es vor diesem Hintergrund, die Entwicklung des Wiener Handels und ihre Besonderheiten nachzuzeichnen, und die dafür bestimmenden Mechanismen in vergleichender Analyse offen zu legen. Dabei wird (auch) der gesamte Wiener Handel Gegenstand der Betrachtung sein. Im Fokus der Analyse wird aber der Einzelhandel als beschäftigungsreichster Branchenabschnitt des Wirtschaftsbereichs stehen, zumal die genannten Herausforderungen aus veränderten Angebotsformaten und -formen gerade hier besonders schlagend sein dürften. Unsere Studie erarbeitet daher empirische Evidenz zu diesen Wandlungsprozessen und versucht, deren Einfluss auf die Rolle des Handels im regionalen Beschäftigungssystem zu beleuchten – nicht zuletzt auch in Hinblick auf mögliche Wandlungsprozesse in Beschäftigungsmöglichkeiten, Arbeitsformen und Jobcharakteristika.

Vorrangig versuchen wir also in dieser Studie, anhand aussagekräftiger Indikatoren-Vergleiche, die Spezifika des Wiener Handels in Struktur und Entwicklung herauszuarbeiten und Anhaltspunkte zu den Bestimmungsfaktoren der identifizierten Besonderheiten zu gewinnen. Zudem stellen wir uns die Aufgabe, jene Herausforderungen näher zu beleuchten, welche für den Wiener (Einzel-)Handel und seine Rolle im Beschäftigungssystem aus übergeordneten Entwicklungstrends (Zunahme Online-Handel; Veränderung Angebotsformate; Entwicklung des kleinräumigen Wettbewerbs im Agglomerationsraum) entstehen. Nicht zuletzt untersuchen wir die Entwicklung des Beschäftigungssystems im Wiener Handel im Detail, wobei vor allem Veränderungen in Beschäftigungsformen (Teilzeit, geringfügige Beschäftigung) und dem Einsatz von Humanressourcen im Vordergrund stehen. Evidenzbasierte Schlussfolgerungen auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse schließen die Studie ab.

1. Entwicklung des Wiener Handels: Trends und regionale Besonderheiten

1.1 Handelsentwicklung in Wien im nationalen Vergleich

1.1.1 Geringe Beschäftigungsdynamik im Vergleich zu Stadtwirtschaft und nationalem Handel

Einen ersten Eindruck zur langfristigen Dynamik des Wiener Handels liefert Übersicht 1.1, aus der die Entwicklung der unselbständigen Standard-Beschäftigungsverhältnisse nach Hauptverband (HV) im Branchenabschnitt im Vergleich zur Wiener Stadtwirtschaft insgesamt sowie zum Handel in Österreich hervorgeht. Trotz statistischer Unwägbarkeiten aus der mehrmaligen Umstellung der Branchenklassifikation im (langen) Beobachtungszeitraum¹⁾ scheint eine schwache Performance des Wiener Handels als "Beschäftigungsmotor" im Vergleich zu Regionalwirtschaft wie nationaler Branchenkonkurrenz schon daraus zweifelsfrei.

Dabei war diese ungünstige Gesamtentwicklung keineswegs Ausfluss statistischer Verluste aus den genannten Veränderungen der Sektorklassifikation, was ähnlich ungünstige Entwicklungen auch innerhalb der Perioden gleicher Branchenzuordnung belegen. So stagnierte die Wiener Handelsbeschäftigung (ähnlich wie die Wiener Gesamtbeschäftigung) schon in den Strukturbrüchen im Gefolge der beiden Ölkrisen weitgehend (1970-1985 +0,2% p.a.), während negative Beschäftigungseffekte in Österreich in dieser Phase weitgehend auf die Industrie beschränkt blieben (Handel +2,1% p.a.). In der anschließenden Phase guter Konjunktur mit Impulsen aus deutscher Wiedervereinigung und Ostöffnung schwenkte der Wiener Handel auf einen günstigeren Beschäftigungspfad ein (1986-1994 +0,6% p.a.). Auch hier blieben regionale Arbeitsplatzgewinne im Bereich aber nur bei rund einem Drittel des nationalen Branchenwachstums (+1,8% p.a.). Dieser Wachstumsrückstand vergrößerte sich in der folgenden Periode 1995-2007 nochmals erheblich (Handel Wien –1,2% p.a.; Österreich +0,8%), weil der Wiener Handel auf die Anpassungserfordernisse aus EU-Integration und der (europäischen) Konjunkturschwäche der frühen 2000er-Jahre (anders als der Handel in Österreich) mit Beschäftigungsabbau reagierte, und auch die anschließende Hochkonjunktur bis zur Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise regional erst sehr spät in Arbeitsplatzgewinnen ihren Niederschlag fand. Von der Krise selbst war die Wiener Handelsbeschäftigung später, aber stärker betroffen als jene in Österreich, auch die folgende Erholung blieb regional – von einem verstärkten "Rebound-Effekt" in der unmittelbaren Nachkrisenphase abgesehen – vergleichsweise schwach. Damit hat sich der Wachstumsrückstand des Wiener Handels zur nationalen Benchmark im Durchschnitt der Periode 2008-2016 zwar abgeschwächt, blieb aber mit rund ½ Prozentpunkt pro Jahr erheblich.

¹⁾ Statistische Umstellungen der Sektorklassifikation fanden in den Jahren 1995 (BS68 auf ÖNACE 1995), 2003 (ÖNACE 1995 auf ÖNACE 2003) und 2008 (ÖNACE 2003 auf ÖNACE 2008) statt, wobei für die Klassifikationen nach ÖNACE 1995 und 2003 auch Rückrechnungen für einige Jahre durchgeführt wurden. Die Übersicht zeigt damit die Beschäftigtenstände für die Jahre 1970-1985 nach BS68, 1986-1994 nach ÖNACE 1995, 1995-2007 nach ÖNACE 2003 und seit 2008 nach ÖNACE2008.

Übersicht 1.1: Langfristige Arbeitsplatzentwicklung im Handel
Unselbständige Beschäftigungsverhältnisse lt. HV, 1970-2016

	Insgesamt		Tertiärer Sektor		Handel	
	Wien	Österreich	Wien Absolut (Anteile in %)	Österreich Absolut (Anteile in %)	Wien	Österreich
1970	728.529	2.365.426	423.806 (58,2)	1.154.367 (48,8)	106.760 (14,7)	276.361 (11,7)
1985	732.263	2.762.606	512.364 (70,0)	1.636.420 (59,2)	110.681 (15,1)	377.181 (13,7)
1986	731.871	2.733.156	514.034 (70,2)	1.623.825 (59,4)	108.271 (14,8)	370.834 (13,6)
1994	773.068	2.971.650	579.823 (75,0)	1.919.119 (64,6)	113.559 (14,7)	428.363 (14,4)
1995	765.692	2.972.260	591.299 (77,2)	1.986.839 (66,9)	121.125 (15,8)	479.173 (16,1)
2000	758.782	3.064.459	604.998 (79,7)	2.125.754 (69,4)	111.436 (14,7)	492.184 (16,1)
2007	749.923	3.227.449	624.427 (83,3)	2.326.380 (72,1)	105.134 (14,0)	524.463 (16,3)
2008	751.357	3.280.700	635.343 (84,6)	2.365.596 (72,1)	107.847 (14,4)	511.435 (15,6)
2016	797.965	3.498.855	693.497 (86,9)	2.596.707 (74,2)	108.282 (13,6)	538.297 (15,4)
Durchschnittliche jährliche Veränderung in %						
1970/1985	+ 0,0	+ 1,0	+ 1,3	+ 2,4	+ 0,2	+ 2,1
1986/1994	+ 0,7	+ 1,1	+ 1,5	+ 2,1	+ 0,6	+ 1,8
1995/2007	- 0,2	+ 0,7	+ 0,5	+ 1,3	- 1,2	+ 0,8
2008/2016	+ 0,8	+ 0,8	+ 1,1	+ 1,2	+ 0,1	+ 0,6

Q: HV; WIFO-Berechnungen. – Ab 1986 ohne Personen, die Kinderbetreuungsgeld beziehen, ohne Präsenzdiener.

Insgesamt ist eine vergleichsweise schwache Beschäftigungsdynamik im Wiener Handel damit weitgehend unabhängig von der Konjunkturphase zu konstatieren, und gilt gegenüber dem nationalen Handel wie der regionalen Gesamtwirtschaft (Abbildung 1.1).

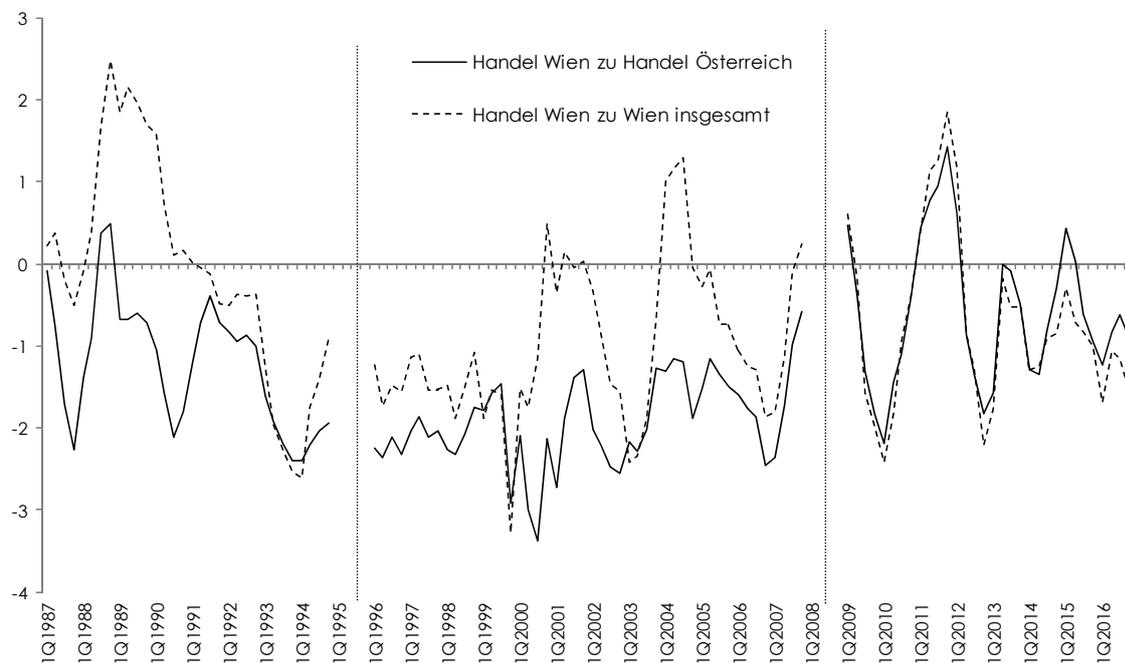
So hat der Wiener Handel in den letzten 30 Jahren nur in 38% der (insgesamt 112) datentechnisch interpretierbaren Quartalen Arbeitsplätze aufgebaut, während dies im nationalen Handel in der deutlichen Mehrheit der Quartale (82%) der Fall war (Abbildung 1.1, oberes Panel). Bei grundsätzlich ähnlichem Konjunkturmuster blieb die Beschäftigungsdynamik im Wiener Handel damit fast durchgängig (nämlich in 102 von 112 Quartalen) schwächer als im nationalen Handel – mit der kurzen Erholung des Jahres 2011 als "Rebound"-Effekt eines zuvor stärkeren Einbruchs als einziger relevanter Ausnahme.

Abbildung 1.1: Beschäftigungsdynamik im Wiener Handel

Unselbständige Beschäftigungsverhältnisse, Veränderung gegen das Vorjahr in %



Wachstumsdifferenzial in Prozentpunkten



Q: HV, WIFO-Berechnungen.

Vor diesem Hintergrund hat der Wiener Handel auch zur Beschäftigungsentwicklung der Wiener Stadtwirtschaft insgesamt nur unzureichend beigetragen (Abbildung 1.1, unteres Panel). So kam die Veränderungsrate der Wiener Handelsbeschäftigung in den 112 inhaltlich interpretierbaren Quartalen der Jahre 1987 bis 2016 nur in 27 Fällen an jene der regionalen Beschäftigung insgesamt heran. Dabei beschränkten sich Phasen mit einem positiven (Netto-) Beitrag des Wiener Handels zur regionalen Beschäftigungsdynamik – neben kurzen Episoden in und nach der Wirtschaftskrise sowie wenigen Quartalen im langen Aufschwung davor (1. Quartal 2004 bis 3. Quartal 2004) vor allem auf die Phase der Ostöffnung (3. Quartal 1988 bis 2. Quartal 1990), in welcher neue Kaufkraftströme aus den angrenzenden Transformationsländern schlagend wurden.

1.1.2 Wesentliche Entwicklungstrends im Handel auf Angebots- und Nachfrageseite

Ist damit eine auch langfristig vergleichsweise geringe Beschäftigungsdynamik des Wiener Handels unstrittiges empirisches Faktum, so wäre es verfehlt, daraus notwendig auf Probleme der regionalen Anbieter und/oder auf einen generellen Verlust an regionaler Wettbewerbsfähigkeit in diesem wichtigen Bereich der Regionalwirtschaft zu schließen. Tatsächlich kann eine schwache Beschäftigungsentwicklung ja aus einer schwachen Nachfrage (gemessen am Wertschöpfungswachstum), und/oder aber aus einer hohen Produktivitätsdynamik (gemessen am Arbeitsinput je Wertschöpfungseinheit) resultieren.

Nun hat der Handel in der hier beobachteten langen Periode seit den 1970er-Jahren ohne Zweifel eine Reihe von technologischen und organisatorischen Veränderungen erfahren, die (zumindest auch) Letzteres erwarten lassen: Ganz grundsätzlich sind diese Veränderungen mit der Anwendung und Diffusion "moderner (Einzel-)Handelstechnologien" verknüpft, die es ermöglichen, die Distribution von Waren zum Kunden (als grundlegende Funktion des Handels) (kosten-)effizienter zu organisieren (*Bronnenberg – Ellickson, 2015*). Dabei werden Lagerung, Handling, Transport und Distribution der gehandelten Güter in der Tendenz zum jeweils effizientesten Akteur verlagert, wobei auch der Konsument (etwa bei Selbstbedienung) als Akteur aufzufassen ist. Entscheidend sind in diesem Zusammenhang einige zentrale Entwicklungstrends, welche den Strukturwandel in der betrachteten Periode auf Angebots- wie Nachfrageseite kennzeichnen:

- Angebotsseitig ist hier zunächst der (weitere) Übergang von unabhängigen Handelsbetrieben zu Anbietern unter dem Dach von Handelsketten ("Filialisierung") als dominierender Betriebsform zu nennen (etwa *Foster et al., 2006*). Er hat in erheblichen Größen- und Verbundvorteilen auf der Ebene der Handelskette ihren Ursprung. Sie resultieren etwa aus verstärkten Möglichkeiten zur Optimierung von Vertriebsnetz und Lagerhaltung, sowie generell zur Integration der (gesamten) Angebotskette im Verbund. Sie folgen aber auch aus einer höheren Marktmacht gegenüber den Produzenten und/oder Skalenvorteilen in der Werbung (*Dobson, 2006*). Systemisch wirkt dies deutlich produktivitätssteigernd, wobei Effizienzgewinne allerdings vorrangig durch Reallokation auf Unternehmensebene entstehen, ineffiziente (unabhängige) Einheiten

werden also letztlich durch produktivere (Ketten-)Anbieter verdrängt²⁾. Da die genannten Skaleneffekte auf Kettenebene zudem das Entstehen großer Unternehmen (und damit Marktkonzentration) befördern, sind neue Herausforderungen (auch) für die Wettbewerbspolitik die Folge.

- Parallel dazu (und verbunden damit) findet ein erheblicher Strukturwandel in den Angebotsformaten des stationären Handels statt – ein Phänomen, das für sich wohl die größten Produktivitätspotentiale im Handel erschlossen hat (*Bronnenberg, 2015; Bronnenberg – Ellickson, 2015*). Zudem wird es oft mit Wohlfahrtsgewinnen für die Konsumenten in Verbindung gebracht³⁾. Im Zuge dieses "Formatwandels" haben sich die vorfindlichen Geschäftsformen auf "Outlet"-Ebene in Anpassung an zunehmend heterogene Kundenpräferenzen stark ausdifferenziert⁴⁾, wobei spezialisiertere Formate etwa in Hinblick auf Produktvielfalt (Großmärkte, Einkaufszentren), Preiswettbewerb (Diskonter) oder Zeitersparnis (Nachbarschaftsläden/Mini-Märkte) entstanden sind. Übergeordnet ist dieser Wandel aber vor allem mit steigenden Geschäftsgrößen (und -flächen) verbunden. Dies lässt wiederum erhebliche Skalenerträge (und damit Effizienzsteigerungen) auf der Ebene des einzelnen Geschäftes ("Outlets") zu – etwa durch einen rascheren Warenumsatz (und damit geringere Lagerkosten), verminderte "Stehzeiten" der Beschäftigten, aber auch Wettbewerbsvorteile aus einer größeren Produktvielfalt.
- Grundlage für diese Veränderungen sind wiederum technologische Fortschritte mit deutlich produktivitätssteigernder (aber auch räumlich differenzierender) Wirkung. So haben verbesserte Lager- und Transportkapazitäten auf Konsumentenebene (Automobilisierung, Suburbanisierung mit größeren Haushaltsflächen) höhere durchschnittliche Transaktionsgrößen begünstigt, und damit den Aufstieg großformatiger (und "effizienterer") Geschäftsformen erst ermöglicht. Gleichzeitig haben sie aber auch die Nachteile der Kernstädte aus Flächenmangel bzw. höheren Bodenkosten stärker in

²⁾ So zeigen *Foster et al. (2006)* in einer umfassenden Analyse des Strukturwandels im US-Einzelhandel der 1990er-Jahre, dass das in dieser Phase recht robuste Produktivitätswachstum (+14% in einem 10-Jahres-Zeitraum) praktisch ausschließlich aus Verdrängungseffekten resultierte. Effizienzsteigerungen innerhalb der Unternehmen spielten dagegen nur eine geringe Rolle.

³⁾ Argumentiert wird hier mit der zumindest teilweisen Weitergabe von Produktivitätssteigerungen über sinkende Angebotspreise, aber auch mit der steigenden Wahlfreiheit und Bequemlichkeit für den Konsumenten. Empirisch zeigen etwa *Hausman – Liebtag (2007)*, dass der Einstieg von Walmart in den US-Lebensmittelhandel mit einem Rückgang der Nahrungsmittelausgaben der amerikanischen Konsumenten von fast einem Viertel verbunden war. Zudem war Walmart danach für fast die Hälfte der Produktivitätsgewinne im US-Einzelhandel zwischen 1982 und 2002 verantwortlich. *Atkin et al. (2015)* errechnen für Mexiko Wohlfahrtsgewinne von 6,2% der Haushaltseinkommen als Effekt des Eintritts ausländischer (Supermarkt-)Ketten in einen zuvor durch regionale Anbieter beherrschten Einzelhandelsmarkt.

⁴⁾ Zudem kann die Ausdifferenzierung der Angebotsformate auch Ausdruck einer Anpassung an lokale Marktgegebenheiten und Regulierungsregime sein. So kombinieren etwa Großmärkte in Europa (anders als in den USA) oft Angebote im Bereich Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel, um regulatorischen Restriktionen zur Zahl zulässiger Großeinheiten zu entgehen. Ähnlich dürfte die vergleichsweise große Zahl kleinerer Supermärkte mit beschränktem Sortiment in Österreich und Deutschland die Bestimmungen der Raumordnung in diesen Ländern widerspiegeln.

den Vordergrund gerückt, mit der Konsequenz eines zunehmenden räumlichen Wettbewerbs auf der Ebene der Agglomerationsräume (Stadt-Umland-Konkurrenz).

- Zentral scheinen zudem Innovationen in Lagermanagement und Logistik in Verbindung mit neuen IKT-Lösungen. Neue Möglichkeiten des automatisierten Lagers und des Lagermanagements auf Barcode-Basis, aber auch der Einsatz von Scanner – Kas sen waren mit erheblichen Effizienzgewinnen verbunden (Basker, 2015). Gleichzeitig machen neue (meist IKT-basierte) Lager-, Logistik- und Absatzlösungen hoch-frequente Auslieferungsmuster und damit größere Formate erst möglich (Holmes, 2001), befördern aber auch eine hohe Produktvielfalt auf Ketten- wie Outlet-Ebene (Messinger – Narasimhan, 1995). Nicht zuletzt sind solche Innovationen auch Grundlage für den Aufstieg des Online-Handels als produktzyklisch "junger" Angebotsform. Er kann systemisch als weiteres (neues) Angebotsformat verstanden werden (Hortacsu – Sylverson, 2015), welches den Anpassungsdruck auf den stationären Handel (und hier vor allem auf traditionelle Handelsformen; Goldmanis et al., 2010) nochmals verschärft, letztlich aber – über den sinkenden Bedarf an physischen Geschäften – einmal mehr produktivitätssteigernde Wirkungen entfaltet.
- Auf der Nachfrageseite sind vorrangig das Ausgabenbudget der Konsumenten und damit das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte wesentliche Treiber der Entwicklung im Handel. Makroökonomisch hat diese Einkommensentwicklung in der Beobachtungsperiode die Handelsentwicklung ceteris paribus wohl gestützt. Immerhin sind die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte in Österreich nach Daten der nationalen VGR seit 1976 nominell um +4,2% und real um 1,6% pro Jahr gestiegen. Dabei ist freilich zu berücksichtigen, dass die Einkommenselastizität der Güternachfrage in entwickelten Volkswirtschaften (wie Österreich) typischerweise niedriger liegt als bei Dienstleistungen⁵). Da im Handel letztlich Güter (und nicht Dienstleistungen) gehandelt werden, manifestieren sich steigende Einkommen damit nicht vollständig auch in steigenden Handelsumsätzen.
- Jedenfalls bedeuten steigende (Arbeits-)Einkommen aber steigende Opportunitätskosten für die im Einkauf verbrachte Zeit auf Konsumentenebene. Dies ist für die Entwicklung des Handels insofern relevant, als Konsumentenzeit als Input in der Produktionsfunktion des (Einzel-)Handels gesehen werden kann (Oi, 1992). Bei steigenden Entwicklungs- und Einkommensniveaus nehmen daher Angebotsformen zu, welche die Transaktionskosten der Konsumenten für Einkauf und/oder Heimproduktion senken (Bronnenberg, 2015). Beispiele dafür sind etwa neue Angebote zur Auslieferung im stationären Handel, aber auch "ready-to-eat"-Angebote (mit kurzen Zubereitungszeiten für den Konsumenten) auf Produktebene. Auf der Ebene der Angebotsformate sind

⁵) Empirische Analysen (etwa Falvey – Gemmel, 1996; Curtis – Murthy, 1998; Rowthorne – Ramaswami, 1999; Peneder et al., 2003) zeigen für entwickelte Länder typischerweise eine Einkommenselastizität der Güternachfrage von kleiner 1, während für viele Dienstleistungen – bei geringer Preiselastizität – eine solche größer 1 gemessen wird. Steigende Einkommen führen damit zu einer Verschiebung der Konsumstruktur zu Dienstleistungen (Echevarria, 1997; Kongsamut et al., 2001).

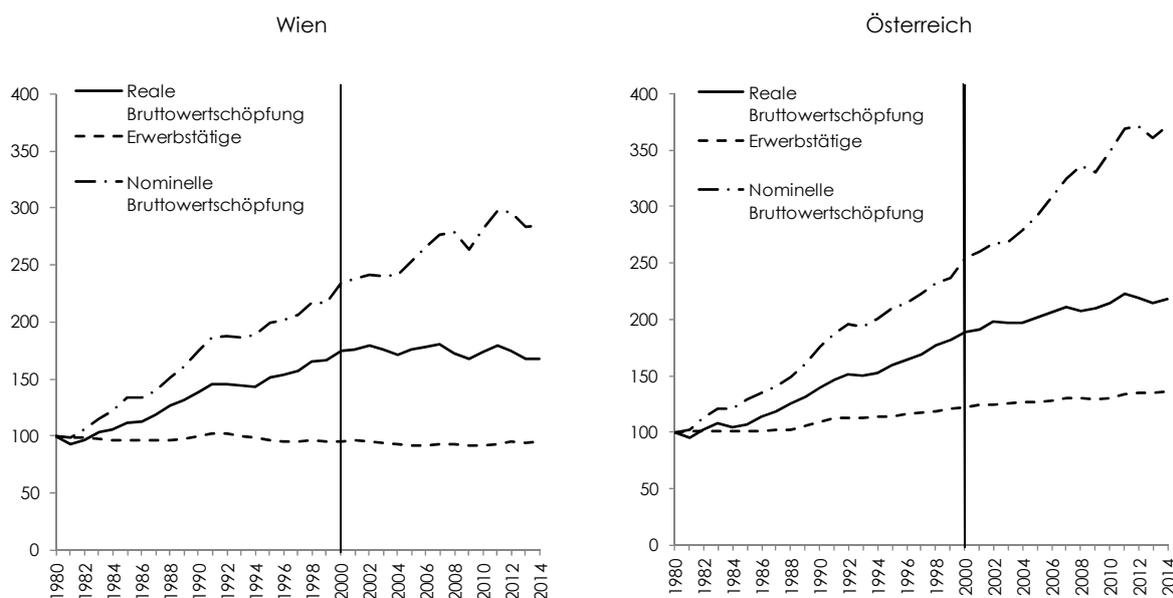
etwa das Entstehen von Einkaufszentren (mit ihrer Bündelung unterschiedlicher Geschäfte) und der Aufstieg des Online-Handels in diesem Kontext zu sehen.

In welcher Weise alle diese Faktoren die oben gezeigte Entwicklung des Wiener Handels und letztlich auch die hier vorherrschenden Beschäftigungschancen und Arbeitsformen beeinflusst haben bzw. noch beeinflussen werden, wird Gegenstand der folgenden Analyse sein. Dabei wird der Schwerpunkt unseres Interesses auf dem Wiener Einzelhandel liegen.

1.1.3 Langfristig Produktivitätsgewinne aus "modernen" Handelstechnologien, aber Trendbruch in der Effizienzentwicklung seit der Krise

Schon an dieser Stelle kann allerdings für den gesamten Handel gezeigt werden, dass Produktivitätsgewinne und damit eine sinkende Beschäftigungsintensität einen erheblichen Teil der nur schwachen langfristigen Beschäftigungsentwicklung im Wiener Handel erklären können (Abbildung 1.2).

Abbildung 1.2: Langfristige Entwicklung des Wiener Handels
1980 = 100



Q: Statistik Austria (RGR), Regionales IO-Modell des WIFO, WIFO-Berechnungen.

Tatsächlich ist die Wertschöpfung des Wiener Handels nach verketteten Zeitreihendaten aus der regionalen VGR⁶⁾ in nomineller wie realer Rechnung langfristig erheblich gestiegen, und

⁶⁾ Die hier gezeigten Langfristvergleiche für Erwerbstätige und Bruttowertschöpfung basieren auf Datenarbeiten in Zusammenhang mit dem laufenden Up-Date des multiregionalen, multisektoralen IO-Modells des WIFO (MultiReg). Konsistente Reihen für die nominelle Wertschöpfung auf Sektorebene liegen von Statistik Austria in unterschiedlicher VGR-Konvention für die Jahre 1975-1990, 1988-1995, 1995-2007, sowie 2000-2014 vor. Sie wurden im Zuge dieser

nicht wie die Zahl der im Wiener Handel beschäftigten Erwerbstätigen leicht zurückgegangen. Die oben dargestellten strukturellen Veränderungen dürften damit tatsächlich relevante Produktivitätsgewinne ausgelöst haben. So hat sich die nominelle Bruttowertschöpfung im Wiener Handel seit 1980 bei (leicht) abnehmender Zahl der Erwerbstätigen (1980/2014 –8,8%) fast verdreifacht (+184,1%), auch preisbereinigt⁷⁾ zeigt der Entwicklungstrend der Handelswertschöpfung mit einem Anstieg von mehr als zwei Drittel (+67,1%) für die Gesamtperiode deutlich nach oben.

Allerdings macht die Abbildung auch klar, dass die gegenüber dem nationalen Handel schwächere regionale Beschäftigungsentwicklung im Sektor auch in einem langfristig deutlichen regionalen Wachstumsrückstand auf der Outputseite ihre Ursache hatte. So ist die Wertschöpfung im Handel in Österreich seit 1980 zu laufenden (+271,3%) wie konstanten Preisen (+118,3%) deutlich stärker gestiegen als in Wien, was offenbar vor allem in einer erheblichen Abschwächung der Wertschöpfungsdynamik im Wiener Handel seit der Jahrtausendwende seine Ursache hatte.

Tatsächlich zeigt sich bei genauerer Betrachtung (Übersicht 1.2), dass die nominelle Bruttowertschöpfung des Handels auch in Wien in jedem der unterschiedenen Zeiträume deutlich zugenommen hat, obwohl die Zahl der regional im Handel Tätigen stagnierte (1980er-Jahre) oder rückläufig war (1990er-Jahre, Periode seit 2000). Allerdings hat sich der Output-Zuwachs des Wiener Handels in jedem der gezeigten Zeiträume gegenüber der Periode davor empfindlich (und stärker als in Österreich) abgeschwächt. Damit hat sich die Wachstumsschere zu Österreich nach noch ähnlicher Wertschöpfungsentwicklung in den 1980er-Jahren in der Folge immer weiter geöffnet.

Vor diesem Hintergrund war die Entwicklung der Bruttowertschöpfung zu konstanten Preisen in der jüngsten der unterschiedenen Perioden (2000-2014) im Wiener Handel sogar rückläufig – anders als in Österreich, wo die sektorale Wertschöpfungsdynamik real zwar auch deutlich nachgab, aber klar positiv blieb (+15,5%). Dabei verdient diese Entwicklung seit der Jahrtausendwende auch insofern besondere Beachtung, als sie im Wiener Handel – trotz der gezeigten Erosion im realen Output – mit einer merklichen Konsolidierung der Beschäftigungsentwicklung verbunden war. Tatsächlich ist die Zahl der im Handel Tätigen in dieser Phase regional rückläufiger Produktionsentwicklung im Gegensatz zu den 1990er-Jahren (–4,8%) weitgehend konstant geblieben. Deutliche Einbußen (auch) in der regionalen Produktivitätsposition (2000/2014 real –3,6%; Österreich +3,8%) im nationalen Rahmen waren die Folge.

Arbeiten auf Basis aufwändiger Verfahren verkettet, Randausgleichsverfahren stellen dabei die Konsistenz mit der nationalen VGR in zeitlicher und sektoraler Dimension sicher.

⁷⁾ Die Deflationierung der regionalen Bruttowertschöpfung kann wegen fehlender regionaler Preisinformationen in Österreich nur auf Basis nationaler Sektor-Deflatoren erfolgen. Daraus mögliche Verzerrungen können in Branchenbetrachtung durchaus relevant sein. Die hier präsentierten Daten zur "realen" Wertschöpfungsentwicklung sollten aber valide genug sein, um die hier interessierenden "großen" Entwicklungstrends im Wiener Handel sinnvoll abzubilden.

Übersicht 1.2: Langfristige Entwicklung von Beschäftigung und Wertschöpfung
Index; jeweiliges Anfangsjahr = 100

	Insgesamt		Handel			
	1980-1990	1990-2000	1980-1990	2000-2014	1990-2000	2000-2014
<i>Erwerbstätige</i>						
Wien	102,0	106,9	100,1	114,3	95,2	99,2
Österreich	102,8	107,5	109,2	113,9	112,1	111,3
<i>Bruttowertschöpfung nominell</i>						
Wien	183,4	151,0	174,1	146,1	134,7	121,1
Österreich	180,0	154,6	175,9	154,8	144,2	146,3
<i>Bruttowertschöpfung real</i>						
Wien	129,6	126,1	138,3	115,6	126,3	95,7
Österreich	127,2	129,2	139,7	122,5	135,3	115,5
<i>Produktivität</i>						
Wien	127,1	118,0	138,1	101,2	132,6	96,4
Österreich	123,7	120,2	127,9	107,6	120,6	103,8

Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen. – Produktivität gemessen als reale Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigem lt. RGR (Beschäftigungsverhältnisse).

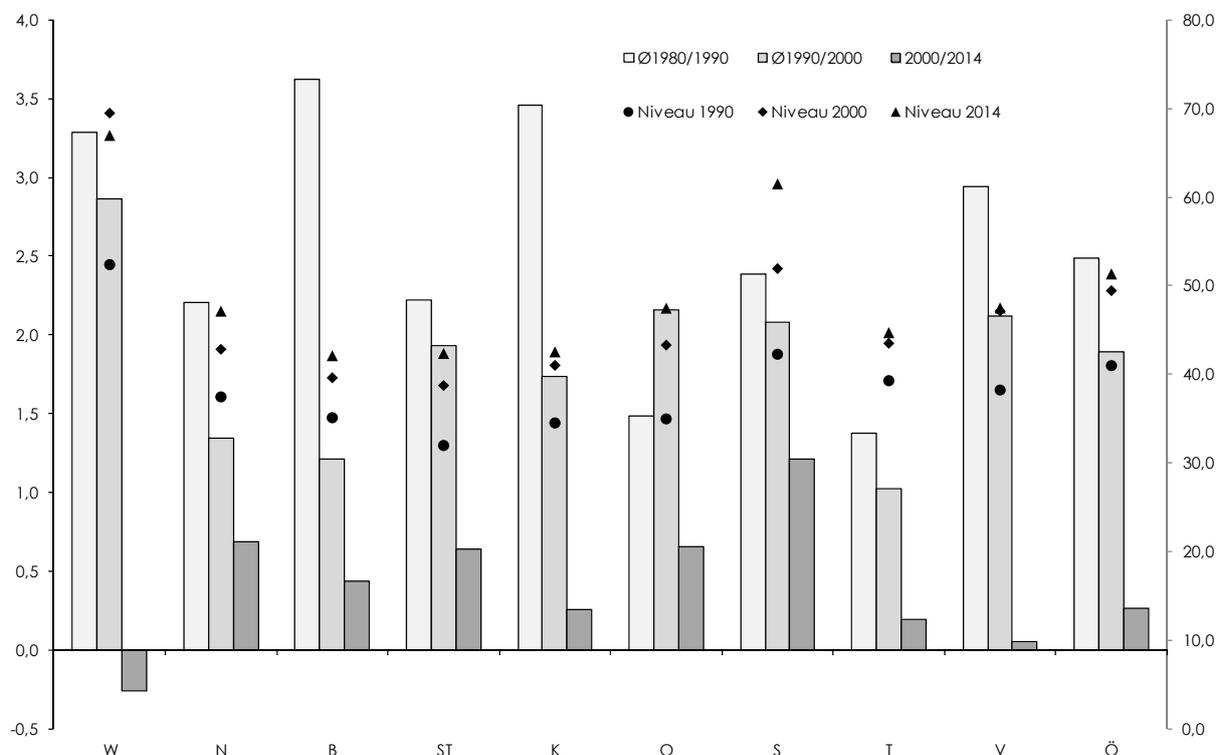
Die Besonderheit dieser Entwicklung des Wiener Handels im neuen Jahrtausend lässt Abbildung 1.3 anhand der langfristigen Entwicklung der realen Kopf-Produktivität im Vergleich zum Handel in den Bundesländern in aller Deutlichkeit erkennen.

Danach gehörte der Wiener Handel schon in den 1980er-Jahren – trotz hier noch schwacher demographischer Entwicklung – mit einem Zuwachs der realen Bruttowertschöpfung von +3,3% je Erwerbstätigem (Österreich +2,5% p.a.) zu den regionalen Treibern der Effizienzentwicklung im nationalen Handel (Rang 3). Trotz eines bereits hohen Effizienzniveaus im Ausgangszeitpunkt schwächte sich diese hohe regionale Produktivitätsdynamik im Sektor anders als im Gros der Bundesländer auch in den 1990er-Jahren kaum ab – wohl auch durch eine Lage- und strukturbedingt hohe Betroffenheit des Wiener Handels von Ostöffnung und EU-Beitritt bedingt. Damit stieß der Wiener Handel in dieser Phase an die Spitze einer Rangreihung der Bundesländer nach den Effizienzfortschritten im Sektor vor (+2,9% p.a.; Österreich +1,9% p.a.), und erreichte zur Jahrtausendwende auf dieser Grundlage ein Produktivitätsniveau, das real immerhin um 40,1% über jenem des nationalen Handels lag.

Nach der Jahrtausendwende trat freilich eine bemerkenswerte Wende ein. Bei rückläufiger realer Wertschöpfungsentwicklung und weitgehend stagnierender Beschäftigung war die sektorale Produktivitätsdynamik in der Periode 2000-2014 (nur) in Wien sogar rückläufig (-0,3% p.a., Österreich +0,3% p.a.). Damit hat der Wiener Handel im Verlauf dieser Periode rund ein Viertel seines Produktivitätsvorsprungs gegenüber dem Handel in Österreich eingebüßt, obwohl auch alle anderen Bundesländer deutlich geringere sektorale Effizienzgewinne erzielten als noch in den 1990er-Jahren.

Abbildung 1.3: Langfristige Produktivitätsentwicklung im Handel

Reale Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigem (Beschäftigungsverhältnisse), durchschnittliche jährliche Veränderung in %



Q: Statistik Austria (RGR), Regionales IO-Modell WIFO, WIFO-Berechnungen.

Nun ist dies insofern zu relativieren, als gerade seit der Jahrtausendwende (und noch verstärkt nach der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise) Teilzeit-Beschäftigungsverhältnisse in Österreichs Wirtschaft insgesamt, nicht zuletzt aber auch im heimischen Handel an Bedeutung gewonnen haben (vgl. dazu im Detail Abschnitt 3.2.2). Eine Produktivitätsmessung auf Basis von Beschäftigungsverhältnissen, wie sie in Abbildung 1.3 (und den übrigen bisherigen Abbildungen und Übersichten) im Vordergrund stand, kann daher zu einer Unterschätzung der tatsächlichen Effizienzentwicklung führen.

Allerdings bestätigt eine Berechnung der Produktivität auf Basis des geleisteten Arbeitsvolumens, wie sie auf Basis rezenter Daten der regionalen VGR (nur) für die Periode 2000-2014 möglich ist, die spezifische Produktivitätsentwicklung des Wiener Handels im neuen Jahrtausend vollinhaltlich: Zwar ist die Stundenproduktivität (gemessen als reale Bruttowertschöpfung je Arbeitsstunde) im Wiener Handel danach seit der Jahrtausendwende im Gegensatz zur Produktivität gemessen an den Erwerbstätigen (Beschäftigungsverhältnisse) nicht zurückgegangen. Allerdings waren Produktivitätsgewinne im Wiener Handel auch auf Stundenbasis mit (2000-2014) +0,03% pro Jahr kaum wahrnehmbar, und ungleich geringer als im nationalen Handel (+0,9% p.a.) und in jenem aller anderer Bundesländer (min/max: Vorarlberg +0,8%

p.a., Salzburg +1,8% p.a.). Auch in einer Berechnung auf Stundenbasis hat der Wiener Handel damit seit der Jahrtausendwende einen wesentlichen Teil seiner guten Effizienzposition gegenüber dem nationalen Handel eingebüßt: Von noch +41,8% im Jahr 2000 schrumpfte sein Vorsprung in der Stundenproduktivität gegenüber dem Handel in Österreich auf zuletzt (2014) nur noch ein Viertel (25,2%) – ein Verlust an Effizienzvorteilen, der noch höher war als in einer Produktivitätsmessung nach Beschäftigungsverhältnissen indiziert.

Grosso modo kann also geschlossen werden, dass die gegenüber nationalem Handel wie Wiener Gesamtwirtschaft eher schwache Beschäftigungsdynamik im Wiener Handel ein durchaus langfristiges Phänomen darstellt, dessen Hintergründe im Zeitablauf aber keineswegs einheitlich waren. So war die vergleichsweise gedämpfte Arbeitsplatzentwicklung im Wiener Handel in den 1980er und 1990er-Jahre bei weitgehend intakter Output-Entwicklung (als Proxy für die Nachfragedynamik) vorrangig auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen. Tatsächlich scheinen (mit Ausnahme des Online-Handels) alle oben als Auslöser für Produktivitätszuwächse benannten Veränderungen im Rahmen "moderner Handelstechnologien" gerade in dieser Phase besonders wirkungsmächtig gewesen zu sein. Nicht zuletzt gilt dies für den Strukturwandel zu Kettenbetrieben und den Bedeutungsgewinn größerer (bzw. dem Entstehen "neuer") Angebotsformate, welche wohl als zentrale (bisherige) Treiber für Effizienzgewinne im Handel (auch) in Wien zu sehen sind. Deutlich anders dagegen die Entwicklung des Wiener Handels nach der Jahrtausendwende: Eine ungleich schwächere Dynamik der nominalen Bruttowertschöpfung ließ in dieser Phase (nur in Wien) keine Output-Zuwächse zu konstanten Preise mehr zu, sodass ein weiterer Spielraum für Effizienzgewinne im regionalen Handel – bei weitgehender Stabilität der Beschäftigungsverhältnisse in dieser Phase – kaum noch gegeben war. Ein Teil des in den Vor-Dekaden aufgebauten Effizienzvorsprungs des Wiener Handels im Vergleich zu Österreich ging damit in der Periode 2000-2014 wieder verloren.

In weiterer Folge wird sich unsere Studie daher auf diese jüngere Periode konzentrieren, um die hier vorherrschenden Mechanismen in der regionalen Handelsentwicklung besser zu verstehen. Zuvor scheint es aber notwendig, zu klären, inwieweit die spezifische Entwicklung im Wiener Handel in dieser Phase tatsächlich aus Vorgängen im hier interessierenden Einzelhandel folgt, oder aber auf Sonderentwicklungen in den übrigen Branchenabteilungen des Handels (Kfz-Handel, Großhandel) zurückgeht.

1.2 Bedeutung und Entwicklung der Teilbereiche des Wiener Handels

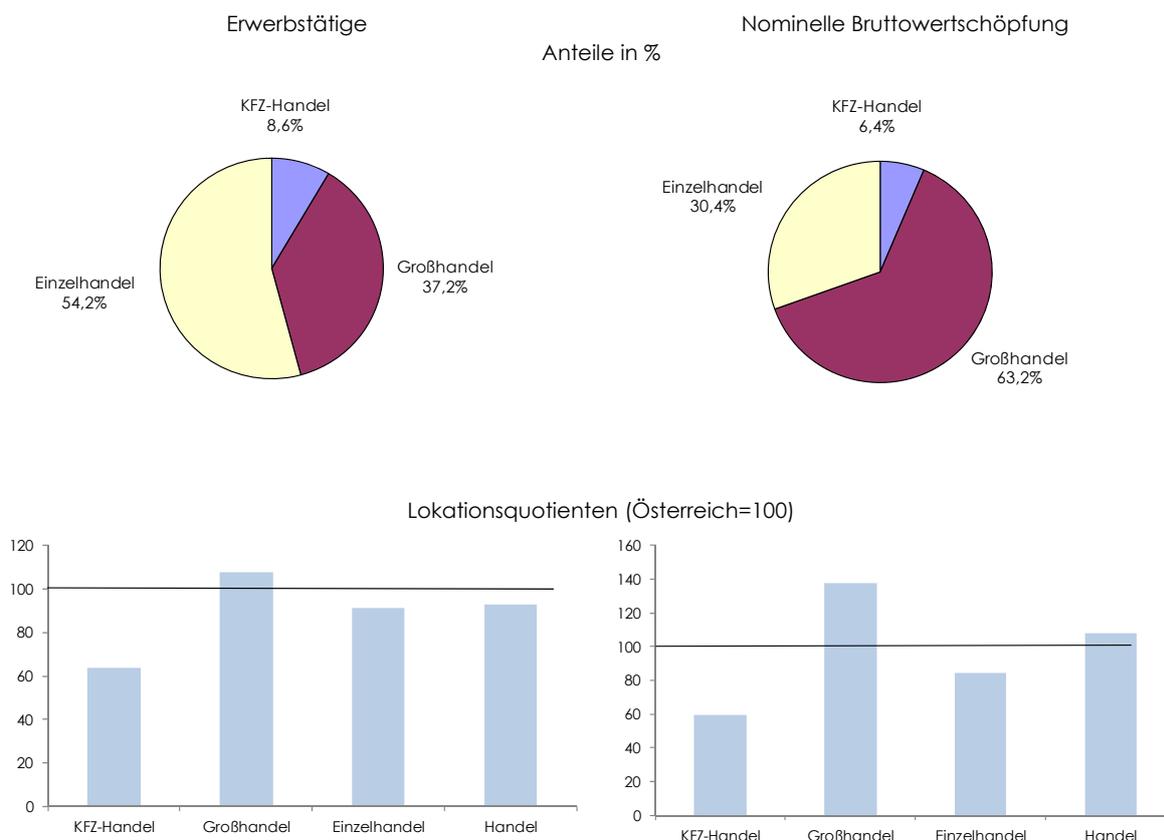
1.2.1 Unterschiede im Wiener Handel: Bedeutung der Teilbereiche, relative Spezialisierung im nationalen Rahmen

Publizierte Informationen der regionalen VGR können zur Beantwortung dieser Frage nicht beitragen, weil sie wegen geringer sektoraler Granulation nur über die Entwicklung des gesamten Handels (ÖNACE-Abschnitt G) Aufschluss geben (siehe Abschnitt 1.1.3). Allerdings können wir dazu auf Informationen aus einer Sonderauswertung von Statistik Austria zurück-

greifen, die im Rahmen dieses Projektes durchgeführt wurde⁸⁾. Aus ihr konnten belastbare Daten zu Erwerbstätigen und (nomineller) Bruttowertschöpfung in den drei Branchenabteilungen des Handels in den Bundesländern für die Jahre 2000 bis 2014 gewonnen werden⁹⁾.

Einen ersten Überblick über die Bedeutung der drei Branchenabteilungen Einzelhandel, Großhandel und Kfz-Handel im Wiener Handel sowie deren Spezialisierung im nationalen Rahmen bietet auf dieser Datenbasis Abbildung 1.4 (oberes Panel)

Abbildung 1.4: Bedeutung des Handels in Wien
2014



Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Danach dominiert der Einzelhandel bei generell beschränkter Bedeutung des Kfz-Handels zwar die Wiener Handelsstruktur in Bezug auf die Beschäftigungsseite, deutlich mehr als die Hälfte der im Wiener Handel Tätigen (54,2%) sind dieser Branchenabteilung zuzurechnen. Allerdings wird knapp zwei Drittel (63,2%) des hier erwirtschafteten Netto-Outputs im Groß-

⁸⁾ Wir danken Frau Mag. Kerstin Gruber von Statistik Austria für die unkomplizierte und auch inhaltlich erhellende Zusammenarbeit im Rahmen dieser Sonderauswertung.

⁹⁾ Ein Ausweis auch der regionalen Arbeitsvolumina in den ÖNACE-Abteilungen des Handels im Rahmen dieser Sonderauswertung war aufgrund methodischer Probleme nicht möglich.

handel erzielt, welcher damit den mit Abstand wertschöpfungsintensivsten Teil des Wiener Handels darstellt. Tatsächlich liegt die Kopf-Produktivität im Wiener Großhandel gemessen an der nominellen Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigem zuletzt (2014) um fast 70% höher als im Wiener Handel insgesamt, und ist rund dreimal so hoch wie im Wiener Einzelhandel (vgl. im Detail Übersicht A.1), der damit die klar niedrigste Kopf-Produktivität im Wiener Handel erwirtschaftet (Produktivität Kfz-Handel: 25% unter Handel insgesamt, aber rund ein Drittel über Einzelhandel). Dies spricht für ganz unterschiedliche Geschäftsmodelle und Angebotsformen in den Branchenabteilungen des Wiener Handels, was Wirtschaftskennzahlen aus der Leistungs- und Strukturhebung bestätigen (Übersicht 1.3).

Übersicht 1.3: Wirtschaftskennzahlen in den Branchenabteilungen des Wiener Handels
Ergebnisse für die gewerbliche Wirtschaft; Betriebsebene, 2014

	Kfz-Handel	Großhandel	Einzelhandel	Handel insgesamt
Betriebe	1.280	5.720	8.928	15.928
Anteil am Wiener Handel (in %)	8,0	35,9	56,1	100,0
Beschäftigte	13.404	55.825	71.487	140.716
Anteil am Wiener Handel (in %)	9,5	39,6	50,8	100,0
Betriebserlöse in 1.000 €	6.129.977	71.795.430	11.706.954	89.632.361
Anteil am Wiener Handel (in %)	6,8	80,1	13,1	100,0
Vorleistungskäufe in 1.000 €	5.632.303	64.132.932	9.362.724	79.127.959
Anteil am Wiener Handel (in %)	7,1	81,1	11,8	100,0
Proxy Bruttowertschöpfung in 1.000 € ¹⁾	546.400	7.950.878	2.423.603	10.920.881
Anteil am Wiener Handel (in %)	5,0	72,8	22,2	100,0
Proxy Produktionswert in 1.000 € ²⁾	6.178.703	72.083.810	11.786.327	90.048.840
Anteil am Wiener Handel (in %)	6,9	80,0	13,1	100,0
Betriebsgröße ³⁾	10,5	9,8	8,0	8,8
Österreich = 100	137,6	118,1	93,8	106,2
Erlösproduktivität in € ⁴⁾	457.324	1.286.080	163.763	636.973
Österreich = 100	126,4	172,7	97,6	168,2
Lohnsatz in €	33.748	49.386	19.567	32.747
Österreich = 100	120,0	133,7	102,0	125,7
Lohntangente ⁵⁾	7,3	3,8	11,9	5,1
Österreich = 100	94,3	77,3	104,1	74,6
Betriebsüberschuss ⁶⁾	17,2	65,3	42,3	57,8
Österreich = 100	41,2	109,5	106,6	113,2

Q: Statistik Austria (LSE), WIFO-Berechnungen. – 1) Betriebserlöse – Waren- und Dienstleistungseinkäufe + Lagerveränderung. 2) Betriebserlöse + Lagerveränderung. 3) Beschäftigte je Betrieb. 4) Bruttoerlöse je Beschäftigten. 5) Personalaufwand in % Produktionswert. 6) Bruttowertschöpfung – Personalaufwand in % Bruttowertschöpfung.

Danach stellt der Einzelhandel zuletzt (2014) zwar die Mehrheit der Betriebe (56,1%) und Beschäftigten (50,8%) im Wiener Handel, ist allerdings nur für 13,1% der Betriebserlöse verantwortlich. Hier sowie in Produktionswert und Bruttowertschöpfung, die aus den Daten der LSE nur approximativ erfasst werden können, ist dagegen der Großhandel mit Anteilen jenseits der 70% (Bruttowertschöpfung) bzw. 80 % (Betriebserlös, Produktionswert) am Wiener Handel klar voran. Dies lässt auf gänzlich unterschiedliche Angebotsformate und -formen, jedenfalls aber auf eine ungleich wertschöpfungs- und kapitalintensivere Produktionsweise im Großhandel schließen. In abgeschwächter Form gilt dies auch für den Kfz-Handel, der 8% bzw. 9,5% an den Betrieben bzw. Beschäftigten im Wiener Handel, dagegen nur 6,9% bzw. 5,0% an dessen Produktionswert bzw. Wertschöpfung hält. Größen- und Produktivitätsindikatoren, die aus den Grunddaten der LSE errechnet werden können, bestätigen dies. Danach sind die Betriebe in Groß- und Kfz-Handel in Wien gemessen an den Beschäftigten im Durchschnitt erheblich größer als jene im Einzelhandel, wobei dies noch dadurch verstärkt wird, dass Groß- und Kfz-Handel in Wien auch im Vergleich zu Österreich vergleichsweise große Einheiten unterhalten. Im Gegensatz dazu ist der durchschnittliche Betrieb im Wiener Einzelhandel um rund 8% kleiner als sein nationales Pendant.

Noch stärker kommt die Heterogenität zwischen den Branchenabteilungen des Wiener Handels letztlich in Produktivitätskenngrößen zum Ausdruck. So erzielt gemessen an der Erlösproduktivität ein/e Beschäftigte/r im Wiener Kfz-Handel im Durchschnitt den 2,8-fachen und im Großhandel den 7,9-fachen Umsatz eines/r solchen im Wiener Einzelhandel, wobei (nur) in Groß- und Kfz-Handel auch ein höherer Pro-Kopf-Umsatz als in Österreich erzielt wird. Ähnliches gilt für die Kopf-Produktivität gemessen an der (hier approximierten) Wertschöpfung. Sie liegt im Großhandel beim 4-fachen, und im Kfz-Handel immerhin noch beim 1,2-fachen des Wiener Einzelhandels, der damit auch die niedrigsten Löhne im Handel zahlt. So liegt die Lohn- und Gehaltssumme je Großhandelsbeschäftigtem rund zweieinhalb Mal so hoch wie im Einzelhandel (Kfz-Handel +72,5%). Dabei reicht das Lohnniveau (nur) im Wiener Einzelhandel auch kaum über jenes in Österreich hinaus, in Kfz- und Großhandel liegt es dagegen um ein Viertel bzw. ein Drittel höher als in der nationalen Branchenabteilung. Dennoch ist die Lohntangente gemessen am Verhältnis von Personalaufwand und Wertschöpfung im Wiener Einzelhandel mit Abstand am höchsten, was die vergleichsweise arbeitsintensive Produktionsweise in diesem beschäftigungsreichsten Teil des Wiener Handels unterstreicht. Die niedrigste Rentabilität (approximiert durch den Betriebsüberschuss als Gewinnproxy) wird dennoch im Kfz-Handel erzielt. Im Wiener Einzelhandel bleibt sie zwar unter jener im Großhandel, ist aber höher als im nationalen Einzelhandel.

In Hinblick auf die relative Spezialisierung des Wiener Handels im nationalen Rahmen bestätigt eine Analyse anhand von Lokationsquotienten¹⁰⁾ für die Erwerbstätigen nach RGR (Abbil-

¹⁰⁾ Der Lokationsquotient wird in der Form $LQ_{ij} = \frac{B_{ij}}{\sum_{i=1}^n B_{ij}} \cdot \frac{\sum_{j=1}^m B_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m B_{ij}} * 100$ mit B dem Wert der zu analysierenden Kenngröße

(hier: Erwerbstätige bzw. Bruttowertschöpfung), j der Branchengruppe und i der Region (hier: Wien bzw. Österreich)

dung 1.4; unteres Panel) zunächst das obige Ergebnis auf Basis der Daten des Hauptverbandes (Abschnitt 1.1): Auch danach ist eine relative Konzentration des gesamten Handels auf Wien noch in den 1980er und 1990er-Jahren wegen der seither (relativ) geringeren langfristigen Beschäftigungsdynamik in Wien mittlerweile verloren gegangen ist.

So liegt der (relative) Besitz an Erwerbstätigen im Wiener Handel gemessen am Lokationsquotienten mittlerweile um 7% niedriger als in Österreich (LQ 93,0), während er noch 2002 marginal höher war (102,2). Innerhalb des Handels ist gemessen an den Erwerbstätigen zuletzt nur für den Großhandel eine regionale Spezialisierung in Wien zu identifizieren (LQ 107,7), während der relative Besitz im Einzelhandel bei nur 91,1%, und im Kfz-Handel bei kaum zwei Drittel (63,9%) des nationalen Durchschnitts liegt. In einer Rechnung auf Grundlage der Wertschöpfung verändert sich dieses Bild nicht grundlegend. Zwar kann hier für den Wiener Handel insgesamt (wegen seines insgesamt höheren Produktivitätsniveaus) noch eine leichte Spezialisierung im nationalen Rahmen geortet werden (LQ 108,1). Unterschiede in der relativen Konzentration der Branchenabteilungen in Wien kommen dagegen in dieser Rechnung wegen der erheblichen Effizienzunterschiede zwischen den Branchenabteilungen sogar noch verstärkt zur Geltung. Eine Messung an der Wertschöpfung zeigt damit die relative Konzentration des Großhandels in Wien ebenso noch verstärkt, wie den regionalen Minderbesatz von Kfz-Handel (59,8), aber auch Einzelhandel (84,7).

Tiefergehende Einblicke zur relativen Spezialisierung auf sektoral disaggregierter Ebene sind auf Basis von Daten der regionalen VGR nicht zu gewinnen. Hier können allerdings Informationen des Hauptverbandes genutzt werden, welche zumindest für die unselbständigen Beschäftigungsverhältnisse eine Berechnung von Konzentrationsmaßen auch für die 3-Steller-Ebene der ÖNACE-Klassifikation zulassen (Abbildung 1.5).

Hier zeigt sich, dass (nur) der geringe Besitz an Aktivitäten des Kfz-Handels in Wien weitgehend alle Branchengruppen des Bereichs betrifft. Dies ist jedenfalls auf die ungleich geringere Kfz-Dichte in Wien im nationalen Vergleich¹¹⁾ zurückzuführen, möglicherweise aber auch auf einen verstärkten Flächenbedarf dieser Handelsaktivität, und die damit verbundene Attraktivität von Standorten im Wiener Umland im Vergleich zur Kernstadt. Dagegen finden sich sowohl im (insgesamt auf Wien spezialisierten) Großhandel wie auch im Einzelhandel Teilbereiche mit hoher wie niedriger regionaler Aktivität. So geht die regionale Konzentration im Großhandel insgesamt ganz vorrangig auf eine relative Spezialisierung im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern (LQ 177,4) als Branchengruppe mit hoher Beschäftigtenzahl und hoher relativer Konzentration zurück. Zudem trägt eine relative Konzentration im Großhandel mit Informations- und Kommunikationstechnik mit einigem Gewicht zur Speziali-

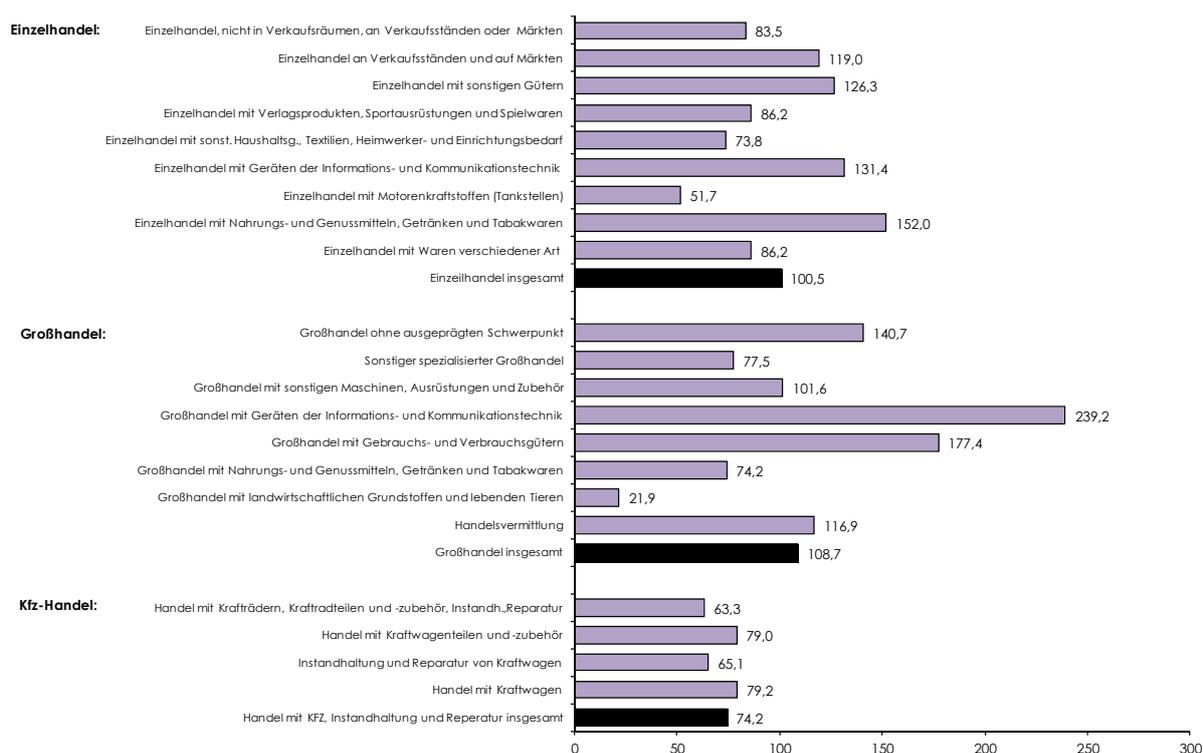
als Quotient aus dem Anteil einer Branchengruppe in der Region und dem Anteil derselben Gruppe im Vergleichsraum gebildet. Als relatives Konzentrationsmaß nimmt er bei einer dem Vergleichsraum gleichen sektoralen Konzentration den Wert 100 an, Werte > 100 weisen auf regionale Spezialisierungen, Werte < 100 auf einen regionalen Minderbesatz gegenüber dem Vergleichsraum hin.

¹¹⁾ Ende 2016 entfielen nach Informationen von Statistik Austria in Wien auf 1000 Einwohner/innen 459,5 Kraftfahrzeuge (PKW, LKW und Motorräder), in Österreich waren es dagegen 758,5 (Maximum Burgenland 940,5).

sierung Wiens im Großhandel bei¹²⁾. Die zuletzt fehlende Spezialisierung Wiens im Einzelhandel resultiert dagegen vorrangig daraus, dass "große" Branchengruppen dieses Bereichs in Wien nur (relativ) schwach besetzt sind. Namentlich gilt dies für den Einzelhandel mit Waren verschiedener Arbeit (in dem etwa Supermärkte mit Mischsortiment, Einkaufszentren und Kaufhäuser verortet sind), mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf, sowie mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren – sämtlich Branchengruppen mit (auch) flächenintensiven Angebotsformaten. Dagegen tragen Spezialisierungen im Einzelhandel mit sonstigen Gütern (mit großen Teilen des Facheinzelhandels) sowie im Lebensmittel-Einzelhandel positiv zur Bedeutung des Wiener Einzelhandels im nationalen Rahmen bei. Für die übrigen Bereiche mit regionaler Spezialisierung (EH mit IKT, EH an Verkaufsständen und auf Märkten) ist dies wegen ihres geringen Gewichts in der Beschäftigtenstruktur nur eingeschränkt der Fall.

Abbildung 1.5: Spezialisierung Wiens im Handel

Lokationsquotienten auf Basis der Unselbständig Beschäftigten 2016



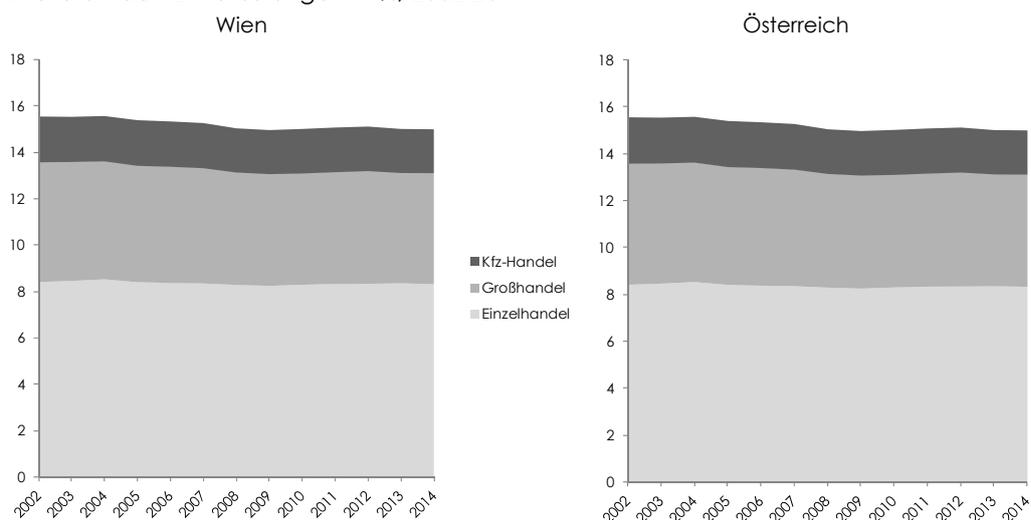
Q: AMDB (Erwerbskarrierenmonitoring), WIFO-Berechnungen.

¹²⁾ Dagegen sind die weiteren Spezialisierungen des Wiener Großhandels (Handelsvermittlung, GH ohne ausgeprägtem Schwerpunkt) gemessen an der Beschäftigung eher klein, während die nach der Beschäftigtenzahl ungleich wichtigeren Branchengruppen Sonstiger spezialisierter Großhandel, Großhandel mit Maschinen, sowie Großhandel mit Lebensmitteln regional nicht in Wien konzentriert sind.

1.2.2 Heterogene Entwicklung in den einzelnen Handelsabteilungen: Einzelhandel bei auch hier schwacher Entwicklung tendenziell stabilisierend

Insgesamt ist die Heterogenität zwischen den unterschiedlichen Teilbereichen des Wiener Handels also in Hinblick auf Produktionsprozess, Geschäftsmodell und relative Bedeutung für die Gesamtentwicklung groß. Wendet man sich vor dem Hintergrund dieses Wissens einer getrennten Analyse der Entwicklung der einzelnen Handelsabteilungen (ÖNACE-2-Steller) in der kritischen Periode seit der Jahrtausendwende zu, so zeigt sich, dass die in dieser Phase vergleichsweise ungünstige Entwicklung des gesamten Wiener Handels nicht zuletzt auf eine schwache Performance von Groß- und Kfz-Handel zurückzuführen war. Der hier besonders interessierende Einzelhandel hat die Entwicklung im Vergleich dazu (relativ) gestützt. Auch er blieb aber in der in unserer Sonderauswertung beobachtbaren Periode (2002-2014) in Output wie Beschäftigung klar hinter der Dynamik des nationalen Einzelhandels zurück, und konnte damit dem Entwicklungspfad der Wiener Stadtwirtschaft insgesamt keine Impulse verleihen.

Abbildung 1.6: Entwicklung der strukturellen Bedeutung des Handels in Wien und Österreich
Anteile an den Erwerbstätigen in %, 2002-2014



Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Für die Beschäftigungsseite ist dies bereits aus Abbildung 1.6 ablesbar, aus welcher die Entwicklung des Anteils der drei Branchenabteilungen im Handel an den Erwerbstätigen laut RGR hervorgeht. Hier wird unmittelbar sichtbar, dass der in Wien im nationalen Vergleich stärkere Rückgang des Beschäftigtenanteil des gesamten Handels in der Periode 2002-2014 – und die damit verbundene "De-Spezialisierung" Wiens im Handel – vor allem aus Anteilsverlusten im Großhandel (2002: 6,5%; 2014: 5,2%) und abgeschwächt im Kfz-Handel (1,5% vs. 1,2%) resultierte. Der Anteil des Einzelhandels in der Wiener Beschäftigtenstruktur ist dagegen deutlich stabiler geblieben (7,9% bzw. 7,6%).

Übersicht 1.4: Erwerbstätige in den Branchenabteilungen des Wiener Handels

Erwerbstätige nach VGR, 2002-2014

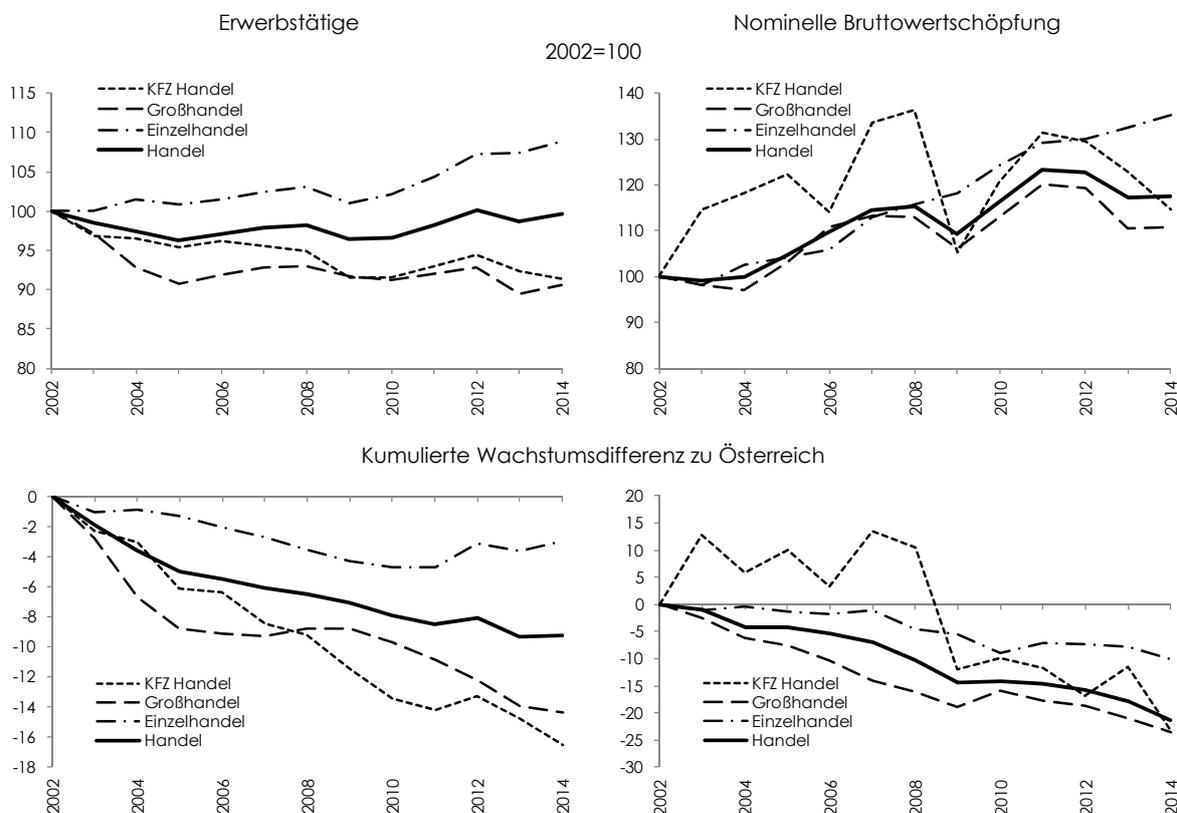
	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2002/14	2002/08	2008/14
	Beschäftigungsverhältnisse							Veränderung in %		
Kfz-Handel	13.336	12.862	12.832	12.661	12.209	12.585	12.186	- 0,7	- 0,9	- 0,6
Großhandel	58.527	54.309	54.309	54.377	53.355	54.296	53.016	- 0,8	- 1,2	- 0,4
Einzelhandel	70.977	72.005	72.005	73.152	72.457	76.077	77.235	+ 0,7	+ 0,5	+ 0,9
Handel	142.840	139.176	139.176	140.191	138.020	142.958	142.437	- 0,0	- 0,3	+ 0,3
	2002 = 100							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	100,0	96,4	96,2	94,9	91,5	94,4	91,4	- 8,6	- 5,1	- 3,6
Großhandel	100,0	92,8	91,8	92,9	91,2	92,8	90,6	- 9,4	- 7,1	- 2,3
Einzelhandel	100,0	101,4	101,4	103,1	102,1	107,2	108,8	+ 8,8	+ 3,1	+ 5,8
Handel	100,0	97,4	97,0	98,1	96,6	100,1	99,7	- 0,3	- 1,9	+ 1,6
	Anteil an Wien in %							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	1,5	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	- 0,2	+ 0,1	- 0,3
Großhandel	6,5	6,1	5,8	5,7	5,5	5,4	5,2	- 1,9	- 0,9	- 1,0
Einzelhandel	7,9	8,1	7,8	7,6	7,5	7,6	7,6	- 0,0	- 0,2	+ 0,2
Handel	15,9	15,6	15,0	14,6	14,2	14,2	13,9	- 2,1	- 1,0	- 1,1
	Lokationsquotient (Ö = 100)							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	75,9	74,7	72,1	69,9	66,3	66,2	63,9	-12,0	- 6,0	- 6,0
Großhandel	125,4	118,6	115,5	115,8	113,5	110,3	107,7	-17,7	- 9,6	- 8,1
Einzelhandel	94,0	94,6	93,3	91,9	90,1	91,0	91,1	- 3,0	- 2,1	- 0,8
Handel	102,2	100,1	97,9	96,9	94,6	94,1	93,0	- 9,2	- 5,3	- 3,9

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Die dafür ursächlichen sektoralen Unterschiede in der Dynamik der Zahl der Erwerbstätigen gehen aus Übersicht 1.4 und Abbildung 1.7 (linkes Panel) hervor.

Danach ist die Beschäftigtenzahl im Wiener Großhandel in der Periode 2002-2014 um immerhin -0,8% p.a. und im Wiener Kfz-Handel um -0,7% pro Jahr gesunken – Einbußen, die einen empfindlichen Wachstumsrückstand gegenüber der Entwicklung in Österreich bedeuten (kumuliert -14,4 bzw. -16,5 Prozentpunkte), und erheblich zum Abbau ursprünglich bestehender relativer Konzentrationen des Handels in Wien beigetragen haben (LQ Großhandel von 125,4 auf 107,7; Kfz-Handel von 75,9 auf 63,9). Dass die Zahl der Erwerbstätigen im Wiener Handel insgesamt im neuen Jahrtausend weitgehend stabil geblieben ist, war vor diesem Hintergrund allein dem Einzelhandel zu danken: Im Beobachtungszeitraum sind hier (netto) Arbeitsplätze im Ausmaß von +0,7% pro Jahr entstanden, was zwar deutlich weniger war als im nationalen Einzelhandel (+0,9% p.a.), aber ausreichte, um Arbeitsplatzverluste in den beiden übrigen Branchenabteilungen des Wiener Handels zu kompensieren.

Abbildung 1.7: Mittelfristige Entwicklung der Handelsabteilungen in Wien 2002-2014



Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Insgesamt war die ungünstige Entwicklung des Wiener Handels nach der Jahrtausendwende also vorrangig ein Phänomen des Groß- und Kfz-Handels, betraf allerdings (abgeschwächt) auch den Wiener Einzelhandel. Eine Sichtung von Wertschöpfungsdaten der RGR, welche aus unserer Sonderauswertung in nomineller Rechnung gebildet werden können, bestätigt dies auch für die Output-Seite (Übersicht 1.5; Abbildung 1.7, rechtes Panel).

Danach wurde auch die in der Periode 2002-2014 nur recht schwache Entwicklung der nominellen Bruttowertschöpfung des Wiener Handels (+1,4% p.a.; Wien insgesamt +2,6% p.a.) vorrangig durch eine unzureichende Performance von Großhandel (+0,9% p.a.) und Kfz-Handel (+1,1% p.a.) ausgelöst. Dagegen stützte der Wiener Einzelhandel (+2,6% p.a.) mit einem der gesamten Stadtwirtschaft ähnlichen Wachstum die Handelsentwicklung auf der Output-Seite. Auch er blieb aber deutlich hinter der Dynamik des nationalen Einzelhandels zurück. Ähnlich wie in der Beschäftigung ging die "De-Spezialisierung" Wiens im Handel damit auch gemessen an der Wertschöpfung vor allem auf Groß- und Kfz-Handel zurück (Rückgang LQ 2002/2014 -17,7 PP bzw. -7,2 PP). Im Einzelhandel hat sich dagegen ein hier schon zu Beginn der Periode geringer (relativer) Besitz im nationalen Rahmen in der Beobachtungsperiode nicht mehr weiter verringert (LQ konstant 84,7).

Übersicht 1.5: Wertschöpfung im Wiener Handel
Nominelle Bruttowertschöpfung, 2002-2014

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2002/14	2002/08	2008/14
	In Mio. €							Veränderung in %		
Kfz-Handel	558	660	637	761	673	722	639	+ 1,1	+ 5,3	- 2,9
Großhandel	5.679	5.516	5.516	6.412	6.418	6.772	6.295	+ 0,9	+ 2,0	- 0,3
Einzelhandel	2.239	2.295	2.295	2.592	2.781	2.914	3.031	+ 2,6	+ 2,5	+ 2,6
Handel	8.476	8.471	8.471	9.765	9.872	10.408	9.965	+ 1,4	+ 2,4	+ 0,3
	2002 = 100							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	100,0	118,3	114,2	136,4	120,6	129,4	114,5	+14,5	+36,4	-21,9
Großhandel	100,0	97,1	110,9	112,9	113,0	119,2	110,8	+10,8	+12,9	- 2,1
Einzelhandel	100,0	102,5	105,9	115,8	124,2	130,1	135,4	+35,4	+15,8	+19,6
Handel	100,0	99,9	109,8	115,2	116,5	122,8	117,6	+17,6	+15,2	+ 2,4
	Anteil an Wien in %							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	1,0	1,2	1,0	1,1	1,0	1,0	0,9	- 0,2	+ 0,1	- 0,3
Großhandel	10,3	9,6	10,0	9,4	9,3	9,3	8,4	- 1,9	- 0,9	- 1,0
Einzelhandel	4,1	4,0	3,8	3,8	4,0	4,0	4,0	- 0,0	- 0,2	+ 0,2
Handel	15,3	14,8	14,8	14,3	14,3	14,4	13,3	- 2,1	- 1,0	- 1,1
	Lokationsquotient (Ö = 100)							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	67,0	72,5	71,2	76,0	64,4	63,2	59,8	- 7,2	+ 9,0	-16,2
Großhandel	155,4	150,4	146,6	142,5	141,8	143,3	137,7	-17,7	-13,0	- 4,7
Einzelhandel	84,7	86,9	85,9	85,4	82,3	85,5	84,7	- 0,0	+ 0,7	- 0,7
Handel	118,9	117,4	117,0	114,4	110,3	112,2	108,1	-10,8	- 4,5	- 6,3

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Im Zeitverlauf folgt die Entwicklung der Branchenabteilungen innerhalb der Periode 2002-2014 vor allem auf der Outputseite dem allgemeinen Konjunkturverlauf. Die Zäsur der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise ist hier ebenso klar zu erkennen wie die zunächst rasche Erholung bis 2011 und die seit 2013 nur sehr träge Weiterentwicklung (Abbildung 1.7, rechtes Panel; Übersicht 1.5). Dabei wurde das Konjunkturbild des gesamten Wiener Handels mit noch spürbaren Wertschöpfungsgewinnen bis 2008 (+2,4% p.a.) und einer selbst nominell stagnierenden Entwicklung in der Krisen- und Nachkrisenphase (+0,3% p.a.) vor allem durch Kfz-Handel (+5,3% bzw. -2,9% p.a.) und Großhandel (+2,0% bzw. -0,3% p.a.) bestimmt. Dies ist im Kfz-Handel mit dem Einbruch der unternehmerischen Investitionen in Fahrzeuge, einem rückläufigen Leasing-Geschäft in und nach der Krise zu erklären sowie einer gedämpften Nachfrage auf Seiten der privaten Haushalte, im Großhandel war wohl die nur schwache Exportdynamik in einem nach der Krise nur bedingt aufnahmefähigen Welthandel ursächlich. Dagegen blieb die Entwicklung der Wertschöpfung im Einzelhandel mit pro Jahr +2,5% vor und +2,6% in und nach der Krise zwar gedämpft, aber bemerkenswert stabil.

Zur Erklärung des bereits oben konstatierten Einbruchs der Produktivität des Handels in dieser Phase ist freilich ausschlaggebend, dass die Beschäftigungsentwicklung vor allem nach der Krise nicht mit diesem Output-seitigen Konjunkturmuster in Einklang stand (Übersicht 1.4). So wurde im Wiener Handel eine leicht rückläufige Beschäftigungsentwicklung in der Phase der

Hochkonjunktur bis 2008 (–0,3%) in der Folge – trotz der nun ungleich schlechteren Konjunkturlage – durch Beschäftigungszunahmen (+0,3% p.a.) abgelöst, wobei dazu alle Teilbereiche des Handels beitrugen. Besonders deutlich war dieses kontraintuitive Muster dabei im Großhandel (2002/2008 –1,2%, 2008/2014 –0,4% p.a.), es zeigt sich aber auch im Kfz-Handel (–0,9% bzw. –0,6% p.a.) mit seinen besonders hohen Output-Verlusten in der Krise. Nicht zuletzt ist es allerdings (abgeschwächt) auch im Wiener Einzelhandel (+0,5% bzw. +0,9% p.a.) zu identifizieren, der aufgrund seines Gewichts die gesamte Beschäftigungsentwicklung im Wiener Handel vorrangig prägt.

Vor diesem Hintergrund war auch der oben konstatierte Einbruch der Produktivitätsentwicklung im Handel in dieser Phase vorrangig ein Phänomen der Krisen- und Nachkrisenphase (Übersicht A.1): Nach Effizienzgewinnen von (nominell) noch +2,7% pro Jahr in der Periode 2002-2008 stagnierte die Produktivitätsentwicklung in der Folge auch zu laufenden Preisen, wobei in Krise und Nachkrise vor allem Kfz-Handel und Großhandel an Effizienz einbüßten. Auch der regionale Einzelhandel konnte in dieser Phase seine Produktivitätsdynamik nicht halten, sie blieb hier wegen der im Einzelhandel weitgehend robusten Output-Entwicklung auch nach der Krise allerdings positiv, wenn auch geringer als im nationalen Einzelhandel.

1.2.3 Schwache Performance in Groß- und Kfz-Handel: Einige Erklärungsfaktoren

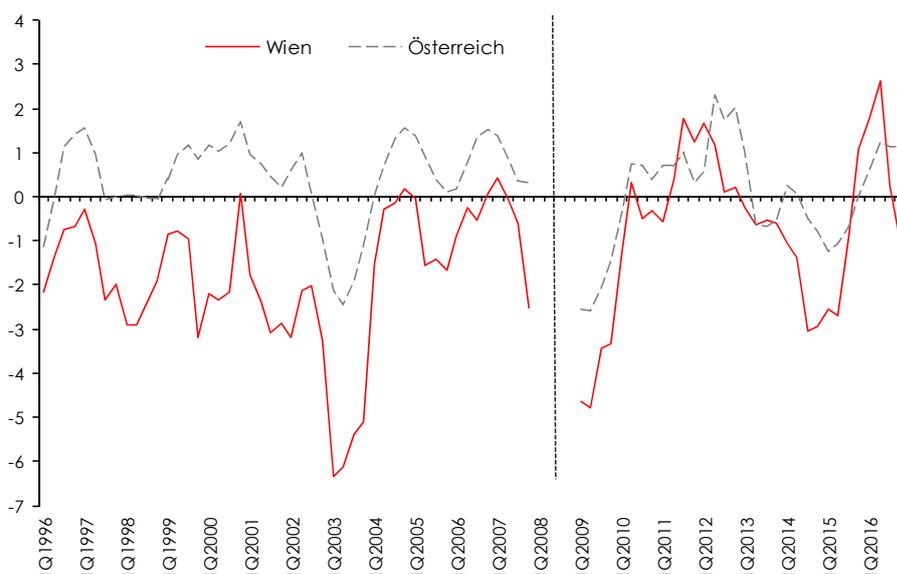
Insgesamt war die unzureichende Entwicklung des Wiener Handels seit der Jahrtausendwende damit nicht zuletzt durch die Branchenabteilungen Groß- und Kfz-Handel verursacht. Dies lässt es geboten erscheinen, deren Entwicklung noch vor einer näheren Analyse der Performance des Wiener Einzelhandels in den Mittelpunkt einer kurzen Detailbetrachtung zu stellen.

Für den Wiener Kfz-Handel ist hier nach Daten des Hauptverbandes auch schon für die mittlere Frist eine nur unzureichende Entwicklung der (Standard-)Beschäftigungsverhältnisse festzustellen (Abbildung 1.8). Grund sind erhebliche Strukturbereinigungen, welche die Branchenabteilung jedenfalls schon seit Österreichs EU-Beitritt prägen. Vor diesem Hintergrund blieb die Arbeitsplatzentwicklung im Wiener Kfz-Handel nach Hauptverband über die Periode 1995-2007 weitgehend durchgängig rückläufig, selbst die Konjunkturhochs nach EU-Beitritt und Ostöffnung sowie die "lange" Periode guter Wirtschaftsentwicklung vor der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise brachten keine Trendwende. Über die gesamte Vor-Krisen-Periode verbuchte der regionale Kfz-Handel nur in 2 Quartalen (geringe) Arbeitsplatzgewinne, ein Wachstumsrückstand von rund 0,7 Prozentpunkten gegenüber dem Wiener Handel und von mehr als 2 Prozentpunkten (2,3 PP) gegenüber der Branchenabteilung in Österreich war in dieser Phase die Regel.

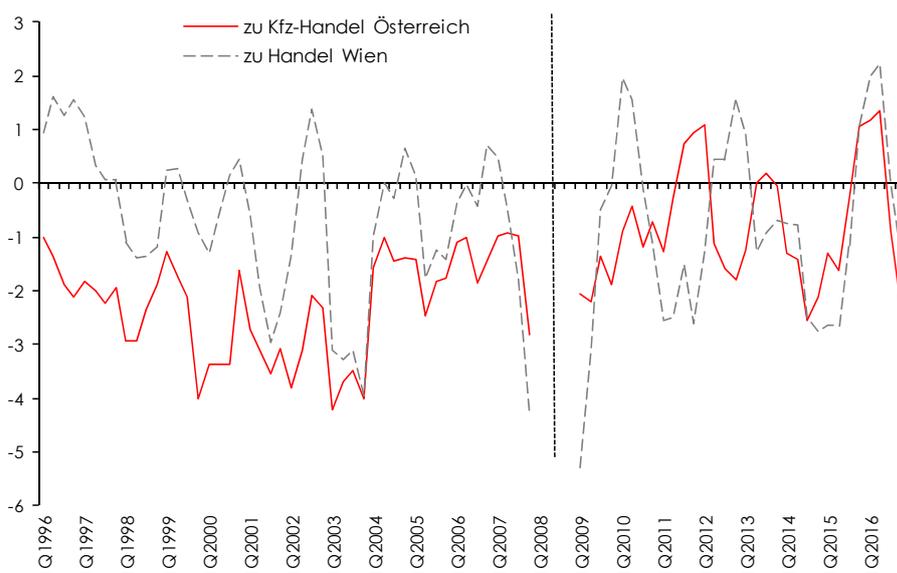
Nach einem empfindlichen Einbruch in der unmittelbaren Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise verlief die weitere Entwicklung – weitgehend konträr zur Konjunkturlage – günstiger. Zwar blieb das Beschäftigungswachstum im Kfz-Handel auch im Durchschnitt der Periode 2009-2016 geringer als in nationaler Branchenabteilung wie Wiener Handel insgesamt. Der Wachstumsrückstand schrumpfte aber im Vergleich zu beiden Benchmarks deutlich (Ø 2009-2016

jeweils $-0,8$ PP p.a.), und im "Rebound" nach der Krise (v.a. 3. Quartal 2011 bis 2. Quartal 2012), sowie nach Überwindung der schwachen Investitionsknjunktur seit Herbst 2015 wurden erstmals seit mehr als 2 Jahrzehnten wieder Arbeitsplätze in relevantem Ausmaß aufgebaut. Allerdings lassen Daten für den aktuellen Rand (4. Quartal 2016 $-1,1\%$) an der Nachhaltigkeit dieser Entwicklung zweifeln, was eine Sichtung der Umsatzentwicklung im Wiener Kfz-Handel nach Leistungs- und Strukturhebung eher bestärkt (Übersicht 1.6).

Abbildung 1.8: Beschäftigungsdynamik im Wiener Kfz-Handel
Standardbeschäftigte, Veränderung gegen das Vorjahr in %



Wachstumsdifferenzial in Prozentpunkten



Q: HV, WIFO-Berechnungen.

Übersicht 1.6: Entwicklung in den Branchengruppen des Wiener Kfz-Handels
Beschäftigte und Betriebslöhne 2014, Betriebsebene

	Absolut	Anteil in %	Lokations- quotient	2008/2014 in % p.a.	Wachstums- differential zu Österreich (PP)
<i>Beschäftigte insgesamt</i>					
Handel mit Kraftwagen	6.173	46,1	76,2	– 0,0	– 0,9
Reparatur v. Kraftwagen	3.620	27,0	58,0	– 3,6	– 3,6
Handel - Kraftwagenteile und -zubehör	3.216	24,0	118,0	– 2,7	– 3,7
Handel und Reparatur - Krafträder	395	2,9	85,2	+ 3,1	+ 0,7
Kfz-Handel insgesamt	13.404	100,0	76,5	– 1,6	– 2,3
<i>Betriebslöhne</i>					
Handel mit Kraftwagen	4.670.767	76,2	61,7	– 1,6	– 3,4
Reparatur v. Kraftwagen	402.256	6,6	26,9	– 3,6	– 4,2
Handel - Kraftwagenteile und -zubehör	948.332	15,5	67,6	– 6,2	– 8,1
Handel und Reparatur - Krafträder	108.622	1,8	55,5	+ 0,7	– 0,7
Kfz-Handel insgesamt	6.129.977	100,0	57,5	– 2,5	– 4,2

Q: Statistik Austria (LSE), WIFO-Berechnungen.

Hier zeigt sich, dass die Umsätze im Wiener Kfz-Handel in der gesamten Periode 2008-2014 auch nominell deutlich stärker gesunken sind als die Zahl der Beschäftigten, was notwendig eine rückläufige Umsatz-Produktivität zur Folge hatte. Dabei zeigt sich diese Diskrepanz zwischen der Entwicklung von Output und Arbeitsinput mit Ausnahme der Kfz-Reparatur (mit in beiden Dimensionen gleich schwacher Entwicklung) in allen einschlägigen Branchengruppen, namentlich dem Handel mit Kraftwagen (Betriebslöhne –1,6%, Beschäftigung +/-0,0% p.a.) als größtem Teilbereich.

Dabei dürften für diese Entwicklung des Wiener Kfz-Handels einerseits Dezentralisierungstendenzen ins Wiener Umland eine wichtige Rolle gespielt haben. So ist die Dynamik in allen 3-Steller-Gruppen des Wiener Kfz-Handels (auch) seit 2008 in Beschäftigung wie Wertschöpfung deutlich hinter jener in Niederösterreich zurückgeblieben, besonders deutlich im Handel mit Kfz-Teilen (Betriebslöhne –6,2% p.a. vs. +5,9% p.a.) und in der Reparatur von Kraftwagen (–3,6% vs. +1,1%). Aggregiert steht einem Beschäftigungsverlust von 1,6% pro Jahr in Wien einer Zunahme von +1,0% pro Jahr in Niederösterreich gegenüber, in der Umsatzentwicklung (–2,5% vs. +2,2% p.a.) zeigt sich Ähnliches.

Andererseits dürften im Kernbereich des Sektors auch erhebliche Strukturveränderungen zur schwachen Entwicklung beigetragen haben. Sie gehen auf Vertriebssebene vor allem darauf zurück, dass marktmächtige Produzenten die Markenbindung verstärkt durchsetzen, sodass im Handel mit Kfz und Kfz-Teilen nur noch Vertragshändler am Markt verbleiben. Dazu treten auch hier zunehmend Online-Portale (autoscout24.at, willhaben.at etc.) als Konkurrenz zum stationären Handel auf. In der Instandhaltung und Reparatur von Kfz engen zudem neue technologische Anforderungen das Geschäftsfeld ungebundener Werkstätten stark ein. Eine

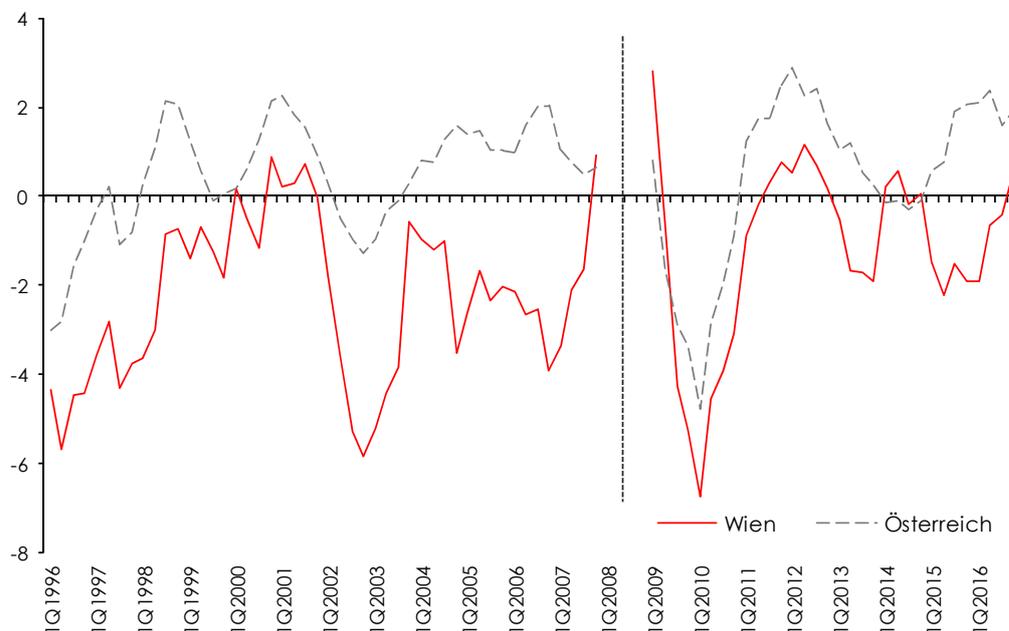
Konzentration auf Vertragswerkstätten mit entsprechenden Konsequenzen auch für die Größenstruktur im Bereich ist die Folge.

Ähnlich prägende Strukturveränderungen dürften die Geschäftsentwicklung des Wiener Großhandels beeinflusst haben. Übergeordnet sind hier vor allem grundlegende Veränderungen in der Arbeitsteilung in der Konsumwirtschaft relevant, in welcher traditionell Hersteller produzieren, Großhändler das Produzierte weiter verteilen, und Einzelhändler die Distribution auf Endverbraucherebene sicher stellen, und der Markt die Aktivitäten dieser Stufen koordiniert (Ahlert, 1999): Im Zuge von Mechanismen der Vertikalisierung und Disintermediation nehmen nun große Handelsketten zunehmend Einfluss auf die Produktion (Rückwärtsintegration in die Produktionsstufe), während gleichzeitig eine Vorwärtsintegration von der Produktions- auf die Distributionsebene (etwa in Form von Marken-Shops, Flagship-Stores oder Outlet Centers) sichtbar wird. Die Grenzen zwischen den Handelssparten verschwimmen in dieser Entwicklung zunehmend, vor allem der Großhandel wird dabei oft übersprungen. In neuerer Zeit wird dieser Prozess noch durch neue E-Commerce-Lösungen verstärkt, zumal der B2B-Handel erhebliche Prozesskostenreduktionen zulässt.

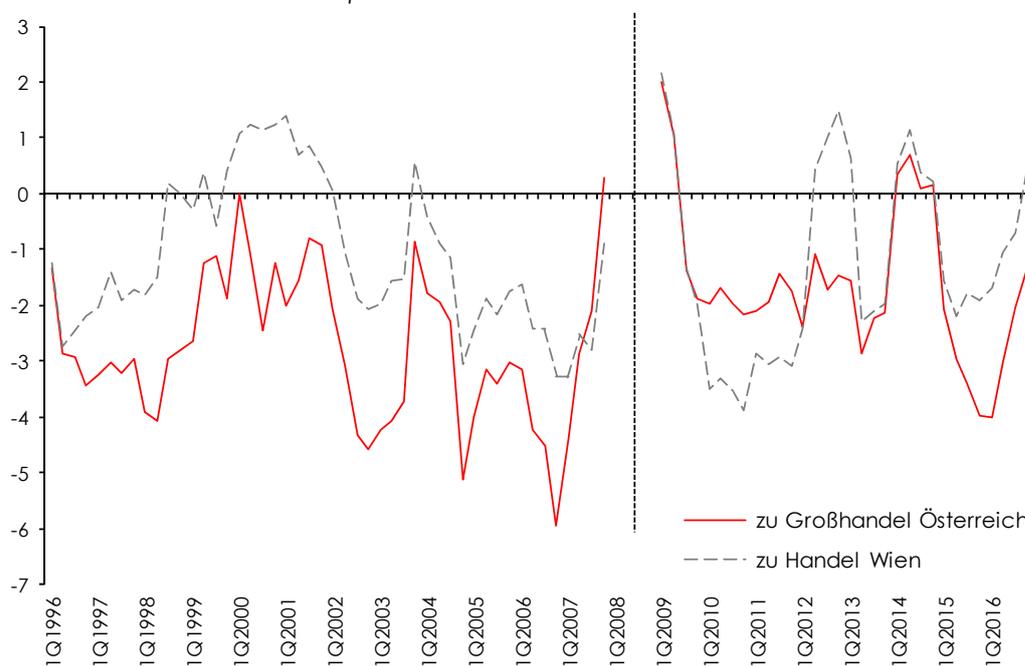
Zu diesen übergeordneten Wandlungsprozessen treten regionale Herausforderungen, welche spezifisch den Wiener Großhandel betreffen. So sind schon mit der Ostöffnung traditionelle Stärkefelder des regionalen Großhandels – etwa seine Rolle im "Barter-Trade" mit den RGW-Ländern – erodiert. Zudem dürfte die Dezentralisierung von ökonomischen Aktivitäten in das städtische Umland gerade im Großhandel wegen der Spezifika seines Produktionsprozesses bedeutend sein: Hier sind in vielen Fällen das Handling und der Transport von Massengütern notwendig, ein entsprechend transportkosten- und flächenintensiver, in Teilen auch emissionsintensiver Betriebsablauf ist die Folge. Dies schränkt die Kompatibilität dieser Aktivitäten mit urbanen Nutzungen ein, womit der Großhandel verstärkt verkehrstechnisch gut erschlossene Standorte außerhalb der stark verdichteten Zentren sucht (Mayerhofer, 2000).

Vor diesem Hintergrund blieb der Beschäftigungstrend (auch) im Wiener Großhandel schon vor der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise praktisch durchgängig negativ (Abbildung 1.9). Im Schnitt gingen hier in der Periode 1996-2007 jedes Jahr Arbeitsplätze im Ausmaß von etwas mehr als 2% pro Jahr verloren, womit der Wiener Großhandel um rund 2,8 PP p.a. hinter der (ebenfalls wenig dynamischen) Entwicklung des nationalen Großhandels blieb. In der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise brach die Beschäftigung wegen der großen Bedeutung des Exportgeschäftes für diese Handelfunktion zudem verstärkt ein (Höhepunkt 1. Quartal 2010 – 6,7%), und auch im folgenden "Rebound" und der anschließenden Seitwärts-Entwicklung bis zum aktuellen Rand konnte der Wiener Großhandel nicht an die hier teils kräftigen Wachstumsraten auf nationaler Ebene anschließen. Damit blieb auch in der jüngeren Periode 2009-2016 bei volatiler Entwicklung ein erheblicher Wachstumsrückstand zur nationalen Branchengruppe bestehen (Ø -1,6PP), wobei sich dieser im Zeitablauf noch eher vergrößert hat.

Abbildung 1.9: Beschäftigungsdynamik im Wiener Großhandel
Standardbeschäftigte, Veränderung gegen das Vorjahr in %



Wachstumsdifferenzial in Prozentpunkten



Q: HV, WIFO-Berechnungen.

Allerdings zeigte die Geschäftsentwicklung in dieser Phase nach Daten der Leistungs- und Strukturserhebung (Übersicht 1.7) keineswegs in allen Branchengruppen des Wiener Großhan-

dels nach unten, und war in Summe auch nicht mit nominellen (wohl aber realen) Einbußen in der Umsatz-Produktivität verbunden.

Übersicht 1.7: Entwicklung in den Branchengruppen des Wiener Großhandel
Beschäftigte und Betriebs Erlöse 2014, Betriebsebene

	Absolut	Anteil in %	Lokations- quotient	2008/2014 in % p.a.	Wachstums- differential zu Österreich (PP)
<i>Beschäftigte insgesamt</i>					
Handelsvermittlung	4.263	7,6	102,2	- 0,1	- 1,8
GH - Landwirtschaftl. Grundstoffe, Tiere	1.141	2,0	30,1	+ 1,3	+ 1,4
GH - Nahrungsmittel, Getränke	4.972	8,9	60,2	+ 3,1	+ 1,2
GH - Gebrauchs- und Verbrauchsgüter	18.995	34,0	174,9	- 0,9	- 0,5
GH - Datenverarbeitungsgeräte	4.372	7,8	205,1	- 2,9	- 3,1
GH - Sonst. Maschinen	10.403	18,6	113,4	- 0,6	- 1,4
Sonst. Großhandel	10.537	18,9	88,9	- 2,5	- 3,0
GH ohne ausgeprägten Schwerpunkt	1.142	2,0	104,0	- 2,5	- 1,3
Großhandel insgesamt	55.825	100,0	108,7	- 1,0	- 1,5
<i>Betriebs Erlöse</i>					
Handelsvermittlung	633.594	0,9	87,5	- 0,7	- 3,7
GH - Landwirtschaftl. Grundstoffe, Tiere	1.592.317	2,2	53,0	+ 1,7	+ 1,1
GH - Nahrungsmittel, Getränke	7.000.928	9,8	82,5	+ 9,4	+ 3,8
GH - Gebrauchs- und Verbrauchsgüter	13.660.442	19,0	151,6	+ 2,1	+ 0,0
GH - Datenverarbeitungsgeräte	6.009.101	8,4	195,9	+ 3,4	+ 0,2
GH - Sonst. Maschinen	4.269.376	5,9	81,0	- 2,1	- 1,5
Sonst. Großhandel	37.543.260	52,3	143,9	- 1,6	- 1,8
GH ohne ausgeprägten Schwerpunkt	1.086.412	1,5	77,4	- 6,3	- 2,1
Großhandel insgesamt	71.795.430	100,0	125,8	+ 0,2	- 1,0

Q: Statistik Austria (LSE), WIFO-Berechnungen.

So nahm die Beschäftigung im Wiener Großhandel in der Periode 2008-2014 (die auch den Effekt der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise beinhaltet) im Durchschnitt um 1,0% pro Jahr ab, während die Umsatzentwicklung (nominell) weitgehend stagnierte (+0,2% p.a.). Dabei lässt eine deutlich günstigere Entwicklung im angrenzenden Niederösterreich (Betriebs Erlöse +1,4%, Beschäftigte +1,9% p.a.) tatsächlich auf einen relevanten Einfluss der Stadt-Umland-Konkurrenz auf Wien schließen. Dies legen auch die gemessenen Entwicklungsunterschiede nach Branchengruppen nahe. So blieben von den gemessen an der Beschäftigung zentralen Teilbereichen der Branchenabteilung mit Sonstigem Großhandel und dem Großhandel mit Maschinen vor allem jene Branchengruppen zurück, welche vergleichsweise voluminöse Güter handeln. Zudem verlor auch der tendenziell ebenfalls eher flächenintensive Großhandel mit DV-Geräten an Beschäftigung, dies aber (nachfragebedingt) bei steigendem Umsatz. Alle diese in der Tendenz flächenintensiven Branchengruppen entwickelten sich zudem ungleich schwächer als im angrenzenden Niederösterreich, was sich auch in einem relevanten

Wachstumsrückstand zu Österreich äußerte. Deutlich günstiger dagegen der dominierende Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern sowie (vor allem) mit Lebensmitteln mit geringer-volumigen Produktpaletten¹³⁾. Sie erzielten in Wien deutliche Umsatzzuwächse bzw. (GH mit Lebensmitteln) auch Beschäftigungsgewinne, und blieben damit in beiden Dimensionen auch dynamischer als in Niederösterreich (bzw. Österreich insgesamt).

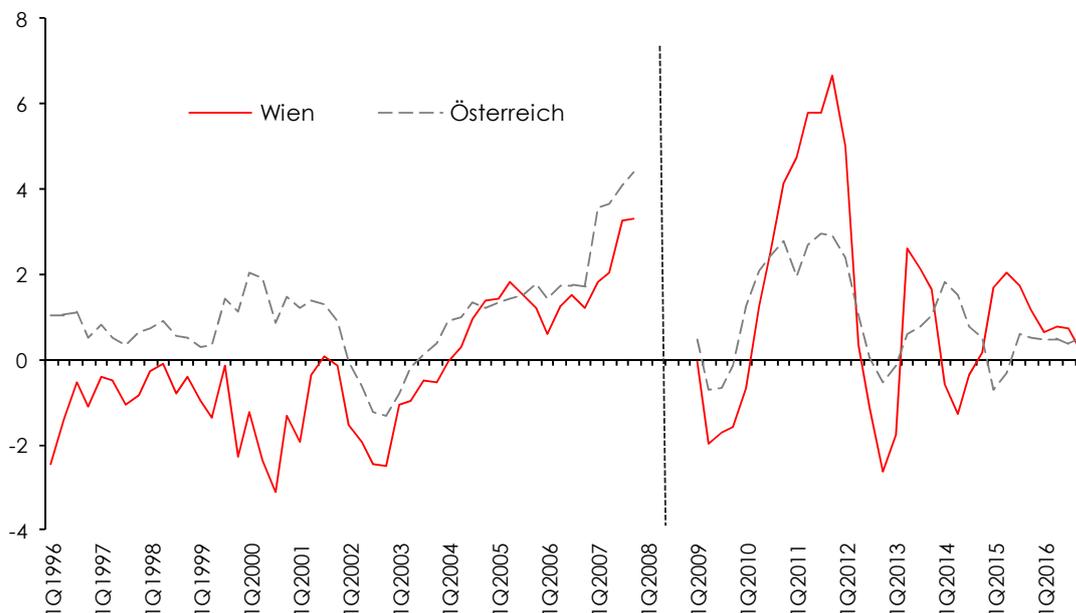
Standortnachteile in der Kernstadt dürften damit tatsächlich für die rückläufige Entwicklung im Wiener Großhandel (mit) verantwortlich gewesen sein, die Entwicklung von Import- und Exportaktivitäten in dieser Phase schwacher Welthandelsentwicklung, und die oben dargestellten Mechanismen der Vertikalisierung und Disintermediation im Distributionssystem taten ein Übriges. Da sich dieser Umbau des Distributionssystems wohl fortsetzen wird, ist im Großhandel grosso modo auch keine wesentliche Veränderung des langfristig negativen Beschäftigungstrends abzusehen. Zu erwarten ist, dass Teile des Großhandels weiter in Einzelhandelsfunktionen diffundieren, während sich andere Teile in Richtung Logistikunternehmen weiter entwickeln bzw. verstärkt Beratungs- und Vermittlungsaktivitäten ausüben. Für kleinere Anbieter, die nur auf einzelne Funktionen im Distributionsprozess konzentriert sind und allein den Inlandsmarkt bedienen, wird der Konkurrenzdruck damit noch zunehmen. Auch neue Möglichkeiten im B2B-Handel werden jedenfalls nur jenen Anbietern gute Zukunftsperspektiven bieten, welche innovationsorientiert arbeiten, und über ein übergreifendes (und firmenspezifisches) Logistik-Know-how verfügen.

1.3 Entwicklung im Wiener Einzelhandel

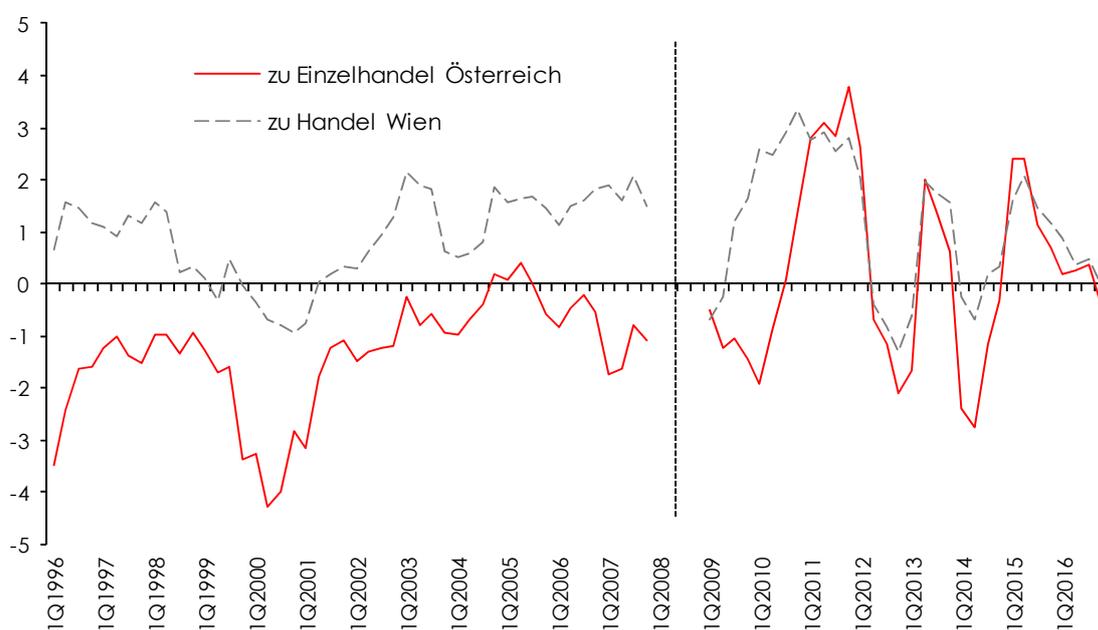
Die Entwicklung im hier primär interessierenden Wiener Einzelhandel war nach den bereits in Abschnitt 1.2.2 präsentierten Sonderauswertungen aus der regionalen RGR seit der Jahrtausendwende im Vergleich zu Groß- und Kfz-Handel günstiger, blieb aber im Durchschnitt ebenfalls hinter jener im nationalen Einzelhandel und auch in der Stadtwirtschaft insgesamt zurück. Für die lange Frist und die Beschäftigungsseite kann dies durch eine Auszählung der unselbständigen Standard-Beschäftigungsverhältnisse laut Hauptverband weiter konkretisiert werden (Abbildung 1.10).

¹³⁾ Der Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern beinhaltet vor allem den Großhandel mit Textilien und Bekleidung, mit elektrischen Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik, mit keramischen Erzeugnissen und Reinigungsmitteln, Körperpflegemitteln, pharmazeutischen Produkten, Uhren und Schmuck und sonstigen Verbrauchsgütern. Voluminöse Produktpaletten finden sich hier nur im Großhandel mit Möbeln und Teppichen.

Abbildung 1.10: Beschäftigungsdynamik im Wiener Einzelhandel
Standardbeschäftigte, Veränderung gegen das Vorjahr in %



Wachstumsdifferenzial in Prozentpunkten



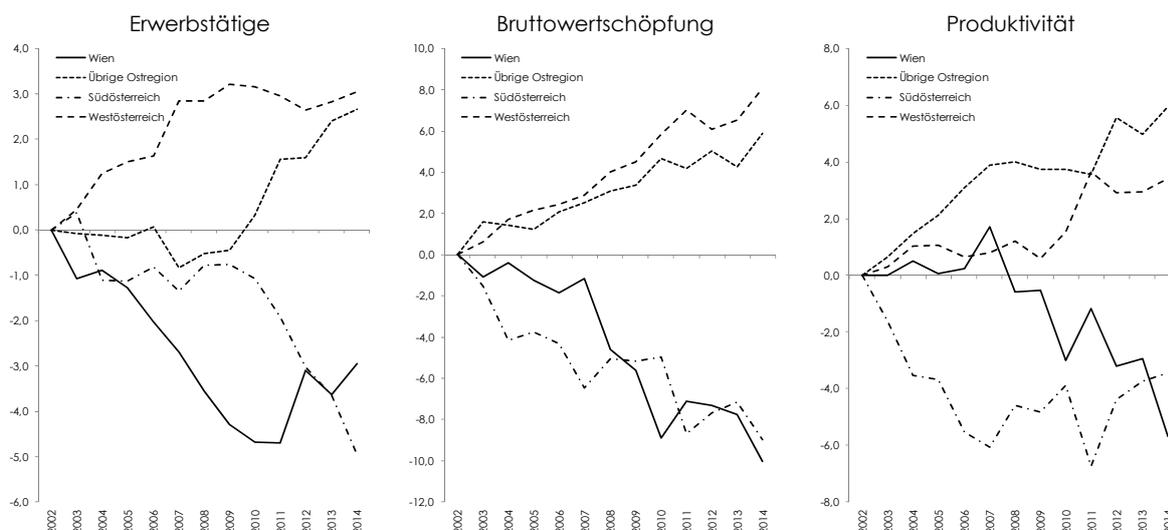
Q: HV, WIFO-Berechnungen.

Hier zeigt sich, dass sich die Beschäftigungsentwicklung im Wiener Einzelhandel nach empfindlichen Einbußen bis in die frühen 2000er-Jahre ($\bar{\emptyset}$ 1996-2003 $-1,1\%$ p.a.) in der folgenden Phase guter Konjunktur deutlich erholte. Seit Sommer 2004 wurden wieder (netto) Jobs mit

steigender Rate aufgebaut, sodass die Beschäftigungsdynamik kurz vor der Krise Spitzenwerte erreichte (3. Quartal 2007 und 4. Quartal 2007 +3,3%). Nach dieser ökonomischen Zäsur wurden Zuwächse in solcher Höhe bei nun extremer Volatilität nicht mehr erreicht. Die Arbeitsplatzentwicklung blieb aber im Durchschnitt positiv (+1,2% p.a.) und in einer Größenordnung, die vor dem Hintergrund der bislang nur schwachen konjunkturellen Erholung nicht zu erwarten war.

Im Vergleich zum gesamten Wiener Handel blieb die Beschäftigungsentwicklung im Einzelhandel fast durchgängig günstiger, was einmal mehr die vergleichsweise größeren (auch strukturellen) Probleme in Kfz- und Großhandel erkennen lässt (siehe dazu Abschnitt 1.2.3). Die Arbeitsplatzentwicklung im nationalen Einzelhandel erreichte die Wiener Branchenabteilung über die gesamte Periode dennoch nur in kaum einem Viertel der Fälle (20 von 84), dies allerdings ganz überwiegend in der jüngeren Zeit (nach der Krise). Tatsächlich war das durchschnittliche Beschäftigungswachstum im Wiener Einzelhandel in dieser Phase erstmals sogar leicht höher als in Österreich, was die spezifische Entwicklung des Wiener Einzelhandels in dieser konjunkturell ja wenig günstigen Phase einmal mehr unterstreicht.

Abbildung 1.11: Relative Entwicklung des Wiener Einzelhandels
Kumuliertes Wachstumsdifferenzial zum Österreich-Durchschnitt



Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Insgesamt bleibt damit dennoch eine längerfristig eher ungünstige Arbeitsplatzentwicklung im Wiener Einzelhandel im Vergleich zur nationalen Branchengruppe, welche sich am aktuellen Rand zwar (relativ) verbessert hat, allerdings auf schwacher konjunktureller Basis. Auf Basis von Daten der genannten Sonderauswertung der RGR kommt dies besonders deutlich in einer Darstellungsform zum Ausdruck, die das kumulative Wachstumsdifferenzial des Einzelhandels

zum nationalen Durchschnitt¹⁴⁾ für die österreichischen Großregionen und Wien gemessen an Beschäftigung (Erwerbstätige nach VGR) und nomineller Bruttowertschöpfung und die Jahre 2002 bis 2014 vergleichend abbildet (Abbildung 1.11).

Hier zeigt sich, dass der Wiener Einzelhandel im Vergleich zur nationalen Entwicklung über die gesamte erste Dekade des neuen Jahrtausends in beiden relevanten Makrovariablen sukzessive (relativ) zurückgefallen ist, was im übrigen Österreich sonst nur für Südösterreich, nicht aber für die übrige Ostregion und (vor allem) Westösterreich der Fall war. Dabei hat sich das (negative) Wachstumsdifferenzial des Wiener Einzelhandels vor allem in der Boom-Phase vor der Wirtschaftskrise, aber auch in der Krise selbst noch vergrößert, und erreichte in der Beschäftigung 2010 mit -4,7 Prozentpunkten gegenüber Österreich (und -5,0 PP bzw. -7,9 PP gegenüber der übrigen Ostregion bzw. Westösterreich) sein Maximum. Die (relative) Entwicklung der Wertschöpfung verlief in dieser Phase im Wiener Einzelhandel durchaus ähnlich (ungünstig), sodass die Produktivitätsposition zum nationalen Einzelhandel bis zur Krise weitgehend gehalten werden konnte. Dies änderte sich jedoch in der Folge deutlich: Während die Beschäftigungsentwicklung im Wiener Einzelhandel nach 2010 (relativ) wieder spürbar anzog, sodass der Wachstumsrückstand zu Österreich gemessen an den im Einzelhandel Beschäftigten deutlich schrumpfte (2014 kumuliert -2,9 PP gegenüber Österreich; -5,9 PP gegenüber Westösterreich), fand dies auf der Outputseite – angesichts einer weiter schwächelnden Konjunkturentwicklung nicht zuletzt in Wien – keine Entsprechung. Vielmehr vergrößerte sich der Wachstumsrückstand des Wiener Einzelhandels gemessen an der Wertschöpfung in dieser Phase weiter (kumuliert zuletzt -10,0 PP gegenüber Österreich, -15,9 PP gegenüber der übrigen Ostregion und -18,1 PP gegenüber Westösterreich). Deutliche Einbußen auch in der Produktivitätsposition waren die (notwendige) Folge. Insgesamt blieb das Produktivitätswachstum im Wiener Einzelhandel damit seit 2002 kumuliert um immerhin -5,7 PP hinter der nationalen Benchmark zurück, rund 90% dieses Rückstands (-5,2 PP) entstanden dabei nach der Wirtschaftskrise.

Für eine nähere Sichtung der sektoralen Hintergründe dieser Sonderentwicklung am aktuellen Rand können Daten aus der Leistungs- und Strukturhebung genutzt werden, weil (nur) sie zumindest auf Betriebsebene regionale Informationen zur Entwicklung von Beschäftigung und Output in dieser Phase auch für die (3-Steller-)Branchengruppen des Wiener Einzelhandels bieten (Übersicht 1.8).

Danach sind die Umsatzerlöse in den (gewerblichen) Betrieben des Wiener Einzelhandels in der Periode 2008-2014 insgesamt um jährlich (nominell) +2,7% gestiegen, bei einem Zuwachs in der Beschäftigung von +1,4% pro Jahr. Die Umsatzproduktivität im Wiener Einzelhandel ist also zu laufenden Preisen in dieser Phase durchaus (leicht) gestiegen, die relative Erosion der Produktivitätsposition des regionalen Einzelhandels gegenüber dem übrigen Österreich war

¹⁴⁾ Das kumulierte Wachstumsdifferenzial wird durch die Subtraktion der (kumulierten) Wachstumsrate für Österreich vom jeweiligen Regionswert gebildet. Es kann auch als Entwicklung des jeweiligen Anteils des Einzelhandels in den einzelnen Regionstypen an Erwerbstätigen bzw. Wertschöpfung im österreichischen Einzelhandel interpretiert werden.

damit also nicht (absoluten) Einbußen in der Effizienz geschuldet. Vielmehr resultierte sie daraus, dass die Entwicklung der Betriebserlöse in den Wiener Betrieben weitgehend jener in Österreich entsprach, ihre Beschäftigungsentwicklung aber deutlich dynamischer war als auf nationaler Ebene (Wachstumsvorsprung zu Österreich +0,6 PP p.a.).

Übersicht 1.8: Entwicklung in den Branchengruppen des Wiener Einzelhandels
Beschäftigte und Betriebserlöse 2014, Betriebsebene

	Absolut	Anteil in %	Lokations- quotient	2008/2014 in % p.a.	Wachstums- differential zu Österreich (PP)
<i>Beschäftigte insgesamt</i>					
EH mit Waren verschiedener Art	8.986	12,6	34,6	+ 5,6	+ 3,6
Fach-EH - Nahrungsmittel, Getränke	7.059	9,9	125,6	- 1,9	- 1,3
EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen)	1.161	1,6	41,0	- 1,5	- 1,2
EH - Datenverarb./Unterhaltungselekt.	2.833	4,0	102,4	- 5,8	- 3,8
EH - sonst. Haushaltsgeräte/Textilien	7.445	10,4	53,2	+ 1,5	+ 1,2
EH - Verlagsprodukte/Sportartikel	2.914	4,1	54,5	- 3,7	- 4,3
EH - Sonst. Güter	38.511	53,9	135,9	+ 2,0	+ 1,4
EH - an Verkaufsständen/Märkten	1.085	1,5	194,6	+ 7,8	+ 0,6
EH - Versand-/Internethandel	1.493	2,1	73,3	+ 9,4	+ 7,8
Einzelhandel insgesamt	71.487	100,0	81,8	+ 1,4	+ 0,6
<i>Betriebserlöse</i>					
EH mit Waren verschiedener Art	1.188.314	10,2	17,0	+ 4,7	+ 1,4
Fach-EH - Nahrungsmittel, Getränke	1.294.156	11,1	92,5	+ 1,4	- 0,9
EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen)	381.020	3,3	30,1	+ 1,7	+ 0,4
EH - Datenverarb./Unterhaltungselekt.	741.538	6,3	82,8	- 4,1	- 3,5
EH - sonst. Haushaltsgeräte/Textilien	1.164.731	9,9	35,6	+ 2,6	+ 1,0
EH - Verlagsprodukte/Sportartikel	348.794	3,0	32,1	- 3,6	- 5,4
EH - Sonst. Güter	6.144.561	52,5	97,8	+ 4,2	+ 1,1
EH - an Verkaufsständen/Märkten	49.136	0,4	114,2	+ 6,0	- 0,3
EH - Versand-/Internethandel	394.704	3,4	58,2	+ 3,3	+ 1,0
Einzelhandel insgesamt	11.706.954	100,0	53,5	+ 2,7	+ 0,2

Q: Statistik Austria (LSE), WIFO-Berechnungen.

Auf der Ebene der einzelnen Branchengruppen war die Entwicklung dabei sehr heterogen. Stützen der Gesamtentwicklung waren seit 2008 auf Betriebsebene vor allem der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, mit sonstigen Gütern, und mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf als eher große Branchengruppen mit teils erheblichen Zuwächsen in Beschäftigung wie Umsatz, dazu kam eine hohe Dynamik im Versand- und Internethandel sowie (mit geringer Bedeutung) an Verkaufsständen und auf Märkten. Dabei waren die (hohen) Beschäftigungszuwächse in den beiden letztgenannten Branchengruppen, vor allem aber auch im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art freilich mit (nominel-

len) Produktivitätseinbußen verbunden, weil (nur) hier die Zahl der Beschäftigten stärker zulegen als der Umsatz.

Vor diesem Hintergrund nimmt der Wiener Einzelhandel mit Waren verschiedener Art in einer Sichtung wesentlicher Wirtschaftskennzahlen am aktuellen Rand – die sämtlich nur auf Betriebsebene abbildbar sind (Übersicht 1.9) – insofern eine Sonderstellung ein, als für ihn (2014) eine im Vergleich zu Wiener Einzelhandel wie nationaler Branchengruppe auch recht niedriges Niveau der Erlösproduktivität indiziert ist. Trotz eines gegenüber beiden Benchmarks eher niedrigen Lohnniveaus bedeutet dies eine hohe Lohntangente und im Gefolge einen sehr niedrigen Betriebsüberschuss (als Gewinnproxy). Im nationalen Vergleich eher gewinnträchtig erweisen sich dagegen der EH mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien und Heimwerker- bzw. Einrichtungsbedarf sowie der Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik, wobei dies bei letzterem vorrangig auf einer hohen Erlösproduktivität beruht. Der Einzelhandel mit sonstigen Gütern als größte Branchengruppe des Wiener Einzelhandels¹⁵⁾ erzielt im nationalen Vergleich letztlich unauffällige Erträge, weil regional höhere Löhne hier durch eine ebenfalls höhere regionale Erlösproduktivität kompensiert werden.

Übersicht 1.9: Wettbewerbsfähigkeit im Wiener Einzelhandel

Wirtschaftskennzahlen auf Betriebsebene, 2014

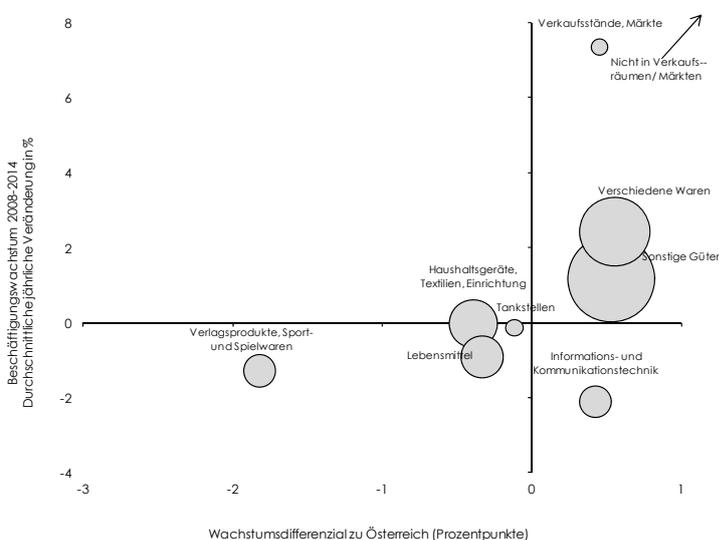
	Motoren- kraftstoffe (Tankstellen)	Verlags- produkte/ Sportartikel	Sonst. Güter	Waren verschie- dener Art	Nahrungs- mittel, Getränke	Datenver- arb./Unter- haltungs- elektr.	Sonst. Haushalts- geräte/ Textilien	Versand/ Internet- handel	Einzelhandel
Betriebe	137	591	3.603	717	1.103	583	1.309	488	8.928
Anteil an Österreich	9,2	18,1	25,9	17,4	21,8	23,4	17,0	16,0	21,2
Standortquotient	43,6	85,3	121,9	82,1	102,8	110,4	79,9	75,3	100,0
Betriebsgröße ¹⁾	8,5	4,9	10,7	12,5	6,4	4,9	5,7	3,1	8,0
Österreich=100	107,9	73,4	127,9	48,4	140,2	106,4	76,5	111,7	93,8
Erlösproduktivität in € ²⁾	328.183	119.696	159.553	132.241	183.334	261.750	156.445	264.370	163.763
Österreich=100	109,6	88,0	107,5	73,4	109,9	120,8	99,8	118,6	97,6
Lohnsatz in €	18.324	16.958	20.883	17.088	16.777	20.286	20.679	22.497	19.567
Österreich=100	107,6	94,9	108,3	86,7	118,0	106,7	95,0	130,6	102,0
Lohntangente ³⁾	5,6	14,1	13,0	12,8	9,1	7,7	13,1	8,5	11,9
Österreich=100	98,2	108,2	100,6	117,4	107,3	88,3	94,1	111,0	104,1
Betriebsüberschuss ⁴⁾	20,4	43,7	44,6	28,1	46,0	37,3	42,4	37,9	42,3
Österreich=100	61,1	96,7	99,4	85,2	92,1	103,9	119,6	93,6	106,6

Q: Statistik Austria (LSE), WIFO-Berechnungen. – 1) Beschäftigte je Betrieb. – 2) Bruttoerlöse je Beschäftigte. – 3) Personalaufwand in % Produktionswert. – 4) Bruttowertschöpfung minus Personalaufwand in % Bruttowertschöpfung.

¹⁵⁾ Die Gruppe umfasst weite Teile des Facheinzelhandels, etwa jenen mit Bekleidung und Schuhen, Apotheken, medizinischen und kosmetischen Produkten, Blumen und Tieren, Uhren und Schmuck sowie Fotoartikeln und -apparaten.

Nun sind derartige regionale Auswertungen auf Basis von Daten für die Betriebsebene nicht zuletzt wegen der nur auf dieser Ebene verfügbaren Informationen auch zur Outputseite der wirtschaftlichen Aktivität in der empirischen Literatur gängig, und für die meisten Wirtschaftsbereiche (mit allenfalls Mehrbetriebsunternehmen) auch gänzlich unproblematisch. In einer Analyse des Einzelhandels als hoch filialisierendem Bereich können auf dieser Basis aber erhebliche Verzerrungen entstehen, weil die einzelne Filiale im Rahmen der Handelskette meist nur rein operative Tätigkeiten erfüllt (und damit statistisch nur als örtliche Einheit und damit Arbeitsstätte gilt), während die dieser Filiale übergeordnete fachliche Einheit (der Betrieb) nicht notwendig in derselben Region loziert. Hier dürfte der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art vorrangiges Beispiel sein, der (neben Warenhäusern) nicht zuletzt die Aktivitäten der großen Handelsketten im Lebensmittelbereich erfasst. Indizien für Verzerrungen finden sich hier auch in unseren Daten. So liegt die Betriebsgröße in dieser Branchengruppe nach Übersicht 1.9 in Wien statistisch nicht einmal halb so hoch wie in Österreich, was ebenso für regionale Zuordnungsprobleme spricht wie die für diesen Bereich nach LSE indizierten äußerst kleinen regionalen Lokationsquotienten nach Beschäftigten wie Betriebserlösen (34,6 bzw. 17,0; siehe Übersicht 1.8). Sie können auf Basis einer Berechnung auf Basis der unselbständig Beschäftigungsverhältnisse nach Hauptverband (2016 86,2; vgl. Abbildung 1.5)¹⁶⁾ so nicht nachvollzogen werden.

Abbildung 1.12: Beschäftigungsdynamik in den Wiener Einzelhandelsgruppen
ÖNACE 3-Steller-Gruppen; Niveau und Dynamik der Beschäftigung; 2008-2014



Q: Statistik Austria (Sonderauswertung LSE); WIFO-Berechnungen; – Größe der Kreise bezeichnet Beschäftigtenzahl 2014.

¹⁶⁾ Die Statistik des Hauptverbands dürfte gegenüber der Betriebsstätten-Logik der LSE in Hinblick auf die regionale Trennschärfe nach Bundesländern insofern Vorteile bieten, als Beschäftigungsverhältnisse hier jeweils bei der zuständigen (regional organisierten) Krankenkasse anzumelden sind. Dem stehen allerdings Nachteile in der Trennschärfe in sektoraler Hinsicht vor allem auf stark disaggregierter Ebene (Branchengruppen bzw. -klassen der 3- und 4-Steller-Ebene) gegenüber.

Vor diesem Hintergrund hat das WIFO bei Statistik Austria eine regionale Sonderauswertung der Beschäftigtendaten der Leistungs- und Strukturhebung auf der Ebene der Arbeitsstätten für die tief disaggregierte Ebene der (4-Steller-)Branchenklassen des Wiener Einzelhandels beauftragt¹⁷⁾. Deren Ergebnisse sind zusammenfassend in Abbildung 1.12 dargestellt.

Sichtbar ist hier das Beschäftigungswachstum der (3-Steller-) Branchengruppen des Wiener Einzelhandels nach der Krise (auf der Ordinate), sowie das dabei entstandene Wachstumsdifferenzial zur nationalen Branchengruppe (auf der Abszisse). Die Größe der abgebildeten Kreise gibt zudem über die Bedeutung der jeweiligen Branchengruppe gemessen an der Beschäftigtenzahl (2014) Aufschluss. Es zeigt sich, dass das (entgegen der langfristigen Entwicklung) eher günstige Beschäftigungswachstum im Wiener Einzelhandel in der Periode 2008-2014 vorrangig durch die Entwicklung in den "großen" Branchengruppen des Einzelhandels mit verschiedenen Waren (mit den Einheiten der großen Handelsketten) und des Einzelhandels mit sonstigen Gütern (mit einer breiten Palette des Facheinzelhandels) geprägt war. Sie erzielten nach der Krise Beschäftigungsgewinne und eine günstigere Entwicklung als in Österreich, was sonst nur noch für die "kleinen" Branchengruppen des Einzelhandels an Verkaufsständen und Märkten sowie (vor allem) dem Einzelhandel nicht Verkaufsräumen (darunter v.a. der reine Online-Handel) der Fall war. Dagegen verloren alle anderen (meist mittelgroßen) Branchengruppen in dieser Periode Beschäftigung, und dies meist stärker als in Österreich.

Die Ergebnisse einer weiteren Untergliederung der Beschäftigungsentwicklung auf Arbeitsstätten-Ebene für die (37) disaggregierten 4-Steller-Branchenklassen der ÖNACE-Klassifikation lassen hierzu weitere Einzelheiten erkennen (Übersicht 1.10).

Danach hielten sich in der Phase wieder günstigerer Beschäftigungsentwicklung im regionalen Einzelhandel nach 2008 Teilbereiche mit steigender und fallender Arbeitsplatzzahl weitgehend die Waage (18 vs. 19 Branchenklassen). Die insgesamt doch deutlich steigende Beschäftigung seit der Krise resultiert also tatsächlich nicht aus einem breiteren Spektrum dynamischer Teilbereiche, sondern vorrangig daraus, dass die gemessen an der Beschäftigtenzahl "großen" Branchenklassen des Wiener Einzelhandels (in der Übersicht hervorgehoben) großteils dem dynamischen Teilsegment zuzuordnen sind. Grundsätzlich scheint die Arbeitsplatzentwicklung im Wiener Einzelhandel nach diesen Ergebnissen für die stark disaggregierte Ebene deutlich heterogener gewesen zu sein als im nationalen Einzelhandel: So entwickelte sich das Gros der Branchenklassen mit Beschäftigungszuwächsen im Wiener Einzelhandel auch günstiger als in Österreich, während fast alle Branchenklassen mit Beschäftigungsverlusten auch hinter der jeweiligen nationalen Entwicklung zurückblieben.

Besonders massive Beschäftigungsgewinne mit Vorteilen auch zu Österreich erzielten dabei der Sonstige Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (2008-2014 kumuliert +101,1%) als Sammelkategorie mit Warenhäusern und Handelsketten im Nicht-Lebensmittelbereich, sowie

¹⁷⁾ Wir danken hier Herrn Christian Psick, MA, vom Bereich Unternehmensstruktur der Direktion Unternehmen bei Statistik Austria für die rasche Bearbeitung der Sonderauswertung und die fruchtbare Zusammenarbeit in ihrer Umsetzung.

der Versand- und Internet-Einzelhandel (+95,4%) mit den reinen "Internet-Pure-Playern" als treibender Kraft. Zudem nahm auch die Beschäftigung im Marktverkauf (Einzelhandel - Sonstige Güter an Verkaufsständen +71,6%; Einzelhandel - Nahrungsmittel an Verkaufsständen +55,2%) noch um mehr als die Hälfte zu, Ergebnis wohl der Zunahme von "Events" im Stadtraum mit Bedarf an einschlägigen Begleitangeboten. Entscheidend für die wieder günstigere Beschäftigungsentwicklung im Wiener Einzelhandel waren allerdings die ebenfalls noch erheblichen und im nationalen Rahmen überdurchschnittlichen Beschäftigungsgewinne im Einzelhandel mit Lebensmitteln (+11,2%) und Bekleidung (+13,2%) als den beiden größten (und stark durch Handelsketten geprägten) Branchenklassen. Eine überdurchschnittliche Entwicklung im Einzelhandel mit Körperpflegemitteln (+4,2%; etwa Parfümerien und der Handel mit Kosmetika) sowie hohe Zuwächse bei Apotheken (+13,2%) kamen hinzu.

Übersicht 1.10: Beschäftigungsdynamik in den Wiener Einzelhandelsklassen

Beschäftigte insgesamt lt. LSE; Arbeitsstätten-Ebene (Sonderauswertung); Dynamik 2008-2014 in %

	Beschäftigungswachstum schneller als in Österreich	Beschäftigungswachstum langsamer als in Österreich	
Beschäftigungswachstum	4719 Sonst. EH mit Waren verschiedener Art (2,1;101,1%) 4791 Versand- und Internet-EH (0,8;95,4%) 4789 EH - Sonst. Güter an Verkaufsständen (0,5;71,6%) 4781 EH - Nahrungsmittel an Verkaufsständen (0,7;55,2%) 4779 EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren (1,8;31,0%) 4729 Sonst. EH - Nahrungsmittel (1,6;18,9%) 4771 EH - Bekleidung (14,1;13,2%) 4753 EH - Vorhänge, Teppiche und Tapeten (0,5;11,7%) 4711 Lebensmitteleinzelhandel (23,0;11,2%) 4742 EH - Telekommunikationsgeräte (2,1;8,0%) 4772 EH - Schuhe und Lederwaren (3,5;6,8%) 4775 EH - Körperpflegemittel (4,7;4,2%)	4764 EH - Fahrräder und Sportartikel (1,9;23,2%) 4799 Sonst. EH; nicht: Verkaufsräume, Märkte (0,7;22,3%) 4725 EH - Getränke (0,4;19,3%) 4782 EH - Bekleidung an Verkaufsständen (0,2;17,8%) 4773 Apotheken (5,6;13,4%) 4754 EH - Elektr. Haushaltsgeräte (0,6;9,1%)	Beschäftigungswachstum
	4751 EH - Textilien (1,0;-2,0%) 4765 EH - Spielwaren (0,7;-7,2%) 4724 EH - Back- und Süßwaren (2,5;-7,8%)	4759 EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände (6,4;-0,1%) 4730 EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen) (1,5;-0,8%) 4774 EH - Medizinische Artikel (1,0;-2,4%) 4752 EH - Metallwaren und Baubedarf (3,7;-2,5%) 4723 EH - Fisch und Fischerzeugnisse (0,1;-4,0%) 4777 EH - Uhren und Schmuck (2,4;-4,8%) 4726 EH - Tabakwaren (3,3;-5,2%) 4776 EH - Blumen, Pflanzen und lebende Tier (2,2;-5,5%) 4778 Sonst. EH in Verkaufsräumen (3,4;-6,8%) 4741 EH - Datenverarbeitungsgeräte (1,0;-11,9%) 4762 EH - Zeitschriften und Bürobedarf (0,8;-14,5%) 4761 EH - Bücher (2,0;-19,5%) 4721 EH - Obst, Gemüse und Kartoffeln (0,3;-23,4%) 4743 EH - Unterhaltungselektronik (2,0;-26,4%) 4722 EH - Fleisch und Fleischwaren (0,9;-28,4%) 4763 EH - Bespielte Ton- und Bildträger (0,1;-56,2%)	
Beschäftigungsrückgang	Beschäftigungsrückgang schwächer als in Österreich	Beschäftigungsrückgang stärker als in Österreich	Beschäftigungsrückgang

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung LSE); WIFO-Berechnungen. – Werte in Klammer: Beschäftigtenanteil am regionalen Einzelhandel in %; Veränderung Beschäftigung 2008/2014 in %; Fett: ÖNACE-4-Steller-Branchenklassen mit Beschäftigtenanteil am regionalen Einzelhandel > 4%.

Im schrumpfenden Teilsegment war gemessen an der Beschäftigtenzahl der Einzelhandel mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen (allerdings nur –0,1%) größte Branchenklasse, dazu finden sich hier eine Reihe von Teilsparten mit vorrangig unabhängigen Einzelhändlern (Einzelhandel mit Metallwaren –2,5%; mit Uhren –4,8%; mit sonstigem –6,8%; mit Tabakwaren –5,2%; dazu etwa Fleischhauer –28,4% oder Bäcker –7,8%) mit einigem Gewicht. Besonders hohe Beschäftigungsverluste waren allerdings nicht zuletzt in jenen Branchenklassen zu verbuchen (etwa bespielte Ton- und Bildträger –56,2%; Unterhaltungselektronik –26,4%; Bücher –19,5%; Zeitschriften –14,5%; Datenverarbeitungsgeräte –11,9%), in welchen der Internet-Handel nach bisherigen Analysen (vgl. auch Abschnitt 2.4) schon besonders stark Fuß fassen konnte.

Insgesamt dürften damit Unterschiede in der Entwicklung der Branchenklassen auch in der Phase seit 2008 in nicht unerheblichem Maße durch die in Abschnitt 1.1.2 benannten Effekte moderner Einzelhandelstechnologien (mit) bestimmt gewesen sein. So kann die vergleichsweise ungünstige Entwicklung von Branchenklassen mit vorrangig unabhängigen Anbietern (etwa 4777, 4778, 4722, 4765) gegenüber stark filialisierten Teilbereichen (etwa 4719, 4711, 4775) als Beleg für den fortschreitenden Wandel zu "modernen" Angebotsformaten gelten, und die ungünstige Entwicklung der Branchenklassen mit Produkten mit bereits starker Präsenz im Online-Shopping (etwa 4763, 4743, 4761, 4741), spricht für bereits relevante Effekte des Internet-Handels auf den stationären Verkauf. Im nächsten Abschnitt werden diese Effekte zusammen mit anderen Einflussgrößen auf die längerfristige Entwicklung des Wiener Einzelhandels daher Gegenstand vertiefender Analysen sein.

2. Zentrale Einflussfaktoren auf die Entwicklung des Wiener Einzelhandels

Kernergebnis unserer Analyse zur Entwicklung des Wiener Einzelhandels bleibt jedenfalls seine grosso modo stabilisierende Rolle für die Entwicklung des gesamten Wiener Handels, v.a. in der Periode seit Beginn der 2000er Jahre. Wesentliches Resultat bleibt aber auch seine mittlere bis langfristig schwächere Dynamik im Vergleich zum Einzelhandel in Österreich, und seine damit nur geringe Rolle als "Treiber" von Beschäftigungszuwächsen in der Wiener Stadtwirtschaft.

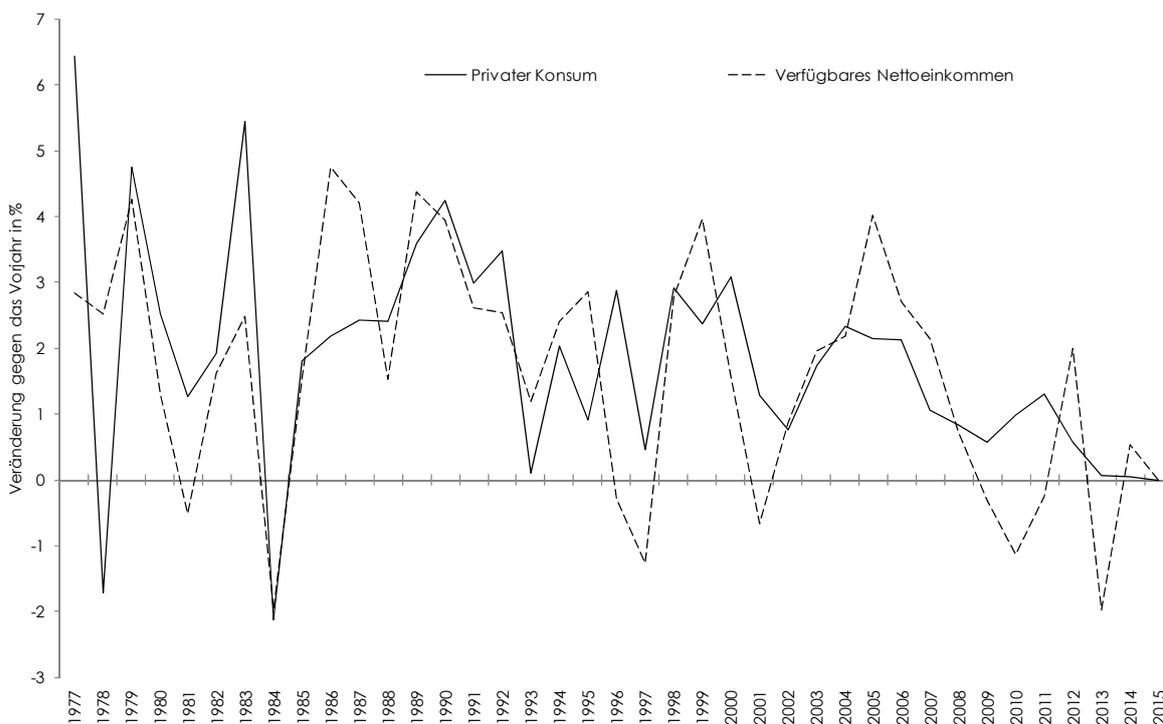
Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse scheint es in der Folge notwendig, die wesentlichen Einflussfaktoren dieser Entwicklung einer genaueren Sichtung zu unterziehen. Hier können nach unseren Überlegungen in Abschnitt 1.1.2 vor allem der Strukturwandel zu neuen Angebotsformaten und der damit verbundene Umbau der Unternehmensstruktur, sowie – in neuerer Zeit – der Aufstieg des Online-Handels als potentielle (handelsimmanente) Determinanten der Entwicklung im Einzelhandel gelten. Die daraus resultierenden Einflüsse und Herausforderungen werden daher Gegenstand der Abschnitte 2.2 und 2.4 sein. Als regionales Spezifikum können zudem die besonderen Gegebenheiten im urbanen Siedlungsraum auf die Gesamtentwicklung des Wiener Einzelhandels Einfluss nehmen – nicht zuletzt wegen des verstärkten Flächenbedarfs "neuer" Angebotsformate. Dem trägt eine empirische Sichtung der Stadt-Umland-Konkurrenz im Agglomerationsraum und ihrer Bedeutung für die Einzelhandelsentwicklung in der Kernstadt Rechnung (Abschnitt 2.3). Nicht zuletzt werden auch die regionale Nachfrage und deren Grundlagen in der regionalen Einkommensentwicklung erheblich auf die Entwicklung des Wiener Einzelhandels einwirken. Eine kurze Analyse dieser übergeordneten makroökonomischen Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Wiener Einzelhandels soll den vorliegenden Abschnitt daher einleiten.

2.1 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen der regionalen Einzelhandelsentwicklung: Konsumnachfrage und regionale Einkommen

Als nachfrageseitige Rahmenbedingungen für die Entwicklung im Einzelhandel können einige makroökonomische Einflussfaktoren benannt werden, welche – bei genauerer Betrachtung – eine überdurchschnittliche Performance dieses großen und beschäftigungsreichen Wirtschaftsbereichs auch auf gesamtwirtschaftlicher Ebene kaum erwarten lassen.

Zentral ist hier die Entwicklung der Konsumausgaben der privaten Haushalte als Indikator der Nachfrage nach Handelsleistungen, sowie jene der verfügbaren (Netto-)Haushaltseinkommen als deren zentraler Grundlage. Ihre Wachstumsmuster für Österreich über die (lange) Periode 1977 bis 2015 ist in Abbildung 2.1 zu erkennen.

Abbildung 2.1: Konsum- und Einkommenszuwächse in Österreich seit den 1970er-Jahren



Q: Ederer (2017); WIFO-Berechnungen.

Danach hat die Dynamik der realen Konsumausgaben in Österreich seit den 1970er-Jahren stetig abgenommen, was als Ergebnis eines zunehmend exportorientierten Wachstumsmodells in Österreich interpretiert werden kann (Marterbauer et al., 2006). Nahm der private Konsum in Österreich in der Periode 1981 bis 1994 real noch um +2,3% pro Jahr zu, so reduzierte sich diese Dynamik in der Periode 1994 bis 2007 auf nur noch +1,8%. Nach der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise stiegen die privaten Konsumausgaben letztlich (mit +0,5% p.a.) kaum noch. Grundlage für diese fortschreitende Abschwächung waren deutlich abnehmende Zuwachsraten in den verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte, namentlich aus einer gedämpften Lohnentwicklung: So nahmen die Nominallöhne in Österreich noch in der Periode 1980/1994 deutlich stärker zu als die gesamtwirtschaftliche Produktivität, stiegen in der Folge aber nur noch um ½ Prozentpunkte rascher. Dies begünstigte eine Verbesserung der relativen Lohnstückkostenposition Österreichs gegenüber den Handelspartnern, kam aber nicht im selben Ausmaß in der Preisentwicklung zur Geltung (Ederer, 2017). Vor diesem Hintergrund nahmen die Reallöhne pro Kopf (berechnet mit dem Konsumdeflator) nach noch +1,6% pro Jahr in der Periode 1981 bis 1994 in der Folge (1994/2007) nur noch um +0,5% pro Jahr zu, seit der Krise ist kein Anstieg mehr festzustellen. Damit lag der Zuwachs der real verfügbaren Nettoeinkommen in neuerer Zeit – anders als noch in den 1980er- und frühen 1990er-Jahren – leicht unter dem Wachstum der Konsumausgaben, die Verlangsamung der

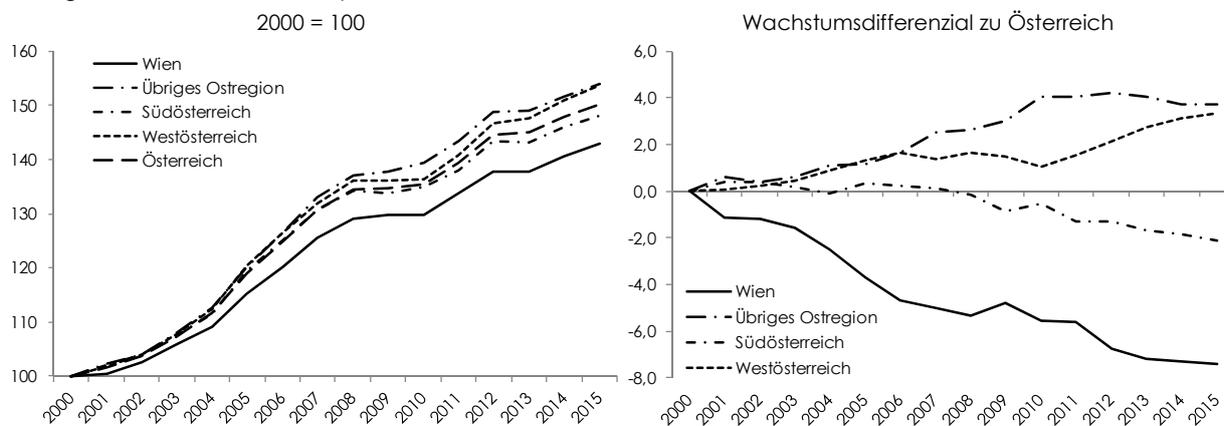
Einkommensentwicklung wurde von den Konsumenten also in Teilen durch eine verringerte Ersparnisbildung ausgeglichen (sinkende Sparquote).

Gleichzeitig ging die schwächere Dynamik der verfügbaren Nettoeinkommen mit Veränderungen in der persönlichen Einkommensverteilung einher, welche – bei tendenziell höheren Sparquoten in höheren Einkommensklassen – ebenfalls dämpfende Effekte auf den privaten Konsum verursachten. So hat der Anteil des untersten Einkommens-Terzils an den verfügbaren Haushaltseinkommen nach Daten des EU-SILC zwischen 2004 und 2013 (bei Anteilsgewinnen im mittleren und oberen Einkommensbereich) von 17,7% auf 17,2% abgenommen. Dabei war dies vor allem auf die Phase nach der Krise zurückzuführen, und vorrangig Resultat von Veränderungen in der Verteilung der Lohneinkommen¹⁸⁾.

All dies dürfte das nachfrageseitige Entwicklungspotential des Einzelhandels mittelfristig auch auf nationaler Ebene erheblich gedämpft haben. In noch weit größerem Maße dürfte dies aber für den Wiener Einzelhandel gelten, weil hier die Einkommensentwicklung in neuerer Zeit mit jener in Österreich und den übrigen Bundesländern in keiner Weise Schritt hielt. Dies lassen Daten der regionalen VGR erkennen, welche über die nominelle Entwicklung der verfügbaren Einkommen in den österreichischen Bundesländern seit der Jahrtausendwende Aufschluss geben (Abbildung 2.2).

Abbildung 2.2: Entwicklung der verfügbaren Einkommen in Wien

Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte, nominell, 2000 = 100



Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR), WIFO-Berechnungen.

Danach blieb der Wachstumspfad der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte in Wien über die gesamte hier beobachtbare Periode 2000 bis 2015 markant unter jenem in Österreich und allen übrigen Großregionen des Landes (Abbildung 2.2, links). Im Durchschnitt stand ein Wachstum der verfügbaren Einkommen von nominell +2,8% pro Jahr in Österreich

¹⁸⁾ So ging der Anteil des unteren Einkommens-Terzils an den Lohneinkommen in der Periode 2004-2013 von 12,9% auf 10,7% zurück, weil die Lohneinkommen in diesem Terzil in dieser Phase real sogar rückläufig waren (-1,6%; dagegen +3,2% im zweiten und +14,8% im dritten Terzil). Dagegen wirkten Pensionseinkommen und Transferleistungen teilweise kompensierend (Ederer, 2017).

einem solchen von nur 2,4% pro Jahr in Wien gegenüber. Damit hat sich in den 2000er-Jahren in Wien gemessen an dieser für die Nachfrage des Einzelhandels zentralen Variablen ein ganz erhebliches (negatives) Wachstumsdifferential zu Österreich geöffnet (Abbildung 2.2, rechts). Zuletzt fehlen in Wien bei relativ günstigerer Entwicklung in der übrigen Ostregion und in West-österreich zum Einkommenszuwachs in Österreich (kumuliert) immerhin –7,4 Prozentpunkte, zu jenem der übrigen Ostregion sind es fast 11 PP.

Die Ursachen dieser Entwicklung liegen nach den Ergebnissen von Mayerhofer et al. (2015) vorrangig darin begründet, dass eine seit der Jahrtausendwende äußerst dynamische Bevölkerungsentwicklung in Wien nicht in vergleichbaren Zuwächsen in der Wirtschaftsleistung ihre Entsprechung fand. Die zusätzliche Bevölkerung konnte in dieser Phase also nicht vollständig ins Erwerbsleben integriert und damit "produktiv" gemacht werden – nur geringe regionale Einkommenszuwächse trotz hohen demographischen Wachstums waren die Folge. Dies macht klar, dass aus dem Faktum der demographisch "wachsenden" Stadt keineswegs automatisch eine äquivalente zusätzliche Nachfrage aus privatem Konsum entsteht. Neue Nachfragepotentiale werden vielmehr nur bei Erfolgen auch in der Arbeitsmarktintegration neuer Bevölkerungsteile schlagend. Verstärkte Bemühungen dazu scheinen vor diesem Hintergrund nicht nur, aber auch unter dem Aspekt der Sicherung der weiteren Entwicklungsperspektiven des Wiener Einzelhandels von hoher Priorität.

Übersicht 2.1: Stand und Entwicklung der Pro-Kopf-Einkommen in den Bundesländern
Verfügbares Einkommen je Einwohner/in, nominell 2002-2015

	Wien	Nieder- österreich	Burgen- land	Steiermark	Kärnten	Ober- österreich	Salzburg	Tirol	Vorarlberg	Österreich
Kopfeinkommen in €										
2000	17.600	16.100	14.700	15.100	14.800	15.500	15.800	15.300	16.300	15.900
2015	21.500	23.100	22.200	21.900	21.500	22.300	22.800	22.000	23.500	22.200
Österreich = 100										
2000	111	101	92	95	93	97	99	96	103	100
2002	108	101	94	96	94	98	99	97	101	100
2004	106	102	98	96	95	99	100	98	102	100
2006	103	102	98	96	96	99	100	97	103	100
2008	102	103	98	98	95	100	101	97	102	100
2010	101	103	99	97	96	100	101	97	101	100
2012	100	104	100	98	96	100	102	98	104	100
2014	98	104	99	98	96	100	102	99	105	100
2015	97	104	100	99	97	100	103	99	106	100
Durchschnittliche jährliche Veränderung in %										
2000/20015	1,3	2,4	2,8	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,3

Q: Statistik Austria (RGR), WIFO-Berechnungen.

Dies umso mehr, als die Konsequenzen der genannten Entwicklung auch im Niveau der regional verfügbaren Einkommen pro Kopf mittlerweile massiv durchschlagen. Wie Übersicht 2.1

erkennen lässt, sind erhebliche Einkommensvorteile Wiens im nationalen Gefüge innerhalb von nur 15 Jahren gänzlich erodiert.

So lag Wien gemessen an den verfügbaren Einkommen je Einwohner/in noch im Jahr 2000 mit einem Vorsprung von 11% gegenüber dem nationalen Niveau mit großem Abstand auf Rang 1 einer Bundesländerreihung. Da die regionalen Kopf-Einkommen in der Folge aber ungleich schwächer zunahmen als in Österreich (+1,3% vs. +2,3% p.a.), ging diese Spitzenposition im Verlauf der 2000er-Jahre gänzlich verloren und verwandelte sich zuletzt in einen merklichen Rückstand. 2015 liegt das verfügbare Kopf-Einkommen in Wien sogar um 3,1% unter dem nationalen Durchschnitt, womit Wien zusammen mit Kärnten zuletzt das Schlusslicht unter den Bundesländern bildet.

Auch wenn kausale Analysen zu diesem makroökonomischen Zusammenhang hier nicht geleistet werden können, lässt die Größenordnung dieses Rückfalls doch die Vermutung zu, dass ein Gutteil des mittelfristigen Wachstumsrückstands des Wiener Einzelhandels gegenüber der nationalen Branchenabteilung auf diese Entwicklung der regionalen Einkommen als zentralem Parameter der Wiener Konsumnachfrage zurückzuführen war. Der makroökonomische Rahmen in der Region dürfte also für die gezeigte Entwicklung des Wiener Einzelhandels eine bedeutende Rolle gespielt haben. Darüber hinaus sind allerdings auch angebotsseitige Ursachen im Rahmen des Übergangs zu "modernen" Handelstechnologien nicht auszuschließen, ihre Analyse wird daher den Inhalt der folgenden Abschnitte bilden.

2.2 Strukturwandel in den Angebotsformaten

Zentraler Treiber in der Entwicklung zu solchen "modernen" Handelstechnologien war bisher ohne Zweifel der Übergang von unabhängigen Handelsbetrieben zu Anbietern unter dem Dach von Handelsketten ("Filialisierung"), und der damit einhergehende Strukturwandel zu "neuen" Angebotsformaten. Er kann auch als Anpassung an zunehmend heterogene Kundenpräferenzen verstanden werden (siehe dazu auch Abschnitt 1.1.2). Während erste Ansätze der Filialisierung international schon ins späte 19. Jahrhundert zurückreichen und ab den 1920er-Jahren an Dynamik gewinnen, ist die Ausdifferenzierung der Geschäftsformen vor allem im Bereich großflächiger Angebotsformate vorrangig mit dem Aufstieg des motorisierten Individualverkehrs und neuen Kühl- und Lagertechnologien in den Haushalten verknüpft. Sie setzt daher im Wesentlichen in den 1960er- und 1970er-Jahren ein. Zusammen verändern beide Entwicklungstrends die Art und Weise, wie Waren vertrieben werden und zum Kunden gelangen. Das traditionelle, dienstleistungsorientierte (Einzel)Geschäft wird zunehmend durch ein (kosteneffizienteres) Vertriebsmodell abgelöst, das Logistiktechniken aus dem Großhandel nutzt, verstärkt aber auch dessen ökonomische Funktion übernimmt und bis in die Produktionsstufe ausgreift (Rückwärtsintegration). Zentral für diese Entwicklung zu Filialsystemen und neuen Angebotsformaten ist die Nutzung von Größenvorteilen – auf der Ebene der Kette vorrangig durch die Optimierung von Vertriebsnetz und Lagerhaltung sowie eine größere Marktmacht gegenüber den Produzenten, auf der Ebene der Angebotsformate über einen rascheren Warenumschlag, die kontinuierlichere Auslastung der Beschäftigten, und die Mög-

lichkeit einer größeren Angebotsvielfalt bei "größeren" Outlets. Damit sollten beide Trends auch auf die Marktstruktur im Einzelhandel einwirken, mit der Tendenz zu größeren Einheiten auf der Ebene der Arbeitsstätten (Outlets), aber auch zu steigender Marktkonzentration auf der Ebene der Unternehmen.

Eine statistische Abbildung dieser für die Entwicklung des Einzelhandels so zentralen Entwicklungstrends ist auf Basis verfügbarer offizieller Sekundärstatistiken (namentlich der jährlichen Leistungs- und Strukturhebungen, aber auch der bis 2011 in 10-Jahres-Abständen publizierten Vollerhebungen) freilich kaum möglich. So scheitert eine längerfristige Beobachtung von Veränderungen in der Größenstruktur auf Arbeitsstätten- (und damit Outlet-)Ebene schon auf nationaler Ebene an der mehrmaligen Umstellung der statistischen Klassifikation der Wirtschaftsaktivitäten (BV 1968, ÖNACE 1995, 2003, 2008), welche jeweils erhebliche Veränderungen in der Abgrenzung des Einzelhandels insgesamt mit sich brachte. Zudem enthält die offizielle Sekundärstatistik auf der (hier allein aussagekräftigen) Arbeitsstätten-Ebene für die Bundesländer keine weitere Disaggregation des Einzelhandels auf Branchenebene – wobei freilich auch deren Verfügbarkeit das grundlegende Problem nicht lösen würde, dass auch eine tiefe Untergliederung nach Wirtschaftsaktivitäten (ÖNACE) kaum Rückschlüsse auf Stand und Entwicklung der Angebotsformate im Einzelhandel zulässt.

Vor diesem Hintergrund wurde für diese Studie zum einen eine regionale Sonderauswertung der Leistungs- und Strukturhebung für Wien bei Statistik Austria beauftragt, die für die Ebene der Arbeitsstätte und die Periode 2008-2014 Informationen in einer sektoralen Untergliederung bis zur 4-Steller-Ebene der ÖNACE-Klassifikation enthält. Damit wird zumindest für die neuere Zeit eine Analyse der Größenstruktur und -entwicklung in den (tief disaggregierten) Branchenklassen des Wiener Einzelhandels möglich, ebenso eine rudimentäre Sichtung des Filialisierungsgrades nach Branchengruppen.

Vor allem aber können wir in der Folge auf die (inhaltlich reiche) Passport-Datenbank des international führenden Marktforschungsinstituts Euromonitor International zurückgreifen, welche das WIFO in ihrer rezenten Version (2017) angekauft hat. Diese Datenbasis enthält eine große Zahl interessierender Kenngrößen zum Einzelhandel für die Periode 2002-2016 (nur) für die Länderebene. Dabei sind die Daten international weitgehend harmonisiert, sodass auch Vergleiche zwischen Ländern möglich sind. Für die Fragestellung in diesem Abschnitt zentral ist dabei, dass diese Datenbasis zumindest für den Einzelhandel mit Lebensmitteln (auch) in einer Gliederung nach Angebotsformaten vorliegt. Damit wird es zumindest für die nationale Ebene möglich, den oben skizzierten Strukturwandel auf mittlere Frist zu analysieren und in seiner Bedeutung zu bewerten. Dabei sollte die Qualität der verfügbaren Datenbasis¹⁹⁾

¹⁹⁾ Daten stammen hier aus offiziellen statistischen Quellen, aber auch von Wirtschaftskammern, aus Branchenanalysen der Fachliteratur, einem breiten Spektrum von Unternehmensinformationen und aus umfangreichen eigenen Recherchen. Für Österreich listet Euromonitor als Datenquellen neben offiziellen Datenanbietern (v.a. Statistik Austria) eine Reihe von (19) einschlägigen Teilorganisationen der WKO, des Handelsverbands und internationaler Organisationen auf. Zudem gehen nach diesen Angaben Unternehmensdaten von rund 150 größeren am Markt tätigen Einzelhandelsunternehmen, sowie Informationen von 14 einschlägigen Fachmedien und 11 weiteren Institutionen (etwa

durchaus ansprechend sein. Jedenfalls wird die Passport-Datenbank auch von internationalen Organisationen genutzt, und findet in der international hochrangig publizierten wissenschaftlichen Literatur breite Verwendung (etwa zuletzt *Bronnenberg – Ellickson, 2015*).

*Übersicht 2.2: Größenstruktur in den Branchenklassen des Wiener Einzelhandels
Arbeitsstätten-Ebene; ÖNACE 2008*

	Beschäftigte je Arbeitsstätte (AST) 2014	Veränderung Beschäftigte je AST 2008/2014	Österreich = 100 2014
Apotheken	11,8	+ 0,1	108,3
Lebensmitteleinzelhandel	11,4	- 0,0	93,4
EH - Telekommunikationsgeräte	7,3	- 1,5	129,9
EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände	6,6	+ 0,1	84,9
Sonst. EH mit Waren verschiedener Art	6,1	+ 1,3	84,8
EH - Metallwaren und Baubedarf	5,9	- 0,4	101,2
EH - Körperpflegemittel	5,8	+ 0,6	91,3
EH - Bekleidung	5,6	+ 0,1	109,0
EH - Schuhe und Lederwaren	5,6	+ 0,4	113,6
EH - Bücher	5,4	- 0,3	104,6
EH - Medizinische Artikel	5,3	- 0,1	134,4
EH - Fahrräder und Sportartikel	5,1	+ 0,4	110,6
EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen)	5,0	+ 0,5	108,6
EH - Back- und Süßwaren	4,8	- 0,7	103,1
EH - Fleisch und Fleischwaren	4,2	- 0,2	91,3
EH - Vorhänge, Teppiche und Tapeten	4,0	+ 0,2	96,0
EH - Unterhaltungselektronik	3,9	- 2,5	91,3
EH - Getränke	3,9	+ 0,8	140,5
EH - Zeitschriften und Bürobedarf	3,8	+ 0,6	105,3
EH - Tabakwaren	3,4	+ 0,3	105,8
EH - Spielwaren	3,4	- 0,6	132,8
Sonst. EH - Nahrungsmittel	3,4	- 1,7	97,4
EH - Uhren und Schmuck	3,3	- 0,2	104,5
EH - Blumen, Pflanzen und lebende Tier	3,1	+ 0,2	86,1
Sonst. EH in Verkaufsräumen	3,1	- 0,2	99,3
EH - Fisch und Fischerzeugnisse	2,9	- 0,2	93,9
EH - Nahrungsmittel an Verkaufsständen	2,7	+ 0,6	115,1
EH - Elektr. Haushaltsgeräte	2,7	+ 0,2	71,3
EH - Textilien	2,5	+ 0,1	97,9
EH - Datenverarbeitungsgeräte	2,5	+ 0,1	93,1
Versand- und Internet-EH	2,5	- 2,4	74,9
EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren	2,4	+ 0,6	122,4
EH - Obst, Gemüse und Kartoffeln	2,0	- 0,2	67,8
Sonst. EH; nicht: Verkaufsräume, Märkte	1,9	- 0,2	103,7
EH - Bespielte Ton- und Bildträger	1,8	- 1,1	81,8
EH - Bekleidung an Verkaufsständen	1,3	- 0,1	92,1
EH - Sonst. Güter an Verkaufsständen	1,3	- 0,4	97,1
Einzelhandel insgesamt (ÖNACE 2008)	5,2	- 0,0	95,3
Zum Vergleich:			
Einzelhandel insgesamt (ÖNACE 2003; Jahre 2007 bzw. 2002/2007)	4,9	+ 3,3	92,8

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung LSE), WIFO-Berechnungen.

2.2.1 Größenstruktur und Filialisierungsgrad im Wiener (Lebensmittel-)Einzelhandel

Schon aus der erwähnten regionalen Sonderauswertung von Statistik Austria für Wien wird dabei zunächst erkennbar (Übersicht 2.2), dass eine Fokussierung auf den Einzelhandel mit

KMU Forschung Austria, Bank Austria etc.) in die Datenbasis ein. Für weitere Informationen vgl. <http://www.euromonitor.com>.

Lebensmitteln in einer Analyse zum Strukturwandel nach Angebotsformaten auch aus inhaltlichen Gründen zielführend ist.

Abgebildet sind hier Informationen zur Größenstruktur der Arbeitsstätten in den (4-Steller-) Branchenklassen des Wiener Einzelhandels, sowie deren Veränderung seit 2008. Danach beschäftigt der Wiener Einzelhandel zuletzt (2014) je Arbeitsstätte 5,2 Mitarbeiter/innen. Das typische Outlet im regionalen Einzelhandel ist damit gemessen an den Beschäftigten um knapp 5% kleiner als in Österreich, was mit den größeren Flächenbeschränkungen im verdichteten Stadtraum, und den damit höheren Boden- bzw. Mietpreisen in Wien erklärbar scheint. Dabei hat sich die Zahl der Beschäftigten je Wiener Arbeitsstätte bei freilich großer Heterogenität zwischen den Branchenklassen (mit Werten zwischen +1,3% im Sonstigen Einzelhandel mit Waren verschiedener Art und -2,5% im Einzelhandel mit Unterhaltungselektronik) seit der Krise nicht verändert. Dies im Gegensatz zur Entwicklung in der Hochkonjunktur der Jahre 2002 bis 2007, in welcher die Arbeitsstätten im Wiener Einzelhandel (allerdings in der nur rudimentär vergleichbaren Abgrenzung der ÖNACE 2003) gemessen an ihren Beschäftigten noch merklich größer geworden sind (+3,3%).

Sektoral sind die Größenunterschiede der Wiener Arbeitsstätten nach Branchenklassen nach diesen Ergebnissen erheblich, die Werte reichen von fast 12 Beschäftigten je Outlet im (freilich hoch regulierten) Bereich der Apotheken bis zu weniger als 2 Beschäftigten im Einzelhandel an Verkaufsständen, aber auch im Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern, der durch die Konkurrenz des Online-Handels weitgehend auf kleine Plattenläden reduziert wurde.

Dominant in der Größenstruktur der Arbeitsstätten im Wiener Einzelhandel ist – bei gleichzeitig zentraler Bedeutung für die Gesamtbeschäftigung – der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Lebensmittel, welcher vorrangig die Super- und Verbrauchermärkte im Einzelhandel mit Lebensmitteln abbildet. Mit 11,4 Beschäftigten je Arbeitsstätte sind die Geschäfte in dieser Branchenklasse im Durchschnitt doppelt so groß wie im Wiener Einzelhandel insgesamt. Dagegen finden sich in den übrigen Branchenklassen des regionalen Lebensmitteleinzelhandels (namentlich dem Einzelhandel mit Gemüse und Obst, mit Fischerzeugnissen, aber auch mit Nahrungsmitteln i.e.S.) vor allem kleine (und weiter schrumpfende) Arbeitsstätten. Gerade im Lebensmitteleinzelhandel dürfte die Ausdifferenzierung der Angebotsformate also auch in Wien bereits weit vorangeschritten sein (und noch weiter andauern). Eine besondere Betrachtung dieses Bereichs in einer Analyse des Strukturwandels nach Formaten liegt also nahe.

Ganz ähnliche Schlussfolgerungen lässt Übersicht 2.3 zu, in welcher auf Basis von Daten der jüngsten Arbeitsstättenzählung (2011) zusätzliche Informationen zur Charakteristik der Arbeitsstätten auf der Ebene der (größeren) 3-Steller-Branchengruppen in Wien verfügbar sind. Hier zeigt sich in einem Vergleich der großen Aggregate zunächst, dass der Grad der Filialisierung im Wiener Einzelhandel jenen in der Wiener Gesamtwirtschaft, aber auch im gesamten Wiener Handel deutlich übersteigt: Während in der Stadtwirtschaft fast 86% und im gesamten Wiener Handel noch fast drei Viertel der Arbeitsstätten die einzige Arbeitsstätte des zugehörigen

Unternehmens bilden, sind es im Wiener Einzelhandel nur zwei Drittel. Rund 27% aller Arbeitsstätten sind hier reine Filialen, fast dreimal so viele wie in der Wiener Wirtschaft insgesamt (10,2%; Handel insgesamt 19,4%).

Übersicht 2.3: Struktur der Arbeitsstätten im Wiener Einzelhandel
Arbeitsstättenebene, 2011

	Insgesamt	Einziges des Unternehmens	Unternehmenssitz mehrerer AST	Filiale (Zweigstelle)	Einziges des Unternehmens	Unternehmenssitz mehrerer AST	Filiale (Zweigstelle)
		Anteile in %			Österreich = 100		
Handel	22.522	74,2	6,4	19,4	101,0	112,4	93,0
Einzelhandel	13.470	66,6	6,8	26,7	102,5	106,8	92,9
EH mit Waren verschiedener Art	1.786	48,5	3,4	48,2	99,4	71,6	103,5
Fach-EH - Nahrungsmittel, Getränke	1.562	73,1	4,9	22,0	97,8	98,9	108,2
EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen)	217	51,2	19,8	29,0	87,4	132,6	109,6
EH - Datenverarb./Unterhaltungselekt.	770	81,4	5,1	13,5	101,8	96,5	91,3
EH - sonst. Haushaltsgeräte/Textilien	1.655	78,0	7,4	14,6	98,0	128,9	99,5
EH - Verlagsprodukte/Sportartikel	938	68,9	6,9	24,2	101,3	100,0	96,5
EH - Sonst. Güter	5.503	60,9	8,3	30,7	110,0	112,6	82,6
EH - an Verkaufsständen/Märkten	545	86,4	6,1	7,5	99,5	112,0	97,6
EH - Versand-/Internethandel	494	93,5	2,8	3,6	99,7	111,5	99,5
Wien	139.523	85,9	3,9	10,2	102,2	97,6	85,5

Q: Statistik Austria (Unternehmensdemographie), WIFO-Berechnungen.

Unterschiede innerhalb des Einzelhandels bestätigen dabei erneut die spezifische Rolle des Lebensmitteleinzelhandels in der Entwicklung von Ketten-Organisation und neuen Angebotsformaten. So ist der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (als Sammelkategorie mit Dominanz von Super- und Verbrauchermärkten im Lebensmittelhandel) die einzige Branchengruppe, in der nur eine Minderheit der Arbeitsstätten (48,5%) die einzige Betriebsstätte des Unternehmens ist. Ein ähnlich großer Anteil der Wiener Arbeitsstätten (48,2%) ist in dieser Branchengruppe dagegen eine reine Filiale. Damit liegt der Filialisierungsgrad hier noch um 80% höher als im Einzelhandel, und übersteigt jenen in der Wiener Gesamtwirtschaft um das 4½-fache. Im Gegensatz dazu ist der übrige Facheinzelhandel für Nahrungsmittel und Getränke im Vergleich zum Einzelhandel nur unterdurchschnittlich stark im Ketten-Verbund organisiert (eigenständige und solitäre Einheiten 73,1%; Filialen 22,0%), was die starke Ausdifferenzierung von Organisationsformen (wie Angebotsformaten) innerhalb des Lebensmitteleinzelhandels einmal mehr unterstreicht.

In regionaler Perspektive bedeutend scheint letztlich, dass beide Teile des Wiener Lebensmitteleinzelhandels – trotz eines insgesamt deutlich geringeren Filialisierungsgrads von Gesamtwirtschaft, Handel und Einzelhandel in Wien – in merklich höherem Ausmaß in Handelsverbände eingebunden sind als die vergleichbaren Bereiche in Österreich. Dies trifft unter allen Wiener Branchengruppen ansonsten nur noch für den Einzelhandel mit Motorkraftstoffen (v.a.

Tankstellen) zu. Während die Arbeitsstätten dieser Branchengruppe aber zu einem erheblichen Teil (19,8%) auch Unternehmenssitz mehrerer Filialen sind, ist dies im Lebensmitteleinzelhandel nicht der Fall: Nur 3,4% (EH mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung Lebensmittel) bzw. 4,9% (Fach-EH Nahrungsmittel) der Arbeitsstätten sind in Wien Unternehmenssitz mehrerer Arbeitsstätten, deutlich weniger als in Österreich. Insgesamt geht im Wiener Lebensmitteleinzelhandel also ein hoher Filialisierungsgrad mit einer eher geringen Zahl an Firmensitzen einher, weil gerade die großen Handelsketten (v.a. im EH mit Waren verschiedener Art verbucht) vorrangig von Headquarters außerhalb Wiens gesteuert werden.

2.2.2 Deutlicher Strukturwandel zu Ketten-Unternehmen und "modernen" Angebotsformaten

Wendet man sich vor diesem Hintergrund einer detaillierteren Analyse des Lebensmitteleinzelhandels auf Basis von Passport-Daten für die nationale Ebene zu, so betrachtet man einen Teil des Einzelhandels, der gemessen am Umsatz (ohne Steuern) österreichweit zuletzt (2016) immerhin 39,6% des gesamten Einzelhandels und 44,8% des stationären Handels ausmacht.

Übersicht 2.4: Entwicklung von Umsatz, Outlets und Verkaufsfläche im österreichischen Lebensmittelhandel

	2011	2015	2016	2011/2016 Ø jährliche Veränderung in %	2015/2016 Veränderung in %
<i>Lebensmitteleinzelhandel</i>					
Umsatz in Mio. €	22.082	23.692	24.116	+ 1,8	+ 1,8
Zahl Geschäfte (Outlets)	13.607	12.882	12.591	- 1,5	- 2,3
Verkaufsfläche in 1.000 m ²	3.803	3.881	3.809	+ 0,0	- 1,9
<i>Zum Vergleich: Facheinzelhandel (ohne Lebensmittel)</i>					
Umsatz in Mio. €	30.094	30.588	30.901	+ 0,5	+ 1,0
Zahl Geschäfte (Outlets)	25.162	23.538	23.398	- 1,4	- 0,6
Verkaufsfläche in 1.000 m ²	10.897	10.817	10.755	- 0,3	- 0,6

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Übersicht 2.4 zeigt für diesen Untersuchungsbereich einige zentrale Kenngrößen, wobei zum Vergleich auch die Werte für den übrigen Einzelhandel (Facheinzelhandel ohne Lebensmittel) angeführt sind. Hier wird erkennbar, dass der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel auch in der Nachkrisenphase mit nominell +1,8% p.a. deutlich gestiegen ist. Dagegen war dies im Facheinzelhandel (ohne Lebensmittel) über weite Strecken der Beobachtungsperiode nicht in diesem Ausmaß der Fall (Ø 2011/2016 +0,5% p.a.), erst die günstigere Konjunkturlage am aktuellen Rand führte hier in Verbindung mit Effekten der Steuerreform wieder zu auch real steigenden Umsätzen (2015/2016 nominell +1,8%). Dennoch blieb die Zahl der Geschäfte nach der Krise in beiden Handelssparten in ähnlichem Ausmaß (leicht) rückläufig, und auch die Ent-

wicklung der Verkaufsflächen lässt für Lebensmittel- wie Facheinzelhandel ähnlich keine Expansion erkennen. Dabei ist dies in Teilen auch auf Sondereffekte im Jahr 2016 zurückzuführen, als der Konkurs der sechstgrößten Handelsmarke Zielpunkt mit einer Übernahme von nur rund der Hälfte ihrer (229) Geschäftsstellen durch andere Marktteilnehmer einen deutlichen Rückgang von Zahl (-2,3%) wie Verkaufsfläche (-1,9%) der Outlets zur Folge hatte. Grundsätzlich lässt die auch längerfristige Koinzidenz von günstiger Geschäftsentwicklung und fehlender Expansion von Outlets wie Fläche im Lebensmitteleinzelhandel allerdings doch auf einen erheblichen Strukturwandel im Bereich schließen, was unsere detailliertere Sichtung in Übersicht 2.5 bestätigt.

Übersicht 2.5: Umsatzentwicklung und Flächenproduktivität nach Angebotsformaten im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel

Umsätze ohne Steuern absolut und je m² Verkaufsfläche, 2002-2016

	2002	2009	2015	2016	2002/16	2009/16	2015/16
	Umsatz in Mio. €				Ø jährliche Veränderung in %		
<i>Moderner Formate</i>	12.545,5	17.041,9	19.285,7	19.739,5	+ 3,3	+ 2,1	+ 2,4
Nachbarschaftsläden/Mini-Märkte	725,9	582,1	507,2	516,5	- 2,4	- 1,7	+ 1,8
Diskonter	3.054,0	5.361,2	6.216,9	6.166,9	+ 5,1	+ 2,0	- 0,8
Tankstellen-Shops etc.	687,4	791,0	790,0	802,4	+ 1,1	+ 0,2	+ 1,6
Einkaufszentren/Großmärkte	2.054,5	2.638,2	3.246,3	3.348,4	+ 3,6	+ 3,5	+ 3,1
Supermärkte	6.023,8	7.669,4	8.525,2	8.905,3	+ 2,8	+ 2,2	+ 4,5
<i>Traditioneller Formate</i>	5.149,1	4.956,5	4.406,7	4.375,9	- 1,2	- 1,8	- 0,7
FH LM/Getränke/Tabak	4.469,6	4.337,1	3.803,1	3.751,2	- 1,2	- 2,1	- 1,4
Unabhängige Händler	264,0	217,8	202,2	206,1	- 1,8	- 0,8	+ 1,9
Andere Lebensmittelhändler	415,4	401,6	401,4	418,6	+ 0,1	+ 0,6	+ 4,3
Lebensmittelhandel	17.694,6	21.998,3	23.692,3	24.115,5	+ 2,2	+ 1,3	+ 1,8
	Umsatz je m ² Verkaufsfläche						
<i>Moderner Formate</i>	4.831,6	5.283,1	5.738,4	6.003,1	+ 1,6	+ 1,8	+ 4,6
Nachbarschaftsläden/Mini-Märkte	2.943,1	3.049,2	3.211,3	3.216,7	+ 0,6	+ 0,8	+ 0,2
Diskonter	5.397,6	6.729,1	7.447,6	8.391,0	+ 3,2	+ 3,2	+ 12,7
Tankstellen-Shops etc.	8.400,7	8.328,3	9.007,3	9.245,8	+ 0,7	+ 1,5	+ 2,6
Einkaufszentren/Großmärkte	4.695,5	4.246,8	4.839,2	4.942,4	+ 0,4	+ 2,2	+ 2,1
Supermärkte	4.762,9	5.039,4	5.296,6	5.468,7	+ 1,0	+ 1,2	+ 3,2
<i>Traditioneller Formate</i>	8.325,6	8.645,7	8.465,4	8.402,0	+ 0,1	- 0,4	- 0,7
FH LM/Getränke/Tabak	11.037,2	11.375,8	11.200,3	11.105,1	+ 0,0	- 0,3	- 0,8
Unabhängige Händler	2.666,7	2.749,9	2.732,5	2.746,9	+ 0,2	- 0,0	+ 0,5
Andere Lebensmittelhändler	3.628,1	3.559,2	3.751,4	3.876,0	+ 0,5	+ 1,2	+ 3,3
Lebensmittelhandel	5.503,7	5.790,6	6.104,2	6.331,1	+ 1,0	+ 1,3	+ 3,7

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

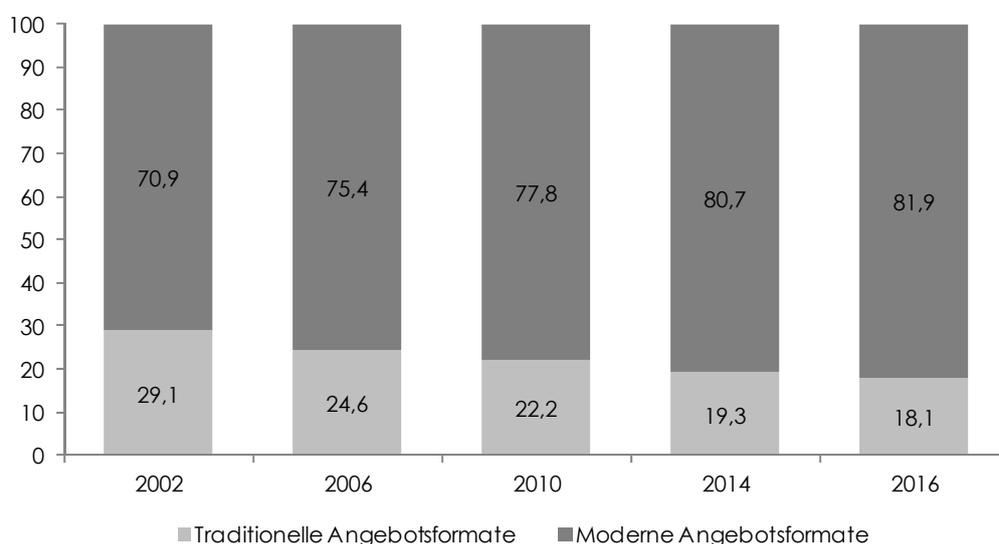
Hier sind Kenngrößen zu Umsatz und Flächenproduktivität in den Teilbereichen des österreichischen Lebensmitteleinzelhandels für die mittlere Frist (Jahre 2002 bis 2016) zu erkennen²⁰⁾. Dabei ist der Gesamtbereich unter Verwendung einer Typologie von Euromonitor in "moderne" und "traditionelle" Angebotsformate untergliedert. Zu Ersteren zählen – in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit in Österreich – dabei Supermärkte (Umsatz 2016 8,9 Mrd. €), Diskonter (6,2 Mrd. €) sowie Einkaufszentren und Großmärkte (3,3 Mrd. €), zudem werden Tankstellen-Shops (802 Mio. €) und Nachbarschaftsläden/Mini-Märkte zur Deckung von Kurzfristbedarfen ("convenience stores"; 517 Mio. €) von Euromonitor als "moderne" Angebotsformate geführt. Dem werden in der Übersicht "traditionelle" Angebotsformate gegenüber gestellt. Hier ist vorrangig der Facheinzelhandel mit Lebensmitteln und Getränken (3,8 Mrd. €) verortet, ein Bereich mit vorwiegend traditionellen Betrieben wie etwa Bäckern oder Fleischhauern, für die freilich auch die Zulieferung zu modernen Angebotsformen zunehmend Teil der Geschäftsgrundlage ist. Zudem sind als traditionelle Anbieter die verbliebenen unabhängigen Lebensmittelhändler (etwa Greißler, 206 Mio. €) sowie andere Lebensmitteleinzelhändler (vorwiegend Bio-Läden etc., 419 Mio. €) geführt, beide mit eher begrenzten Umsatzvolumina. Ein Vergleich der Umsatzentwicklung in diesen unterschiedlichen Angebotsformaten lässt den Strukturwandel zu "modernen" Handelsformen in Österreich auf mittlere Sicht, aber auch am aktuellen Rand klar erkennen. Danach nahm der nominelle Umsatz in den "modernen" Formaten in der "langen" Periode 2002 bis 2016 ($\bar{\Delta}$ +3,3% p.a.), aber auch nach der Krise (+2,1% p.a.) deutlich stärker zu als im Lebensmitteleinzelhandel insgesamt (+2,2% bzw. +1,3% p.a.). Dies vor allem wegen des mittelfristig deutlichen Bedeutungsgewinns von Diskontern (+5,1% p.a.), der sich – gestützt durch die Einkommensentwicklung – trotz des Ausscheidens von Zielpunkt am aktuellen Rand (2015/16 –0,8%) auch nach der Krise in gedämpfter Form fortsetzte ($\bar{\Delta}$ 2009/2016 +2,0% p.a.). Diskonter erzielten dabei auch periodenunabhängig die mit Abstand größten Erlöszuwächse je Flächeneinheit (+3,2% p.a.), und nähern sich in Produktspektrum wie Einrichtung zunehmend den Supermärkten an. Auch diese Supermärkte legten mittelfristig deutlich zu und konnten ihre Dominanz unter den Angebotsformaten in Österreich weitgehend behaupten. Umsatzzuwächse von +2,8% p.a. auf längere Sicht und +2,2% nach der Krise bedeuten auch hier noch eine Erlösentwicklung deutlich über der Inflationsrate – am aktuellen Rand (2015/2016 +4,5%) allerdings auch durch die Übernahme einer Reihe von Zielpunkt-Filialen durch die großen Marktanbieter und deren Umwandlung in Supermärkte unterstützt. Auch die Umsatzentwicklung je m² Verkaufsfläche blieb bei den Supermärkten periodenunabhängig deutlich positiv (+1,0% p.a., nach der Krise +1,2% p.a.), wozu auch Weiterentwicklungen in den Geschäftskonzepten mit verstärkten Angeboten an regionalen und "ready-to-eat"-Produkten einerseits, und einer Ausweitung von Niedrigpreis-Sortimentslinien und Eigenmarken andererseits beigetragen haben dürften. Noch übertroffen wurden die Supermärkte gemessen an der Umsatzentwicklung freilich durch Einkaufszentren und Großmärkte (+3,6%, nach der Krise +3,5% p.a.), deren Erlöszuwächse vor allem in den 2000er-Jah-

²⁰⁾ Für eine ähnliche Darstellung von Struktur und Entwicklung des Facheinzelhandels (außerhalb des Lebensmittelbereichs) vgl. Übersicht A.2 im Anhang.

ren allerdings vorrangig durch eine deutliche Expansion der Verkaufsflächen getrieben waren. Konsequenz war eine über weite Strecken nur geringe Dynamik in der (nominellen) Flächenproduktivität (+0,4% p.a.), die sich nach der Krise bei nun deutlich vorsichtiger Flächenentwicklung allerdings merklich erholte (2009/16 +2,2% p.a.). Einzige Ausnahme unter den ansonsten dynamischen "modernen" Angebotsformen blieb die Geschäftsform des Nachbarschaftsladens/Mini-Marktes (+2,4% p.a., nach der Krise -1,7% p.a.). Seine Funktion wird in Österreich wegen der hier erheblichen Outlet-Dichte und der zunehmenden Ausweitung einschlägiger Angebote vorrangig von den Supermärkten wahrgenommen.

Abbildung 2.3: Entwicklung Umsatzanteile in "modernen" und traditionellen Angebotsformaten

Anteile am Umsatz im Lebensmittelhandel (ohne Steuern) in %; 2002-2016



Q: Passport- Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Ist damit die Entwicklung "moderner" Angebotsformate im Lebensmitteleinzelhandel durchaus dynamisch verlaufen, so mussten traditionelle Formate schon mittelfristig und noch verstärkt nach der Krise auch nominell Umsatzeinbußen hinnehmen. Im Durchschnitt der Periode 2002 bis 2016 sanken deren Umsätze mit immerhin -1,2% pro Jahr erheblich, wobei sich dieser rückläufige Trend nach der Krise noch verstärkt hat ($\bar{\Delta}$ 2009/2016 -1,8% p.a.). Ausnahme ist hier allein die Sammelkategorie der anderen Lebensmittelhändler, die auch dynamische Teilbereiche (wie Bio-Läden und Anbieter veganer Lebensmittel) enthält, und damit zumindest keine Umsatzeinbußen hinnehmen musste. Empfindlich waren solche Umsatzverluste (auch nominell) dagegen auch mittelfristig bei unabhängigen Lebensmittelhändlern ($\bar{\Delta}$ 2009/2016 -1,8% p.a.) sowie im traditionellen Facheinzelhandel mit Lebensmitteln (-1,2% p.a.) als größtem traditionellen Angebotsformat. Dabei hat sich gerade in Letzterem der Umsatzrückgang nach der Krise noch weiter beschleunigt ($\bar{\Delta}$ 2009/2016 -2,1% p.a.). Vor diesem Hintergrund

blieb in diesen beiden traditionellen Formaten auch die Erlösentwicklung je Flächeneinheit im neuen Jahrzehnt deutlich rückläufig, wobei sich (nur) hier auch in der wieder günstigeren Konjunktorentwicklung am aktuellen Rand keine Trendwende abzeichnet.

Insgesamt ist der mittelfristige Strukturwandel zu "modernen" Angebotsformen damit (auch) in Österreich in aller Deutlichkeit erkennbar (Abbildung 2.3). Während diese Angebotsformen nach noch 71% im Jahr 2002 und knapp 78% zum Jahrzehntwechsel zuletzt rund 82% des nominellen Umsatzes im heimischen Lebensmitteleinzelhandel erwirtschaften, fiel der Umsatzanteil traditioneller und kettenunabhängiger Anbieter von noch 29% im Jahr 2002 mittlerweile auf deutlich unter ein Fünftel (18,1%). Dies, obwohl diese Anbieter mit zuletzt 6.220 Geschäften noch immer knapp die Hälfte (49,4%) der Outlets im heimischen Lebensmitteleinzelhandel stellen.

Übersicht 2.6: Entwicklung Angebotsformate in hoch entwickelten Ländern

Beispiel Lebensmitteleinzelhandel; Umsatzanteil 2014 in %; in Klammer durchschnittliches jährliches Anteilswachstum 2002-2014 in %

	Durchschnitt (26) hoch entwickelter Länder	Österreich	Deutschland	Italien	Großbri- tannien	USA
<i>Traditionelle Formate</i>						
Unabhängige/Andere	9,4 (-2,7)	2,1 (-4,5)	6,2 (-3,9)	11,3 (-0,5)	5,4 (-5,0)	6,6 (-2,4)
FH Lebensmittel/Getränke/Tabak	8,9 (+2,5)	8,4 (-3,9)	10,3 (-1,5)	14,5 (-2,7)	5,9 (-4,7)	6,0 (-1,3)
<i>Moderne Formate</i>						
Supermärkte	33,5 (-0,1)	41,6 (+0,2)	28,1 (-0,5)	34,6 (+1,0)	20,9 (-2,1)	29,6 (-1,4)
Einkaufszentren/Großmärkte	24,9 (+0,9)	14,8 (+0,1)	17,0 (-0,9)	17,5 (+0,5)	41,8 (+1,6)	32,5 (+1,5)
Diskonter	7,2 (+2,8)	27,3 (+3,6)	33,8 (+3,0)	10,4 (+2,7)	5,7 (+5,2)	1,3 (+1,3)
Billiganbieter für Mitglieder	3,9 (+3,9)	-	-	-	-	10,5 (+3,7)
Nachbarschaftsläden/Minimärkte	7,3 (+2,1)	2,4 (-5,9)	-	11,6 (-0,5)	17,1 (+4,0)	2,0 (+0,0)
Tankstellen-Shops etc.	5,0 (-0,3)	3,4 (-0,7)	4,3 (-0,5)	-	3,1 (-0,7)	11,4 (-0,0)

Q: Bronnenberg – Ellickson (2015); Daten Euromonitor; WIFO-Berechnungen. – Werte in Klammer: durchschnittliche jährliche Wachstumsrate, keine Angabe wenn Anteil(2014) < ½% des Umsatzes im jeweiligen Land.

Ist damit ein rasanter Wandel zu filialisierten und letztlich kosteneffizienteren Angebotsformaten (auch) im heimischen Lebensmitteleinzelhandel dominierendes Faktum, so kann freilich auch gezeigt werden, dass in diesem Wandel in Österreich eine Angebotsstruktur entstanden ist, die sich von jener in anderen hoch entwickelten Ländern durchaus unterscheidet. Dies wird aus Übersicht 2.6 erkennbar, in welcher Anteile wie Entwicklung der unterschiedenen

Angebotsformate in Österreich im Vergleich zum Durchschnitt eines Samples von (26) hoch entwickelten Ländern, sowie einigen wesentlichen Einzelländern im Überblick dargestellt sind. Danach ist die Angebotsstruktur moderner Formate in Österreich ungleich stärker als im Durchschnitt der hoch entwickelten Länder, aber auch in allen ausgewiesenen Einzelländern durch Supermärkte geprägt. Zuletzt ist der Anteil dieses Angebotsformats in Österreich mit 41,6% um rund ein Viertel höher als im Durchschnitt der Vergleichsländer und ungleich höher als in Großbritannien (20,9%), aber auch den USA (29,6%). Zudem ist der Umsatzanteil von Supermärkten in Österreich auch deutlich höher als in Deutschland (28,1%), mit dem das Land allerdings einen markanten (und steigenden) Anteil an Diskontern als zweitem Pfeiler der heimischen Angebotsstruktur teilt (27,3%, Deutschland 33,8%; dagegen Durchschnitt hoch entwickelte Länder 7,2%). Insbesondere in den USA ist dieses Format dagegen kaum vertreten, sein Platz wird hier in Teilen von mitgliedsbasierten Angebotsformen (etwa Warehouse Clubs) eingenommen, die in Europa weitgehend fehlen. Vor allem aber wird die Angebotsstruktur im anglosächsischen Raum ungleich stärker durch Großstrukturen (Einkaufszentren/Großmärkte wie etwa Walmart in den USA) dominiert, welche hier mit 32,5% (USA) bzw. 41,8% (UK) des Umsatzes die größten Anbieter von Lebensmitteln sind. In Österreich machen Einkaufszentren und Großmärkte dagegen (wie auch in Deutschland und Italien) mit 14,8% des Umsatzes einen deutlich geringeren Anteil am Angebotsportefeuilles aus (Durchschnitt entwickelte Länder 24,9%). Auch war ihr Bedeutungsgewinn seit den frühen 2000er-Jahren im Vergleich vor allem zu den angelsächsischen Ländern gering, und blieb in Österreich (wie auch in Deutschland und Italien) klar hinter jenem der Diskonter zurück. Im Vergleich gering ist in Österreich letztlich die Bedeutung von Nachbarschaftsläden und Mini-Märkten unter den modernen Angebotsformen. Sie sind vor allem in stark urbanisierten Ländern (wie Großbritannien oder – hier nicht abgebildet – Japan) üblich, in Österreich wird ihre Rolle zudem weitgehend von einem hier dichten Netz an Supermärkten wahrgenommen. Letztlich bleibt in Österreich auch der Umsatzanteil von Tankstellen-Shops begrenzt (3,4%), sie spielen vor allem in den USA (11,4%) mit ihrem ungleich stärker am motorisierten Individualverkehr orientierten Verkehrssystem eine relevante Rolle.

Bemerkenswert ist freilich, dass trotz dieser insgesamt geringeren Präsenz von echten Großstrukturen unter den modernen Angebotsformaten die Bedeutung traditioneller (nicht-filialisierter) Handelsformen in Österreich nach erheblichen Anteilsverlusten auf mittlere Frist zuletzt ähnlich gering ist wie im angelsächsischen Raum. So liegt der Umsatzanteil des heimischen Lebensmittel-Facheinzelhandels in Österreich nach den Daten von Passport mit 8,4% der Erlöse des gesamten Lebensmitteleinzelhandels zuletzt zwar nur geringfügig unter dem Durchschnitt der hoch entwickelten Länder (8,9%) und höher als in Großbritannien oder den USA. In Deutschland (10,3%) und vor allem Italien (14,5%) erwirtschaften Facheinzelhändler allerdings auch zuletzt einen noch deutlich höheren Anteil an den Erlösen im Lebensmittelhandel. Zudem sind unabhängige und andere Lebensmitteleinzelhändler in Österreich nach massiven Einbußen in den letzten 1½ Jahrzehnten in der heimischen Angebotsstruktur am aktuellen

Rand nur noch schwach vertreten (2,1%), im Durchschnitt der entwickelten Länder liegt ihr Anteil rund viermal so hoch (9,4%).

2.2.3 Erhebliche Marktkonzentration mit Brennpunkt im Lebensmitteleinzelhandel

Insgesamt ist der Filialisierungsgrad im heimischen Lebensmitteleinzelhandel also mittelfristig gestiegen und hat damit am aktuellen Rand ein auch in internationaler Perspektive erhebliches Niveau erreicht. Dies geht auf der Unternehmensebene nicht zuletzt mit einer hohen (und steigenden) Marktkonzentration einher, wobei der Lebensmitteleinzelhandel auch hier den Brennpunkt bildet.

Übersicht 2.7: Marktstruktur nach Handelsmarken im österreichischen Einzelhandel
Anteil der TOP-20-Unternehmen am Umsatz im nationalen Einzelhandel (ohne Steuern) in %

Markenname	2007		2013		2016
Hofer	5,8	Hofer	6,3	Hofer	7,0
Billa	5,2	Billa	5,3	Billa	5,5
Spar	4,1	Spar	4,6	Spar	4,7
Merkur	2,3	Merkur	2,7	Merkur	2,8
Interspar, Maximarkt	2,1	Interspar, Maximarkt	2,4	Interspar, Maximarkt	2,6
Eurospar	1,9	Eurospar	2,3	Eurospar	2,3
Media Markt/Saturn	1,6	Media Markt/Saturn	1,9	Media Markt/Saturn	1,9
Kika/Leiner	1,4	Lidl	1,6	Lidl	1,9
Lidl	1,2	Kika/Leiner	1,4	Penny Markt	1,3
XXXLutz	1,2	Penny Markt	1,3	MPreis	1,3
Penny Markt	1,1	MPreis	1,2	Obi	1,2
Zielpunkt	1,1	XXXLutz	1,2	XXXLutz	1,1
Adeg	1,0	Bipa	1,1	Bipa	1,1
Bipa	0,9	Dm	1,0	Dm	1,1
BauMax	0,9	IKEA	1,0	IKEA	1,0
MPreis	0,8	BauMax	0,9	H&M	0,8
IKEA	0,8	H&M	0,8	Kika/Leiner	0,7
H&M	0,8	Zielpunkt NEU	0,8	3rd Party Merchants	0,7
Intersport	0,8	Adeg	0,7	Adeg	0,6
Nah & Frisch	0,8	Expert	0,7	Expert	0,6
Anteil Top 3	15,1		16,2		17,2
Anteil Top 5	19,5		21,3		22,6
Anteil Top 20	35,8		37,8		39,0
Übrige Unternehmen	64,2		62,2		61,0

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Dies wird schon daran erkennbar, dass in einer aus den Passport-Daten für die Jahre 2007 bis 2016 ableitbaren Reihung der Einzelhandelsmarken in Österreich nach ihrem Umsatzanteil solche aus dem Lebensmitteleinzelhandel durchgängig die (6) vorderen Plätze belegen. So führen in den letzten Jahren Hofer, Billa, Spar, Merkur, Interspar/Maximarkt und Eurospar die Hierarchie der Handelsmarken unverändert an. Zudem finden sich mit Lidl, Penny, MPreis und

Adeg sowie (bis 2015) Zielpunkt fünf weitere Anbieter von Lebensmitteln unter den 20 größten Marken im gesamten Einzelhandel. Dabei haben die (6) "großen" Lebensmittelmarken ihren Marktanteil in der betrachteten Periode durchwegs noch weiter ausgebaut. Sie haben damit einen Löwenanteil daran, dass die Hierarchie der Einzelhandelsmarken in Österreich in der letzten Dekade noch spürbar steiler geworden ist. So hat der Anteil der drei größten Handelsmarken am Umsatz des heimischen Einzelhandels seit 2007 um 2,1 Prozentpunkte, jener der größten 5 Marken um 3,1 Prozentpunkte, und jener der TOP-20-Handelsmarken um 3,2 Prozentpunkte zugenommen – eine Entwicklung, die auch in einer weiteren Zunahme der Unternehmenskonzentration ihren Niederschlag gefunden hat.

Übersicht 2.8: Marktstruktur nach globalen Markeneignern im österreichischen Einzelhandel
Anteil der TOP-20-Unternehmen am Umsatz im Einzelhandel (ohne Steuern) in %

	2007		2016
Rewe Group (D)	10,7	Rewe Group (D)	11,5
Internationale Spar Centrale BV (NL)	8,5	Internationale Spar Centrale BV (NL)	10,3
Aldi Group (D)	5,8	Aldi Group (D)	7,0
Tengelmann Group, The (D)	2,0	Metro AG (D)	2,0
Metro AG (D)	1,8	XXXLutz Group (A)	1,9
XXXLutz Group (A)	1,8	Schwarz Beteiligungs GmbH (D)	1,9
Leiner GmbH, Rudolf (A)	1,3	Tengelmann Group (D)	1,5
Schwarz Beteiligungs GmbH (D)	1,2	MPreis Warenvertriebs GmbH (Mölk) (A)	1,3
Intersport International Corp (IIC) GmbH (CH)	1,0	Steinhoff International Holdings Ltd (NL)	1,2
Markant AG (CH)	0,9	Dm-Drogerie Markt GmbH & Co KG (D)	1,1
BauMax AG (A)	0,9	Inter Ikea Systems BV (SW)	1,0
MPreis Warenvertriebs GmbH (Mölk) (A)	0,8	Amazon.com Inc (US)	1,0
Inter Ikea Systems BV (SW)	0,8	H&M Hennes & Mauritz AB (SW)	0,8
H&M Hennes & Mauritz AB (SW)	0,8	Markant AG (CH)	0,7
Anton Schlecker eK (D)	0,8	Management Trust Holding AG (A)	0,7
Dm-Drogerie Markt GmbH & Co KG (D)	0,7	Otto Group (D)	0,7
Expert International GmbH (CH)	0,7	eBay Inc (US)	0,7
Sport 2000 International GmbH (D)	0,7	Intersport International Corp (IIC) GmbH (CH)	0,6
Management Trust Holding AG (A)	0,6	Expert International GmbH (CH)	0,6
Arcandor AG (D)	0,6	Sport 2000 International GmbH (D)	0,6
Übrige Unternehmen	57,6		52,9
Anteil TOP 3	25,0		28,8
Anteil TOP 5	28,8		32,7
Anteil TOP 20	42,4		47,1

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

So zeigt eine Sichtung der Marktanteile der (globalen) Unternehmen, die Handelsmarken besitzen, schon für den gesamten Einzelhandel eine erhebliche und weiter steigende Konzentration (Übersicht 2.8). Von einem Viertel noch im Jahr 2007 ist der Umsatzanteil der drei größten Unternehmen nach den Daten von Passport auf 28,8% am aktuellen Rand gestiegen. Die 20 größten Unternehmen im heimischen Einzelhandel repräsentieren zuletzt einen Marktanteil von immerhin 47,1%, nach noch 42,4% im Jahr 2007. Dabei ist auch bemerkenswert,

dass sich unter diesen 20 (globalen) Eignern heimischer Handelsmarken zuletzt nur drei Unternehmen heimischer Provenienz befinden, nämlich die XXXLutz Group (mit XXXLutz, Mömax und Möbelix; Rang 5), die MPreis Warenvertriebs GmbH (mit MPreis und Therese Mölk; Rang 8), sowie die Management Trust Holding (mit Libro und Pagro; Rang 15). Dominiert wird diese Reihung von (insgesamt 9) Unternehmen aus Deutschland, darunter die Rewe Group (mit Billa, Merkur, Penny, Bipa und Adeg) als umsatzstärkstes Unternehmen, die Aldi Group (mit Hofer) und die Metro AG (mit Media-Markt und Saturn) als weitere TOP-5-Unternehmen im heimischen Einzelhandel. Unternehmen aus Holland (Internationale Spar Centrale BV mit Spar, Interspar, Maximarkt und Eurospar; Steinhoff International mit Kika; Hennes & Mauritz AB mit H&M; Inter Ikea Systems mit Ikea), der Schweiz (Markant AG als Handelskooperation; Intersport International mit Intersport; Expert International mit Expert) und den USA (mit den Online-Unternehmen Amazon.com Inc und ebay Inc) kommen unter den TOP 20 im heimischen Einzelhandel hinzu.

Übersicht 2.9: Marktstruktur nach globalen Markeneignern im österreichischen Lebensmittelhandel

Anteil der TOP-20-Unternehmen am Umsatz im nationalen Lebensmittelhandel (ohne Steuern) in %

	2007		2016
Rewe Group (D)	25,1	Rewe Group (D)	26,1
Internationale Spar Centrale BV (NL)	20,7	Internationale Spar Centrale BV (NL)	24,3
Aldi Group (D)	14,9	Aldi Group (D)	17,5
Schwarz Beteiligungs GmbH (D)	3,2	Schwarz Beteiligungs GmbH (D)	4,7
Tengelmann Group (D)	2,9	MPreis Warenvertriebs GmbH (Mölk) (A)	3,2
Markant AG (CH)	2,3	Markant AG (CH)	1,7
MPreis Warenvertriebs GmbH (Mölk) (A)	2,0	Pfeiffer HandelsgmbH (A)	1,1
Royal Dutch Shell Plc (NL)	1,0	Royal Dutch Shell Plc (NL)	0,7
Pfeiffer HandelsgmbH (A)	0,9	ENI SpA (IT)	0,6
British Petroleum Co Plc (UK)	0,9	Sutterlüty Handels GmbH (A)	0,5
OMV Tankstellen AG (A)	0,8	British Petroleum Co Plc (UK)	0,4
ENI SpA (IT)	0,4	OMV Tankstellen AG (A)	0,4
Sutterlüty Handels GmbH (A)	0,4	Müller-Brot GmbH (D)	0,2
Müller-Brot GmbH (D)	0,4	Bäckerei Mann GmbH & Co (A)	0,2
Exxon Mobil Corp (US)	0,3	Der Bäcker Ruetz GmbH (A)	0,2
Bäckerei Mann GmbH & Co (A)	0,2	Nestlé SA (CH)	0,2
Der Bäcker Ruetz GmbH (A)	0,2	Norma Lebensmittel GmbH & Co KG (D)	0,2
Radatz Fleischwaren-Vertriebsges. mbH (A)	0,2	dennree GmbH (D)	0,2
Nestlé SA (CH)	0,1	Radatz Fleischwaren-Vertriebsges. mbH (A)	0,1
Norma Lebensmittel GmbH & Co KG (D)	0,1	Wein & Co HandelsgesmbH (A)	0,1
Übrige Unternehmen	23,0		17,4
Anteil TOP 3	60,7		67,9
Anteil TOP 5	66,8		75,8
Anteil TOP 20	77,0		82,6

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Ist damit schon im gesamten heimischen Einzelhandel eine erhebliche Unternehmenskonzentration nachweisbar, so zeigt sich die oligopolistische Marktstruktur in Österreich im Lebensmitteleinzelhandel als dem Kernbereich des Strukturwandels in Handelsorganisation und Angebotsformaten noch ungleich deutlicher (Übersicht 2.9).

Hier dominieren bereits die drei größten Unternehmen, also Rewe Group (D), Internationale Spar Centrale BV (NL) und die Aldi Group (D) den gesamten Markt mit einem Anteil am Umsatz von zuletzt mehr als zwei Drittel (67,9%) ganz markant. Dabei hat sich der Marktanteil dieser marktbeherrschenden Unternehmen in der letzten Dekade noch deutlich erhöht (2007 60,7%), nicht zuletzt durch die Übernahme eines großen Teils der Standorte von Zielpunkt am aktuellen Rand bedingt (Böheim et al., 2016). Damit ist auch der Marktanteil der TOP-5-Unternehmen im heimischen Lebensmitteleinzelhandel in diesem Zeitraum von rund zwei Drittel auf zuletzt mehr als drei Viertel (75,8%) gestiegen, und der Marktanteil der 20 größten Unternehmen liegt zuletzt bei 82,6%, nach 77% noch im Jahr 2007.

Inwieweit diese hohe Marktkonzentration den Wettbewerb beeinträchtigt und damit zu höheren Preisen führt, ist nicht eindeutig geklärt. Während die *Monopolkommission* (2012) aus der hohen Outlet-Dichte in Österreich auf einen grosso modo funktionierenden Wettbewerb schließt, legt der gezeigte Konzentrationsgrad auf Unternehmensebene eher das Gegenteil nahe. Jedenfalls sind Lebensmittel und alkoholfreie Getränke nach Preisvergleichen auf EU-Ebene (Eurostat, 2016) nur in Dänemark, Schweden, Irland und Finnland teurer als in Österreich, während für alkoholische Getränke und Tabak eher unterdurchschnittliche Preise erhoben werden. Für die höheren heimischen Lebensmittelpreise werden in der Literatur eine hohe Dichte eher kleiner Verkaufsstellen, sowie der noch vergleichsweise geringe Eigenmarkenanteil der Ketten als Gründe angeführt (Böheim et al., 2016), eine im internationalen Vergleich hohe Zahlungsbereitschaft der Konsument/innen für Produkte mit besonderen Attributen wie Frische, regionale Herkunft, tiergerechte Haltung und biologische Produktionsweise und die damit einhergehende Ausrichtung der Produktpalette²¹⁾ dürfte dazu kommen (Sinabell et al., 2014).

Für den Zusammenhang zwischen Marktkonzentration bzw. Wettbewerbsintensität und Preisniveau finden die für Österreich keineswegs zahlreichen wissenschaftlichen Studien (Wieser et al., 1999; Badinger – Breuss, 2005, für Einzelmärkte und Fragen der Preistransmission zudem Amador et al., 2010; Salhofer et al., 2012; Sinabell, 2010; Pennerstorfer – Sinabell, 2010 bzw. Sinabell et al., 2014) eher ambivalente Ergebnisse²²⁾. Auch eine aktuelle Studie der EZB (Ciapanna – Rondinelli, 2014) findet für Österreich keinen klaren Zusammenhang zwischen Preisentwicklung und Handelsstruktur. Dennoch bleiben die Ergebnisse der spieltheoretischen Wettbewerbsliteratur (etwa Selten, 1973; Tichy, 2000), welche für Märkte mit weniger als 5

²¹⁾ Als Beispiel ist Milch in Österreich meist hochwertiger (Vollmilch frei von Gentechnik, gekühlt, frisch und häufig biologisch produziert) als in vielen Vergleichsländern (nicht gekühlt, konventionelle H-Milch, kein Schraubverschluss).

²²⁾ Im Lebensmittelbereich finden etwa Salhofer et al. (2012) für den Milchmarkt als Fallbeispiel Ausprägungen von Marktmacht, aber in geringem Ausmaß. Dagegen finden Pennerstorfer – Sinabell (2010) keine signifikanten Hinweise auf höhere Preise durch regionale Preisdifferenzierung im Lebensmittelbereich.

konkurrierenden Unternehmen mit hohen Marktanteilen (als engen Oligopolmärkten) eine erhebliche Wahrscheinlichkeit wettbewerbsgefährdender Kollusion feststellen, vor dem Hintergrund der gezeigten Marktstruktur im (Lebensmittel-)Einzelhandel eine beständige Mahnung. Es wird daher einer aktiven und konsequenten Wettbewerbspolitik bedürfen, um eine Weitergabe von Produktivitätsgewinnen aus dem gezeigten Übergang zu modernen Handelstechnologien und –formen an die Konsument/innen auf der Preisseite sicher zu stellen.

2.2.4 Perspektiven mit Schwerpunkt auf Wien

Dies wird angesichts der gezeigten Entwicklung der verfügbaren Einkommen in der Region (Abschnitt 2.1) gerade auch für Wien von erheblicher Bedeutung sein, zumal auch auf Sicht kein relevanter Trendbruch in den gezeigten Konzentrationstendenzen auf Marken- wie Unternehmensebene absehbar ist. Jedenfalls wird sich der für diesen Trend (mit) ursächliche Strukturwandel in Handelsorganisation und Angebotsformen in den nächsten Jahren weiter fortsetzen. So erwartet *Euromonitor* (2017) auch für das folgende Jahrünft österreichweit ein spürbar höheres (nominelles) Umsatzwachstum im Einzelhandel mit Lebensmitteln (\emptyset 2016/2021 +2,0% p.a.) als mit Nicht-Lebensmitteln (+1,1% p.a.; Stationärer Handel insgesamt +1,5% p.a.), was angesichts der derzeit vorliegenden Inflationsprognosen einen realen Umsatzzuwachs einmal mehr nur im Lebensmitteleinzelhandel erwarten lässt (+0,3% p.a.; Nicht-Lebensmittelhandel -0,6% p.a.). Dabei werden innerhalb des Lebensmittelhandels auch auf Sicht die "modernen" Angebotsformate (+2,7% p.a.; real +0,9% p.a.) die klaren Gewinner sein, während traditionelle Lebensmittelhändler noch verstärkt unter Druck geraten (-1,4% p.a.; real -3,0% p.a.).

Damit dürfte sich jedenfalls auch in Wien eine Entwicklung fortsetzen, die angesichts höherer Produktivitäten in den "modernen" Formaten schon in der Vergangenheit zu einer nur gedämpften Beschäftigungsentwicklung im Einzelhandel (in Vollzeitäquivalenten) wohl entscheidend beigetragen hat. Für eine Einschätzung der zu erwartenden (relativen) Dynamik des Einzelhandels in Wien ist jedenfalls positiv zu werten, dass für Diskonter (+4,0% p.a.; real +2,2% p.a.) und Supermärkte (+2,0% p.a.; real +0,3% p.a.) als weitgehend "stadtadäquate" moderne Angebotsformate auch auf Sicht eine gesunde Entwicklung erwartet wird. Dagegen dürften Einkaufszentren und Großmärkte als Formate mit flächenbedingt geringerer Affinität zu (inner-)städtischen Räumen zwar noch deutlich zulegen (+2,4% p.a.; real +0,7% p.a.), ihr Wachstumsvorsprung gegenüber den Supermärkten dürfte aber in den nächsten Jahren deutlich kleiner sein als in der Vergangenheit.

Ganz grundsätzlich könnten für die weitere Entwicklung der Angebotsformate einige Einflussfaktoren relevant sein, welche großteils zumindest nicht für Nachteile städtischer Regionen in der weiteren Einzelhandelsentwicklung sprechen. So dürften der Trend zu kleineren Haushalten und die (auch in Wien) alternde Bevölkerung die (relative) Nachfrage nach erreichbaren Outlets im innerstädtischen Bereich im Vergleich zu Einkaufszentren auf der grünen Wiese erhöhen. Auch das veränderte Mobilitätsverhalten jüngerer Alterskohorten (vor allem im urba-

nen Bereich) könnte in diese Richtung wirken. Jedenfalls scheinen in Innenstadtlagen selbst in Nicht-Lebensmittelbereichen mit typischerweise hoher Flächenintensität (und damit Umland-Affinität) neue Geschäftskonzepte mit kleineren Flächen und angepassten Sortimenten an Bedeutung zu gewinnen (KPMG – EHI, 2012). Im Lebensmittel-Einzelhandel dürfte das dichte Netz an Supermärkten in Wien dem genannten Bedarf an "nahen" Einkaufsmöglichkeiten durchaus entgegen kommen. Entwicklungen führen hier in der Tendenz zu einer stärkeren Ausrichtung des Sortiments auf kleinere Haushalte (ohne Bevorratungskäufe), aber auch zu Erweiterungen im Bereich von "convenience"-Angeboten ("ready-to-eat"-Produkte, Bedienungstheke, Zustellung) und "regionalen" Produkten. Grundsätzlich sollte in Wien (wie in den übrigen Großstädten Österreichs) – bei entsprechender Einkommensentwicklung (vgl. Abschnitt 2.1) – auch die dynamische Bevölkerungsentwicklung für den regionalen Einzelhandel nachfragestützend wirken, in Teilen auch die stabil günstige Tourismusentwicklung. Dennoch dürfte auch dies eine weitere Zuspitzung der Geschäftsentwicklung auf günstige Lagen und moderne Angebotsformen nicht verhindern. So suchen (auch) die großen Einzelhandelsketten bei nur noch beschränkten Expansionsplänen vorrangig erstrangige und gut frequentierte Lagen, die Ausdifferenzierung der Geschäftsergebnisse zwischen den Wiener Geschäftsstraßen und Einkaufszentren dürfte sich also fortsetzen. Auch sollte der weitere Aufstieg der Discounter im eher niedrigpreisigen Segment, sowie zunehmend eigene Einzelhandelsaktivitäten von Markenartikelherstellern (Vorwärts-Integration) im höherpreisigen Segment den Wettbewerbsdruck auf den traditionellen (Fach-)Einzelhandel noch verstärken. Spezialisierung und die Integration von Dienstleistungskomponenten in das Angebot dürften daher hier oft die einzige Entwicklungschance sein.

Insgesamt wird sich der massive Strukturwandel zu Filialbetrieben und neuen Angebotsformaten im Wiener Einzelhandel jedenfalls fortsetzen. Auch auf Sicht werden daher Größen- und Verbundvorteile auf Unternehmensebene entstehen, welche die Produktivität im Einzelhandel (und damit seine Beschäftigungsintensität) merklich beeinflussen. Inwieweit der Aufstieg des Online-Handels diesen Wandlungsprozess dabei noch weiter beschleunigen wird, wird unsere Analyse in Abschnitt 2.4 zu klären versuchen. Zuvor wird aber zu analysieren sein, inwieweit auch die Stadt-Umland-Konkurrenz bzw. die Dezentralisierung von einschlägigen Aktivitäten über die Stadtgrenze relevanten Einfluss auf die mittelfristige Entwicklung des (Einzel-)Handels in Wien gehabt hat bzw. noch hat. Der folgende Abschnitt 2.3 widmet sich dieser Fragestellung.

2.3 Effekte der Stadt-Umland-Konkurrenz

2.3.1 Grundsätzliche Überlegungen und erste empirische Hinweise

Effekte der Stadt-Umland-Konkurrenz auf die Entwicklung des Wiener Einzelhandels können aus Dezentralisierungstendenzen folgen, in deren Rahmen wirtschaftliche Aktivitäten (in diesem Fall des Einzelhandels) aus dem städtischen Kernraum ins Umland diffundieren. Ansätze zur Erklärung solcher Prozesse reichen bis in die 1970er-Jahre zurück, bezogen sich zunächst

aber vorrangig auf den industriell-gewerblichen Bereich²³). Für den Dienstleistungsbereich (und den Einzelhandel) wurden einerseits nachfrageseitige Erklärungsversuche vorgebracht, welche im Anschluss an *Christaller* (1968) Dezentralisierung auf Veränderungen in der räumlichen Verteilung der Nachfrage und damit auf die Suburbanisierung der Bevölkerung zurückführten ("jobs follow people"). Wichtiger scheinen allerdings angebotsseitige Erklärungsmuster, welche die räumliche Standortentscheidung des Unternehmens grundsätzlich durch zwei gegenläufige Determinanten bestimmt sehen: Zentripetale Kräfte gehen danach vor allem von den vielfältigen Agglomerationsvorteilen der Kernstadt (einschließlich der hier hohen Nachfragedichte) aus. Zentripetal wirken dagegen Ballungskosten, die in urbanen Strukturen durch die intensive Nutzung gemeinsamer und beschränkter Ressourcen entstehen (Infrastruktur, Verkehr, Parkraum), sowie die hier höheren Kosten für die Produktionsfaktoren Arbeit und Boden. Ökonomische Aktivitäten (etwa des Einzelhandels) werden daher solange im Kernraum der Stadt zu finden sein, als die Vorteile der Ballung zumindest gleich groß sind wie deren Kosten²⁴). Dezentralisierungstendenzen aus der Kernstadt sind damit vor allem dann zu erwarten, wenn sich Agglomerationsvorteile im Zeitablauf abschwächen und/oder Überfüllungskosten zunehmen, oder wenn sich die Bewertung dieser Faktoren für die Unternehmen im Zuge veränderter Produktionsorganisation und/oder technologischen Fortschritten verändert (*Werczberger*, 1991).

Nun ist aus diesen Überlegungen im Handel ein stärker auf Randlagen der Agglomeration ausgerichtetes Standortmuster vor allem für Teile des Großhandels (und anhängende Logistikfunktionen) zu erwarten, sofern sie mit dem Handling und dem Transport von Massengütern verbunden sind. Solche Aktivitäten finden wegen der hohen Transportkosten im dicht verbauten Stadtgebiet erhebliche Nachteile im Kernraum vor, ein flächenintensiver und oft emissionsträchtiger Betriebsverlauf senkt deren Kompatibilität mit urbanen Nutzungen zusätzlich. Solche Funktionen entwickeln sich daher bevorzugt an den haupttragigen Verkehrsachsen außerhalb des Kernraums. Erste Indizien für negative Effekte aus der Stadt-Umland-Konkurrenz konnten daher für den Wiener Großhandel schon in Abschnitt 1.2.3 gefunden werden, ebenso für den Kfz-Handel, der produktbedingt ebenfalls größere Flächen beansprucht. Zudem sind Transaktionen hier aus Konsument/innensicht eher selten, sodass sie längere Anfahrtswege rechtfertigen.

Auch im Einzelhandel als stark kundenorientierter und hochfrequenter Dienstleistungsfunktion sind allerdings Dezentralisierungsphänomene zu erwarten, worunter hier nicht nur die physische Randwanderung von Anbietern zu verstehen ist, sondern auch (und vorrangig) die Konkurrenzierung innerstädtischer Anbieter durch (flächenintensivere) Anbieter im Umland. Technologisch sind sie Folge von Veränderungen in der Erreichbarkeit im motorisierten Individual-

²³) Für eine genauere Diskussion der Standortwahl in urbanen Agglomerationsräumen und deren Einflussfaktoren vgl. etwa *Mayerhofer* (1999, 2000).

²⁴) Dieses Erklärungsmodell ist intuitiv einleuchtend, aber nicht vollständig, weil in die Standortentscheidung neben pekuniären Aspekten (etwa der relativen Höhe von Boden- oder Lohnkosten) auch soziale Kosten sowie die Transaktionskosten eines Standortwechsels einfließen. Auf diesen Umstand hat bereits *Richardson* (1996) hingewiesen.

verkehr (Automobilisierung), die in der Kernstadt nur noch eingeschränkt weiter erhöht werden kann (und soll). Sie können vor allem aber auch als Ausfluss des in Abschnitt 2.2. gezeigten Strukturwandels zu "modernen" Angebotsformaten gesehen werden, weil diese bei Zugewinnen in der Produktvielfalt oft größere Flächen beanspruchen, und daher gut angebundene Standorte außerhalb des unmittelbaren Kernraums suchen.

Übersicht 2.10: Entwicklung im Handel in Wien und im Wiener Umland
Arbeitsstättenebene; 2002-2007 sowie 2008-2014, in % p.a.

	2002-2007			2008-2014		
	Arbeitsstätten	Beschäftigte	Investitionen	Arbeitsstätten	Beschäftigte	Investitionen
<i>Handel</i>						
Wien	+ 0,2	+ 0,0	- 2,4	+ 0,8	+ 0,3	+ 5,3
Wiener Umland-Südteil	+ 1,5	+ 1,7	+ 5,9	+ 1,4	+ 1,3	- 0,8
Wiener Umland-Nordteil	+ 2,0	+ 1,6	- 7,1	+ 1,9	+ 1,7	- 3,5
Engeres Umland	+ 1,7	+ 1,7	+ 1,3	+ 1,6	+ 1,5	- 1,7
Nordburgenland	+ 2,0	+ 3,3	+ 0,6	+ 3,3	+ 3,0	+ 6,7
St. Pölten	+ 1,3	+ 1,1	+ 1,8	+ 1,6	+ 0,5	- 1,3
Niederösterreich Süd	+ 1,8	+ 1,3	- 7,6	+ 1,2	+ 0,5	+ 2,9
Weiteres Umland	+ 1,7	+ 1,7	- 1,7	+ 1,9	+ 1,2	+ 2,7
<i>Einzelhandel</i>						
Wien	+ 0,1	+ 0,8	- 5,6	+ 0,9	+ 0,9	+ 6,8
Wiener Umland-Südteil	+ 0,8	+ 2,1	+ 5,0	+ 0,8	+ 1,8	+ 9,4
Wiener Umland-Nordteil	+ 1,1	+ 1,7	- 6,6	+ 1,9	+ 2,7	- 2,7
Engeres Umland	+ 0,9	+ 1,9	+ 2,1	+ 1,3	+ 2,2	+ 5,0
Nordburgenland	+ 1,6	+ 4,2	- 6,3	+ 3,1	+ 2,9	+10,2
St. Pölten	+ 0,1	+ 2,0	-14,1	+ 1,1	- 0,5	+ 0,2
Niederösterreich Süd	+ 1,4	+ 0,8	- 7,8	+ 0,4	- 0,1	+ 4,0
Weiteres Umland	+ 1,1	+ 2,0	- 9,9	+ 1,4	+ 0,6	+ 4,9

Q: Statistik Austria (LSE), WIFO-Berechnungen.

Erste empirische Hinweise für die Bedeutung dieses Phänomens (auch) im Einzelhandel kann eine Auswertung der Leistungs- und Strukturhebung auf Arbeitsstätten-Ebene bieten. Sie stellt Informationen zur Zahl der Arbeitsstätten, ihrer Beschäftigten und der für diese Arbeitsstätten getätigten Investitionen bis zur Ebene der NUTS-3-Regionen im Großraum bereit. Übersicht 2.10 stellt die Entwicklung dieser Kenngrößen im Agglomerationsraum Wien seit den frühen 2000er-Jahren dar, wobei zwischen der Kernstadt (Wien), seinem engeren Umland (NUTS-3-Regionen Wiener Umland-Südteil und Wiener Umland-Nordteil) sowie der Außenzone der Agglomeration (Nordburgenland, Sankt Pölten sowie Niederösterreich Süd) unterschieden wird.

Indizien für Dezentralisierungstendenzen (auch) im Einzelhandel finden sich hier insofern, als die Entwicklung von Arbeitsstätten und Beschäftigung in der Periode 2002 bis 2007 wie auch in neuerer Zeit (2008 bis 2014) im engeren Wiener Umland durchgängig ungleich dynamischer

verlief als in der Kernstadt. Dabei waren die regionalen Wachstumsunterschiede zwischen Wien und seinem engeren Umland mit gemessen an der Beschäftigung mehr als einem (2002-2007) bzw. mehr als eineinhalb Prozentpunkten (2008-2014) pro Jahr durchaus massiv. Auch im weiteren Wiener Umland expandierte der Einzelhandel mit wenigen Ausnahmen (St. Pölten und Niederösterreich Süd nach 2008) deutlich rascher als in Wien. Bei den Investitionen ist dieses räumliche Gefälle in der Einzelhandelsentwicklung (wohl wegen erheblicher Investitionen des Einzelhandels im Zuge großer Stadtentwicklungsprojekte in der Kernstadt seit Mitte der 2000er-Jahre) weniger eindeutig. Auch hier ging die Expansion aber im südlichen Wiener Umland weitgehend durchgängig über jene in Wien hinaus.

Damit kann schon aus dieser Evidenz auf die Bedeutung der Stadt-Umland-Konkurrenz als Erklärungsfaktor für die langfristig schwächere Entwicklung des Wiener Einzelhandels im nationalen Vergleich geschlossen werden. Allerdings reicht der (räumliche, zeitliche und sektorale) Informationsgehalt der Leistungs- und Strukturhebung nicht aus, um ein wirklich vollständiges Bild der Dezentralisierungsmuster in der Agglomeration und ihrer Veränderungen in der Zeit zu zeichnen. Aus diesem Grund werden in der Folge stärker disaggregierte Analysen der Entwicklungen im Handel in der weiteren Stadtregion Wien auf Basis von Gemeinde- und Rasterdaten angestellt.

Da Letztere von Statistik Austria erst seit wenigen Jahren bereitgestellt werden, können langfristige Analysen zum räumlichen Standortmuster des Handels und seinen Veränderungen im Agglomerationsraum allein auf Informationen aus den periodischen Großzählungen auf Gemeindeebene aufsetzen. Konkret stehen für eine räumliche Analyse Beschäftigungsdaten aus den Arbeitsstättenzählungen 1973, 1981, 1991, 2001 und 2011 zur Verfügung. Sie lassen auf der Ebene der Gemeinden eine sektorale Disaggregation auf 1-Steller-Ebene der Wirtschaftsklassifikation zu, was kleinräumige Auswertungen dieser Datenbasis (allein) für den Handel insgesamt möglich macht. Beobachtungsraum ist in der folgenden Anwendung aus methodischen Gründen – anders als in den Anwendungen auf Basis von Rasterdaten in Abschnitt 2.3.2 – die Stadtregion Wien in der Abgrenzung von Statistik Austria von 1986 (Fuchs, 1986)²⁵⁾. Sie definiert die 23 Bezirke der Stadt Wien sowie insgesamt 175 Gemeinden aus den angrenzenden Bundesländern Niederösterreich und Burgenland als Bestandteile der Agglomeration Wien.

Zur Analyse und Darstellung dieser Daten wurde ein Ansatz von *Kellerman – Krakover (1986)* angewandt, der sich als Interpretationsinstrument kleinräumiger Beschäftigungsdaten vielfach bewährt hat (vgl. etwa auch *Mayerhofer, 1999, 2007*). Er ermöglicht es im konkreten Fall, zeitlich-räumlich unterschiedliche Wachstumsmuster zwischen Beschäftigung und Handelsbeschäftigung auf Grundlage einfacher ökonomischer Distanzmodelle abzubilden. Dabei

²⁵⁾ Rezentere Stadtregionsabgrenzungen, wie sie etwa in der Folge in Abschnitt 2.3.2 verwendet werden, beziehen weitere Gebiete im erweiterten Umland in die Agglomeration ein. Ihre Anwendung vervielfacht allerdings jene Gemeinden, in denen zu frühen Zensuszeitpunkten für den Handel keine oder nur wenige Beschäftigte ausgewiesen sind. Für die ökonomischen Berechnungen stellt dies ein wesentliches Problem dar ("Shipbuilding-in-the-Midlands"-Effekte), das mit der hier verwendeten (frühen) Abgrenzung der Stadtregion nicht auftritt.

werden getrennt für die durch die Stichtage der Großzählungen festgelegten Zeiträume einfache Querschnitts-Regressionen der Form

$$y_r = \alpha + \beta_1 D + \beta_2 D^2 + \dots + \beta_n D^n + \varepsilon = \alpha + \sum B_i D^i + \varepsilon$$

mit y_r dem Wachstum der analysierten Größe im Teilraum r , D der Luftlinienentfernung vom Stadtzentrum in Kilometer (erster Wiener Gemeindebezirk = 0) und ε einem Fehlerterm mit den üblichen Verteilungsannahmen geschätzt. Der Ansatz bezieht also das Wachstum einer interessierenden Variablen in einem Teilraum der Agglomeration in einfacher Form auf dessen Entfernung zum Stadtzentrum. Dabei wird die Zahl der Distanzparameter (i) in der Schätzung durch stufenweise Regression ermittelt, was eine Festlegung der Funktionalform des Zusammenhangs auf empirischer Basis erlaubt²⁶). Simuliert man die so errechneten Distanzmodelle für die untersuchten Zeiträume, so lassen sich aus deren theoretischen Werten für einen gegebenen Zeitraum Aufschlüsse über Unterschiede im räumlichen Dezentralisierungsmuster zwischen Handel und Gesamtwirtschaft (Abbildung 2.5), und über diese Zeiträume (inter-temporal) solche über den Zeitpfad der Dezentralisierung im Handel gewinnen (Abbildung 2.4). Einschränkend ist dabei allerdings darauf hinzuweisen, dass das auf diese Weise für den Handel identifizierte räumliche Wachstumsmuster für die 2000er-Jahre (2001/2011) mit jenen der früheren Perioden nur grob vergleichbar ist. Dies deshalb, weil im Zuge der Umstellung der Klassifikation der Wirtschaftsaktivitäten auf ÖNACE 2008, welche den Informationen (nur) der Arbeitsstättenzählung 2011 zugrunde liegt, die Branchengruppe Reparatur von Gebrauchsgütern aus dem Handel ausgegliedert und der Branchenklasse Sachgütererzeugung zugeschlagen wurde. Zwar wurde für diesen statistischen Bruch in unseren Schätzungen rudimentär kontrolliert²⁷), Verzerrungen in Vergleichen zwischen den räumlichen Wachstumsmustern in den Dekaden bis 2001 einerseits und der jüngsten Zeitperiode andererseits sind dennoch nicht auszuschließen.

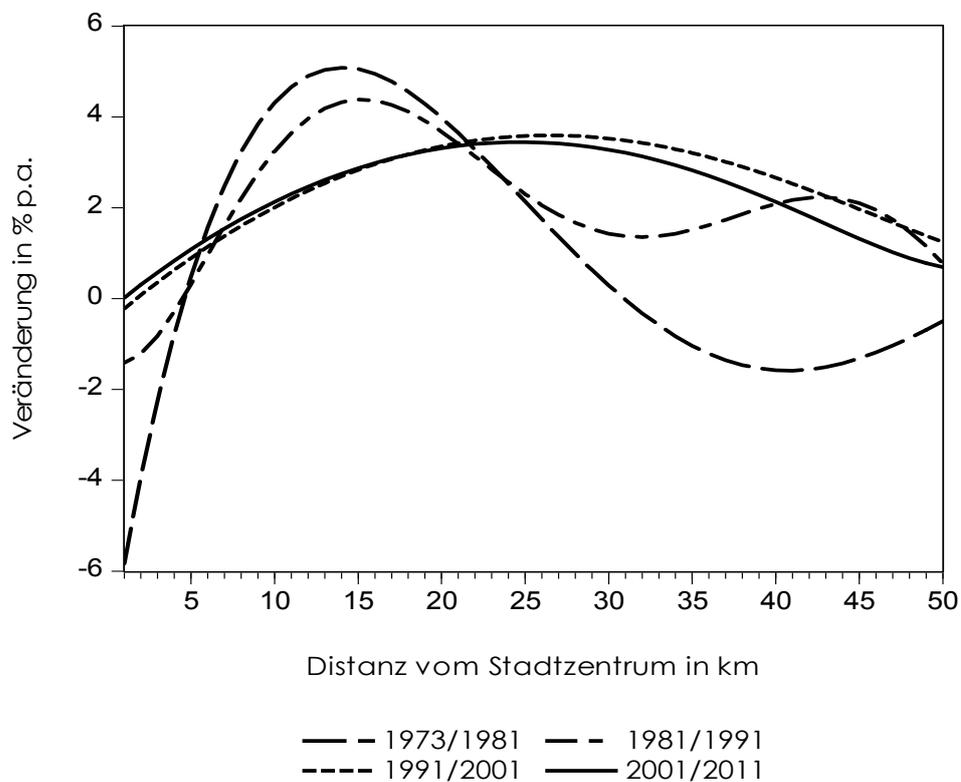
Auch unter Berücksichtigung dieser Unschärfe scheint auf Basis unserer Ergebnisse aber unstrittig, dass der Handel im Agglomerationsraum seit den 1970er-Jahren einen klaren Dezentralisierungsprozess durchlaufen hat. Wie aus Abbildung 2.4 erkennbar wird, wandert der (theoretische) räumliche Wachstumspol der Beschäftigung im Handel über die Zeit deutlich nach außen. Die höchste Beschäftigungsdynamik errechnet das Modell in den 1970er-Jahren (1973-1981) noch für eine Entfernung von rund 15 Kilometern, zuletzt schon für eine solche von 26 Kilometern vom Stadtzentrum.

²⁶) Konkret werden dem Modell dabei aus einer vorgegebenen Menge von Regressoren (hier 10) solange (gemessen am t-Wert) signifikante erklärende Variable hinzugefügt, bis das Signifikanzniveau der einbezogenen Regressoren einen bestimmten Wert nicht mehr überschreitet. Gleichzeitig werden nach jedem Schritt dieser Prozedur jene Variablen aus dem Modell ausgeschieden, deren t-Werte nun einen vorher definierten Wert unterschreiten.

²⁷) Konkret wurde der konstante Term der Distanzfunktion für das räumliche Wachstumsmuster des Handels in der Periode 2001/2011 auf Basis von Informationen zu Größe und Wachstum der Branchengruppe Reparatur von Gebrauchsgütern aus anderen Datenquellen angepasst. Eine solche Re-Skalierung trifft implizit allerdings die Annahme gleicher Wachstumsraten in allen Gemeinden der Agglomeration in diesem geschätzten Teilbereich.

Abbildung 2.4: Veränderung der räumlichen Wachstumsmuster der Beschäftigung im Handel in der Agglomeration Wien

Ergebnisse ökonomisches Distanzmodell; geschätzte Veränderung in % p.a.



Q: Statistik Austria; WIFO-Berechnungen

Dabei dürfte die räumliche Schwerpunktverlagerung des Handels schon in den 1970er-Jahren ein relevantes Phänomen gewesen sein. Der theoretische Wachstumspol liegt schon hier an der Stadtgrenze und ist mit erheblichen theoretischen Schrumpfraten in den Bezirken innerhalb des Gürtels (Distanz 0-5 km) verbunden. Erhebliche Zuwächse finden sich auch in den stadtnahen Umlandgemeinden, allerdings noch in beschränkter Distanz (rund 30 km) vom Stadtkern. In den 1980er-Jahren verändert sich dieses Muster insofern, als sich hier der theoretische Wachstumspol zwar nur wenig verändert (jetzt Kilometer 16), und auch Innenstadtverluste weniger pointiert zu Tage treten. Allerdings weitet sich die Zone positiven Handelswachstums jetzt bis an die Grenze der Agglomeration aus, wobei das theoretische Wachstumsmuster bei erheblichen Wachstumsraten auch in der Außenzone eine bipolare Form annimmt. In den 1990er-Jahren füllt sich nach unseren Berechnungen die Zone niedrigen Wachstums zwischen diesen Polen auf. Dabei verschiebt sich der theoretische Wachstumspol der Handelsbeschäftigung deutlich nach außen und kommt nun bei Kilometer 27 vom Stadtkern zu liegen. Die bipolare Form des Wachstumsmusters verschwindet in dieser

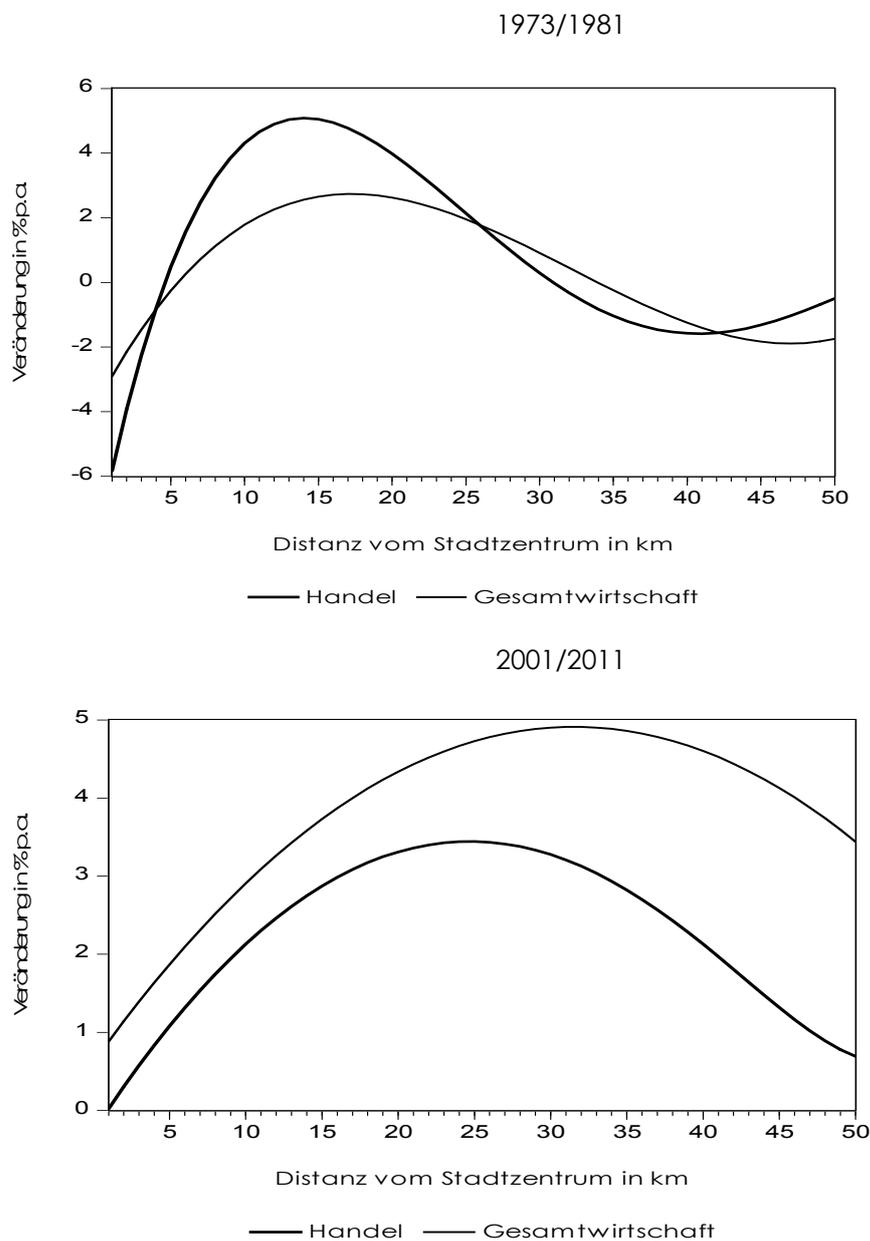
Phase und macht einem räumlich ungleich flacheren Verlauf Platz – mit niedrigen, aber positiven theoretischen Wachstumsraten der Handelsbeschäftigung auch in innerstädtischen Lagen sowie im äußersten Agglomerationsring. Die für die 2000er-Jahre geschätzte Distanzfunktion zeigt letztlich ein ganz ähnliches Muster, wobei hier allerdings nochmals auf die nur grobe Vergleichbarkeit dieser Schätzung mit jenen für die Vorperioden hingewiesen sei. Insofern sind die nun marginal geringere Distanz des höchsten errechneten Wachstums zum Stadtkern (Kilometer 26) sowie die jetzt niedrigeren theoretischen Wachstumsraten in der Außenzone nicht als Beleg für eine räumlich wieder stärker konzentrierte Entwicklung des Handels zu werten. Eine weitere massive Dezentralisierung der Handelsaktivität dürfte aber in dieser Phase jedenfalls nicht (mehr) eingetreten sein.

Insgesamt spricht dies für eine doch recht spürbare Dezentralisierung der Handelsbeschäftigung in der Agglomeration Wien auf lange Sicht. Dabei lässt ein Vergleich der räumlichen Wachstumsmuster im Handel mit jenen für die Gesamtbeschäftigung (Abbildung 2.5) allerdings erkennen, dass diese (relativen) Verluste der Kernstadt in der Stadt-Umland-Konkurrenz keineswegs ausschließlich (oder auch nur vorrangig) ein Phänomen des Handels darstellten.

Dies lässt ein Vergleich der räumlichen Wachstumsmuster im Handel mit jenen der Gesamtwirtschaft erkennen, die im Rahmen unserer Arbeit für die analysierten Zeitperioden nach gleicher Methodik erstellt wurden. Abbildung 2.5 stellt deren Ergebnisse für die Eckpunkte unserer Analyse, also die Perioden 1973/1981 und 2001/2011 dar. Danach lag der theoretische Wachstumspol der Gesamtbeschäftigung schon in den 1970er-Jahren bei Kilometer 18 und damit deutlich außerhalb der Stadtgrenzen und jenseits jenem des Handels (Kilometer 15), auch griffen schon in dieser Phase positive (theoretische) Wachstumsraten in der Gesamtwirtschaft weiter ins Umland aus (bis etwa Kilometer 35). Bis in die jüngste beobachtbare Periode haben sich diese Unterschiede noch eher verstärkt: In der Periode 2001 bis 2011 liegt die Zone des höchsten theoretischen Wachstums der Gesamtwirtschaft mit Kilometer 33 immerhin um ein gutes Viertel weiter vom Stadtzentrum entfernt als jene des Handels, und anders als in diesem geht in der Gesamtwirtschaft das errechnete regionale Wachstum im gesamten Agglomerationsring (auch in den entfernteren Teilen der Außenzone) erheblich über jenes in der Kernstadt hinaus. Die Ursachen dieser stärkeren Dezentralisierung der Beschäftigung in der Gesamtwirtschaft liegen nach älteren Analysen (Mayerhofer, 2007) vor allem in den Standortmustern des produzierenden Bereichs (namentlich der Industrie; siehe hierzu auch Mayerhofer, 2013) sowie der Logistik (etwa Frächter, Speditionen) begründet, die verstärkt flächen- und emissionsintensiv produzieren. Zudem sind sie weniger als der Handel von hoch frequenten Nachfrageströmen aus der Kernstadt abhängig, wodurch eine Standortwahl (auch) im äußeren Umland und/oder außerhalb des (hier eng gezogenen) Agglomerationsraums verstärkt Option ist.

Abbildung 2.5: Räumliche Wachstumsmuster in Handel und Gesamtwirtschaft in der Agglomeration Wien

Ergebnisse ökonomisches Distanzmodell; geschätzte Veränderung in % p.a.



Q: Statistik Austria; WIFO-Berechnungen

Faktum bleiben freilich erhebliche Dezentralisierungstendenzen auch des Wiener Handels auf mittlere Frist, Effekte der Stadt-Umland-Konkurrenz sind also durchaus als ein Baustein zur Erklärung seiner mittelfristig schwächeren Entwicklung im nationalen Rahmen anzusehen. Dies lässt es geboten erscheinen, die hier vorherrschenden Standortmechanismen auf kleinräumi-

ger Ebene noch einer genaueren Betrachtung zu unterziehen. Insbesondere interessiert in der Folge, inwieweit sich die Standortmuster in den Branchen des Einzelhandels systematisch unterscheiden, und ob die Dezentralisierung von Handelsfunktionen aus der Kernstadt auch Einbußen in der Versorgungsqualität für die hier lozierende Wiener Bevölkerung zur Folge hatte.

2.3.2 *Kleinräumige Analyse: Veränderung der Standortmuster im Agglomerationsraum; Konsequenzen für die Versorgungsqualität der regionalen Bevölkerung*

Dieser Teil der Studie untersucht, ob bzw. in welcher Form es in den vergangenen 15 Jahren zu einer Veränderung der Standortmuster im Wiener (Einzel-)Handel gekommen ist. Insbesondere wird der Frage nachgegangen, ob die Dichte an Einzelhandelsstandorten in der (verdichteten) Kernstadt im Zuge der Stadt-Umland-Konkurrenz abgenommen, und im (weniger stark bevölkerten) Wiener Umland zugenommen hat²⁸⁾, inwieweit sich dabei systematische Unterschiede in ausgewählten Branchengruppen des Wiener Einzelhandels orten lassen, und ob es im Rahmen allfälliger Veränderungen in den Standortmustern zu relevanten Veränderungen in der Versorgungsqualität der regionalen Bevölkerung gekommen ist.

Grundsätzlich kann eine Veränderung der Standortmuster, in welcher die Dichte an Geschäftslokalen in der Kernstadt zugunsten des Stadtrands oder des Umlands zurückgeht, vielfältige Auswirkungen haben:

(i) Aus Sicht der Stadt Wien führen Verlagerungen ins Umland (also über die Gemeindegrenzen) zu geringeren Steuereinnahmen, da die Kommunalsteuer in der Gemeinde des Arbeitsortes zu entrichten ist und somit (nach der Verlagerung) in einer Gemeinde des Wiener Umlands anfällt. Dies wird durch veränderte Ansprüche an die Infrastruktur begleitet: Ein verstärkter Bedarf nach einer guten (Verkehrs-)Anbindung des Umlands steht einer (teilweisen) Entwertung der innerstädtischen Infrastruktur gegenüber. Die geringere Nachfrage nach Verkaufsflächen im verdichteten Stadtgebiet dürfte hier zudem einen dämpfenden Einfluss auf die Mietpreisentwicklung (zumindest für Geschäftsflächen) ausüben.

(ii) Aus der Perspektive des Arbeitsmarktes reduziert sich die Arbeitskräftenachfrage in der Kernstadt zugunsten des Umlandes. Während die Auswirkungen eines geänderten Standortmusters auf die gesamte Arbeitskräftenachfrage in der Agglomeration (Kernstadt und Umland) unklar sind, würde die Kernstadt insofern negativ betroffen sein, als weniger Personen mit Wohnsitz in der Kernstadt eine Beschäftigung finden bzw. (durchschnittlich) längere Pendelwege vom Wohn- zum Arbeitsort in Kauf nehmen müssen.

(iii) Für die Konsumenten und Konsumentinnen sind die Auswirkungen von Standortverlagerungen von der verdichteten Kernstadt ins Umland ambivalent. Die Nachteile sind längere

²⁸⁾ Die Änderungen der Standortmuster werden in weiterer Folge manchmal – etwas salopp – als "Standortverlagerung" bezeichnet. Dieser Begriff ist insofern nicht ganz korrekt, da die mit dem Begriff der Standortverlagerung verbundene Stilllegung eines Standorts bei gleichzeitiger Eröffnung eines anderen Standorts in den zugrunde liegenden Datensätzen nicht beobachtet wird bzw. diese Entwicklung in manchen Branchen gar nicht beobachtet werden kann.

Anfahrtswege und eine oft schlechtere Erreichbarkeit im öffentlichen Verkehr. Potentielle Vorteile für die Konsumenten können sich aufgrund teilweise günstigerer Standortbedingungen im Umland ergeben. Durch niedrigere Grundstückspreise können Verkaufsflächen ausgeweitet und ein größeres Sortiment angeboten werden. Logischerweise ist der Konkurrenzdruck von Standorten im Umland auf Geschäftslokale in der Kernstadt in jenen Branchen Gruppen besonders hoch, wo (a) die Verkaufsflächen groß sind (bzw. größere Verkaufsflächen einen substantiellen Mehrwert für die Konsumenten und -innen darstellen), und es sich (b) nicht um Güter des täglichen Bedarfs handelt (sodass Transportkosten für den Konsumenten zum Standort des Geschäfts nur selten anfallen). Ob die Verlagerung von Standorten an den Stadtrand (aber innerhalb der Gemeindegrenzen) oder ins nahe gelegene Umland Wiens erfolgt, ist aus Sicht der Konsumenten und -innen dagegen von geringer Bedeutung. Die Nachteile (längerer Anfahrtsweg) und potentiellen Vorteile (größere Verkaufsflächen, breiteres Sortiment) sind in beiden Fällen ähnlich.

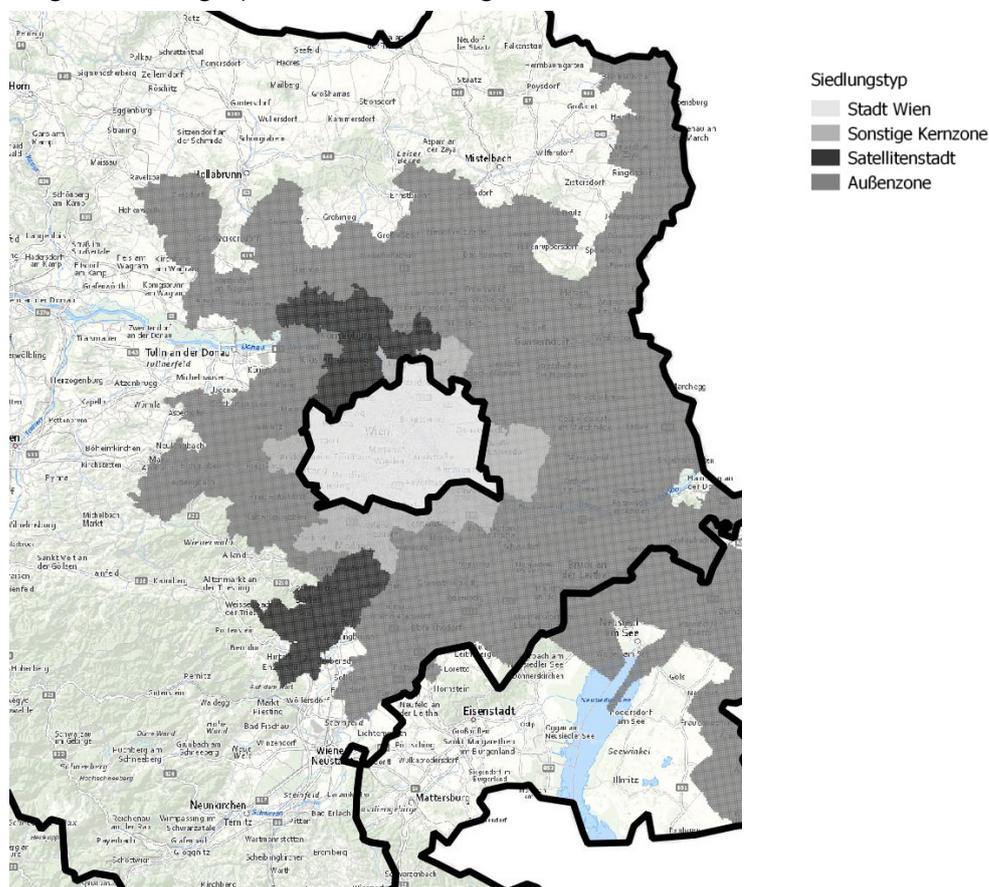
(iv) Aus Unternehmenssicht erlauben die (geringeren) relativen Kosten im Umland (insbesondere in Form niedrigerer Grundstückspreise) ein anderes, durch größere Verkaufsflächen und ein breiteres Sortiment gekennzeichnetes Angebot. Allerdings stehen dem in vielen Bereichen regulatorische Begrenzungen entgegen: So sind etwa bei Apotheken Sortiment, Preise und Standortwahl reguliert, während im Lebensmitteleinzelhandel Standorte mit sehr großen Verkaufsflächen durch Regulierungen der Raumordnung begrenzt werden. Agglomerationsvorteile der Kernstadt – mit einer großen Zahl an verschiedenen Geschäften in innerstädtischen Einkaufsstraßen oder -zentren – können im Umland durch große Einkaufszentren substituiert werden (etwa Shopping City Süd, Designer Outlet Parndorf). Diese Agglomerationsvorteile (sowohl innerhalb der Kernstadt als auch in Einkaufszentren im Umland) stützen sich nicht nur auf ein räumlich konzentriertes Angebot unterschiedlicher Varietäten differenzierter Produkte (z.B.: verschiedene Schuhgeschäfte), sondern auch auf eine räumliche Konzentration unterschiedlicher Produkte (etwa Geschäfte für Schuhe, Textilien, Spielwaren etc.).

2.3.2.1 Datengrundlage und räumliche Abgrenzung

Die oben genannten Aspekte werden auf Basis der Standorte von Geschäftslokalen ausgewählter Branchen sowie der räumlichen Verteilung der Beschäftigung analysiert. Informationen zur Beschäftigung im Handel in Wien und dem Wiener Umland stehen seit 1973 auf der Ebene der Gemeinden zu Verfügung. Als weitere Grundlage für die Analyse werden Daten zu den genauen Standorten der Geschäftslokale verschiedener Branchengruppen des Einzelhandels verwendet. Zusätzlich kann auf räumlich sehr detaillierte Informationen zur Bevölkerung der Agglomeration Wien in den Jahren 2001 und 2011 zurückgegriffen werden. Die Zahl der Wohnbevölkerung wird dabei auf der Ebene von Rasterzellen betrachtet. Regionalstatistische Raster sind eine geometrische Gebietsgliederung und daher von Verwaltungsgrenzen unabhängig. Sie erlauben daher eine rein sachbezogene Gebietsabgrenzung aufgrund der räumlichen Verteilung der Bevölkerung und der Beschäftigung. Bei den hier verwendeten

Rasterdaten handelt es sich um quadratische Rasterzellen der Größe 250m x 250m. Sie stammen von Statistik Austria, ihre detaillierte Beschreibung findet sich weiter unten.

Abbildung 2.6: Geographische Gliederung von Wien in Stadt und Umland



Q: Statistik Austria, QGIS, WIFO-Darstellung.

Um die Beziehung zwischen der Stadt (Wien) und ihrem Umland zu untersuchen, ist zunächst deren geographische Abgrenzung notwendig. Es wird dazu auf eine rezente Gliederung von Statistik Austria zurückgegriffen, die in Abbildung 2.6 dargestellt ist. Statistik Austria gliedert die Stadtregion Wien (auf Basis der Bevölkerungs- und Beschäftigungsdichte sowie von Pendlerströmen) dabei in eine Kernzone und in eine Außenzone. In der Abbildung wird die Kernzone in die Stadt Wien (basierend auf den Gemeindegrenzen; dargestellt in schwarz) sowie in die "sonstige Kernzone" (hellgrau) unterteilt. Die Außenzone wird von Statistik Austria in "Satellitenstädte" (schwarz) und die "sonstige Außenzone Wien" (dunkelgrau) unterteilt²⁹⁾. In weiterer Folge wird die Gemeinde Wien als "Kernstadt" bezeichnet. In einer funktionalen Abgrenzung würde die "sonstige Kernzone" noch zur "Kernzone Wien" gehören. Die "sonstige Kernzone" umfasst unter anderem die Gemeinden Mödling, Schwechat und Vösendorf (SCS). Unter den

²⁹⁾ Die "sonstige Außenzone Wien" wird in weiterer Folge lediglich als "Außenzone" bezeichnet.

"Satellitenstädten" finden sich etwa die Städte Baden, Klosterneuburg oder Stockerau, während Wiener Neustadt nicht mehr zur Stadtregion Wien gezählt wird. Die "sonstige Außenzone" umfasst teilweise dünn besiedelte Gebiete, aber etwa das für den Einzelhandel bedeutsame Parndorf (Designer Outlet).

Die Bevölkerungsverteilung in den unterschiedenen Regionstypen (für die Jahre 2001 und 2011) und deren geographische Ausdehnung sind in Übersicht 2.11 dargestellt^{30.}) Die Bevölkerungsdichte ist innerhalb der Wiener Stadtgrenzen weitaus am höchsten, in der Außenzone ist sie dagegen niedriger als im österreichischen Durchschnitt.

Übersicht 2.11: *Regionstypen der Stadtregion Wien*

	Bevölkerung (2001)	Bevölkerungs- dichte (2001)	Bevölkerung (2011)	Bevölkerungs- dichte (2011)	Veränderung 2001-2011 in %	Fläche (in km ²)
Kernstadt Wien	1.521.233	3.665	1.713.710	4.129	+ 12,7	415
Sonstige Kernzone	132.528	411	147.418	458	+ 11,2	322
Satellitenstädte	146.417	392	159.193	427	+ 8,7	373
Außenzone	305.320	78	337.717	87	+ 10,6	3.896

Q: Statistik Austria, WIFO-Darstellung.

2.3.2.2 Beschäftigungsentwicklung in den unterschiedlichen Teilen des Agglomerationsraums

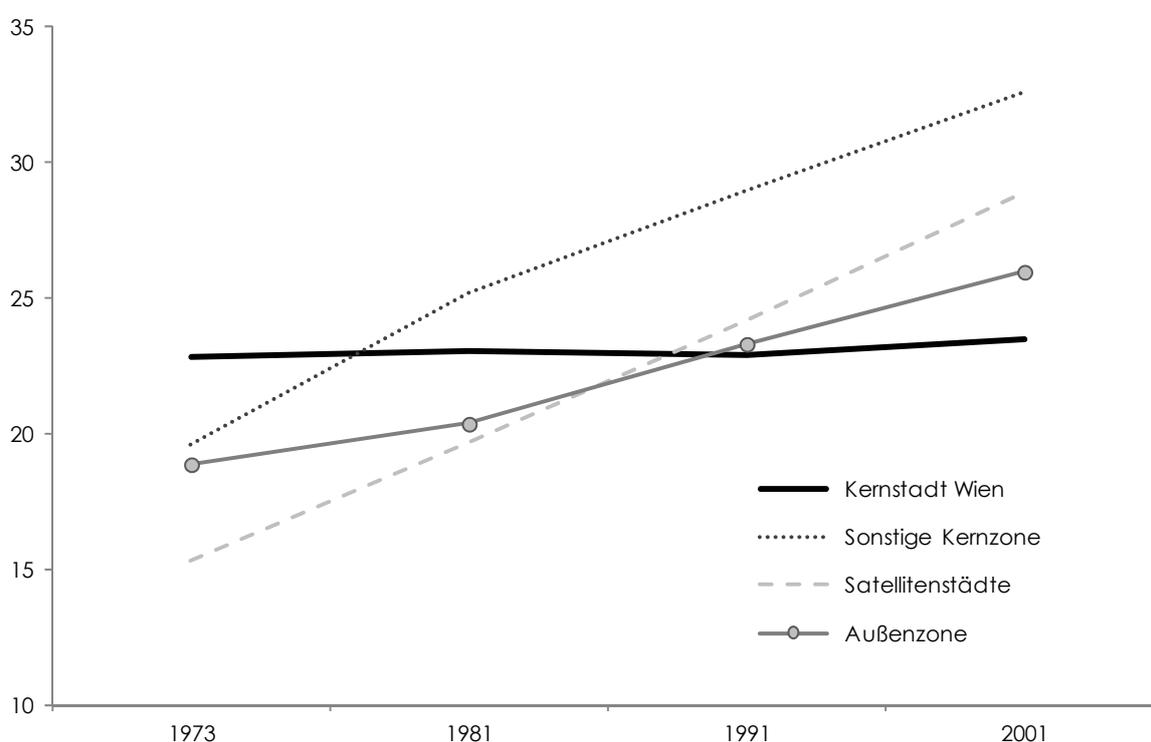
In diesem Teil wird dargestellt, ob bzw. in welchem Umfang sich die Beschäftigung im Handel in Wien und dem Wiener Umland verändert hat. Für eine langfristige Betrachtung (seit 1973) stehen dazu Daten auf der Ebene der Gemeinden zu Verfügung, jedoch gibt es zwei wichtige Einschränkungen, die mit den vorhandenen Daten verbunden sind: Zum einen sind Informationen zur Beschäftigung auf der Ebene der Arbeitsstätten nur für eine sektorale Gliederung nach ÖNACE-Abschnitten ("Einsteller") verfügbar. Es ist daher nicht möglich, die Beschäftigung im Einzelhandel getrennt von Groß- und Kfz-Handel zu betrachten. Zum anderen führte eine Änderung des Branchengliederungsverzeichnisses von Statistik Austria bei der Umstellung von ÖNACE-2003 zu ÖNACE-2008 zu gravierenden Veränderungen. Insbesondere findet sich der Bereich der "Reparatur von Gebrauchsgütern" seit 2008 nicht mehr im Abschnitt "G – Handel" (sondern im Abschnitt "Erbringung von sonstigen Dienstleistungen"). Ein Vergleich zwischen den Jahren 2001 und 2011 ist daher nur bedingt aussagekräftig.

Abbildung 2.7 stellt die Entwicklung des Anteils der unselbständig Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung in den vier unterschiedenen Regionstypen zwischen 1973 und 2001 dar. Es zeigt sich, dass der Anteil des Handels in Wien mit etwa 23% über den gesamten Zeitraum ausgesprochen stabil geblieben ist. Das Wachstum der Beschäftigung im Wiener Handel war daher der Entwicklung der Gesamtbeschäftigung ähnlich. In der sonstigen Kernzone, den Satellitenstädten und der Außenzone war die Beschäftigungsentwicklung im Handel hingegen überdurchschnittlich dynamisch: So lag der Anteil der Beschäftigten im Handel im

³⁰⁾ Die Zuweisung der Bevölkerung zu den verschiedenen Regionstypen erfolgt auf Basis von Rasterdaten. Die in Übersicht 2.11 dargestellten Werte können daher geringfügig von Daten abweichen, die auf Ebene der Gemeinden erhoben wurden.

Jahr 1973 in allen drei Regionstypen außerhalb der Kernstadt mit 15% bis 20% niedriger als in der Kernstadt Wien. Im Jahr 2001 lagen die Anteile dagegen mit 26% bis 33% höher als in der Kernstadt. Während der Anteil in Wien stagnierte, legte er also in der Außenzone um 7 Prozentpunkte (PP) zu, in der sonstigen Kernzone und in den Satellitenstädten betrug der Zuwachs sogar 13 PP. Zusammenfassend kann also festgehalten werden, dass die Bedeutung des Handels in Wien nach diesen Daten weitgehend konstant geblieben ist, während sie im Wiener Umland zugenommen hat.

Abbildung 2.7: Anteil der unselbständig Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung
In %



Q: Arbeitsstättenzählung der Statistik Austria; WIFO-Darstellung.

2.3.2.3 Räumliche Standortmuster im Einzelhandel und deren Veränderung

Einführung und Datenauswahl

In diesem Abschnitt werden die Standortmuster bzw. ihre Veränderung im Einzelhandel untersucht. Im Gegensatz zum vorangegangenen Abschnitt wird der Fokus hier weniger auf den Arbeitsmarkt gelegt. Vielmehr wird untersucht, an welchen Orten Güter angeboten werden, und in welchem Zusammenhang diese räumliche Struktur des Angebots mit der Nachfrage (Wohnbevölkerung) steht. So wird (i) untersucht, wie sich die Zahl der Standorte in Wien relativ zum Wiener Umland entwickelt hat. Weiters wird (ii) beleuchtet, wie diese Veränderungen im Standortmuster die Versorgungsqualität der Wiener Stadtbevölkerung beeinflusst haben. Die

Versorgungsqualität wird dabei durch die Entfernung zum nächstgelegenen Geschäftslokal abgebildet.

Dazu wird nicht der gesamte Einzelhandel untersucht, vielmehr werden exemplarisch fünf Branchen- bzw. Produktgruppen herausgegriffen. Die Beschränkung auf eine überschaubare Zahl an Branchengruppen erfolgt deswegen, weil eine Berücksichtigung aller (bzw. einer größeren Zahl an) Branchen- bzw. Produktgruppen sehr aufwändig ist, aber nur einen geringen zusätzlichen Erkenntnisgewinn erwarten lässt. Eine Betrachtung aller Einzelhandelsstandorte (unabhängig von der sachlichen Marktzugehörigkeit) wäre dagegen wenig aufschlussreich: Die Entfernung zum nächstgelegenen Geschäftslokal (unabhängig davon, was dieses Geschäft anbietet) ist kaum als sinnvoller Indikator für die Qualität der (Nah-)Versorgung anzusehen.

Für die weitere Analyse werden der Lebensmitteleinzelhandel, der Einzelhandel mit Möbeln, Schuhen und Spielwaren sowie Apotheken herangezogen. Diese Bereiche wurden ausgewählt, weil sie Märkte mit unterschiedlichen Eigenschaften abbilden: So stellen Lebensmittel Güter des täglichen Bedarfs dar, während Möbel, Schuhe und Spielwaren seltener gekauft werden. Medikamente werden hingegen zwar relativ selten, dann aber oft sehr dringend benötigt. Die Branchengruppen unterscheiden sich auch bezüglich der Marktkonzentration und dem Grad der Regulierung deutlich: Während der Lebensmitteleinzelhandel von drei großen Anbietern (sämtlich Handelsketten) dominiert wird (siehe dazu Abschnitt 2.2.3), gibt es bei Apotheken (vor allem aufgrund enger gesetzlicher Bestimmungen) de-facto keine Kettenbildung³¹). Die Standortwahl ist bei Geschäftslokalen für Schuhe und Spielwaren relativ frei. Im Einzelhandel von Lebensmitteln und Möbeln gibt es insofern Einschränkungen, als aufgrund des Flächenbedarfs attraktive Geschäftslagen mit entsprechender Widmung (vor allem in Ballungsräumen) knapp sind. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel wird die Größe der Verkaufsflächen auch in nicht verdichteten Gebieten durch die Raumordnung (in Landeskompentenz) begrenzt. Bei Apotheken gibt es hingegen strenge rechtliche Beschränkungen in der Wahl des Standorts³²). Ein weiteres Kriterium für die Auswahl dieser fünf Branchengruppen ist letztlich, dass die sachliche Marktabgrenzung relativ eindeutig ist.

Daten zu den Standorten der Geschäftslokale werden durch die "HEROLD Marketing CD" bereitgestellt. Diese Datenbasis beinhaltet neben dem Namen jedes Geschäfts auch die Adresse und eine Branchenklassifikation. Für den Lebensmitteleinzelhandel werden die (in diesem Datensatz ausgewiesenen) Hauptbranchen "Supermärkte", "Lebensmittel/Handel" und "Gemischtwaren" herangezogen. Für die anderen vier Bereiche gibt es jeweils eine Hauptbranche, und zwar "Möbel/Handel", "Schuhe/Handel", "Spielwaren/Handel" und "Apotheken". Die Zahl der Geschäftslokale für diese fünf ausgewählten Branchengruppen finden sich für die Stadt Wien, die sonstige Kernzone, Satellitenstädte und die Außenzone sowie die Jahre 2000, 2011 und 2015 in Übersicht 2.12. Hier zeigt sich, dass die Zahl der Geschäftslokale im

³¹) Siehe dazu § 2 des Apothekengesetzes ("Verbot der Kumulierung").

³²) Siehe dazu § 10 des Apothekengesetzes ("Sachliche Voraussetzungen der Konzessionserteilung").

Lebensmitteleinzelhandel und bei Apotheken in Wien zwischen 2000 und 2015 um etwa ein Viertel zugenommen hat – ein erheblicher Anstieg, der auch größer war als der Zuwachs der regionalen Bevölkerung (von 13% – allerdings für den kürzeren Zeitraum 2001-2011). Die Zahl der Geschäftslokale für Möbel stieg in Wien in etwa dem gleichen Ausmaß wie die Bevölkerungszahl (+13%), während die Zahl der Schuhgeschäfte stagnierte und jene für Spielwaren deutlich rückläufig war (–15%). Für die meisten Branchengruppen lag die Veränderungsrate in Wien etwas unter jener in den Umlandgemeinden (sonstige Kernzone, Satellitenstädte und Außenzone), wobei der Unterschied zur durchschnittlichen Entwicklung in diesen drei Regionstypen allerdings sehr gering ist. Vergleicht man hingegen die verschiedenen Regionstypen im Wiener Umland, so fällt auf, dass die Außenzone auf Kosten der sonstigen Kernzone und der Satellitenstädte gewinnt, insbesondere bei Gütern des nicht-täglichen Bedarfs (Möbel, Schuhe, Spielwaren). Bei Gütern des täglichen Bedarfs sind die Substitutionsmöglichkeiten über größere Entfernungen dagegen begrenzt, großflächige Veränderungen der Standortmuster sind daher hier (wie zu erwarten) nicht zu beobachten.

Übersicht 2.12: Zahl der Geschäftslokale nach Einzelhandelsbranchen in Wien und Umland
Absolut und Veränderung 2000-2015 in Prozent

Branche	Jahr	Kernstadt Wien	Sonstige Kernzone	Satellitenstädte	Außenzone	Gesamt
Lebensmittel	2000	747	70	81	137	1.035
	2011	874	94	92	181	1.241
	2015	928	98	88	180	1.294
Möbel	2000	122	14	17	17	170
	2011	134	12	16	28	190
	2015	138	10	15	27	190
Schuhe	2000	270	45	26	22	363
	2011	283	34	23	36	376
	2015	268	43	20	36	367
Spielwaren	2000	73	10	9	3	95
	2011	64	8	6	6	84
	2015	62	6	6	7	81
Apotheken	2000	247	23	21	27	318
	2011	306	30	27	35	398
	2015	311	33	28	38	410
Veränderung 2000-2015 in %						
Lebensmittel		+ 24,2	+ 40,0	+ 8,6	+ 31,4	+ 25,0
Möbel		+ 13,1	– 28,6	– 11,8	+ 58,8	+ 11,8
Schuhe		– 0,7	– 4,4	– 23,1	+ 63,6	+ 1,1
Spielwaren		– 15,1	– 40,0	– 33,3	+133,3	– 14,7
Apotheken		+ 25,9	+ 43,5	+ 33,3	+ 40,7	+ 28,9

Q: Herold Marketing CD, WIFO-Berechnung.

Unterschiede in den sektoralen Standortmustern

Die oben beschriebenen aggregierten Daten haben in Hinblick auf die Verteilung der Standorte innerhalb der Kernstadt lediglich beschränkte Aussagekraft, wodurch die Zahl der Standorte nicht zwingend einen guten Indikator für die Versorgungsqualität darstellt. So muss ein

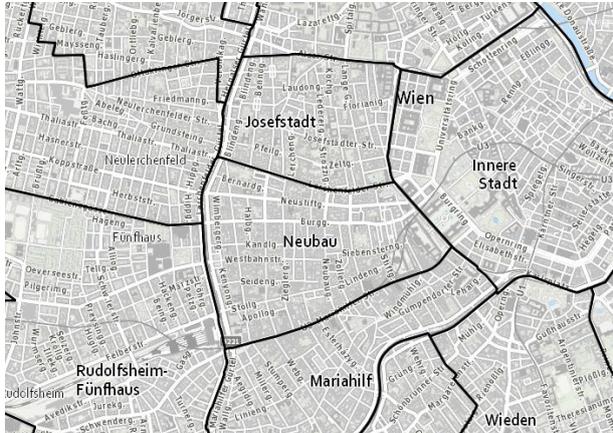
Anstieg der Zahl der Standorte die Versorgungsqualität für große Bevölkerungsteile nicht notwendigerweise verbessern, wenn zusätzliche Geschäftslokale vorwiegend am Stadtrand entstehen, und/oder sich die Standorte vor allem an wenigen Punkten (Einkaufszentren) oder (Einkaufs-) Straßen konzentrieren.

In Bezug auf die Standortwahl gibt es für die Unternehmen hier zwei gegenläufige Marktkräfte, die eine räumliche Konzentration bzw. eine räumliche Differenzierung der Standorte unterstützen: Ein Standort in der Nähe eines Konkurrenten ermöglicht es, Kundinnen und Kunden vom Konkurrenzunternehmen abzuwerben ("market stealing effect"), während eine stärkere räumliche Differenzierung den Wettbewerbsdruck reduziert ("market power effect"). Welcher der beiden Effekte überwiegt, ist nicht allgemein beantwortbar. Die theoretische ökonomische Literatur liefert hierfür allerdings wertvolle – und überraschend einheitliche – Hinweise: Wenn sich ein Unternehmen in mehr als einer Dimension von Konkurrenzunternehmen unterscheiden kann (etwa im Bezug auf den Standort, die Qualität der angebotenen Produkte oder das Sortiment), dann werden sich die Unternehmen in einer Dimension (und zwar in dem für den Absatz wichtigsten Charakteristikum) soweit als möglich unterscheiden (um den Wettbewerbsdruck zu mindern), während sie in allen anderen Charakteristika eine ähnliche Produktausprägung wählen (siehe dazu *Tabuchi, 1994, Veendorp – Majeed, 1995, Ansari et al., 1998, Irmen – Thisse, 1998, sowie Neven – Thisse, 1990*). Zusätzlich zum "market stealing effect" kann es zu weiteren Agglomerationsvorteilen kommen, wenn Konsumenten und -innen eine räumliche Konzentration von Anbietern verschiedener Produkte wertschätzen. In diesem Fall haben Geschäftslokale anderer Branchen in der Nähe einen positiven Effekt auf die Nachfrage. Während der "market stealing effect" eine stärkere räumliche Konzentration von Geschäftslokalen der gleichen Branche fördert, bewirkt der oben beschriebene Agglomerationsvorteil³³⁾ eine räumliche Konzentration von Einzelhandelsgeschäften verschiedener Branchen.

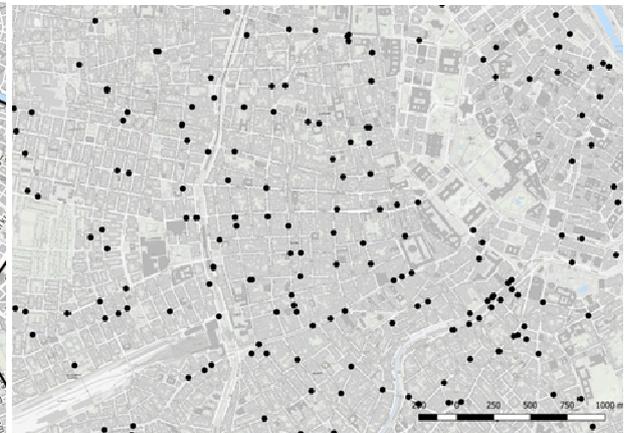
³³⁾ Man könnte diesen Effekt im weiteren Sinn als Verbundvorteil ("economies of scope") beschreiben.

Abbildung 2.8: Räumlich Verteilung der Geschäftslokale

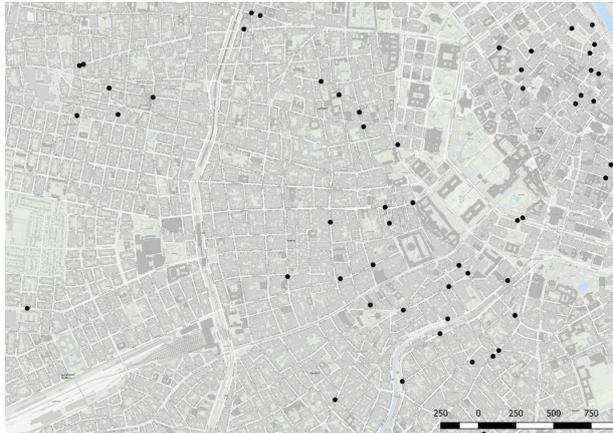
(a) Bezirksgrenzen



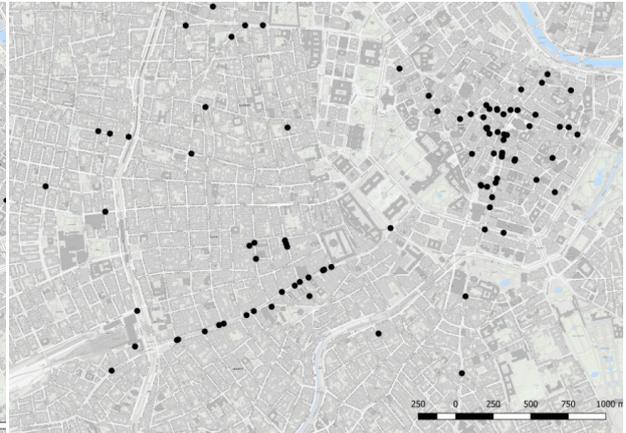
(b) Lebensmittel



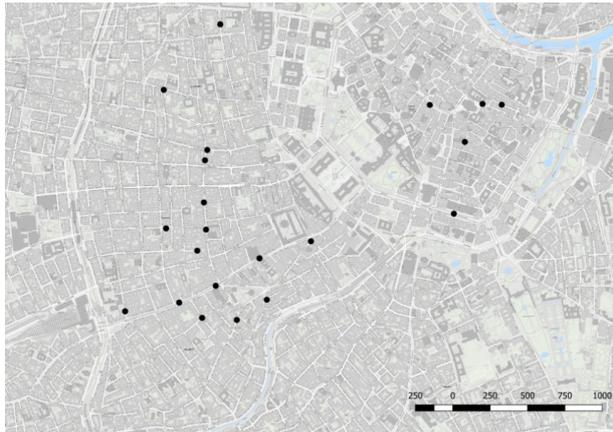
(c) Möbel



(d) Schuhe



(e) Spielwaren



(f) Apotheken



Q: Herold Marketing CD, WIFO-Darstellung.

Nach unserer Evidenz unterscheidet sich die räumliche Verteilung der Standorte sehr stark zwischen den untersuchten Branchengruppen. In den Abbildungen 2.8(a) bis 2.8(f) ist jeweils derselbe Kartenausschnitt Wiens zu sehen. Abbildung 2.8(a) verdeutlicht, welche Wiener

Gemeindebezirke in dem Kartenausschnitt abgebildet werden. Nahezu in der Mitte der Karten, von (Süd-)Westen nach (Nord-)Osten verlaufend, liegt mit der Mariahilfer Straße eine der größten Einkaufsstraßen Wiens. Die Abbildungen zeigen die Unterschiede in der räumlichen Verteilung der Standorte sehr anschaulich:

So sind Apotheken annähernd gleichförmig verteilt (Abbildung 2.8f). Dies ist jedoch nicht (ausschließlich) ein Ergebnis von Marktkräften, ist doch die Standortwahl bei Apotheken strengen Regulierungen unterworfen. Lebensmittelgeschäfte (Abbildung 2.8b) sind im Vergleich zu Apotheken zwar räumlich etwas stärker konzentriert, aber immer noch relativ gleichmäßig im Raum verteilt. In scharfem Kontrast dazu steht die räumliche Verteilung von Schuhgeschäften (Abbildung 2.8d), wo die Geschäftslokale sehr stark entlang der Einkaufsstraßen (in erster Linie der Mariahilfer Straße, aber auch in der "Inneren Stadt") konzentriert sind. Anders als bei Apotheken sind die Unterschiede in der Standortwahl zwischen Lebensmittel- und Schuhhandel ein Resultat von Marktkräften. Insgesamt lassen diese empirischen Beobachtungen in Verbindung mit der oben diskutierten theoretischen Literatur den Schluss zu, dass die räumliche Distanz im Lebensmitteleinzelhandel das wichtigste Kriterium der Produktdifferenzierung darstellt. Bei Schuhgeschäften dürften dagegen Unterschiede im Sortiment bedeutsamer sein als die räumliche Differenzierung.

2.3.2.4 Konsequenzen veränderter Standortmuster auf die regionale Versorgungsqualität

Als Maßzahl für die Versorgungsqualität der Konsumentinnen und Konsumenten wird in weiterer Folge die Entfernung von der Wohnadresse zum nächstgelegenen Geschäft der entsprechenden Branche für jede/n Einwohner/in in Wien (Kernstadt) berechnet. So kann die Verteilung der Entfernung zum nächstgelegenen Geschäft bestimmt, und zwischen den Jahren 2000, 2011 und 2015 verglichen werden.

Die räumlichen Daten zu privaten Haushalten werden dazu mit den Standorten der fünf genannten Branchengruppen verknüpft. Die Bevölkerungszahl liegt für jede Rasterzelle von 250m x 250m für die Jahre 2001 und 2011 vor, die Bevölkerungsverteilung innerhalb der Rasterzelle ist hingegen nicht bekannt. Vereinfachend wird daher der Mittelpunkt der entsprechenden Rasterzelle als Wohnort angenommen. Die Standorte der Geschäftsstellen wurden anhand der Adressen geo-kodiert und können somit mit den Rasterzellen der Bevölkerungsstatistik verknüpft werden. Die Entfernung eines Konsumenten bzw. einer Konsumentin zum nächstgelegenen Geschäft wird als kürzeste Luftlinienentfernung zwischen dem Mittelpunkt der Zelle des Wohnortes und dem Mittelpunkt der Zelle des Standortes des Geschäftslokals berechnet. Die Maßzahlen zur Entfernung zum nächsten Geschäft basieren daher auf der räumlichen Verteilung der gesamten Wiener Wohnbevölkerung sowie der Standorte aller Geschäfte³⁴).

³⁴) Die Entfernung zum nächstgelegenen Geschäft ist 0, falls sich das Geschäft und der Wohnsitz in derselben Rasterzelle befinden. Kleine Ungenauigkeiten ergeben sich aus der Annahme von Wohnort und Geschäftsstandort im Mittelpunkt der jeweiligen Zellen, aus der fehlenden Berücksichtigung des Straßennetzes und der Verwendung der Bevölkerungsverteilung aus dem Jahr 2001 (bei der Analyse der Standorte aus dem Jahre 2000) bzw. aus dem Jahr

In Übersicht 2.13 werden jeweils zwei Werte angegeben, die die Versorgungsqualität abbilden: Die erste Maßzahl ist der Mittelwert, der die Entfernung (in Kilometer Luftlinie) angibt, den ein/e Einwohner/in im Durchschnitt zum nächstgelegenen Geschäftslokal zurücklegen muss. Die zweite Maßzahl ist das 90. Perzentil. Es zeigt an, innerhalb welcher Entfernung 90% der Bevölkerung das nächstgelegene Geschäftslokal erreichen, während 10% der Bevölkerung eine längere Wegstrecke in Kauf nehmen müssen. Diese Maßzahlen werden getrennt für die Kernstadt Wien, für die sonstige Kernzone, die Satellitenstädte sowie für die Außenzone ausgewiesen.

Übersicht 2.13: Durchschnittliche Entfernung zum nächstgelegenen Geschäft der entsprechenden Branche

	2000		2011		2015	
	Mittelwert	90. Perzentil	Mittelwert	90. Perzentil	Mittelwert	90. Perzentil
Kernstadt Wien						
Lebensmittel	0,34	0,75	0,23	0,50	0,22	0,50
Möbel	0,94	2,12	0,88	2,02	0,89	1,90
Schuhe	0,66	1,46	0,65	1,27	0,75	1,58
Spielwaren	0,99	1,90	1,12	2,14	1,13	2,14
Apotheken	0,48	1,00	0,35	0,71	0,34	0,56
Sonstige Kernzone						
Lebensmittel	0,74	1,60	0,72	1,60	0,62	1,27
Möbel	2,66	4,98	1,91	3,69	2,08	3,82
Schuhe	1,98	4,37	1,95	4,14	1,92	3,64
Spielwaren	2,63	4,91	2,48	4,60	2,48	4,72
Apotheken	1,17	2,75	0,91	2,00	0,97	2,02
Satellitenstädte						
Lebensmittel	0,76	1,75	0,57	1,12	0,59	1,06
Möbel	2,36	4,61	1,67	3,36	1,84	3,58
Schuhe	1,63	2,80	1,77	4,03	2,16	4,59
Spielwaren	2,97	7,08	2,84	6,52	3,58	8,95
Apotheken	1,29	2,37	1,08	2,46	1,06	2,46
Außenzone						
Lebensmittel	2,04	4,85	1,71	4,27	1,77	4,37
Möbel	8,09	14,50	6,29	11,56	6,49	13,12
Schuhe	7,05	14,55	6,36	13,12	7,22	15,35
Spielwaren	11,20	20,00	9,33	18,03	10,26	20,00
Apotheken	5,17	10,52	3,93	8,06	3,80	7,99

Q: Herold Daten CD; Statistik Austria; WIFO-Berechnung. Berechnungen auf Basis der gesamten Wiener Wohnbevölkerung von 1.521.233 (für 2000) bzw. 1.713.710 (für 2011 und 2015) Personen. Entfernungen werden in Kilometer (Luftlinie) angegeben.

Wesentliches Ergebnis ist grosso modo eine Verbesserung der Versorgungsqualität innerhalb Wiens im Beobachtungszeitraum: Die (Luftlinien-)Entfernung zum nächsten Lebensmittelgeschäft betrug im Jahr 2000 für die Wiener Bevölkerung durchschnittlich 340 Meter, im Jahr 2015 hingegen nur mehr 220 Meter (eine Reduktion von immerhin 35%). Das 90. Perzentil sank im gleichen Zeitraum von 750 Metern auf 500 Meter: 90% der Wiener Stadtbevölkerung finden

2011 (bei der Analyse der Standorte aus dem Jahre 2015). Bei der Berechnung der Entfernung ist es irrelevant, ob der nächstgelegene Standort innerhalb der Kernstadt liegt oder im Umland.

also in einem Umkreis von einem halben Kilometer (Luftlinie) ein Lebensmittelgeschäft. Die Versorgungsqualität ist demnach im Lebensmittelhandel hoch, und hat in den vergangenen 15 Jahren nochmals deutlich zugenommen. Diese Entwicklung korrespondiert gut mit dem Zuwachs der Zahl der Standorte von 24% (Übersicht 2.12).

Eine vergleichbare Entwicklung ist bei der Versorgung mit Medikamenten zu beobachten, wo zwischen 2000 und 2015 sowohl ein deutlicher Anstieg der Zahl der Apotheken (+26%) als auch eine Verbesserung der Versorgungsqualität zu beobachten ist: Die durchschnittliche Entfernung zur nächsten Apotheke reduzierte sich in diesem Zeitraum von 480m auf 340m (–29%), während sich das 90. Perzentil von einem Kilometer auf 560 Meter fast halbierte. Umgekehrt verhält es sich dagegen bei Spielwaren, wo die durchschnittliche Entfernung sowie das 90. Perzentil deutlich zugenommen haben, während die Zahl der Standorte stark zurückgegangen ist (–15%).

Beim Einzelhandel mit Schuhen und Möbel verläuft die Entwicklung der Zahl der Standorte und der Versorgungsqualität weniger parallel als in den genannten Bereichen: So hat sich bei Schuhen die durchschnittliche Entfernung zum nächsten Geschäft zwischen 2000 und 2015 um 14% erhöht (von 660m auf 750m), obwohl die Zahl der Standorte nahezu konstant geblieben ist (–1%). Bei Möbeln führte ein kräftiger Anstieg der Zahl der Standorte (+13%) dagegen nur zu einer vergleichsweise kleinen Reduktion der durchschnittlichen Entfernung zum nächsten Geschäft (–5% bzw. –50m). In diesen Fällen sind die Standorte der Geschäfte im Jahr 2015 entweder räumlich stärker konzentriert als im Jahr 2000, und/oder das Standortmuster hat sich in diesem Zeitraum derart verändert, dass nun mehr Standorte in bevölkerungsärmeren Gebieten am Stadtrand zu finden sind. Bei genauerer Betrachtung dürfte bei Schuhen die erste, bei Möbeln die zweite Erklärung zutreffend sein: Eine räumliche Konzentration bedeutet, dass die Entfernung zu den Standorten der nächsten Konkurrenten klein ist. Obwohl die Zahl der Schuhgeschäfte stagnierte, hat sich die Entfernung eines Geschäfts zum nächstgelegenen Standort zwischen 2000 und 2015 von durchschnittlich 190m auf 170m reduziert. Die räumliche Konzentration hat demnach zugenommen. Umgekehrt verhält es sich bei Möbelgeschäften, wo die Entfernung zum nächsten Standort von 330m auf 470m zugenommen hat, obwohl sich in diesem Zeitraum die Zahl der Standorte deutlich erhöhte.

Unterschiede in der räumlichen Konzentration der Standorte werden besonders deutlich, wenn man verschiedene Branchen vergleicht. So war im Jahr 2000 die durchschnittliche Distanz zum nächsten Geschäft für Möbel bzw. Schuhe in etwa gleich groß, obwohl die Zahl der Möbelgeschäfte (122) fast doppelt so groß war wie jene der Standorte für Spielwaren (73). Auch gab es im Jahr 2011 ähnlich viele Apotheken wie Schuhgeschäfte, obwohl die durchschnittliche Entfernung zur nächsten Apotheke nur halb so groß war.

Ein Vergleich zwischen den Regionstypen zeigt letztlich, dass die Versorgungsqualität in der verdichteten Kernstadt (wenig überraschend) viel besser ist als in der dünn besiedelten Außenzone. Die sonstige Kernzone sowie die Satellitenstädte liegen hier ebenso wie in Bezug auf ihre Bevölkerungsdichte dazwischen. Betrachtet man die Entwicklung über die Zeit, so ist zudem nicht ersichtlich, dass sich die Versorgungsqualität der Kernstadt systematisch zugunsten

jener im Umland verschlechtert hat. Eine Verschlechterung der Versorgungsqualität der Wiener und Wienerinnen im Zuge der Stadt-Umland-Konkurrenz kann also auf Basis unseres (sehr detailreichen) Datensatzes nicht festgestellt werden.

Jedenfalls korrespondiert die Entwicklung der Zahl der Standorte (Übersicht 2.12 oben) auch über die Regionstypen nicht notwendigerweise mit der Qualität der Versorgung der Wohnbevölkerung. Dies zeigt sich sehr anschaulich, wenn etwa der Einzelhandel mit Schuhen in der Außenzone betrachtet wird: So stieg die Zahl der Standorte hier zwischen 2000 und 2015 von 22 auf 36 Geschäfte um mehr als die Hälfte (+64%), während sich die durchschnittliche Entfernung von 7,1 auf 7,2 Kilometer und das 90. Perzentil von 14,6 auf 15,4 Kilometer erhöhte. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Zuwachs an Standorten vorrangig auf die Expansion des Designer Outlets in Parndorf zurückzuführen war. Da der Zuwachs damit räumlich sehr konzentriert stattfand, hatte er nur einen geringen Einfluss auf die Versorgungsqualität der Wohnbevölkerung – zumindest, wenn die Versorgungsqualität als Entfernung zum nächsten Standort gemessen wird. Dies zeigt sehr deutlich, dass Gemeinden im Umland durch große Einkaufszentren zwar über Steuereinnahmen und Arbeitsplätze profitieren, diese Einkaufszentren aber nicht notwendigerweise die Versorgungsqualität für die Bevölkerung im Umland verbessern: Einkaufszentren dieser Größe sind auf die Nachfrage der Kernstadt bzw. auf eine überregionale Nachfrage ausgerichtet, und dementsprechend auch auf die Bedürfnisse dieser überregionalen Nachfrage zugeschnitten.

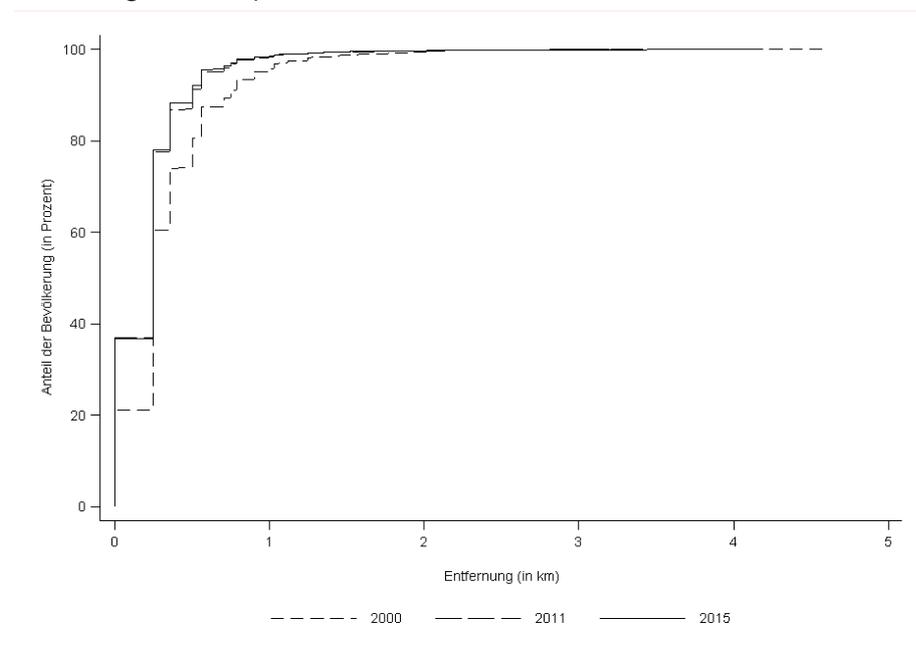
Da die Entfernung zum nächstgelegenen Standort für jede Einwohnerin und jeden Einwohner berechnet wird, ist es möglich, Versorgungsmuster auch in detaillierterer Form zu analysieren, als dies lediglich auf Basis von Mittelwerten und Perzentils-Grenzen (wie in Übersicht 2.13) möglich ist. Hier bieten kumulierte Verteilungsfunktionen der Entfernungen eine Möglichkeit der Darstellung, mit der eine hohe Dichte an Informationen dargestellt werden kann. Dies wird in den Abbildungen 2.9 bis 2.13 für die verschiedenen Branchengruppen illustriert. Die kumulierte Verteilungsfunktion gibt hier den Anteil der Bevölkerung an, für welche die Entfernung zum nächsten Geschäftslokal kleiner als ein bestimmter Wert ist. Auf dieser Basis kann etwa beurteilt werden, ob von einer Verbesserung der Versorgungsqualität eher jener Teil der Wohnbevölkerung profitiert, der ohnehin schon gut versorgt ist, oder aber jene Gruppe, die bislang unterdurchschnittlich gut versorgt war. Da eine solche Analyse für alle Regionstypen zu unübersichtlich ist, konzentrieren wir uns dabei auf die Entwicklung in der Kernstadt Wien zwischen 2000 und 2015.

Die in Abbildung 2.9 dargestellten kumulierten Verteilungsfunktionen beziehen sich auf die durchschnittliche Entfernung der Wiener Wohnbevölkerung zum nächstliegenden Geschäft im Lebensmitteleinzelhandel und die Jahre 2000, 2011 und 2015. Bei einer Entfernung von 300m zum nächsten Lebensmittelgeschäft liegt der Anteil der Bevölkerung danach im Jahr 2000 bei etwa 60%, in den Jahren 2011 und 2015 dagegen bei fast 80%. Das bedeutet, dass im Jahr 2000 die Entfernung zum nächst gelegenen Standort für 60% der Bevölkerung kleiner als 300m war, wobei dieser Anteil in den folgenden 15 Jahren noch deutlich auf fast 80% gestiegen ist. Der Anteil der Bevölkerung mit (zumindest) einem Geschäft innerhalb von

einem Kilometer nahm im gleichen Zeitraum von 95% auf 98% zu. Je weiter links/oben eine Kurve liegt, desto größer ist der Anteil der Bevölkerung mit einem Geschäft innerhalb einer bestimmten Entfernung (d.h. desto besser ist die Versorgungsqualität). Die durchschnittliche Veränderung der Versorgungsqualität ist in den Abbildungen durch die Fläche zwischen zwei Funktionen ersichtlich.

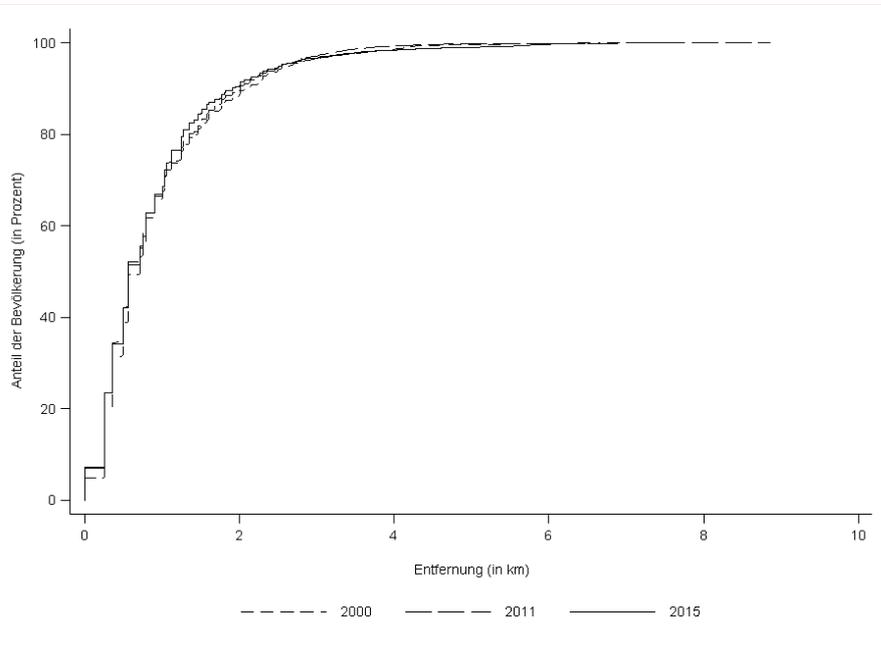
Auch auf Basis dieser kumulierten Verteilungsfunktionen zeigt sich letztlich freilich die Heterogenität der Entwicklungen nach Branchengruppen. So wird hier eine Verbesserung der Versorgungsqualität bei Apotheken (Abbildung 2.13) und (abgeschwächt) bei Möbeln (Abbildung 2.10) ebenso sichtbar wie eine Verschlechterung der Versorgungsdichte bei Schuhen (Abbildung 2.11) und Spielwaren (Abbildung 2.12) – Ergebnisse, welche die Resultate unserer Sichtung auf Basis einfacher Entfernungsindikatoren (Mittelwert; 90. Perzentil; Übersicht 2.13) weitgehend bestätigen und untermauern.

Abbildung 2.9: Entfernung zum nächsten Geschäft im Lebensmitteleinzelhandel (Kumulierte Verteilungsfunktion)



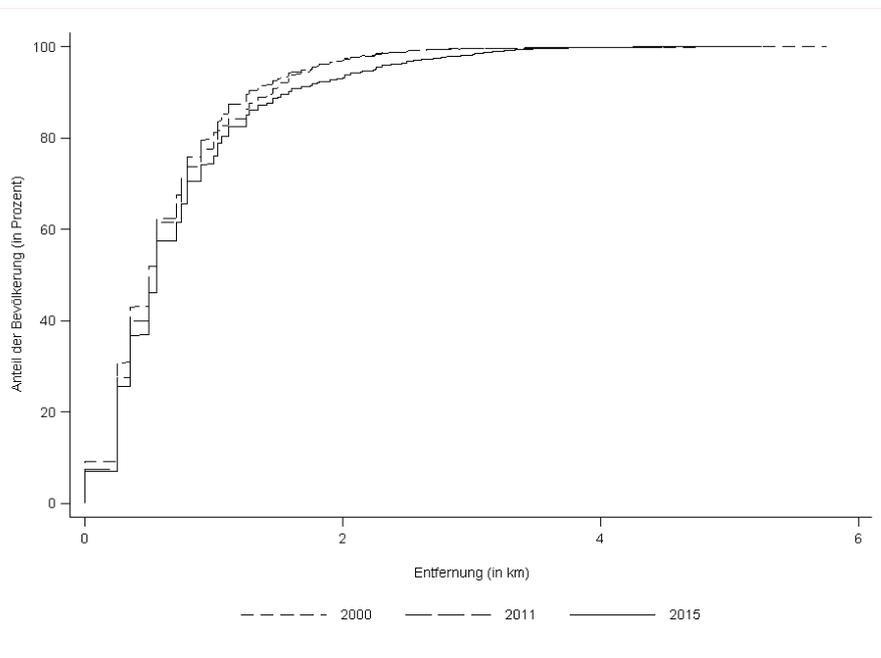
Q: Statistik Austria, Herold Marketing CD, WIFO-Darstellung.

Abbildung 2.10: Entfernung zum nächsten Möbelgeschäft (Kumulierte Verteilungsfunktion)



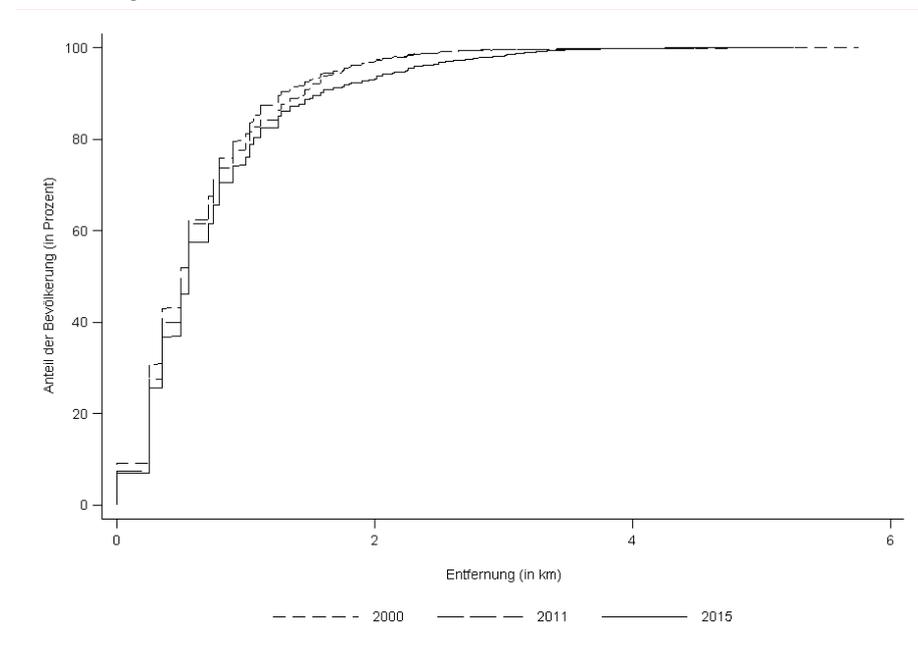
Q: Statistik Austria, Herold Marketing CD, WIFO-Darstellung.

Abbildung 2.11: Entfernung zum nächsten Schuhgeschäft (Kumulierte Verteilungsfunktion)



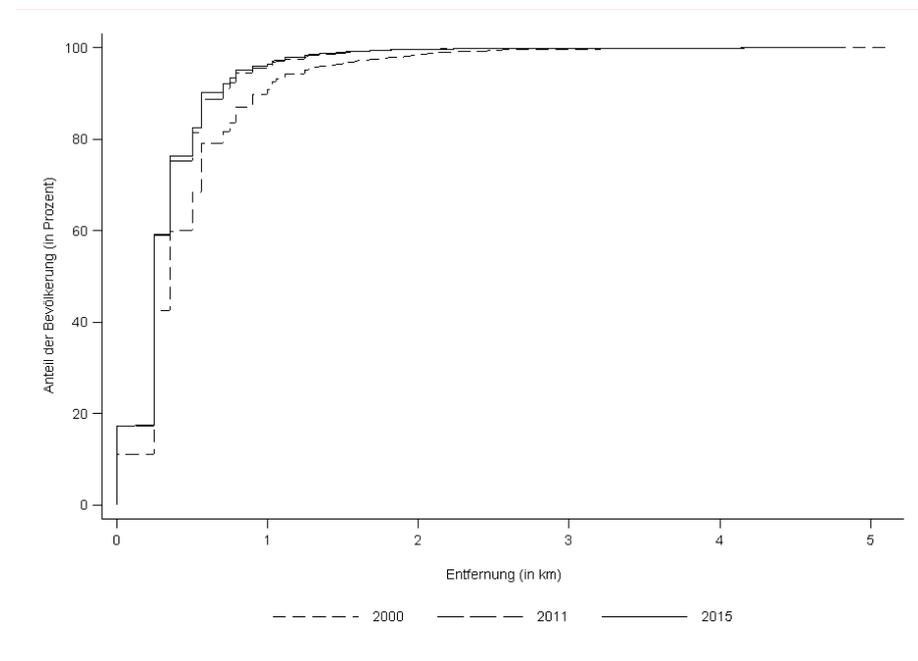
Q: Statistik Austria, Herold Marketing CD, WIFO-Darstellung.

Abbildung 2.12: Entfernung zur nächsten Spielwarenhandlung (Kumulierte Verteilungsfunktion)



Q: Statistik Austria, Herold Marketing CD, WIFO-Darstellung.

Abbildung 2.13: Entfernung zur nächsten Apotheke (Kumulierte Verteilungsfunktion)



Q: Statistik Austria, Herold Marketing CD, WIFO-Darstellung.

2.3.3 Fazit

In Hinblick auf unsere genauere Analyse der Veränderungen in den Standortmustern im Agglomerationsraum auf Basis von kleinräumigen Rasterdaten kann festgehalten werden, dass der Zusammenhang zwischen der Zahl der Einzelhandelsgeschäfte einer Branchengruppe und deren räumlicher Verteilung innerhalb der (Kern-)Stadt sowie zwischen Stadt, Stadtrand und Umland vielschichtig ist und sich zwischen den Branchengruppen stark unterscheidet. In manchen Branchengruppen ist die räumliche Nähe des Angebots als Verkaufsargument so wichtig (etwa Lebensmitteleinzelhandel) bzw. die räumliche Verteilung des Angebots streng reguliert (Apotheken), sodass potentielle Standorte im Umland nur bedingt in direkter Konkurrenz zu Standorten in der Kernstadt stehen.

Sofern eine starke räumliche Konzentration der Geschäfte beobachtet werden kann, ist das angebotsseitig dahingehend zu interpretieren, dass der "market stealing effect" den "market power effect" überwiegt und dass die "räumliche Produktdifferenzierung" (also Unterschiede im Bezug auf die geographische Standortwahl) als Determinante für den Markterfolg weniger wichtig ist als andere Formen der Produktdifferenzierung. Nachfrageseitig sind zwei Aspekte relevant: Zum einen kann eine räumliche Konzentration der Einkaufsmöglichkeiten dahingehend interpretiert werden, dass eine Auswahl verschiedener Geschäfte mit ähnlichen, aber differenzierten Produkten (z.B. Schuhe) von den Konsumentinnen und Konsumenten stärker wertgeschätzt wird als der "Schaden" bzw. Nutzen-Entgang durch (durchschnittlich) längere Anfahrtswege als (notwendige) Kehrseite einer räumlichen Konzentration der Standorte. Zum anderen findet diese räumliche Konzentration vor allem in Einkaufsstraßen (innerstädtisch) und Shopping Centern (Stadtrand, Umland) statt, wo neben einer räumlichen Konzentration ähnlicher (differenzierter) Güter auch ein Clustering des Angebots von unterschiedlichen Produkten (etwa Schuhe plus Bekleidung plus Schmuck etc.) beobachtbar ist. Dieses Marktergebnis legt nahe, dass auch hier eine Präferenz der Konsumenten und -innen besteht, ein breites Angebot in einem (räumlich) engen Gebiet vorzufinden. Branchengruppen, in welchen diese beiden Formen der räumlichen Konzentration gefunden werden, sind auch jene Bereiche, in welchen die Standorte in der Kernstadt potentiell durch Abwanderung in ein Shopping Center im Umland betroffen sind. Dies gilt insbesondere für Branchengruppen, in welchen der Flächenbedarf auf Geschäftsebene groß ist, sodass den Standortvorteilen des Umlands in Hinblick auf den Bodenpreis eine tragende Rolle bei Standortentscheidungen zukommt.

Unter den, in unserer empirischen Analyse für die Agglomeration Wien gesichteten Branchengruppen kann eine stärkere räumliche Konzentration der Standorte vor allem im Einzelhandel mit Schuhen und Spielwaren gezeigt werden. Auch für diese Bereiche kann im Rahmen der vorliegenden Studie allerdings kaum deskriptive Evidenz gefunden werden, dass eine sehr hohe Dynamik im Umland in diesen Bereichen zu einer Ausdünnung des Standortgefüges in der Kernstadt und/oder einem Verlust an Versorgungsqualität (im Sinne größerer Distanzen zum Angebot) für deren Bewohner und Bewohnerinnen ausgelöst hätte.

Einschränkend bleibt festzuhalten, dass in unserer kleinräumigen Analyse trotz der Verwendung teils sehr detaillierter und "großer" Datensätze einige wesentliche Aspekte der Standortwahl im regionalen Einzelhandel aufgrund fehlender und unvollständiger Informationen ausgeblendet bleiben mussten: So wurden zwar die Standorte der ausgewählten Branchengruppen untersucht, über weitere Eigenschaften der Geschäfte (wie deren Größe oder die Zugehörigkeit zu einer Kette) lagen aber keine Informationen vor. Dies ist nicht unproblematisch, weil sich etwa (als Beispiel) die Eröffnung einer Spielwarenhandlung im Wiener Umland auf Standorte in Wien sehr unterschiedlich auswirkt, je nachdem, ob es sich bei dieser neuen Einheit um das (kleine) Geschäft eines unabhängigen Händlers oder um den Flagship-Store eines internationalen Konzerns handelt. Eine detailliertere Betrachtung einzelner Branchen im Zuge umfassender Fallstudien scheint daher für vertiefte Aussagen zu Mechanismen und Wirkungen der Stadt-Umland-Konkurrenz notwendig, war aber im Rahmen dieser Studie allenfalls in Ansätzen möglich.

Zusammenfassend lässt unsere Analyse zwar eine relative Erhöhung der ökonomischen Aktivität im (Einzel-)Handel im Wiener Umland im Vergleich zur Kernstadt erkennen. Evident sind deutlich höhere Beschäftigungszuwächse im Handel an den Rändern des Agglomerationsraums im Vergleich zu dessen Kernraum, namentlich in der Außenzone mit ihrem zum Ausgangszeitpunkt freilich noch marginalen Besatz (und den damit notwendig hohen Wachstumsraten bei ansteigender Aktivität). Damit dürfte die Stadt-Umland-Konkurrenz durchaus ein relevanter Erklärungsfaktor für die in Wien langfristig schwächere Entwicklung des Einzelhandels im nationalen Vergleich gewesen sein. Gleichzeitig liefert unsere kleinräumige Analyse allerdings – zumindest für die hier betrachteten Branchengruppen – kaum Hinweise auf eine massive Ausdünnung des Standortgefüges in der Kernstadt, auch eine Erosion der Versorgungsqualität für die regionale Bevölkerung (gemessen an der Distanz zur nächsten Einkaufsmöglichkeit) kann auf dieser Basis selbst für die Branchengruppen mit höherer regionaler Konzentration bzw. Betroffenheit von Stadt-Umland-Verschiebungen kaum festgestellt werden. In der Mehrheit der analysierten Branchen, darunter auch dem unter Versorgungswie Arbeitsplatzaspekten zentralen Lebensmitteleinzelhandel, hat die Bevölkerungszunahme der letzten Dekade vielmehr auch zu einer entsprechenden Erhöhung der Zahl der Geschäftsstandorte in der Kernstadt Anlass gegeben. Damit kann nach unseren Analysen in diesen (zentralen) Branchengruppen zuletzt ein höherer Anteil der Bevölkerung in der Kernstadt als gut versorgt gelten, als dies noch vor 15 Jahren der Fall war.

2.4 Online-Handel als Herausforderung

Insgesamt haben unsere Analysen gezeigt, dass Filialisierung und neue Angebotsformate, aber auch die Standortkonkurrenz mit dem Umland die Entwicklung und Struktur des (stationären) Einzelhandels in Wien schon bisher massiv beeinflusst haben. Dieser Strukturwandel zu "modernen Handelstechnologien" läuft im Wesentlichen schon seit den 1970er-Jahren, und hat im heimischen Einzelhandel mittlerweile zu einer Angebotsstruktur geführt, die sich von jener in anderen hoch entwickelten Ländern (etwa auch des anglo-amerikanischen Raums)

nur noch in Details unterscheidet (v.a. höherer Anteil Supermärkte und Diskonter; geringerer Anteil von Großstrukturen und mitgliedsbasierten Angebotsformen), nicht mehr aber in der Dominanz "moderner" Angebotsformate unter dem Dach von Handelsketten. Dieser bereits weit gediehene (aber noch nicht abgeschlossene) Wandel zu Lasten traditioneller (nicht-filialisierter) Handelsformen kann die langfristig schwache Beschäftigungsentwicklung im (Wiener) Einzelhandel (in Vollzeitäquivalenten) durchaus weitgehend erklären: "Moderne" Handelsformen haben als Gewinner dieses Strukturwandels Größen- und Verbundeffekte und damit Produktivitätsvorteile zur Grundlage, womit aus deren Bedeutungsgewinn *ceteris paribus* eine geringere Beschäftigungsintensität des Produktionsprozesses im Einzelhandel folgt. Zur spezifischen (schwachen) Entwicklung in Wien hat zudem die Standortdiffusion in der Stadt-Umland-Konkurrenz beigetragen, die geringere Dynamik der verfügbaren Einkommen in der Region kam als gewichtiger Treiber auf der Nachfrageseite hinzu.

Der rasante Aufstieg des Online-Handels seit den 2000er-Jahren scheint nun geeignet, diesen Strukturwandel und seine Konsequenzen für die Wiener Beschäftigung nochmals zu beschleunigen: Der Online-Handel steht (in seiner "puren" Form) als Erbringungsart zum stationären Handel in direktem Wettbewerb, sodass sein Bedeutungsgewinn den Bedarf an physischen Geschäften (und dem damit verbundenen Verkaufspersonal) *ceteris paribus* reduziert. Gleichzeitig ist er aber ganz ähnlich wie andere moderne (filialisierte) Handelsformate auf eine professionelle Integration vorgelagerter Wertschöpfungsstufen (Wareneinkauf, Lagerhaltung, Warenverteilung) angewiesen und nutzt im Wesentlichen dieselben Informations- und Logistiktechnologien. Unter Wettbewerbsaspekten dürfte der Online-Handel daher zu diesen "modernen" (stationären) Angebotsformaten eher komplementär als substitutiv sein³⁵). Auch er könnte also einmal mehr vorrangig kleine, unabhängige Anbieter im Einzelhandel treffen und nicht die großen (Ketten-)Anbieter.

2.4.1 Wirkungen des Online-Handels: Theoretische Erwartungen und bisherige Evidenz

Konzeptionell kann der Online-Handel vereinfacht als zusätzliches, modernes Angebotsformat gesehen werden, welches zu den bisherigen Formen in Konkurrenz tritt (Bronnenberg-Ellickson, 2015). Ähnlich kann er räumlich als zusätzliche (virtuelle) Standortkategorie gelten (Reink, 2014), die den Wettbewerb zwischen den bestehenden Standortkategorien (in Wien etwa zwischen Geschäftsstraßen und Einkaufszentren, übergeordnet zwischen Kernstadt und Umland) noch um eine Dimension ergänzt und (damit) verschärft. Allerdings geht der Online-Handel insofern über diese Rolle als "neue" Angebotsform hinaus, als er es erstmals in großem

³⁵ So zeigt etwa Pozzi (2013), dass die Einführung eines Online-Shopping-Vertriebskanals durch eine große US-amerikanische Supermarktkette (bei nur geringen negativen Effekten für den stationären Vertriebskanal) zu einem Umsatzplus von 13% im Unternehmen führte. Dies aus einem Mix von (geographischer) Markterweiterung, aber auch Marktanteilsgegewinnen gegenüber anderen Handelsketten (ohne Online-Aktivität).

Umfang³⁶⁾ ermöglicht, den Ort von Kaufentscheidung und Produktauswahl ("point of decision") vom Ort des eigentlichen Kaufes ("point of sale") zu trennen. Dies verändert den typischen Kaufprozess grundlegend (Heinemann, 2015): Während der Kunde im klassischen Einzelhandels-Einkauf ein (oder im Suchprozess mehrere) stationäre(s) Geschäft(e) aufsucht, und hier Produktauswahl, Kaufentscheidung und eigentlichen Kauf simultan abwickelt, beginnt der Online-Einkauf typischerweise mit Produktauswahl (über Suchmaschinen, Testberichte oder Foren) und Kaufentscheidung zu Hause (oder mobil per Smartphone), während der Einzelhändler selbst im Extremfall nur noch als preisgünstigster Anbieter am "point of sale" auftritt. Dies zeitigt eine Reihe von Konsequenzen, die je nach Produkt unterschiedlich sein können und Vor- wie Nachteile für Anbieter/innen und Konsument/innen bedeuten (Lieber – Syverson, 2012; Hortacsu – Syverson, 2015; Bronnenberg – Ellickson, 2015; Smith – Zentner, 2015):

- *Zeitverlust*: Nachteil für die Konsument/innen im Online-Handel ist zunächst eine Verzögerung zwischen Kauf und Auslieferung bei physischen (nicht aber digitalen) Produkten. Die Attraktivität des Online-Handels wird daher bei Produkten beschränkt bleiben, bei welchen rascher (und hoch frequenter) Konsum oder Frische eine Rolle spielen (etwa täglicher Bedarf an Lebensmitteln), aber auch bei solchen, die zwar selten, dann aber rasch benötigt werden (etwa Medizinprodukte).
- *Asymmetrische Information*: Nachteil des Online-Handels für die Konsument/innen ist zudem die fehlende Möglichkeit, Güter vor dem Kauf in Augenschein zu nehmen. Potentielle Sicherheitsprobleme bei Online-Transaktionen und das Risiko, die Ware (trotz Kaufabschluss) nicht oder nicht in der vereinbarten Form zu erhalten, kommen hinzu. Ersteres führt im Wesentlichen dazu, dass auch inferiore Produktvarianten am Markt verbleiben – ein Umstand, der in der Ökonomie seit Akerlof (1970) als "Lemons-Problem" bekannt ist. Absatzschädliche Wirkungen daraus versucht der Online-Handel typischerweise durch eine kostenfreie Rückgabemöglichkeit zu dämpfen³⁷⁾, auch Investitionen in den Aufbau von Reputation (bzw. einer "Marke") sind zur Sicherung von Konsument/innenvertrauen gängige Strategie³⁸⁾. Dennoch dürfte die Attraktivität des Online-Handels bei wenig homogenen Produkten mit großer Bedeutung der Qualitätsdimension geringer sein als bei anderen Gütern, für hochpreisige Produkte gilt Ähnliches.
- *Geringere Suchkosten*: Zentraler Vorteil für die Konsument/innen im Online-Handel sind demgegenüber geringere Suchkosten in der Produktauswahl. Sie gehen auf Suchma-

³⁶⁾ Eine ähnliche Entflechtung von "point of decision" und "point of sale" ermöglichte vor dem Online-Handel schon der traditionelle Versandhandel. Er erreichte aber nie eine Größenordnung, welche die dominierenden stationären Angebotsformate ernsthaft in Frage stellte.

³⁷⁾ Dies stellt eine für den Anbieter durchaus "teure" Form des Umgangs mit dem Problem dar. Nach den Ergebnissen von *KMU-Forschung Austria* (2016a) haben 2015/2016 rund 39% aller Käufer/innen im nicht-stationären Handel Waren retourniert, die Kosten werden pro Rücksendung mit 15 bis 20 € beziffert (Eichmann et al., 2016).

³⁸⁾ Hier zeigten Smith – Brynjolfsson (2001) anhand des Buchhandels schon früh auch empirisch, dass die Zahlungsbereitschaft im Online-Handel bei Existenz einer eingeführten "Marke" signifikant höher ist.

schinen, Informationsseiten oder Seiten mit Preisvergleichen³⁹⁾ zurück, aber auch auf einen besseren Zugang zu Erfahrungswissen über Produktratings, Testberichte oder Diskussionsforen⁴⁰⁾. Folge daraus sind Wohlfahrtsgewinne für die Konsument/innen aus einer besseren Abbildung ihrer Präferenzen in den Einkäufen, aber auch erhebliche Veränderungen in den vorherrschenden Konsum- und Marktstrukturen.

- *Steigender Wettbewerb*: So gehen geringere Suchkosten auf Konsument/innenseite mit einer höheren geographischen Marktreichweite der einschlägigen Anbieter einher⁴¹⁾, äußerst geringe Transportkosten bei "digitalen" Produkten kommen hinzu. Dadurch erodiert die Schutzfunktion der Distanz für lokale Anbieter und "räumliche Monopole" (*Palander, 1935*) verlieren an Bedeutung. Dies verschärft *ceteris paribus* den Wettbewerb im Einzelhandel, umso mehr, als es digitale Vertriebskanäle auch ermöglichen, die Angebotskette um einzelne Stufen zu verkürzen. So suchen große Markenproduzenten⁴²⁾ über eigene Online-Shops zunehmend den direkten Kontakt mit den Endkunden und treten so (ohne der Notwendigkeit aufwändiger Verteilzentren mit Lagerhaltung) mit dem Einzelhandel in Konkurrenz ("vertikalisierte Online-Handel", "drop-shopping"). Auch bei Dienstleistungsunternehmen (etwa im Tourismus oder bei Fluggesellschaften) ist dies beobachtbar, mit entsprechenden Konsequenzen für einschlägige Einzelhandelsbereiche (etwa Reisebüros).
- *Sinkende Preise*: *Ceteris paribus* sollten dieser Wettbewerbseffekt und die geringen Markteintrittskosten im Online-Handel den Durchschnittspreis im Einzelhandel senken (*Goldmanis et al., 2010*)⁴³⁾. Empirisch wurde diese Erwartung etwa für den Buch- (*Clay*

³⁹⁾ Natürlich verbleiben auch im Online-Handel relevante Suchkosten für die Konsument/innen bei der Produktauswahl. Eine Abschätzung ihrer Größenordnung versuchen *Brynjolfsson et al. (2010)*.

⁴⁰⁾ Der Einfluss von Rating-Systemen (und damit Reputationseffekten) auf das Ergebnis von Online-Auktionen scheint empirisch mittlerweile gesichert (etwa *Resnick et al., 2006, Cabral – Hortacsu, 2010*), ebenso jener von Online-Reviews auf das Einkaufsverhalten (etwa *Chevalier – Mayzlin, 2006* für den Buchmarkt). Noch nicht geklärt ist freilich, ob solche Online-Informationen tatsächlich zu einer Reduktion des "Lemons-Problems" beitragen (also inferiore Produktvarianten diskriminieren): So zeigen etwa *Liu (2006)* bzw. *Duan et al. (2008)* für den US-Kinomarkt, dass vor allem die Zahl der Online-Besprechungen eines Filmes – und nicht deren Inhalt – den Verkaufserfolg an der Kinokasse beeinflusst, während *Chintagunta et al. (2010)* Gegenteiliges finden. *Zhang – Zhu (2010)* zeigen letztlich für den Markt für Videospiele, dass Online-Besprechungen auf die Verkäufe (zunächst) wenig bekannter Spiele erheblichen Einfluss ausüben, nicht aber auf den Absatz bereits populärer Spiele.

⁴¹⁾ Dies bedeutet nicht, dass räumliche Nähe im Online-Handel gänzlich an Bedeutung verliert: So zeigen *Hortacsu et al. (2009)* anhand von Daten großer Internet-Auktionsplattformen (eBay, MercadoLibre), dass Verkaufsabschlüsse auch im Online-Handel distanzabhängig sind, wenn auch ungleich weniger als im traditionellen Handel. Dabei finden sie größere Distanzeffekte wie zu erwarten für Güter mit räumlicher Konsumbeschränkung (etwa Opernkarten). Auch für alle anderen Produkte sind aber vermehrte Kaufabschlüsse zwischen "nahen" Handelspartnern evident, vor allem wenn sie in derselben Stadt lozieren. Dabei sind solche Distanzeffekte selbst bei rein digitalen Gütern feststellbar (*Blum – Goldfarb, 2006*), was für Reputationseffekte und/oder kulturelle Faktoren als raumrelevante Determinanten (auch) des Online-Handels spricht.

⁴²⁾ Erfolgreich scheint eine solche Strategie vorrangig bei etablierten Marktproduzenten mit entsprechend breitem Sortiment (als Beispiele etwa Boss, Adidas, Puma oder Esprit).

⁴³⁾ Allerdings weisen *Campbell et al. (2005)* darauf hin, dass theoretische Ergebnisse zu den Wirkungen von Online-Handel auf Preise und Marktstruktur auf der Annahme nicht-kooperativen Verhaltens auf Unternehmensebene gründen, während E-Commerce-Technologien die Märkte auch monopolistischer machen können. Tatsächlich führt der

et al., 2001), den Auto- (Scott et al., 2001) und den Versicherungsmarkt (Goldmanis et al., 2010; auch für die anderen genannten Märkte) der USA bestätigt. Allerdings verbleiben Friktionen in der Preisreaktion, weil der Handel von Gütern oft mit Dienstleistungen verbunden ist, die zwischen Anbietern variieren, ohne in den Preis einzugehen (Lieber – Syverson, 2012). Zudem wählen Anbieter im Online-Handel in Teilen Mechanismen, um den "wahren" Preis zu verschleiern (Ellison – Ellison, 2009)⁴⁴). Empirische Analysen (etwa Baye et al., 2007) finden daher auch auf Online-Märkten eine erhebliche Streuung in den Angebotspreisen gleicher Produkte.

- **Marktstruktur:** Verstärkter Wettbewerb und niedrigere Preise durch den Online-Handel dürften auch Veränderungen in der Unternehmensstruktur auslösen. Verlierer sollten vorrangig wenig kosteneffiziente (und damit preislich kaum wettbewerbsfähige) Unternehmen sein (Lieber – Syverson, 2012), auch für Einflüsse auf die Größenstruktur (zu Lasten kleinerer Unternehmen) gibt es Evidenz (etwa Bartelsman – Doms, 2000). Dies und die oben argumentierte Notwendigkeit einer professionellen Integration vorgelagerter Wertschöpfungsstufen (auch) im Online-Handel lassen erwarten, dass es einmal mehr vor allem kleine und mittlere, unabhängige Einzelhändler sein dürften, die aus den strukturellen Veränderungen durch den Online-Handel als Verlierer hervorgehen.
- **Produktvielfalt:** Letztlich erlauben es die geringeren Suchkosten der Konsument/innen und die daraus höhere geographische Marktreichweite der Anbieter im Online-Handel, die Nachfrage über ein größeres Set von Konsument/innen zu aggregieren. Dies macht es möglich, bei gegebenen Fixkosten eine größere Zahl von Produktvarianten anzubieten, Vorteile in der Lagerhaltung aus dem Gesetz der großen Zahl (geringere Lagerkosten durch wenige, große Zentrallager statt vieler Filialen) kommen hinzu. Zu erwarten ist daher ein positiver Einfluss des Online-Handels auf die Produktvielfalt, was schon per se wohlfahrtssteigernd ist. Inwieweit dies auch die Konsumstruktur beeinflusst, ist freilich nicht vollständig geklärt: Einerseits sollten größere Produktvielfalt und geringere Suchkosten eine breitere Verteilung der Konsumausgaben über das verfügbare Produktangebot begünstigen ("long tail"-Effekte; Andersen, 2006), weil im stationären Handel (aus Platzbeschränkungen) populäre Produkte typischerweise am besten Platz loziert werden, sodass die "Sichtbarkeit" von Nischenprodukten im Online-Handel (zumal durch Suchmaschinen) größer sein sollte. Allerdings sind auch gegenteilige ("Superstar"-)Effekte denkbar, wenn etwa die Konsument/innen Käufe verstärkt auf "Bestseller"-Listen gründen, und/oder Suchmaschinen populäre Produkte aufgrund ihrer Frequenz vorreihen (Fleder – Hosanagar, 2009). Die bisherige empirische Evidenz dazu ist nicht gänzlich eindeutig, Ergebnisse zugunsten von "log-tail-Effekten" (etwa

Online-Handel nicht nur zu größerer Markttransparenz, sondern dürfte auch wettbewerbswidrige Absprachen von Anbietern begünstigen, weil ihre Einhaltung hier leichter überprüft werden kann (Lieber – Syverson, 2012).

⁴⁴) Oft gewählte Praxis ist es hier, auf Preisvergleichs-Websites nur eine abgespeckte Version des gehandelten Gutes auszuweisen, und zusätzliche (oft für die Funktionsfähigkeit wichtige) Produktteile in der Folge mit erheblichem Markup anzubieten.

Brynjolfsson et al., 2003 für den Buchhandel, *Brynjolfsson et al.*, 2011 für den Bekleidungs- oder Waldvogel, 2012 für Musikprodukte) finden sich aber zahlreicher als solche für "Superstar-Effekte" (etwa *Eberse – Oberholzer-Gee*, 2007 für den Videomarkt). Letztlich deutet die empirische Evidenz auch auf Unterschiede in der Popularität von gleichen Produktvarianten in Online- und stationärem Handel hin (etwa *Soysal – Zentner*, 2014 für den Bekleidungs- oder Waldvogel). Dies dürfte aus Unterschieden in der Klientel dieser Erbringungsformen (*Lieber – Syverson*, 2012) ebenso folgen wie aus der Tatsache, dass zahlreiche (digitale) Produkte wie etwa e-books, Musik-Streaming oder Video-Downloads nur im Online-Handel angeboten werden (können)⁴⁵).

2.4.2 Hohe Dynamik im Online-Handel; Umsatzanteil bisher dennoch überschaubar

Angesichts dieser doch erheblichen (potentiellen) Effekte des Online-Handels auf Konsum- und Marktstruktur im Einzelhandel ist es äußerst problematisch, dass Informationen zu seiner Größenordnung und Entwicklung aus den Daten der offiziellen Sekundärstatistik für Österreich kaum ableitbar sind. Alle großen Datenbasen der heimischen Unternehmens- und Beschäftigungsstatistik basieren vorrangig auf der statistischen Gliederung nach Wirtschaftsaktivitäten (ÖNACE), welche den Online-Handel auf ihrer tiefsten Gliederungsebene in der (4-Steller-)Branchenklasse 4791 (Versand- und Internet-Handel) verortet. Informationen liegen damit nur zusammen mit dem – schrumpfenden – traditionellen Versandhandel vor. Vor allem aber werden ökonomische Akteure der Logik der Klassifikation folgend nur dann in dieser Branchenklasse verortet, wenn sie die Mehrheit ihres Umsatzes im Online-Handel erwirtschaften. Dies trifft freilich nur auf die – in Österreich überschaubare – Gruppe der "reinen" Online-Händler zu, nicht aber auf die (steigende) Zahl von (stationären) Anbietern, die versuchen, ihr Geschäftsmodell in einer bewussten "Multi-Channel"-Strategie um einen Online-Vertriebskanal (etwa eigener Online-Shop, Einmietung auf einer Online-Plattform etc.) zu ergänzen. Sie bleiben in der Klassifikation nach Wirtschaftsaktivitäten (zur Gänze) der Branchenklasse ihrer Haupttätigkeit zugeordnet, auch ihre Online-Umsätze (und die damit verbundene Beschäftigung) finden sich also in dieser Gliederung in der jeweiligen Branchenklasse des stationären Handels.

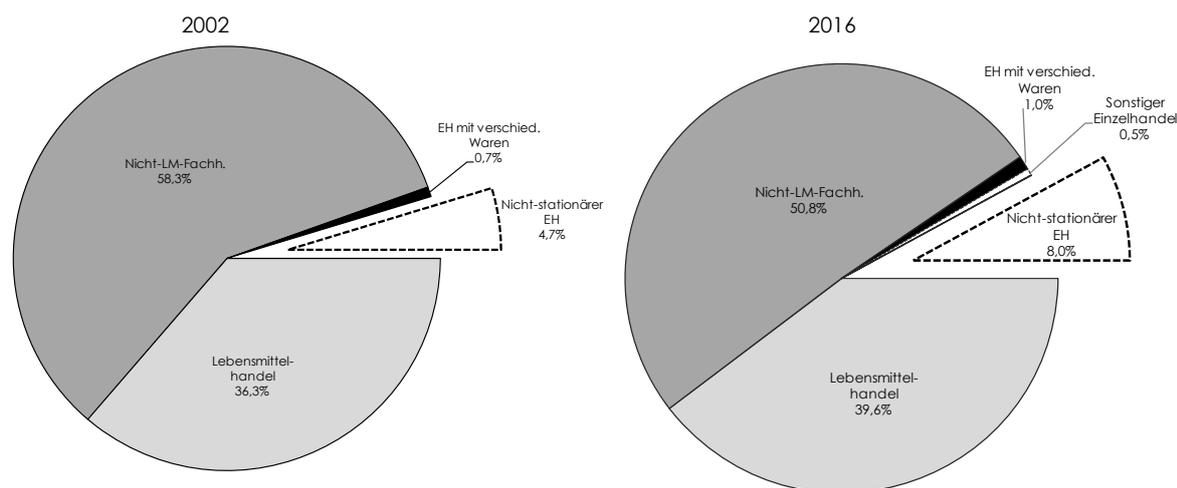
Vor diesem Hintergrund wird in Ländern mit ausgebauten (und stark detaillierten) Input-Output-Tabellen versucht, die Daten aus der Klassifikation nach Wirtschaftsaktivitäten um solche zur Güterstruktur der einzelnen Aktivitäten zu ergänzen, und so zu einer Abschätzung von Größenordnung und Entwicklung des gesamten Online-Handels zu gelangen (etwa für die USA zuletzt *Hortacsu – Syverson*, 2015). Dies ist für Österreich aufgrund des beschränkten Detaillierungsgrads der heimischen Input-Output-Statistik nicht möglich. Daher herrschen hier Abschätzungen auf Befragungsbasis vor, welche freilich schon für die Ebene des gesamten Online-Handels (und noch verstärkt für den Online-Anteil nach Branchen bzw. Produkten)

⁴⁵ Für eine detaillierte Betrachtung von Größenordnung und Spezifika der Märkte für solche "digitale" Produkte vgl. etwa *Smith – Zentner* (2015).

kein einhelliges Bild zeichnen⁴⁶⁾. Die in der wirtschaftspolitischen Debatte dominierenden Abschätzungen von *KMU-Forschung Austria* (2014, 2016, 2016a) gehen hier für den aktuellen Rand (2016) von einem Anteil des gesamten nichtstationären Handels von 11%, und einem solchen des Online-Handels von 10% am Umsatz des heimischen Einzelhandels aus.

In unserer Arbeit greifen wir wie schon bei der Analyse der Angebotsformate im Einzelhandel (Abschnitt 2.2) auf Daten aus der Passport-Datenbank von *Euromonitor* (2017) zurück, weil ihre Werte auf einem breiten Set von Informationsquellen basieren, einen hinreichend langen Zeitraum abbilden und rudimentär auch international vergleichbar sind. Es sei freilich betont, dass auch diese Daten (als Schätzergebnisse) nicht den Anspruch erheben können, die Online-Aktivitäten im heimischen Einzelhandel exakt abzubilden. Für eine Abschätzung von Größenordnungen und Entwicklungstrends im österreichischen Online-Handel sollten sie aber hinreichend valide sein.

Abbildung 2.14: Handelssparten im österreichischen Einzelhandel
Anteil am Einzelhandelsumsatz ohne Steuern in %; 2002 und 2016



Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Eine erste Auswertung dieser Datenbasis in Hinblick auf den (nominellen) Umsatz (ohne Steuern) in den einzelnen großen Handelssparten (Abbildung 2.14) lässt zunächst einmal mehr erkennen, dass sich die Struktur des österreichischen Einzelhandels seit den frühen 2000er-Jahren spürbar zum Lebensmitteleinzelhandel (2002 36,3%; 2016 39,6%) verschoben hat, während der Erlösanteil des Facheinzelhandels mit Nicht-Lebensmitteln empfindlich erodiert ist (58,3% vs. 50,8%). Größter Gewinner auf mittlere Frist war allerdings der nicht stationäre Einzelhandel, dessen Umsatzanteil an der gesamten Branchenabteilung zwischen 2002 und 2016 von 4,7% auf zuletzt 8,0% zugenommen hat. Damit errechnet Euromonitor für den aktuellen

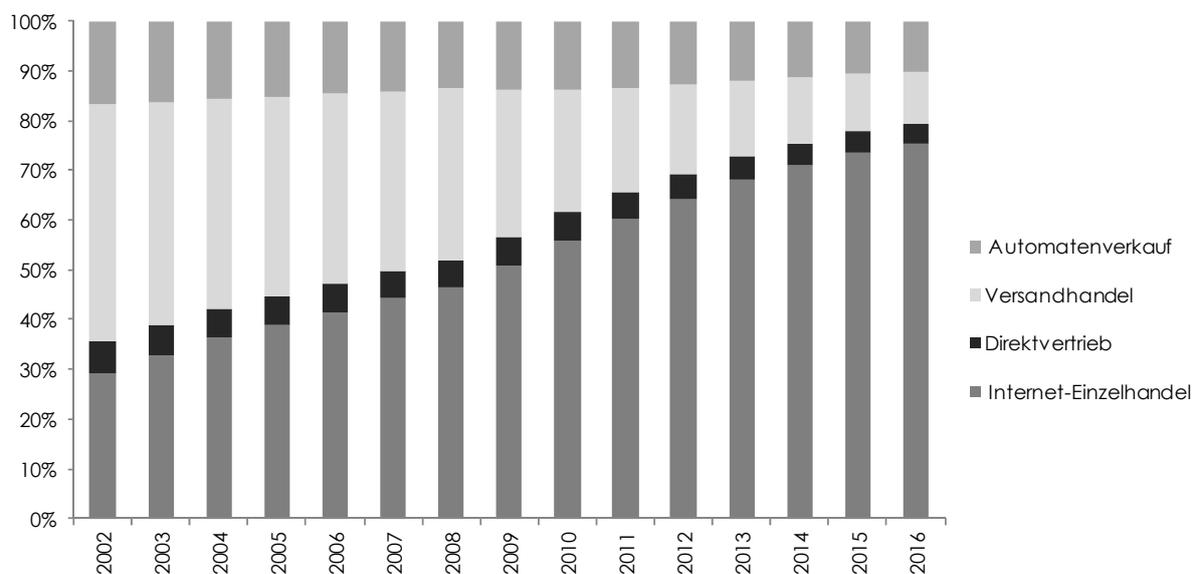
⁴⁶⁾ Für eine umfassende Darstellung der hier vorfindlichen Ergebnisse und deren Unterschiede vgl. *Eichmann et al.* (2016).

Rand einen etwas geringeren Umsatzanteil des Distanzhandels am gesamten Einzelhandel als KMU-Forschung Austria (rund 10%), teilt mit dieser aber die Einschätzung einer äußerst dynamischen Entwicklung in diesem nicht stationären Handelssegment.

Dies ist umso bemerkenswerter, als der nicht stationäre Handel mit dem traditionellen Versandhandel eine (zunächst) durchaus gewichtige und im Zeitablauf stark rückläufige Komponente einschließt (Abbildung 2.15).

Abbildung 2.15: Entwicklung der Angebotsformate im nicht stationären Einzelhandel

Anteil am Umsatz des nicht stationären Einzelhandels (ohne Steuern) in %; 2002-2016



Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

So nahm der Umsatzanteil des Versandhandels am (insgesamt stark wachsenden) nicht-stationären Handel von 2002 noch 47,5% über die gesamten Beobachtungsperiode empfindlich ab, obwohl diese Sparte in der Klassifikation der Passport-Datenbank neben den traditionellen Versandhändlern auf Basis von Katalog- und Postbestellung (wie Universal, Otto oder Quelle) auch dynamische Teilbereiche (etwa Lieferdienste für Tiefkühlkost wie Bofrost oder Eismann, oder auch TV-Homeshopping-Angebote wie HSE24 oder DMC Shop) enthält. Insgesamt erwirtschaftet der gesamte Versandhandel damit 2016 (mit 10,4%) nur noch etwas mehr als ein Fünftel jenes Umsatzanteils, den er noch zu Beginn der 2000er-Jahre am nicht stationären Handel inne hatte. Dies freilich vor allem wegen der sukzessiven Umstellung des Geschäftsmodells der traditionellen Versandhändler auf Online-Angebote.

Die Entwicklung von Automatenverkauf und Direktvertrieb als kleinere Teilbereiche des nicht stationären Einzelhandels verlief ähnlich wie im Einzelhandel insgesamt, was angesichts des überlegenen Umsatzwachstums der gesamten Sparte ebenfalls einen rückläufigen Umsatzanteil am Distanzhandel impliziert. So sank der Anteil des Automatenhandels, der in Österreich stark auf dem Vertrieb von Tabakwaren, Heißgetränken und abgepackten Lebensmitteln

basiert, in der Beobachtungsperiode (nicht zuletzt wegen des sinkenden Anteils von Raucher/innen an der Bevölkerung) von 16,8% auf 10,1% des Umsatzes im nicht-stationären Handel. Auch jener des Direktvertriebs (in Österreich vorrangig nach dem Heimparty-Konzept, etwa Tupperware, Amway oder Vorwerk) nahm von 6,4% auf 4,2% leicht ab.

Dominierender Treiber der Entwicklung im Direkthandel war damit der Online-Einzelhandel, dessen Anteil am Umsatz des nicht-stationären Einzelhandels sich nach den Informationen der Passport-Datenbank von noch kaum 30% im Jahr 2002 innerhalb von nur 1½ Dekaden auf mehr als drei Viertel (75,3%) verzweieinhalbfacht hat.

Übersicht 2.14: Umsatzentwicklung im nicht-stationären Einzelhandel nach Angebotsformaten

Umsätze ohne Steuern in Mio. €, 2002-2016

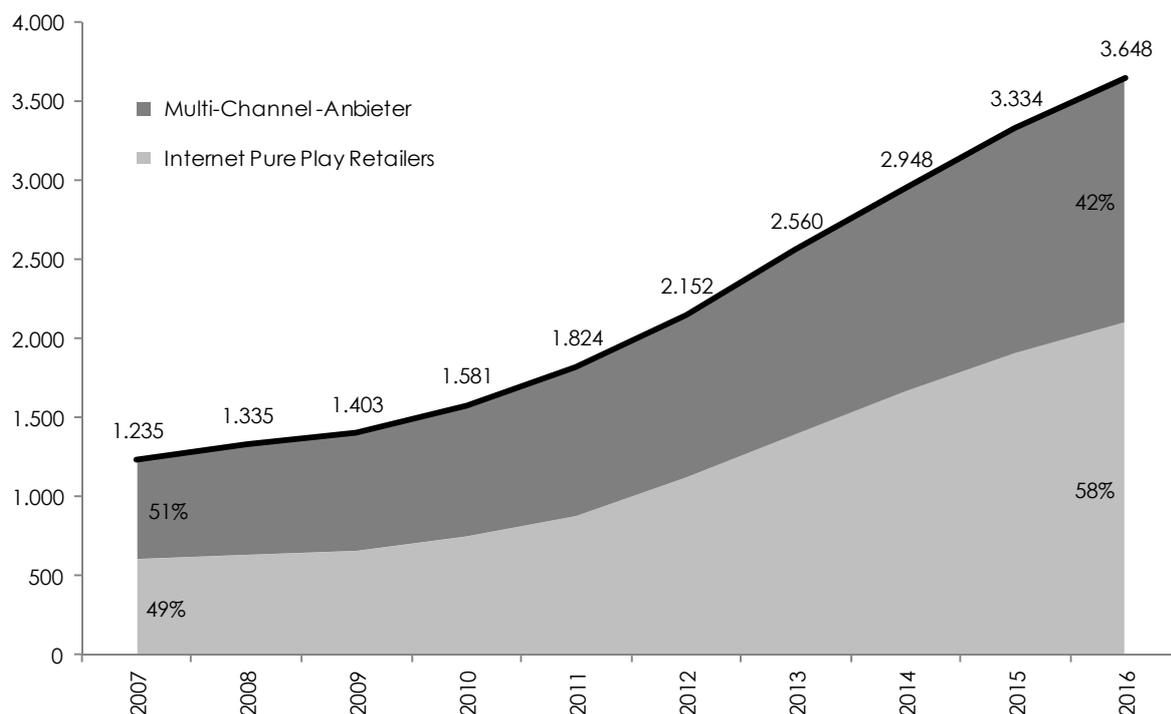
	2002	2009	2015	2016	2002/16	2009/16	2015/16
	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate						
Einzelhandel	48.760,6	55.050,5	59.426,1	60.493,4	+ 1,6	+ 1,7	+ 1,8
Nicht-stationärer Einzelhandel	2.297,7	2.771,8	4.539,0	4.846,0	+ 5,5	+ 2,7	+ 6,8
Direktvertrieb	146,7	162,2	194,3	201,9	+ 2,3	+ 1,4	+ 3,9
Versandhandel	1.092,4	819,9	530,9	506,2	- 5,3	- 4,0	- 4,7
Internet-Einzelhandel	671,8	1.403,4	3.334,2	3.647,6	+12,8	+11,1	+ 9,4
Automatenverkauf	386,8	386,3	479,6	490,3	+ 1,7	- 0,0	+ 2,2
<i>Reiner Internet-Handel</i>	-	657,0	1.905,4	2.099,8	-	-	+10,2
<i>Mobiler Internet-Handel</i>	-	-	590,1	711,3	-	-	+20,5

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Insgesamt erwirtschaftet der Online-Einzelhandel in Österreich damit nach Passport-Daten zuletzt (2016) einen (nominellen) Umsatz von 3,65 Mrd. Euro vor Steuern, nach noch 672 Mill. Euro in den frühen 2000er-Jahren (Übersicht 2.14). Auch wenn Euromonitor international damit für Österreich und das Jahr 2016 mit etwas über 6% einen deutlich geringeren Anteil des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz errechnet als vorliegende nationale Schätzungen (siehe oben), zeigt sich die Rolle des Internet-Vertriebskanals als Wachstumstreiber im gesamten Einzelhandel damit auch nach diesen Daten in aller Klarheit: Im Durchschnitt der Beobachtungsperiode nahm der (nominelle) Umsatz im Online-Einzelhandel danach um 12,8% pro Jahr zu, die Dynamik war damit langfristig achtmal höher als im gesamten Einzelhandel (+1,6% p.a.), und 2,3 mal höher als selbst im nicht-stationären Handel (den der Online-Handel mittlerweile ja klar dominiert). Getrieben wurde dieses Wachstum durch hohe Zuwächse im reinen Online-Handel, aber auch durch erfolgreiche "Multi-Channel"-Strategien des stationären Einzelhandels (namentlich der großen Handelsketten im Nicht-Lebensmittel-Bereich). Hier ermöglichen es eigene Online-Shops (bei größeren Unternehmen) oder (bei

kleineren Unternehmen) kooperative Online-Strategien⁴⁷⁾ den Konsument/innen zunehmend, online bestellte Waren im stationären Geschäft abzuholen ("click-and-collect") und im Bedarfsfall umzutauschen. Alternativ können Online-Bestellungen (bei hier größerer Angebotspalette) im stationären Geschäft getätigt werden, mit anschließender Lieferung in das Outlet oder an den Wohnort des/der Kund/in.

Abbildung 2.16: Reiner Online-Handel und Multi-Channel-Anbieter im Online-Einzelhandel Anteil am Umsatz (ohne Steuern) des Online-Handels insgesamt, 2007-2016



Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017); WIFO-Berechnungen.

Mit solchen Strategien, welche es (anders als der reine Online-Handel) auch erlauben, Nachfragepotentiale aus Impuls- bzw. Spontankäufen zu erschließen, gelingt es dem stationären Handel mittlerweile in erheblichem Ausmaß, sein traditionelles Geschäftsmodell durch einen Online-Kanal zu ergänzen, und so am Erfolg von Erbringungsformen auf Basis des Internet zu partizipieren: Immerhin erwirtschaften Multi-Channel-Anbieter nach den Daten der Passport-Datenbank, welche eine Untergliederung der Erlöse im Online-Handel nach der Angebots-

⁴⁷⁾ Neben Kooperationslösungen (etwa www.apotheke.com oder www.libri.de) bietet sich für KMU hier vor allem die Zusammenarbeit mit einer großen Online-Plattform (wie Amazon oder eBay) an, aber auch mit lokalen Online-Marktplätzen, wie sie in Österreich bisher v.a. von Cool Media (mit medial beworbenen Plattformen für Wien, Salzburg und Tirol) sowie der Österreichischen Post (mit www.shopping.at) als neuem, österreichweit agierendem Player angeboten werden. Hier können sich kleinere Unternehmen gegen einen Anteil am erzielten Umsatz einmieten, und die von der Plattform bereitgestellten Dienstleistungen (Bewerbung, "Sichtbarkeit" durch Marke, Abwicklung des Bezahlvorgangs, Zustellung) nutzen, ohne die hohe (Fix-)Kosten einer eigenen Online-Strategie und ihrer investiven Umsetzung in Kauf nehmen zu müssen.

form ("reiner" Online-Handel; "Multi-Channel"-Anbieter) seit 2007 erlaubt, österreichweit zuletzt (2016) einen Online-Umsatz von rund 1,55 Milliarden Euro, im Vergleich zu 2,1 Milliarden Euro im "reinen" Online-Handel.

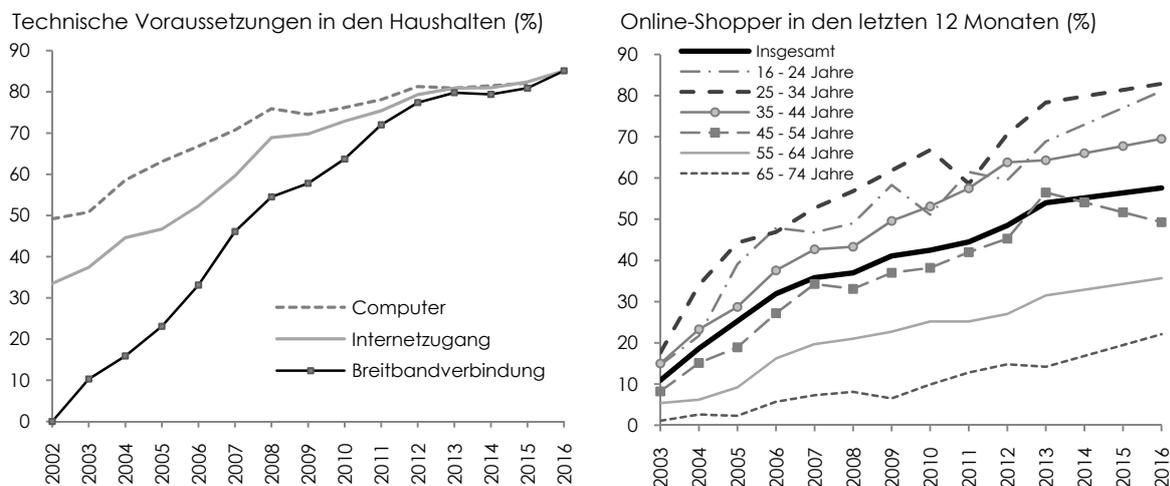
Damit machen die online erzielten Umsätze solcher (meist dem stationären Handel zugehöriger) Mehrkanal-Anbieter bei mittelfristig hohen Zuwachsraten (\emptyset 2007/2016 +10,5% p.a.) am aktuellen Rand immerhin 42% des gesamten Online-Handelsumsatzes in Österreich aus (Abbildung 2.16). Trotz dieser hohen Dynamik hat der Anteil der Multi-Channel-Anbieter an den Erlösen im Online-Handel seit 2007 nach den Informationen der Passport-Datenbank freilich (von 51% auf 42%) leicht abgenommen, zuletzt werden danach 58% aller Online-Einzelhandelsumsätze in Österreich durch "reine" Online-Händler erzielt (2007: 49%). Dies wegen noch höherer Zuwachsraten in diesem Angebotssegment (\emptyset 2007/2016 +14,8% p.a.), das von der Geschäftsentwicklung einiger großer Player (etwa Amazon, Zalando, Apple Inc) ebenso profitiert, wie von der fortschreitenden Umstellung des Vertriebsmodells traditioneller Versandhändler auf den Online-Kanal (etwa Universalversand, Otto oder Neckermann). Zudem liegt die vergleichsweise geringere (aber dennoch hohe) Zuwachsrate des Online-Umsatzes im Multi-Channel-Handel auch darin begründet, dass sich Online-Strategien in einigen (großen) Branchengruppen des stationären Handels erst allmählich durchsetzen (siehe Abschnitt 2.4.4).

2.4.3 Langfristige Dynamik (auch) durch Aufbau notwendiger Infrastrukturen getrieben; Smartphone als neuer Wachstumstreiber

Faktum bleibt jedenfalls die auch längerfristig überlegende Wachstumsdynamik des Online-Handels (in beiden Angebotsformen), welche nicht zuletzt (auch) durch die zunehmende Verfügbarkeit der für Online-Handel notwendigen Infrastruktur auf Konsument/innen- wie Anbieterseite getrieben wird.

So verfügten auf der Seite der (potentiellen) Konsument/innen (Abbildung 2.17, linkes Panel) nach Daten aus den regelmäßigen Erhebungen von Statistik Austria zum IKT-Einsatz noch im Jahr 2002 nur 49,2% der heimischen Haushalte über einen Computer und 33,5% über einen Internet-Zugang. Zuletzt waren es dagegen jeweils rund 85%. Noch höher war die Dynamik bei Breitbandverbindungen, die effizientes Online-Shopping erst erlauben: Sie wurden noch zur Jahrtausendwende auf Haushaltsebene nicht angeboten, gehören aber mittlerweile (auch durch ihre zunehmende Verfügbarkeit über Mobiltelefon) zur Standardausstattung der Haushalte, mit einer Durchdringungsrate von ebenfalls etwa 85%.

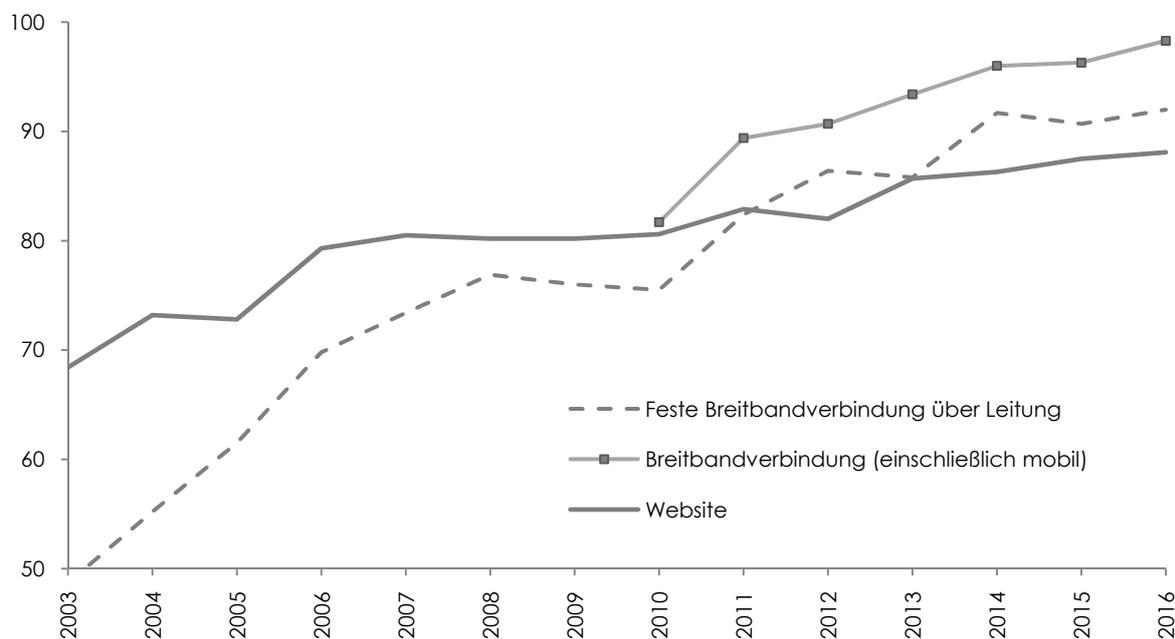
Abbildung 2.17: Online-Shopping in Österreich: Voraussetzungen und Nutzung
In % der Haushalte (technische Voraussetzungen) bzw. der Personen (Nutzung)



Q: Statistik Austria; WIFO-Berechnungen. Computer: Desktop-PCs, tragbare Computer und Handheld Computer. Breitbandverbindung: DSL-Verbindungen (z.B. ADSL, SDSL, xDSL), andere feste Breitbandverbindungen (z.B. Kabel, Glasfaser) sowie mobile Breitbandverbindungen über Mobilfunknetz mit Modem am tragbaren Computer oder über Mobiltelefon

Abbildung 2.18: Internet-Handel in Österreich: Technische Voraussetzungen in den Unternehmen

In % der befragten Unternehmen



Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen.

Ganz ähnlich die Entwicklung auf Seiten der (potentiellen) Anbieter (Abbildung 2.18): Hier stieg der Anteil der Unternehmen mit einer leitungsgebundenen Breitbandverbindung von noch 48,7% im Jahre 2003 auf zuletzt (2016) 92% (Handel 93,1%), wobei dies vor allem auf Aufholprozesse bei kleineren Unternehmen zurückzuführen war (< 50 Beschäftigte von 42,9% auf 91,1%; dagegen > 250 Beschäftigte von 89,2% auf 99,5%). Einschließlich mobiler Breitbandlösungen ist eine schnelle Internet-Verbindung auf Unternehmensseite damit zuletzt praktisch ubiquitär (98,3%; Handel 98,6%), und nahezu unabhängig von der Unternehmensgröße (kleine Unternehmen 98,0%). Eine eigene Website (mit oder ohne Einkaufsfunktionalitäten) betreiben auf dieser Basis zuletzt immerhin 88,1% aller Unternehmen (85,3% im Handel). Dabei ist die Streuung nach der Größe hier mit 86,7% bei kleinen und 98,6% bei großen Unternehmen freilich noch etwas stärker ausgeprägt, im Zeitablauf aber ebenfalls rückläufig.

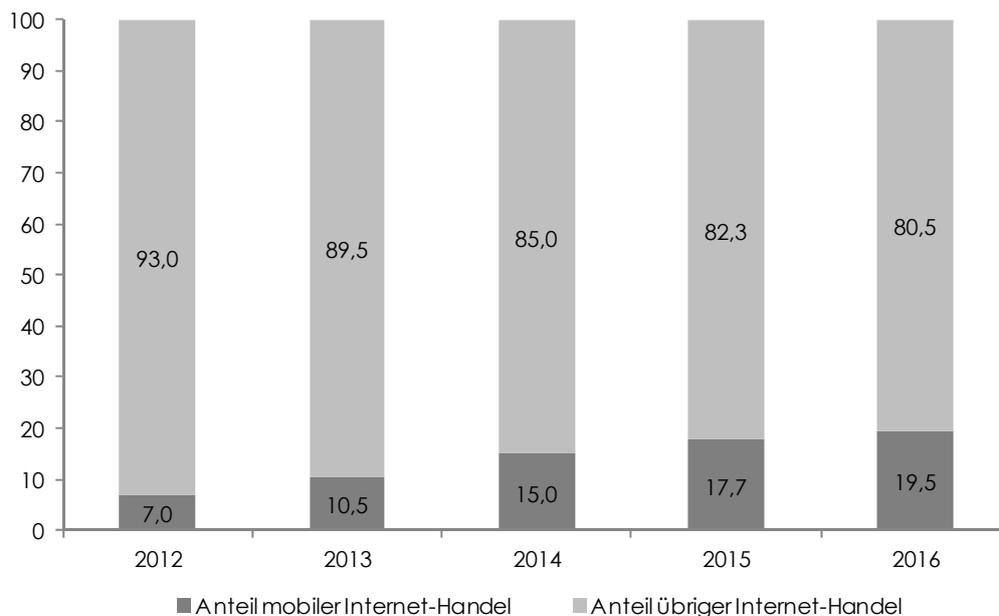
Vor dem Hintergrund dieser zunehmenden Möglichkeiten hat letztlich auch die Nutzung des Internet als Einkaufsoption durch die Konsument/innen längerfristig rasant zugenommen (Abbildung 2.17, rechtes Panel). Nach den Daten von Statistik Austria stieg der Anteil der "Online-Shopper" als Personengruppe, die in den letzten 12 Monaten (zumindest einmal) im Internet eingekauft hat, von noch einem Zehntel im Jahr 2003 auf zuletzt 57,6% (darunter Frauen 53,5%; Männer 61,8%) an. Dabei dominieren auch am aktuellen Rand die jüngeren Alterskohorten die Online-Shopper, auch wenn das Altersgefälle im Internet-Einkauf mittelfristig durchaus abgenommen hat⁴⁸⁾. Tatsächlich sind es in den letzten Jahren – auch angesichts der bereits hohen Online-Shopping-Durchdringung bei den Jüngeren – verstärkt die älteren Kohorten, welche den Anteil der Online-Shopper weiter vorantreiben.

Dennoch verlangsamt sich der Anteilszuwachs der Online-Shopper in neuerer Zeit (und Zuwächse im Online-Handel werden zunehmend vor allem durch steigende Ausgaben je Käufer erzielt; *KMU-Forschung Austria*, 2016a). Dies wohl auch deshalb, weil die Infrastruktur für einen Online-Kauf auf Konsument/innen- wie Unternehmensseite – wie gezeigt – mittlerweile in hohem Maße verfügbar ist, sodass von ihrem weiteren Auf- bzw. Ausbau nur noch schwache Impulse ausgehen. Tatsächlich nehmen Computer-, Internet- und (abgeschwächt) Breitbandverfügbarkeit in den Haushalten (Abbildung 2.17, links) nach rasanten Zuwächsen in den 2000er-Jahren in neuerer Zeit nur noch deutlich schwächer zu, für die einschlägige Ausstattung in den Unternehmen (v.a. Websites) gilt (auf bereits hohem Niveau) ähnliches (Abbildung 2.18). Dies mag auch (mit) eine Erklärung dafür sein, dass die Umsatzentwicklung im Internet-Einzelhandel in den letzten Jahren (2009/2016, noch verstärkt 2015/2016) hinter ihrem langfristigen Wachstumspfad zurückgeblieben ist, was für den gesamten Einzelhandel so nicht der Fall war.

⁴⁸⁾ 2016 sind immerhin 81,1% der 16- bis 24-Jährigen und 82,9% der 25- bis 34-Jährigen der Gruppe der Online-Shopper zuzurechnen. Unter den 55- bis 64-Jährigen bzw. den über 65-Jährigen sind es zuletzt mit 35,7% bzw. 22,1% ungleich weniger, nach allerdings nur 5,4% bzw. 1,1% noch 2003.

Allerdings bleiben Umsatzzuwächse im Online-Handel auch am aktuellen Rand ungleich höher als im Einzelhandel insgesamt, wobei sich vor allem der Siegeszug des Smartphones zunehmend als Wachstumsmotor erweist (Abbildung 2.19)⁴⁹⁾.

Abbildung 2.19: Entwicklung des mobilen Online-Einzelhandels
Anteil am Umsatz (ohne Steuern) im gesamten Internet-Einzelhandel in %, 2012-2016



Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017); WIFO-Berechnungen.

So wird in Österreich nach Informationen der Passport-Datenbank zuletzt (2016) bereits ein Umsatz von (nominell) 711,3 Mio. € mit mobilen Formen des Online-Handels erzielt. Dies entspricht einem Erlösanteil von immerhin knapp 20% am gesamten Online-Handel, nach nur 7% noch vor 4 Jahren. Tatsächlich ermöglicht es erst das Smartphone, Online-Angebote immer und überall in Anspruch zu nehmen (keine Notwendigkeit eines Standgerätes). Gleichzeitig erlaubt es durch die intelligente Verknüpfung von Online- und realer Welt neue (verkaufsfördernde) Funktionalitäten. Sie kommen in Teilen wiederum dem Online-Umsatz zugute (etwa "QR-Code-Shopping"⁵⁰⁾), eröffnen aber auch neue Möglichkeiten für den stationären Handel: So kann das Smartphone für den traditionellen Einzelhandel eine wichtige Zubringerfunktion erfüllen, etwa wenn spezifische Smartphone-Apps bei der Suche der User/in nach einem bestimmten Produkt digitale Prospekte "naher" Händler anzeigen, und/oder den Kunden zum geographisch nächsten Geschäft leiten, in welchem das gewünschte Gut verfügbar ist

⁴⁹⁾ Für eine detaillierte Analyse der Wachstumswirkungen von Mobile Commerce auf den (Online-)Umsatz auf Unternehmensebene vgl. etwa Einav et al. (2014).

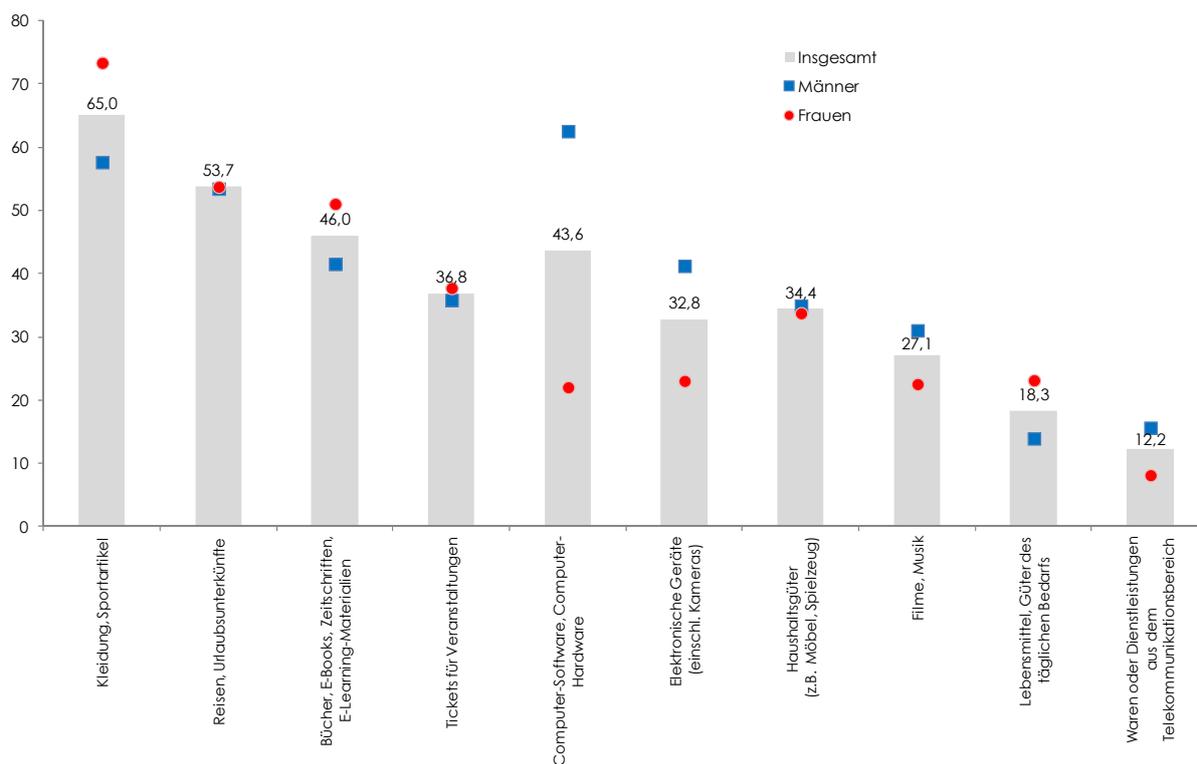
⁵⁰⁾ Hier werden auf Gegenständen in der realen Welt (etwa Plakaten) QR-Codes angebracht, die Smartphone-Nutzer direkt zu einer Website (etwa einen Online-Shop) leiten.

("Location based Services"; als Beispiel etwa www.aktionsfinder.at) Auch können Möglichkeiten des "geofencing" genutzt werden, um (potentielle) Kund/innen (etwa in Einkaufsstraßen) bei einer (physischen) Annäherung ans Geschäft aktiv mit digitalen Angeboten zu versorgen, um sie so ins Geschäft zu locken. Neue technologische Möglichkeiten im Internet-Bereich kommen also durchaus nicht nur dem Online-Handel zugute, sondern können auch dem stationären Handel neue Nachfragepotentiale erschließen. Ihr verstärkter Einsatz kann damit wesentlicher Baustein sein, um eine Erosion des physischen Einzelhandels auch in einer verstärkt durch Online-Aktivitäten geprägten Handelswelt zu verhindern oder in Grenzen zu halten (KPMG, 2012; Eichmann et al., 2016).

2.4.4 Sektorale Online-Anteile äußerst heterogen, mit Lebensmittel als Nachzügler; Marktstruktur und Auslandsdominanz im Online-Handel als Problem

Jedenfalls dürfte der Wettbewerbsdruck des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel nach Branchen keineswegs gleichförmig sein, weil die Vor- und Nachteile dieser Einkaufsform nach Produkten (wie in Abschnitt 2.4.1 diskutiert) unterschiedlich sind.

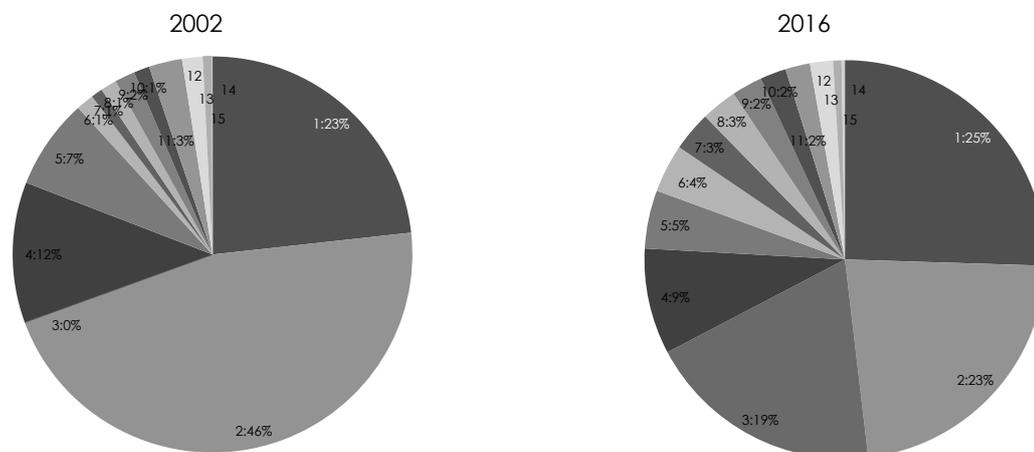
Abbildung 2.20: Über Internet gekaufte Waren und Dienstleistungen 2016 in Österreich
In % der Personen, die in den letzten 12 Monaten über Internet eingekauft haben



Q: Statistik Austria.

Dies zeigen schon die Ergebnisse der bereits angesprochenen Erhebung zum IKT-Einsatz der Haushalte von Statistik Austria, in welcher die hier identifizierten Online-Shopper (Abbildung 2.17; linkes Panel) auch zu den von ihnen erworbenen Produktgruppen befragt wurden (Abbildung 2.20). Danach kaufte diese online-affine Konsument/innengruppe 2016 bei erheblichen Gender-Unterschieden am häufigsten Kleidung und Sportartikel (65%) über Internet, gefolgt von Reisen/Urlaubsunterkünften (53,7%), Büchern/Printprodukten (46,0%) und Computer-Soft-/Hardware (43,6%). Dagegen gaben nur 18% der Online-Shopper an, im Befragungsjahr (zumindest einmal) Lebensmittel und/oder Güter des täglichen Bedarfs bezogen zu haben.

Abbildung 2.21: Bedeutung der Warengruppen im Internet-Handel
Anteil am Online-Einzelhandelsumsatz (ohne Steuern) in %; 2002 und 2016



	2002	2016	
1	Andere Waren	23,3	25,5
2	Medienprodukte	46,2	22,6
3	Bekleidung/Schuhe	0,0	19,1
4	Heimelektronik	11,4	8,6
5	Einrichtung/Möbel	7,4	4,7
6	Nahrungsmittel/Getränke	1,4	3,9
7	Haushaltsgeräte	1,0	3,2
8	Accessoires/Brillen	1,3	2,9
9	Schönheit/Körperpflege	1,6	2,5
10	Gesundheit	1,3	2,1
11	Heim & Garten	2,7	2,0
12	Spielwaren/Computergames	1,7	1,9
13	Haustierbedarf	0,8	0,7
14	Häusliche Pflege	0,0	0,2
15	Videospiele Hardware	0,0	0,1

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Noch deutlicher werden diese Unterschiede in der Internet-Durchdringung bei Betrachtung der mit einzelnen Produktgruppen erwirtschafteten Online-Umsätze, welche wiederum auf

Basis der Informationen der Passport-Datenbank gezeigt werden können (Abbildung 2.21 bzw. Übersicht 2.15).

Übersicht 2.15: Umsatz im Online-Einzelhandel nach Produktkategorien
Umsätze ohne Steuern in Mio. €, 2002-2016

	2002	2009	2015	2016	2002/16	2009/16	2015/16
	In Mio. €				Ø jährliche Veränderung in %		
Bekleidung/Schuhe	-	184,1	613,0	698,4	-	+ 21,0	+ 13,9
Schönheit/Körperpflege	11,0	27,6	83,4	90,0	+ 16,2	+ 18,4	+ 7,9
Haushaltsgeräte	6,4	52,2	106,7	117,2	+ 23,1	+ 12,2	+ 9,8
Heimelektronik	76,9	226,0	303,2	313,3	+ 10,6	+ 4,8	+ 3,3
Gesundheit	8,6	40,4	69,4	77,1	+ 17,0	+ 9,7	+ 11,1
Nahrungsmittel/Getränke	9,6	63,3	116,5	142,4	+ 21,2	+ 12,3	+ 22,2
Häusliche Pflege	-	3,7	6,9	7,4	-	+ 10,4	+ 7,2
Heim und Garten	18,1	22,8	61,0	72,4	+ 10,4	+ 17,9	+ 18,7
Einrichtung/Möbel	49,4	65,9	142,2	172,8	+ 9,4	+ 14,8	+ 21,5
Medienprodukte	310,3	378,9	756,2	825,6	+ 7,2	+ 11,8	+ 9,2
Accessoires/Brillen	8,8	27,3	90,6	105,9	+ 19,4	+ 21,4	+ 16,9
Haustierbedarf	5,1	9,2	20,5	24,6	+ 11,9	+ 15,1	+ 20,0
Spielwaren/Computergames	11,2	25,4	58,8	67,7	+ 13,7	+ 15,0	+ 15,1
Videospiele Hardware	0,2	0,9	2,5	2,4	+ 19,4	+ 15,0	- 4,0
Andere Waren	156,2	275,6	903,2	930,3	+ 13,6	+ 19,0	+ 3,0
Online-Einzelhandel	671,8	1.403,4	3.334,2	3.647,6	+ 12,8	+ 14,6	+ 9,4

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Sieht man von einer Sammelkategorie ("andere Waren") ab, dominieren danach Medienprodukte sowie Bekleidung/Schuhe mit Anteilen von 22,6% und 19,1% des gesamten Online-Umsatzes den Internet-Handel in Österreich deutlich. Dabei ist der hohe Anteil von Medienprodukten auch theoretisch plausibel, weil bei solchen "Informationsgütern" im Online-Vertrieb auch neue (und zusätzliche) Produktvarianten (e-book, Musik-Streaming etc.) angeboten werden können, deren Gestehungs- und Vertriebskosten zudem gegen Null tendieren (Smith – Zentner, 2015)⁵¹). Auch der Aufstieg des Online-Handels mit Bekleidung (weniger Schuhen) ist aus der Nicht-Verderblichkeit dieser Produkte und deren guter Lager- und Transportfähigkeit (bei beschränktem Gewicht und Volumen) erklärbar. Er hat in Österreich (mit Zalando) eher spät begonnen, und wird in neuerer Zeit durch Multi-Channel-Strategien aller großen sta-

⁵¹) Letzteres nützt freilich auch illegalen Distributionsformen, was die betroffenen Branchen doppelt unter Druck bringt. So zeigen empirische Analysen (meist für die USA) eine signifikante Abnahme der Musikverkäufe durch file-sharing (für einen Survey Danaher et al., 2014). Eine relevante Angebotsreduktion bei hoch qualitativen Musikproduktionen ist daraus freilich nicht belegbar, weil Einnahmen aus anderen Quellen zugenommen haben, und neue Technologien die Produktions- bzw. Distributionskosten solcher Angebote senken (Smith – Zentner, 2015).

tionären Anbieter⁵²⁾ und zuletzt neue (kuratierte) Geschäftsmodelle (etwa Outfittery) vorangetrieben, der hohe Anteil dieser Produktgruppe im Warenkorb der privaten Haushalte kommt hinzu⁵³⁾. Ähnlich vorteilhafte Produktcharakteristika begünstigen auch die meisten anderen Produktgruppen mit mehr als 2% am heimischen Online-Umsatz (etwa Heimelektronik mit 8,6%, Haushaltsgeräte mit 3,9% und Accessoires mit 2,9%). Ausnahme ist hier allerdings der Bereich Einrichtung/Möbel, der trotz oft großer und schwerer Produkte mit knapp 5% (4,7%) zuletzt ebenfalls einen relevanten Anteil am gesamten Online-Umsatz hält. Hier wirkt offenbar ein bereits etabliertes Zustellsystem (auch) im stationären Möbelhandel umsatzsteigernd, in Teilen kommen innovative Multi-Channel-Lösungen hinzu⁵⁴⁾.

Besonders deutlich wird die Bedeutung der Produktcharakteristika für die sektorale Online-Affinität letztlich an den bisher geringen Online-Umsätzen bei Nahrungsmitteln und Getränken. Ein Online-Umsatz von zuletzt 142,4 Mio. € bedeutet hier einen Anteil am Internet-Handel von nur 3,9% – bei einem rund 10-mal höheren Umsatzanteil des Lebensmittel-Einzelhandels am gesamten Einzelhandel. Erklärbar ist diese marginale Online-Durchdringung aus den Besonderheiten von Lebensmitteln als hoch frequente Konsumgüter, die oft sofort nach dem Kauf konsumiert werden, verderblich sind und typischerweise im Bündelkauf erworben werden (für welchen der Online-Kanal eher Nachteile bereithält). Vor allem aber ist bei Lebensmitteln oft Frische ein zentrales Qualitätsmerkmal. Sie kann von den Konsument/innen nur durch Augenschein (und damit beim Online-Kauf nicht) überprüft werden, und bedeutet auf der Anbieterseite erhebliche (und teils noch ungelöste) Herausforderungen an die Zustell-Logistik (Kühlkette, Notwendigkeit Abendzustellung).

Allerdings werden auch hier neue Logistiklösungen erprobt⁵⁵⁾, auch sind bereits einige große, stationäre Einzelhandelsunternehmen mittlerweile (mit Vollsortimenten) im Online-Handel präsent⁵⁶⁾. Inwieweit diese auch erfolgreich sind, wird wegen des großen Gewichts des Lebens-

⁵²⁾ Neben Zalando, Amazon, Universal und Otto sind mittlerweile auch die führenden stationären Bekleidungshändler (H&M, Zara, C&A) mit eigenen Online-Shops erfolgreich, wozu auch neue Tools wie "virtuelle" Anprobe-Räume und Online-Modeberatungsservices beitragen.

⁵³⁾ Unter Berücksichtigung dieses insgesamt hohen Umsatzes im Bekleidungshandel ist er (gemessen am Online-Anteil am Branchenumsatz) auch nicht als Bereich mit hoher, sondern mit mittlerer Online-Betroffenheit zu klassifizieren (vgl. Abschnitt 2.4.5).

⁵⁴⁾ Als Beispiel erprobt derzeit IKEA einen neuen Geschäftstyp mit vergleichsweise kleiner Verkaufsfläche ("IKEA Kompakt"), in dem das Gros des Sortiments nicht physisch vorrätig (aber online bestellbar) ist, der aber im verdichteten Gebiet (also "nahe am Kunden") loziert ist und auch als Abholstation dient. Im Bereich der Heimelektronik verfolgt Media-Markt/Saturn ein vergleichbares Konzept.

⁵⁵⁾ In Österreich plant etwa die Post, mit neu entwickelten Kühlboxen Lebensmittel bis 21 Uhr zuzustellen. In städtischen Räumen scheint die Kombination von verkehrstechnisch gut erschlossenen Umschlagzentren und eine Zustellung per Lastenfahrrad auf der "letzten Meile" viel versprechend, für suburbane Räume wird (etwa von Amazon) mit der Zustellung in den Autokofferraum (per RFID-Chip und Smartphone-App) experimentiert. Für eine nähere Darstellung der Probleme und Lösungsansätze in der Zustello Logistik vgl. *Eichmann et al. (2016)*.

⁵⁶⁾ Onlineshops mit Vollsortiment (einschließlich aller Lebensmittel) und Zustellung unterhalten derzeit Rewe (mit Billa und Merkur, letzterer derzeit nur im Großraum Wien), Unimarkt und MPreis (nur in einigen Regionen Westösterreichs). Dagegen bieten Spar (über Maximarkt Interspar) und Penny derzeit nur Nicht-Lebensmittel über Internet an. Reine Online-Händler spielen im Online-Lebensmittelhandel mit Ausnahme einiger traditionsreicher (aber kleiner) Anbieter (wie Hausfreund oder Gmeiner und Wolf) keine Rolle.

mittelhandels auch für die Wirkungen des gesamten Online-Handels auf den Einzelhandel von zentraler Bedeutung sein (Eichmann et al., 2016): So sind es derzeit vorrangig kleinere Branchengruppen, in welchen Online-Aktivitäten schon einen dominierenden Anteil am Branchenumsatz stellen. Vor allem die weitere Entwicklung der Internet-Durchdringung in den übrigen (großen) Branchengruppen (namentlich dem Lebensmittelhandel) wird also die Performance des gesamten Online-Handels – und damit auch die Wettbewerbsposition des (stationären) Einzelhandels – auf Sicht bestimmen.

Dies gilt übrigens nicht nur für Österreich. Tatsächlich zeigen alle entwickelten Länder erhebliche Unterschiede in der Online-Durchdringung nach Einzelhandels-Branchengruppen, mit dem Lebensmittelhandel als Nachzügler. Dies wird aus Übersicht 2.16 deutlich, in welcher auf Basis von Passport-Daten die sektoralen Online-Anteile (in % des jeweiligen Branchenumsatzes) für eine Sammelkategorie verfügbarer Bereiche ("Alle") sowie ausgewählte Branchengruppen im internationalen Vergleich dargestellt sind.

Übersicht 2.16: Stand und Entwicklung des Online-Handels in hoch entwickelten Ländern
Umsatzanteil 2014 in %; in Klammer durchschnittliches jährliches Anteilswachstum 2002-2014 in %

	Insgesamt	Österreich	Deutschland	Italien	Großbritannien	USA
Alle ¹⁾	5,7 (+13,7)	3,9 (+9,1)	5,6 (+15,4)	1,5 (+16,4)	9,9 (+17,7)	7,1 (+12,5)
Fachhandel Bekleidung/Schuhe	14,8 (+15,7)	7,2 (+15,3)	21,3 (+16,3)	2,8 (+34,1)	23,4 (+16,5)	18,4 (+12,2)
Fachhandel Elektronik/Haushaltsgeräte	20,2 (+13,0)	9,8 (+13,4)	21,5 (+20,0)	9,7 (+14,4)	28,6 (+8,3)	30,3 (+9,7)
Lebensmittel	1,0 (+11,6)	0,5 (+12,3)	–	–	3,3 (+12,3)	0,6 (+3,5)

Q: Bronnenberg – Ellickson (2015); Daten Euromonitor; WIFO-Berechnungen. – ¹⁾ Kategorie "Alle" umfasst nach Euromonitor die Teilkategorien Bekleidung/Schuhe, Heimelektronik/Haushaltsgeräte, Lebensmittel, Gesundheit/Körperpflege, Heim und Garten sowie persönliche Güter. Persönliche Güter sind eine Sammelkategorie aus Medienprodukten, Accessoires und Brillen, Spielwaren/elektronischen Spielen, Sportartikel und Haustierbedarf. – Werte in Klammer: durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in %, keine Angabe wenn Anteil(2014) < ½% des Umsatzes im jeweiligen Land.

Hier zeigt sich, dass der Online-Handel mit Lebensmitteln auch im Durchschnitt der betrachteten (26) hoch entwickelten Länder (Spalte "Insgesamt") mit (2014) nur 1% des Branchenumsatzes noch keine relevante Größenordnung erreicht hat. Trotz zwei Jahrzehnten hohen Online-Wachstums ging damit auch der gesamte Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz dieser Ländergruppe (2014) nicht über knapp 6% hinaus, obwohl die Online-Durchdringung etwa im Fachhandel für Bekleidung und Schuhe (mit 14,8%) sowie für Elektronik und Haushaltsgeräte (mit 20,2%) bereits deutlich vorangeschritten ist.

Zwischen den einzelnen hoch entwickelten Ländern bestehen dabei durchaus relevante Unterschiede, die grundlegende Online-Hierarchie nach Branchen mit niedrigen Anteilen bei Lebensmitteln zeigt sich freilich durchgängig: 2014 erreicht nur Großbritannien in dieser Branchengruppe (mit 3,3%) einen relevanten Online-Anteil am Branchenumsatz – wobei E-Com-

merce hier freilich auch generell besonders stark entwickelt ist, sodass der gesamte Online-Handel 2014 (nur) in Großbritannien fast 10% des Einzelhandelsumsatzes ausmacht⁵⁷⁾. In Österreich lag der Online-Anteil nach unseren Passport-Daten dagegen 2014 mit 3,9% klar hinter dem Durchschnitt der entwickelten Länder (5,7%) aber auch Deutschlands (5,6%) zurück, war aber höher als in Italien (1,5%) und einigen anderen (meist süd- und ost-)europäischen Ländern. Damit liegt Österreich in der Online-Durchdringung im Einzelhandel nach diesen Daten (2014) unter den 18 europäischen Ländern, für die vergleichbare Daten zur Verfügung stehen, auf Rang 11. Die Online-Umsätze mit Lebensmitteln sind dabei hier ähnlich niedrig wie etwa in Deutschland, Italien oder den USA, allerdings ist in Österreich auch in anderen (onlineaffinen) Branchengruppen ein relevanter Rückstand (etwa auch zu Deutschland) verblieben.

Übersicht 2.17: Marktstruktur im Online-Handel in Österreich

Anteil der TOP-20-Unternehmen am Umsatz im nationalen Einzelhandel (ohne Steuern) in %

	2007	2010	2013	2016
Amazon.com Inc (US)	16,7	18,5	18,9	17,0
eBay Inc	10,0	9,8	11,6	11,0
Otto Group (D)	8,2	11,9	10,3	8,3
Apple Inc (US)	3,2	7,0	8,3	7,6
Zalando SE (D)	–	0,3	2,8	3,9
E-Tec Electronic GmbH (A)	–	–	1,1	1,7
Metro AG (D)	–	–	1,4	1,5
H&M Hennes & Mauritz AB (SW)	0,4	1,1	1,3	1,3
Tchibo Holding AG (D)	2,2	2,1	1,5	1,3
Internationale Spar Centrale BV (NL)		1,0	1,3	1,3
Conrad Gruppe (D)	2,2	2,1	1,4	1,0
Rewe Group (DI)	–	–	0,3	1,0
XXXLutz Group (A)	0,4	0,4	0,6	0,8
TopAgers AG (D)	–	–	1,0	0,7
Zooplus AG (D)	–	–	0,5	0,7
Weltbild GmbH & Co KG (D)	–	–	–	0,7
Nestlé SA (CH)	0,6	0,6	0,6	0,6
Inter Ikea Systems BV (SW)	1,0	1,0	0,7	0,6
Esprit Holdings Ltd (BM)	1,0	1,0	0,8	0,5
Dell Inc (US)	2,3	1,4	0,7	0,5
Übrige Unternehmen	51,8	41,9	34,8	37,8
Anteil TOP 3	34,9	40,2	40,8	36,3
Anteil TOP 5	38,1	47,5	51,9	47,8
Anteil TOP 20	48,2	58,2	65,1	62,0

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Insgesamt dürfte die selbst für die USA vorherrschende Einschätzung, wonach die Einzelhandelsentwicklung bisher vorrangig durch den Wandel der Angebotsformate getrieben war, während Einflüsse des Online-Handels erst allmählich zu dominieren beginnen (etwa *Hortacsu*

⁵⁷⁾ Ähnlich hohe Online-Raten zeigen die Passport-Daten in Europa nur für Dänemark (9,1%) und Finnland (8,8%), auch international wird Großbritannien nur von Südkorea (11,6%) übertroffen.

– Syverson, 2015; Bronnenberg – Ellickson, 2015), damit noch verstärkt für Österreich gelten. Anders als für die USA sind für Österreich freilich relevante (negative) Konsequenzen aus dem Online-Handel für die Marktstruktur im Einzelhandel, aber auch die Leistungsbilanz des Landes nicht auszuschließen. Dies deshalb, weil der Online-Handel in Österreich stärker als in anderen (größeren) Ländern durch wenige große Player in vorrangig ausländischem Besitz dominiert wird (Übersicht 2.17).

So wird der Online-Handel in Österreich nach Informationen der Passport-Datenbank zuletzt im Wesentlichen von 5 großen Playern beherrscht (Amazon, eBay, Otto, Apple und Zalando), die zusammen fast die Hälfte (47,8%) aller Online-Umsätze im Einzelhandel auf sich vereinen⁵⁸). Dabei hat der Konzentrationsgrad in der Online-Wirtschaft unabhängig vom verwendeten Messkonzept (größte 3, 5 oder 20 Unternehmen) mittelfristig noch deutlich zugenommen, erst seit 2013 dürfte hier eine (zumindest vorläufige) Stabilisierung eingetreten sein. Jedenfalls ist die Umsatzkonzentration auf wenige Unternehmen im Online-Handel damit noch deutlich stärker ausgeprägt als im Einzelhandel insgesamt (vgl. dazu Übersicht 2.8): Umsatzanteile von rund 36% der größten drei, von 48% der größten 5, und von 62% der größten 20 Unternehmen im Online-Handel stehen solchen von 29%, 33% bzw. 47% in der gesamten Branchenabteilung gegenüber.

Zudem sind es ganz überwiegend ausländische Unternehmen, welche den Umsatz im heimischen Online-Handel dominieren⁵⁹). So finden sich unter den 20 Unternehmen mit den größten Erlösen im Online-Handel in Österreich mit E-Tec (Rang 6) und XXXLutz (Rang 13) nur zwei Unternehmen heimischer Provenienz, sie erwirtschaften zusammen rund 2,5% der Online-Erlöse. Dominiert wird der Markt durch Anbieter aus den USA (4 unter den TOP20, davon 3 unter den TOP 4) und Deutschland (9 unter den TOP 20), gewichtige Anbieter aus Schweden (2), den Niederlanden, der Schweiz und den Bermudas kommen hinzu. Nun ist auch die Internationalisierung der Unternehmensstruktur im heimischen (stationären) Einzelhandel (Übersicht 2.8) und noch verstärkt im Lebensmitteleinzelhandel (Übersicht 2.9) massiv. Ihre Konsequenzen auf die inländische Wertschöpfung und Beschäftigung dürften allerdings im Online-Handel noch größer sein, weil hier ein ausländischer "point of sale" auch eine im Gros ausländische Wertschöpfungskette nach sich ziehen dürfte. Phänomene des Kaufkraftabflusses ins Ausland dürften daher im Online-Handel noch verstärkt Thema sein, was die Bedeutung heimischer Plattformen (wie etwa www.shoeppingg.at) als Grundlage für (niedrigschwellige)

⁵⁸) Die besonderen Herausforderungen im Online-Handel mit Lebensmitteln werden auch hier an der Tatsache erkennbar, dass nur zwei der großen Kettenunternehmen im Lebensmittelhandel unter den TOP 20 des heimischen Online-Handels zu finden sind – und dies keineswegs im Vordergrund des Rankings: So belegt Spar (als Nummer 2 nach dem Einzelhandelsumsatz insgesamt) gemessen am Online-Umsatz nur Rang 10 einer Unternehmensreihung, wobei das Gros dieser Erlöse zudem nicht mit Lebensmitteln erwirtschaftet wird. Rewe findet sich als Spitzenreiter im gesamten Einzelhandelsumsatz in einer Reihung nach dem Online-Umsatz auf Rang 12, die übrigen TOP 5-Lebensmittelhändler (Aldi, Schwarz, M-Preis) sind unter den 20 größten Online-Anbietern nicht vertreten.

⁵⁹) Im reinen Versand- und Internet-Einzelhandel (ÖNACE G4791) sind in Österreich nach Daten der LSE zuletzt (2014) 1.001 Unternehmen mit 4.210 Beschäftigten (darunter mehr als ein Fünftel Selbständige) aktiv. Das Gros davon sind klein(st)e Unternehmen, mit Angeboten in teils engen Marktnischen.

Online- bzw. Multi-Channel-Strategien kleinerer heimische Einzelhändler auch unter Leistungs- bilanzaspekten unterstreicht.

2.4.5 Perspektiven mit Schwerpunkt auf Wien

Aussagen zur weiteren Entwicklung des Online-Handels in Österreich und (datenbedingt noch verstärkt) in Wien sind wegen vielfältiger Unwägbarkeiten nicht einfach zu treffen. Bestehende Schätzungen für die mittlere Frist bewegen sich daher auch für die nationale Ebene in einer enormen Bandbreite (vgl. für einen Überblick *Eichmann et al.*, 2016), zum Teil schon durch unterschiedliche Schätzungen zur Größenordnung der (sektoralen) Online-Umsätze am aktuellen Rand bedingt. Vorrangig sind dafür aber erhebliche Unsicherheiten verantwortlich, welche in Hinblick auf potentielle technologische Weiterentwicklungen und neue Geschäftsmodelle⁶⁰), neue (auch disruptive) Anbieter und (De-)Regulierungsregime⁶¹), mögliche Sättigungstendenzen in Branchengruppen mit bereits hohem Online-Anteil⁶²), aber auch in Hinblick auf den Erfolg von Anpassungsmaßnahmen des stationären Einzelhandels (v.a. Multi-Channel-Strategien, Location-based Services, neue Geschäftsformate und Zusatzdienste) und (nicht zuletzt) die weitere Online-Diffusion in bisher kaum tangierten (großen) Branchengruppen (v.a. Lebensmittel) und deren logistische Grundlagen⁶³) notwendig bestehen.

Beschränkt man sich aufgrund dieses extrem unsicheren Prognoseumfeldes – aber auch potentieller selbst verstärkender Effekte in längerfristiger Betrachtung⁶⁴) – auf eine Abschätzung der Entwicklung (allein) für die kurze bzw. mittlere Frist, so scheint gesichert, dass die

⁶⁰) Technologische Weiterentwicklungen dürften mittelfristig vor allem die Perfektionierung bereits existierender Systeme betreffen (sichere Bezahlsysteme, neue Shopping-Apps, verbesserte Funktionalität von Online-Shops, informative Vorschlagssysteme etc.), könnten in Zustellung und Lagerhaltung aber auch "disruptive" Innovationen einschließen.

⁶¹) Offen ist hier der Einstieg weiterer, potentiell schlagkräftiger reiner Online-Händler (wie etwa dem chinesischen Online-Handelsriesen Alibaba). Weitgehend gesichert scheint dagegen die weitere Vertikalisierung des Handels durch eigene Online-Shops großer Produzenten, oft in Kombination mit stationären Show-Rooms oder Shop-im-Shop-Lösungen. Regulatorische Unsicherheiten betreffen etwa Bestrebungen zum Abbau nationaler Hürden im Online-Handel ("Geoblocking") auf EU-Ebene. Sie könnten im Erfolgsfall den Wettbewerb im Einzelhandel weiter deutlich erhöhen.

⁶²) Die Prognose der Entwicklung von Online-Anteilen auf Branchenebene basiert in seriösen Arbeiten vorrangig auf der ökonomischen Schätzung von logistischen Funktionen (etwa *Hortacsu – Sieverson*, 2015). Gerade in Bereichen mit noch kleinen Online-Anteilen sind deren Prognoseeigenschaften allerdings beschränkt, auch geben sie nur über die Form des zu erwartenden Entwicklungspfades der Online-Durchdringung, nicht aber über deren Maximum (als Endpunkt) Auskunft.

⁶³) Bereits jetzt wird viel mit neuen Logistik-Lösungen experimentiert, welche die Online-Diffusion vor allem in Branchengruppen mit großen Herausforderungen in der Zustellung (etwa Lebensmitteln) vorantreiben sollen. Ideen reichen hier vom Aufbau eines Netzes von Abholshops (auch über Partner), über die Zustellung in den Autokofferraum (mit RFID-Kennung) und neuen Mobilitätskonzepten für die "letzte Meile", bis zu "Crowd"-basierten Zustellungsmodellen à la UBER und die Zustellung per Drohne oder selbstfahrendem Kleinfahrzeug. Die Praxistauglichkeit vieler dieser Ideen ist freilich noch offen.

⁶⁴) So ist es hier durchaus denkbar, dass neue (kostensparende) Lager- bzw. Logistiklösungen erst ab einem gewissen Grad der Online-Durchdringung rentabel umsetzbar sind, jenseits dieser Schwelle aber neue (preisbasierte) Wettbewerbsvorteile für den Online-Handel eröffnen. Ähnliches ist etwa in Hinblick auf die Professionalisierung von Vertriebsinstrumenten oder die Entwicklung neuer Shopping-Apps am Smartphone denkbar (vgl. dazu auch *Eichmann et al.*, 2016).

Dynamik des Online-Handels auch in den nächsten Jahren weiter hoch bleiben wird. Auf Anbieterseite werden reine Online-Händler verstärkt in neue Marktnischen eindringen (Vorwärtsintegration in den stationären Handel über Flagship-Stores und Showrooms, Rückwärtsintegration v.a. durch die verstärkte Übernahme von Logistikfunktionen), der stationäre Handel wird verstärkt (auch) Online-Möglichkeiten zur Stabilisierung seiner Geschäftsergebnisse nutzen (Multi-Channeling, Online-Marketing, stationsbasierte Dienste auf Smartphone-Basis), und (große) Produzenten werden über eigene Online-Auftritte (auch) Einzelhandelsfunktionen übernehmen. Auf Konsument/innenseite dürfte die zunehmende Diffusion von Smartphones und deren steigende Bandbreite nachfragesteigend wirken, der im Zeitablauf zunehmende Anteil von "digital natives" auch in mittleren und älteren Bevölkerungskohorten kommt hinzu.

Vor diesem Hintergrund erwartet auch *Euromonitor International* (2017) in den nächsten Jahren eine weiterhin überlegene Dynamik des Online-Handels im Vergleich zu den übrigen Einzelhandelsformaten, auch wenn die zu erwartenden Zuwächse nicht mehr die Größenordnung der vergangenen Jahre erreichen dürften (Übersicht 2.18; Abbildung 2.22).

Übersicht 2.18: Prognose der Einzelhandelsentwicklung in Österreich
Umsatz (vor Steuern); Prognose Euromonitor; 2016-2021

	2016	2017	2021	2016/2017	2016/2021
	In Mio. €			Veränderung in %	Ø jährliche Verän- derung in % p.a.
Einzelhandel	60.493,4	61.569,0	66.466,6	+1,8	+1,9
Stationärer Einzelhandel	55.647,5	56.406,0	60.019,5	+1,4	+1,5
Nicht-stationärer Einzelhandel	4.846,0	5.163,0	6.447,1	+6,5	+5,9
Online-Einzelhandel	3.647,6	3.971,5	5.240,7	+8,9	+7,5

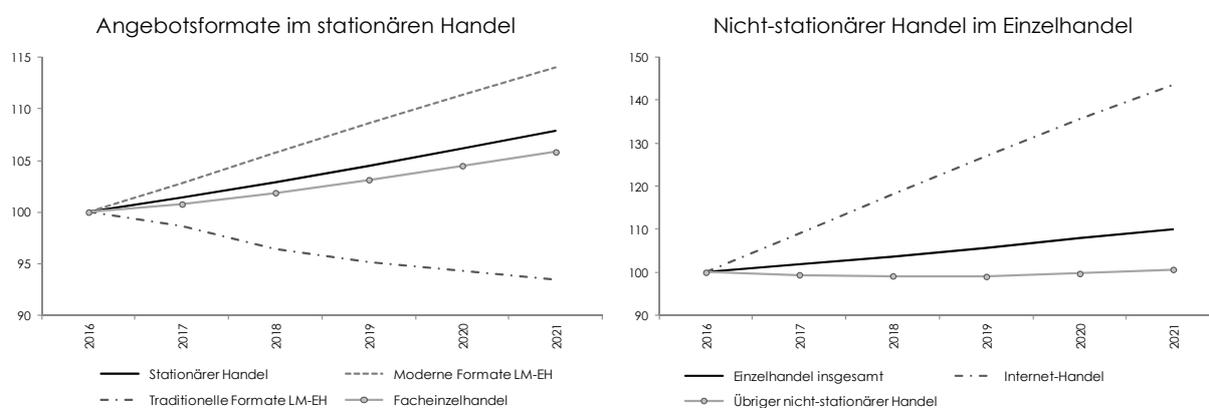
Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Danach sollten die (nominellen) Umsätze im Online-Einzelhandel in Österreich auch im nächsten Jahrfünft (Ø 2016/2021) mit +7,5% pro Jahr fast viermal so rasch wachsen wie im gesamten Einzelhandel und fünfmal so rasch wie im stationären Einzelhandel. Die Zuwachsraten der letzten fünf Jahre (Ø 2011/2016 +14,9% p.a.) dürfte der Online-Vertriebskanal in dieser Periode allerdings nach Euromonitor nicht mehr erreichen, weil Sättigungstendenzen in bereits stark online-dominierten Branchengruppen spürbar werden (etwa Haushaltselektronik -0,4% p.a.; Medienprodukte +4,6% p.a.; anderer Internet-Einzelhandel -0,3% p.a.), und in anderen (bereits etablierten) Online-Bereichen nicht mehr die Zuwachsraten der Aufbauphase zu erwarten sind (etwa Bekleidungshandel +9,5% p.a. nach +17,5% p.a. 2011/2016; Schönheit/Körperpflege +5,7% p.a. nach +18,5%). Der Online-Umsatz des Lebensmittelhandels dürfte dagegen mit dem zunehmenden Einstieg der großen stationären Anbieter deutlich an Dynamik gewinnen (+17,0% p.a. nach +13,9% p.a.), ohne allerdings wegen seines noch beschränkten Gewichts die gesamte Dynamik des Online-Handels zu bestimmen.

Vor diesem Hintergrund wird der Online-Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz nach diesen Schätzungen in der Prognoseperiode 2016-2021 zwar weiter deutlich steigen

(+2 Prozentpunkte). Er wird sich aber auch 2021 mit knapp 8% Umsatzanteil noch in einer Größenordnung bewegen, welche zwar spürbare Veränderungen in der Wertschöpfungskette erwarten lässt, den stationären Einzelhandel als dominierende Distributionsform aber nicht grundsätzlich in Frage stellt⁶⁵). In der Tendenz ist damit die Weiterentwicklung zu einem Einzelhandel abzusehen, in welchem Standbeine im Online- und stationären Verkauf die Regel sind, und online-basierte wie stationäre Handelsformen je nach Konsument/innenpräferenz und Produktcharakteristik in unterschiedlicher Gewichtung (auch dauerhaft) nebeneinander bestehen.

Abbildung 2.22: Perspektiven der unterschiedlichen Formate im Einzelhandel
Umsatz (vor Steuern) 2016 = 100; Prognose Euromonitor; 2016-2021



Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Allerdings dürfte die weiter grundsätzlich hohe Dynamik im Online-Handel nach den Ergebnissen von *Euromonitor International* (2017) vor allem durch die großen Player im reinen Internet-Handel einerseits, sowie Multi-Channel-Strategien der großen Ketten-Unternehmen im stationären Handel andererseits getrieben sein. Die weitere Entwicklung des Online-Handels dürfte daher den laufenden Strukturwandel zu "modernen" Angebotsformaten (siehe Abschnitt 2.2) tendenziell noch beschleunigen, mit kleinen, stationären "Traditionsunternehmen" als potentiellen Verlierern.

⁶⁵) Es sei allerdings darauf hingewiesen, dass die Vorausschätzung von *Euromonitor International* (2017) im Vergleich zu den (wenigen) existierenden Aussagen zur quantitativen Weiterentwicklung des Online-Handels in Österreich als konservativ einzustufen sind. So erwartet der Handelsverband (*Will*, 2015) schon für 2020 einen Online-Umsatzanteil im Non-Food-Bereich von rund 30%, und eine ältere Prognose von *RegioPlan* (2014) spricht von einem Online-Anteil im gesamten Einzelhandel von 25% bis 2019. Gleichzeitig erwartet *RegioPlan* (2015) einen Rückgang des stationären Einzelhandelsumsatzes um 16% in der Periode 2010-2020, wofür die bislang verfügbaren Daten der LSE zu den Betriebserlösen im stationären Einzelhandel (2008-2014 +16,1%) allerdings keinerlei Anhaltspunkte liefern (vgl. Anhangtabelle A.4). Deutlich vorsichtiger die Prognose von GfK für Deutschland (*Doplbauer*, 2015), deren Ergebnisse im Analogieschluss oft auch auf Österreich übertragen werden (etwa *Eichmann et al.*, 2016). Danach ist für die Periode 2014 bis 2025 mit einer Verdopplung des Online-Umsatzanteils (auf in Deutschland dann 15%) zu rechnen, eine Vorausschätzung, die jener von Euromonitor ungleich näher ist.

Inwieweit diese Erwartungen für Österreich auch für Wien zutreffen, kann mangels regionaler Daten zum Online-Handel nicht direkt beurteilt werden. Abschätzungen können sich allenfalls auf Analogieschlüsse stützen, wobei vor allem strukturelle und raumstrukturelle Aspekte zu berücksichtigen sein werden.

Eine größere aktuelle Betroffenheit des Wiener Einzelhandels vom Wandel zu Online-Handelsformen kann zunächst aus seiner Angebotsstruktur vermutet werden, die vergleichsweise stark auf Branchen ausgerichtet ist, welche vom Online – Handel stark tangiert sind. Dieses empirische Faktum – das übrigens für Städte typisch ist⁶⁶⁾ – kann für Wien anhand einer Branchentypologie gezeigt werden, welche das Forschungsinstitut FORBA vor kurzem entwickelt hat. Dabei wurden die 4-Steller-Branchenklassen des Einzelhandels auf Basis von (nationalen) Informationen zu den sektoralen Online-Ausgaben "aus Konsumentensicht" (KMU, 2016) zu insgesamt 4 Gruppen mit unterschiedlich hohem Online-Anteil (hoch – mittel – gering/null – unbekannt) zusammengeführt.

Eine Anwendung dieser Typologie auf Daten der Leistungs- und Strukturhebung zu den Beschäftigten in den Branchenklassen des Einzelhandels in Wien und Österreich lässt Aussagen zu den (strukturellen) Besonderheiten des Wiener Einzelhandels in Hinblick auf die Online-Betroffenheit im Vergleich zu Österreich zu. Gleichzeitig werden daraus auch Unterschiede in den bisherigen Beschäftigungstrends im Wiener Einzelhandel nach der sektoralen Internet-Durchdringung deutlich, zumindest rudimentärer Hinweis auf die Arbeitsplatzwirkungen des Online-Handels.

Die Ergebnisse dieser Analyse sind in Übersicht 2.19 dargestellt. Zur Sicherung tragfähiger Resultate musste dabei einmal mehr eine Sonderauswertung der LSE auf Arbeitsstätten-Ebene bei Statistik Austria beauftragt werden, weil (auch disaggregiert verfügbare) Informationen auf Betriebsebene mangels trennscharfer regionaler Zuordnung von Filialen nicht verwendbar waren⁶⁷⁾.

Hier zeigt sich zum einen, dass es in der hier beobachtbaren 6-Jahres-Periode (2008-2014) tatsächlich vor allem die Einzelhandelsbereiche mit hohen Online-Ausgaben waren, welche in Wien (und Österreich) vorrangig mit Arbeitsplatzverlusten zu kämpfen hatten. Insgesamt nahm die Einzelhandelsbeschäftigung in den Branchenklassen mit hoher Online-Durchdringung in dieser Periode um 5,4% ab, während sie in allen anderen Branchentypen zunahm (insgesamt +5,6%) – mit deutlichen Arbeitsplatzgewinnen in solchen mit mittlerem (+11,1%) und niedrigem Online-Ausgabenanteil (10,2%). Dabei waren Rückgänge in der Mehrheit der Branchenklassen mit hoher Online-Betroffenheit empfindlich und meist noch größer als in Österreich, namentlich im Einzelhandel mit Medienprodukten (bespielte Ton- und Bildträger - 56,2%, Bücher -19,5%, Zeitschriften/Bürobedarf -14,5%), Heimelektronik (DV-Geräte -11,9%, Unterhaltungselektronik -26,4%) und Spielwaren (-7,2%, hier aber günstiger als in Österreich).

⁶⁶⁾ Dies deshalb, weil sich die deutliche Mehrheit des innerstädtischen Sortiments sehr gut, und ein insgesamt großer Teil bedingt gut für den Online-Handel eignet. Siehe dazu Stepper (2016).

⁶⁷⁾ Für eine Darstellung der (teilweise stark abweichenden) Ergebnisse einer vergleichbaren Analyse auf der Betriebsebene vgl. die Übersichten A.4 (Betriebslösungen) und A.5 (Beschäftigung) im Anhang.

Ausnahmen mit steigender Beschäftigung waren im onlineaffinen Bereich allein Branchenklassen, die von neuen Konsumtrends profitierten (etwa Fahrräder/Sportartikel +23,2% aufgrund E-Bike und zunehmendem Fahrradverkehr; Telekom-Geräte +8,0% aufgrund des Smartphone-Booms). Dazu nahm (nur) in Wien die Beschäftigung im Versand- und Internet-Einzelhandel stark zu (+95,4%), allerdings in einer Größenordnung (+313 Beschäftigte), welche für eine relevante Korrektur des Ergebnisses im gesamten Branchentyp nicht ausreichte⁶⁸).

Getrieben war die gesamte Beschäftigungsdynamik im Wiener Einzelhandel seit 2008 freilich (noch?) nicht durch die Entwicklung in Bereichen mit hohem Online-Anteil, sondern durch jene in einer Reihe von "großen" Branchengruppen mit bisher geringerer Internet-Durchdringung. Bemerkenswert ist hier vor allem die Beschäftigungsentwicklung des Bekleidungseinzelhandels (mit mittlerem Online-Ausgabenanteil; in Wien +13,2%), wo allerdings mit dem Aufstieg großer Online-Anbieter (v.a. Zalando) noch eine Konsolidierung bevorstehen dürfte. Alle anderen großen Branchengruppen sind vom Online-Handel bisher kaum tangiert (etwa EH mit Nahrungsmitteln +11,2%; mit Möbeln/Einrichtungsgegenständen –0,1%), oder können in der FORBA-Typologie keinem Branchentyp zugeordnet werden (etwa Fach-Einzelhandel mit Lebensmitteln –5,4%; EH mit Körperpflegemitteln +4,2%, Apotheken +13,4%). Ihre Beschäftigungsentwicklung dürfte daher (bisher) vorrangig mit dem laufenden Formate-Wandel im stationären Handel, und weniger mit der Dynamik des Online-Handels in Zusammenhang gestanden sein.

In Hinblick auf das Niveau der Beschäftigung in den unterschiedlichen Branchentypen zeigt unsere Analyse auf Basis von Lokationsquotienten (letzte Spalte), dass die Beschäftigtenstruktur im Wiener Einzelhandel – trotz der teils dramatischen Rückgänge im besonders betroffenen Branchentyp in den letzten Jahren – tatsächlich auch zuletzt verstärkt auf Branchenklassen mit hoher und mittlerer Online-Durchdringung ausgerichtet ist als jene in Österreich (LQ Branchenklassen mit hohem Internet-Ausgabenanteil 102,6; mit mittlerem Anteil 123,0; dagegen mit geringem/keinem Online-Ausgabenanteil 86,9). Gleichzeitig wird aber auch sichtbar, dass (auch) in Wien das Gros der Einzelhandelsbeschäftigten in Branchenklassen mit bisher geringem oder unbekanntem Online-Anteil verortet ist: Zuletzt sind immerhin 69,5% der Einzelhandelsbeschäftigten Wiens in solchen Bereichen tätig, nur etwas mehr als ein Achtel (12,0%) dagegen in Branchenklassen mit (bereits) hohem Online-Ausgabenanteil.

⁶⁸) Grundsätzlich kommt dieses Ergebnis als Kombination von steigender Beschäftigung im reinen Internet-Einzelhandel und rückläufiger Beschäftigung im Versandhandel zustande, wobei deren jeweilige räumliche Verortung (mit den großen Versandhändlern nicht in Wien) auch für das regional günstige Beschäftigungsergebnis dieser Branchenklasse in Wien verantwortlich zeichnet. Jedenfalls ist die in Österreich insgesamt rückläufige Beschäftigungsentwicklung im Versand- und Internet-EH wohl auf die ungleich höhere Beschäftigungsintensität im (schrumpfenden) Versandhandel zurückzuführen – ähnlich wie die Tatsache, dass in der Branchenklasse (auf Betriebsebene) eine insgesamt schrumpfende Beschäftigung mit deutlich steigenden Umsätzen einhergeht (vgl. dazu die Übersichten A.4 und A.5 im Anhang).

Übersicht 2.19: Beschäftigung im Einzelhandel nach Höhe der Online-Ausgaben: Branchen-
gruppen mit unterschiedlicher Internet-Durchdringung
Arbeitsstättenebene 2014, Typologie FORBA

ÖNACE 2008		2014	2008	Wien Veränderung 2008/2014 %	Wachstums- differenzial zu Österreich	Lokations- quotient 2014
Hoch						
474	EH - Datenverarb./Unterhaltungselekt.	3.876	4.405	- 12,0	+ 2,3	136,4
4741	EH - Datenverarbeitungsgeräte	786	892	- 11,9	- 10,9	99,9
4742	EH - Telekommunikationsgeräte	1.585	1.467	+ 8,0	+ 13,1	195,2
4743	EH - Unterhaltungselektronik	1.505	2.046	- 26,4	- 1,1	121,0
4754	EH - Elektr. Haushaltsgeräte	430	394	+ 9,1	- 15,6	70,7
4761	EH - Bücher	1.559	1.936	- 19,5	- 3,5	149,8
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf	589	689	- 14,5	- 2,1	109,4
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger	71	162	- 56,2	- 26,1	158,1
4764	EH - Fahrräder und Sportartikel	1.426	1.157	+ 23,2	- 2,4	55,4
4765	EH - Spielwaren	515	555	- 7,2	+ 8,8	112,8
4791	Versand- und Internet-EH	641	328	+ 95,4	+111,4	82,8
Gesamt		9.107	9.626	- 5,4	- 1,5	102,6
Mittel						
4751	EH - Textilien	736	751	- 2,0	+ 12,2	115,2
4771	EH - Bekleidung	10.719	9.466	+ 13,2	+ 5,9	123,1
4772	EH - Schuhe und Lederwaren	2.664	2.495	+ 6,8	+ 6,7	124,7
Gesamt		14.119	12.712	+ 11,1	+ 6,6	123,0
Gering/Null						
478	EH - an Verkaufsständen/Märkten	1.054	689	+ 53,0	+ 3,9	221,5
4711	EH - Nahrungsmittel (Supermärkte)	17.539	15.771	+ 11,2	+ 0,9	86,0
4759	EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände	4.890	4.896	- 0,1	- 1,3	82,5
4799	Sonst. EH; nicht: Verkaufsräume, Märkte	554	453	+ 22,3	- 9,6	64,2
Gesamt		24.037	21.809	+ 10,2	+ 0,9	86,9
Unbekannt						
4719	Sonst. EH mit Waren verschiedener Art	1.579	785	+101,1	+ 70,0	88,6
472	Fach-EH - Nahrungsmittel, Getränke	6.896	7.289	- 5,4	- 1,9	134,8
473	EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen)	1.171	1.181	- 0,8	- 0,7	46,7
4752	EH - Metallwaren und Baubedarf	2.797	2.869	- 2,5	- 5,6	56,9
4753	EH - Vorhänge, Teppiche und Tapeten	352	315	+ 11,7	+ 0,4	138,5
4773	Apotheken	4.250	3.748	+ 13,4	- 0,7	124,4
4774	EH - Medizinische Artikel	761	780	- 2,4	- 17,1	119,9
4775	EH - Körperpflegemittel	3.568	3.424	+ 4,2	+ 14,0	115,2
4776	EH - Blumen, Pflanzen und lebende Tiere	1.678	1.776	- 5,5	- 8,7	81,1
4777	EH - Uhren und Schmuck	1.857	1.950	- 4,8	- 7,1	136,5
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen	2.618	2.810	- 6,8	- 6,1	105,9
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren	1.358	1.037	+ 31,0	+ 14,7	271,9
Gesamt		28.885	27.964	+ 3,3	+ 0,6	102,7
Insgesamt		76.148	72.111	+ 5,6	+ 1,2	.

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung LSE), Zuordnung nach Branchentypen nach Eichmann et al. (2016), WIFO-Berechnung.

Dies lässt jedenfalls die Aussage zu, dass die mittelfristigen Konsequenzen des Online-Handels auf die regionale Beschäftigung (auch) in Wien vorrangig von den weiteren Entwicklungen in den vom Online-Handel bisher wenig tangierten Branchengruppen (namentlich des Lebensmittelhandels) bestimmt sein dürften. Dies sollte wegen der oft wenig internetaffinen Produktcharakteristika in diesen Bereichen eine disruptive Entwicklung des Online-Bereichs (auch) in Wien eher ausschließen. Gleichzeitig kann aus der regionalen Spezialisierung auf Branchenklassen mit hohem und mittleren Online-Anteil und den gerade für diese Branchentypen (aufgrund von Sättigungstendenzen) eher gedämpften Prognosen zur weiteren Online-Umsatzentwicklung (siehe oben) die Erwartung abgeleitet werden, dass der (stationäre) Wiener Einzelhandel zwar bisher vom Aufstieg des Online-Handels verstärkt betroffen war (und ist), der weitere Bedeutungsgewinn des Online-Handels auf Sicht in Wien aber etwas geringer ausfallen könnte als für Österreich prognostiziert.

Für diese Einschätzung sprechen auch raumstrukturelle Argumente. So zeigen die bisherigen Erkenntnisse der internationalen Literatur (etwa *Kolko, 2000; Sanai-Waldvogel, 2004; Forman et al., 2005; Clarke et al., 2016* und die hier zitierte Literatur), dass sich Online-Shopper vor allem in der Frühphase des Online-Handels (auch wegen der hier zunächst besseren Infrastrukturausstattung) stark in den Ballungszentren konzentrieren, dass der Internet-Vertriebskanal in der Folge aber in ländlichen (bzw. peripheren) Regionen eine (relativ) größere Bedeutung gewinnt. Dies deshalb, weil der Online-Handel wegen des hier beschränkten Zugangs zu Angeboten des stationären Handel (und deren geringer Vielfalt) gerade in ländlich-peripheren Regionen eine erhebliche Verbesserung der Versorgungsqualität bedeutet (*Farag et al., 2006*). Empirische Ergebnisse zeigen jedenfalls für die USA und Großbritannien bereits deutliche Evidenz für eine höhere Internet-Durchdringung ländlicher Regionen⁶⁹). Dabei scheint für Wien nicht zuletzt auch das Ergebnis relevant, wonach die Wahrscheinlichkeit für e-Shopping im Lebensmittelhandel mit der Distanz zum nächsten Supermarkt zunimmt (*Clarke et al., 2016*): Da unsere Ergebnisse auf Basis von kleinräumigen Rasterdaten (Abschnitt 2.3.2.4) Wien gerade in diesem Bereich eine hohe und im Zeitablauf noch ansteigende Versorgungsqualität attestieren, ist auch daraus eine rasante Online-Durchdringung des regionalen Lebensmittelhandels (als Voraussetzung für eine hohe regionale Online-Dynamik insgesamt) für Wien nur bedingt zu erwarten.

Insgesamt stützt all dies die Einschätzung der neueren Stadtforschung (*Stepper, 2016; Holbach-Grömig, 2017*), wonach der (stationäre) Einzelhandel vor allem in großen, wachsenden und touristisch attraktiven Stadtregionen (wie Wien) auch bei zunehmendem Online-Handel eine weitgehend stabile Entwicklung nehmen sollte, während für Mittelstädte sehr differenzierte, und für Kleinstädte eher ungünstige Entwicklungsperspektiven gezeichnet wer-

⁶⁹) Für die USA konnte eine höhere Wahrscheinlichkeit der Internet-Nutzung in ländlichen Regionen schon früh gezeigt werden (*Forman et al., 2005*), ebenso eine solche für peripherere (*Kolko, 2000*) und kleinere (*Sanai – Waldvogel, 2004*) Zentren auf Städteebene. Für Großbritannien zeigen *Clarke et al. (2016)*, dass Formen des e-Commerce zunächst in London und wenigen anderen großen Städten konzentriert waren, mittlerweile aber räumlich diffundiert sind und am aktuellen Rand in ländlichen Räumen verstärkt auftreten.

den – mit der Gefahr echter Verwerfungen in Kleinstädten im ländlichen Raum. Dies vor allem wegen der besonderen Alleinstellungsmerkmale großer Städte etwa in Hinblick auf Urbanität/Erscheinungsbild, Bedeutungsüberschuss/Image, Angebotsvielfalt/-differenzierung und Atmosphäre/"Erlebnischarakter" (Tegeeder, 2004). Sie könnten im Wettbewerb mit dezentralen Einkaufsstandorten, aber auch mit dem Online-Handel gerade im digitalen Zeitalter noch an Bedeutung gewinnen (Stepper, 2016).

Zu erwarten ist aus der steigenden Online-Konkurrenz für Wien also keineswegs eine durchgängige Erosion des (stationären) Einzelhandels und seiner Beschäftigung, zumal hier auch die dichte existierende Einzelhandelsstruktur stabilisierend wirken sollte⁷⁰⁾. Wohl aber lässt der Aufstieg dieses neuen, virtuellen Handelsformats eine verstärkte Polarisierung im Wiener Einzelhandel erwarten – in Hinblick auf die unternehmerische Angebotsstruktur (mit klein- und mittelbetrieblich strukturierten regionalen Einzelhändlern im mittleren Preis-/Qualitätssegment und mit mäßig breitem Sortiment als Verlierern; siehe oben), aber auch in Hinblick auf die raumstrukturelle Entwicklung innerhalb des Stadtgebiets: Gewinner der zunehmenden Verzahnung von Online- und stationärem Handel dürften die Innenstadt und andere 1A-Lagen sein, weil sie die genannten Alleinstellungsmerkmale in besonderem Maße repräsentieren. Zudem dürften diese Räume auch von neuen Nachfragetrends profitieren, wie sie neue Multi-Channel-Strategien (etwa stationäre Filialen bzw. Showrooms von reinen Online-Händlern und Herstellern; kleinere Outlets mit beschränktem Vor-Ort-Sortiment, aber umfassenden Online-Angebot), aber auch die Anpassungsreaktionen des stationären Handel auf die Online-Konkurrenz (Konsolidierung mit Reduktion der Verkaufsflächen; neue Outlets nur noch in Bestlägen) hervorbringen. Dagegen dürften weniger frequentierte Einkaufsstraßen und Einkaufszentren mit der neuen Konkurrenz noch stärker unter Druck geraten, der Online-Handel sollte also auch in räumlicher Hinsicht vorrangig als "Verstärker" bereits virulenter Wandlungsprozesse wirken.

⁷⁰⁾ Österreich hat innerhalb der EU 28 gemessen an der Bevölkerung mit 1,74 m² je Einwohner/in die höchste Verkaufsflächendichte im Einzelhandel aufzuweisen (1,74 m² je Einwohner/in; Ø EU 28 1,17 m²), mit hoher Dichte vor allem bei Outlets zwischen 400 und 1000 m² (Böheim et al., 2016). Sie sind auch in Wien selbst Grundlage für eine in vielen Bereichen geringe (und noch abnehmende) Entfernung der regionalen Bevölkerung zum nächsten stationären Geschäft, was der Stabilität stationärer Angebotsformen gegenüber der Online-Konkurrenz zu Gute kommen dürfte.

3. Wiener (Einzel-)Handel und regionales Beschäftigungssystem

3.1 Beschäftigung im Wiener (Einzel-)Handel: Wesentliche stilisierte Fakten

Wie die bisherige Analyse gezeigt hat, waren der (Wiener) Handel und insbesondere der Einzelhandel in den letzten Jahrzehnten einem massiven Strukturwandel ausgesetzt. So kam es durch die Entwicklung neuer (oft großflächiger) Handelsformate und dem Aufstieg der Handelsketten zu einer zunehmenden Verdrängung des traditionell eher kleingewerblich organisierten Einzelhandels (Abschnitt 2.2.) und zu einer Verlagerung der Handelsaktivitäten aus der Kernstadt in das Umland (Abschnitt 2.3). In neuerer Zeit führt die zunehmende Digitalisierung in einigen Einzelhandelsbranchen zu einer relevanten Ausweitung des Online-Handels und damit zu einer erheblichen Veränderung des Wettbewerbsumfeldes für den stationären Einzelhandel (Abschnitt 2.4). Schlussendlich unterlag der Handel auch dem allgemeinen technologischen Wandel und der zunehmenden Internationalisierung, beides mit Konsequenzen für Produktivitätsentwicklung und Beschäftigungsintensität.

Dieser Abschnitt widmet sich den Auswirkungen dieses rapiden technologischen und organisatorischen Wandels auf die Beschäftigung und Beschäftigten im Einzelhandel. Insbesondere stehen hier zwei Fragenkomplexe im Mittelpunkt:

1. Wie veränderte sich seit der Weltwirtschaftskrise 2008 die Umschlagsdynamik (hinsichtlich der Zahl der Arbeitsplätze und Beschäftigten) im Handel insgesamt und im Einzelhandel im besonderen, und welche Rolle spielen dabei im Einzelhandel größere Beschäftigterbetriebe beziehungsweise Branchen mit einem hohen Online-Handelsanteil?
2. Woher bezieht der Handel und insbesondere der Einzelhandel seine Arbeitskräfte, wer sind die in die Branche zugehenden Arbeitskräfte und inwiefern unterscheiden sich hier große Handelsbetriebe beziehungsweise Branchen mit einem hohen Online-Handelsanteil von anderen Bereichen des Einzelhandels?

Damit baut dieser Abschnitt auf eine Reihe von Untersuchungen des WIFO zum Beschäftigungssystem im Handel (*Huber – Huemer, 2004, Huber – Michenthaler, 2009, Bierbaumer-Polly et al. 2014*) und in der Stadt Wien (*Mayerhofer et al., 2015*) auf. Er erweitert Erstere aber um eine räumliche und Letztere um eine sektorale Komponente, indem vor allem auf die Entwicklung des Einzelhandels in Wien eingegangen wird und die Entwicklungen im übrigen Österreich und anderen Branchen zu Vergleichszwecken dargestellt und analysiert werden.

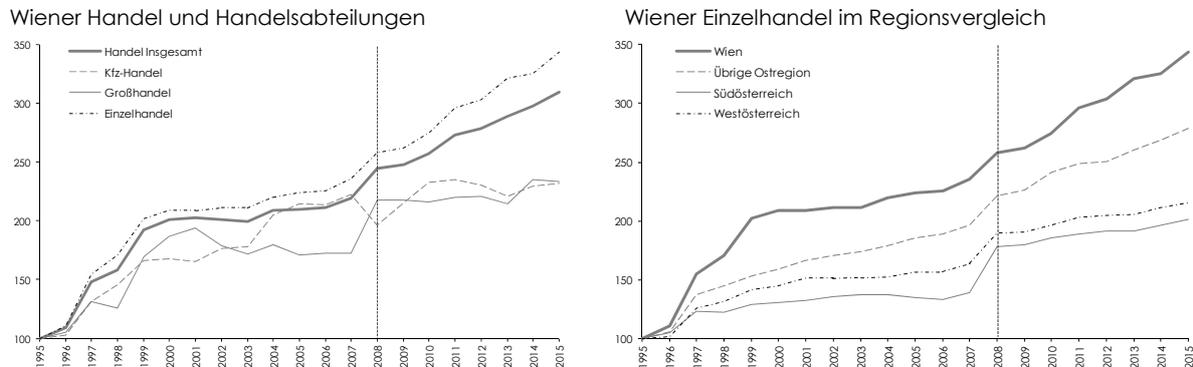
3.1.1 Datengrundlage

Basis unserer Analyse ist der anonymisierte Individualdatensatz des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger für den Zeitraum 2008 bis 2015. Dieser administrative Datensatz, dessen Einträge auf der Anmeldung von Beschäftigungsverhältnissen zur Sozialversicherung basieren, meldet – neben dem Umstand der Beschäftigung – auch den Zeitpunkt ihres Beginns bzw. ihrer Beendigung. Er eignet sich daher besonders für eine Analyse der betrieblichen Beschäftigungsdynamik und von Beschäftigungsübergängen. Darüber

hinaus werden in diesem Datensatz eine Reihe von Merkmalen des Dienstverhältnisses sowie der betroffenen Personen und Dienstgeber erfasst. Dadurch sind Gliederungen nach Branche und Größe des Dienstgebers einerseits, sowie nach Alter, Geschlecht und Berufserfahrung der Beschäftigten andererseits möglich.

Obwohl dieser Datensatz mittlerweile einer der Standarddatensätze der internationalen Arbeitsmarktforschung ist⁷¹⁾, unterliegt er einigen Einschränkungen: Eine erste Einschränkung ist, dass es in diesem Datensatz nicht klar ist, ob die Meldeeinheiten Arbeitsstätten, Betriebe oder Unternehmen sind, da dies den meldenden Einheiten, den sogenannten Beschäftigerbetrieben, selbst überlassen wird. Dies erschwert die regionale Zuordnung der in diesen Beschäftigerbetrieben Beschäftigten. Aus diesem Grund erfolgt die regionale Zuordnung von Beschäftigungsverhältnissen im Folgenden aufgrund der Zugehörigkeit der Arbeitskräfte zur entsprechenden Gebietskrankenkasse, wobei Wiener Beschäftigte in diesem Fall alle Personen sind, die bei der Wiener Gebietskrankenkasse versichert sind. Eine Konsequenz dessen ist, dass Beschäftigte des öffentlichen Sektors (also bei der BVA oder diversen Krankenfürsorgeanstalten Versicherte) in der vorliegenden Analyse außer Betracht bleiben⁷²⁾. Gleichzeitig stellt dieses Vorgehen aber sicher, dass alle Beschäftigten am Arbeitsort gemessen werden, Voraussetzung für eine sinnvolle regionale Analyse.

Abbildung 3.1: Entwicklung der geringfügigen Beschäftigung im Wiener Handel Beschäftigungsverhältnisse, 1995 = 100



Q: HV, WIFO-Berechnungen. – Geringfügig Beschäftigte ohne freie Dienstverträge und Werkverträge.

Eine zweite Einschränkung besteht weiter darin, dass in diesen Daten ausschließlich voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse gezählt werden. Damit werden zwar Teilzeitverhältnisse, nicht aber geringfügige Beschäftigungsverhältnisse berücksichtigt, dafür werden allerdings Personen mit mehreren voll-sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungs-

⁷¹⁾ Relevante neuere Beiträge sind z.B. *Huber et al. (2016)* oder *Weber – Zulehner (2014)*.

⁷²⁾ Diese Einschränkung sollte allerdings im Kontext des Untersuchungsgegenstandes nicht allzu schwer wiegen, da kein Bereich des Handels dem öffentlichen Sektor zugehört und eine Vernachlässigung des öffentlichen Sektors in der Vergleichsgruppe der anderen Branchen – aufgrund der spezifischen Beschäftigungsbedingungen im öffentlichen Sektor – die Vergleichbarkeit eher verbessert denn verringert.

verhältnissen mehrfach erfasst. Insbesondere die Vernachlässigung von geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen kann dabei zu einer Unterschätzung der Beschäftigungsentwicklung führen. Dies gilt nicht zuletzt für den hier interessierenden Einzelhandel: Hier ist die Zahl der geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse seit der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise stärker gestiegen als in anderen Branchen, womit der (Einzel-)Handel auch eine der treibenden Branchenabteilungen für die rasante Entwicklung dieser Beschäftigungsform am Wiener Arbeitsmarkt insgesamt war (Abbildung 3.1).

Demgegenüber stehen allerdings erhebliche Vorteile des Datensatzes. Insbesondere ermöglicht er es zum einen, die Heterogenität der Wachstumsprozesse und ihre Auswirkungen auf den Umschlag an Arbeitskräften auf betrieblicher Ebene innerhalb relativ eng definierter Branchengruppen und -klassen (ÖNACE-3- und 4-Steller) zu analysieren. Außerdem können anhand dieses Datensatzes auch die Erwerbskarrieren von im Handel beschäftigten Arbeitskräften im Zeitablauf untersucht werden, was eine detaillierte Beschreibung der Zugänge zur Beschäftigung in diesem Sektor erlaubt.

3.1.2 *Struktur und Wachstum der voll sozialversicherungspflichtigen unselbständigen Beschäftigung in Wien und Österreich*

Betrachtet man zunächst die in diesem Datensatz abgebildete Beschäftigungsentwicklung des Handels in Wien in den Jahren 2008 bis 2015, so bestätigen sich auch auf dieser Datenbasis die bereits in Abschnitt 1 festgestellten Grundtendenzen (Abbildung 3.2):

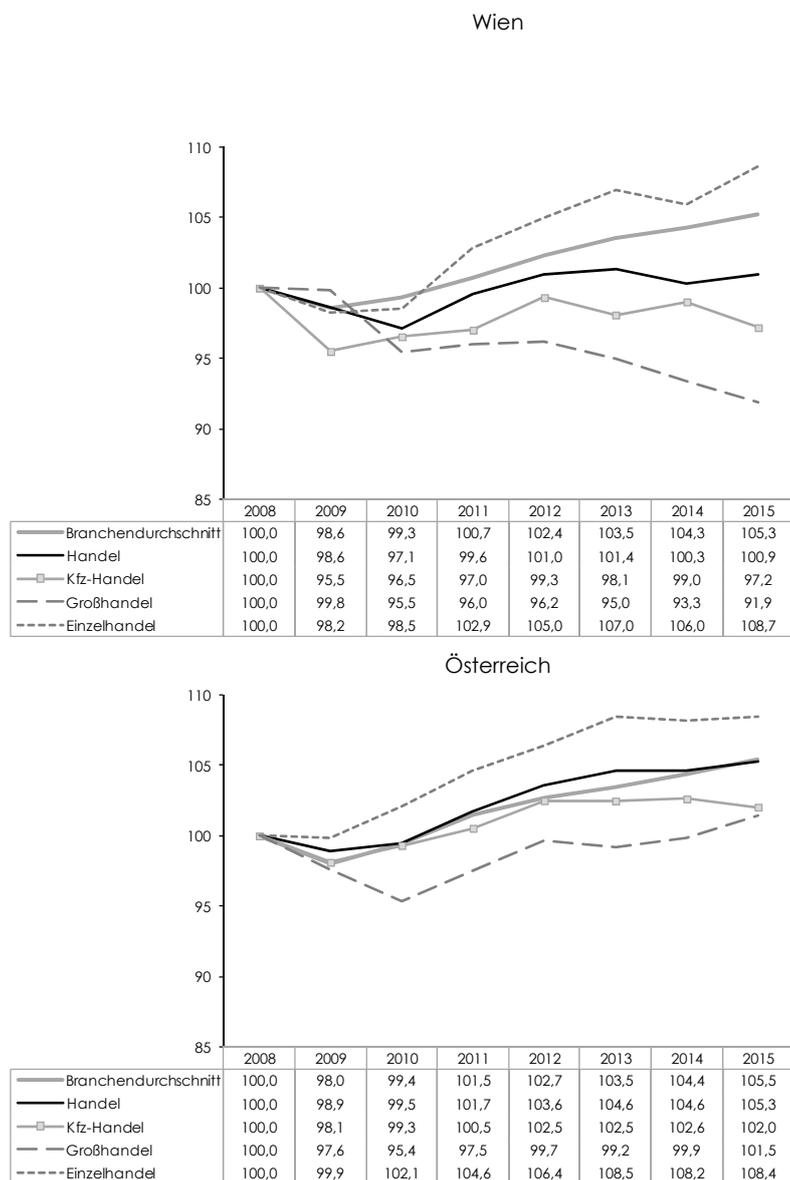
- Erstens war die Beschäftigungsentwicklung im Wiener Handel über den gesamten Zeitraum relativ zu den anderen Branchen in Wien, aber auch relativ zur Beschäftigungsentwicklung im übrigen Österreich unterdurchschnittlich. So wuchs nach den Daten des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger die Beschäftigung in allen Wirtschaftsbereichen Wiens im Zeitraum 2008 bis 2015 um insgesamt 3,9%, im Durchschnitt aller Handelsbranchen in Wien aber nur um 0,3%.
- Zweitens war die Beschäftigung im Wiener Handel während der Wirtschaftskrise weniger resilient als der Durchschnitt der Branchen in Wien und auch weniger resilient als die Beschäftigung im Handel im übrigen Österreich. Im Jahr 2009 gingen in Wien im Handel rund 1,8% der Arbeitsplätze verloren. In der Wiener Gesamtwirtschaft waren es 1,1%, im österreichischen Handel 1,0%.
- Drittens war die Erholung der Beschäftigung in den Jahren 2009 bis 2015 im Wiener Handel deutlich langsamer als im Durchschnitt der Branchen Wiens und auch des Handels in Österreich insgesamt. Dabei wurden im Wiener Handel im Zeitraum 2009 bis 2015 2,1% der 2009 bestehenden Arbeitsplätze geschaffen, während dieser Zuwachs in allen Wirtschaftsbereichen Wiens 5,1% und im Handel im übrigen Österreich 5,3% betrug.

Diese Befunde zur Zeitperiode 2008 bis 2015 unterscheiden sich damit von jenen für die von *Huber – Michenthaler* (2009) untersuchte Zeitperiode 1995 bis 2007. In dieser war der Handel österreichweit eine überdurchschnittlich rasch wachsende Branchenabteilung. Sie entsprechen aber den Ergebnissen von *Bierbaumer-Polly et al.* (2014) für den Zeitraum 2008 bis 2012,

nach denen der Handel über die gesamte Krisen- und Nachkrisenperiode österreichweit ein etwa dem Rest der Wirtschaft entsprechendes Beschäftigungswachstum aufwies.

Abbildung 3.2: Entwicklung der voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständigen Beschäftigung im Wiener und österreichischen Handel

Anteile in %



Q: Hauptverband der Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen.

Allerdings ist der Handel kein homogener Wirtschaftsbereich. Auf ÖNACE-2-Steller-Ebene wird er in der offiziellen Statistik als die Abteilungen ÖNACE 45 bis 47 der Systematik der Wirtschaftstätigkeiten definiert. Bereits auf dieser Differenzierungsebene ergeben sich für Kfz-Handel

(ÖNACE 45), Großhandel (ÖNACE 46) und Einzelhandel (ÖNACE 47) in den Jahren seit der Wirtschaftskrise erhebliche Entwicklungsunterschiede in Wien und auch im übrigen Österreich. In Wien nahm dabei über den Zeitraum 2008 bis 2015 nur die unselbständige Beschäftigung im Einzelhandel (um 8,7% und damit deutlich rascher als die Gesamtwirtschaft) zu, während die Zahl der unselbständigen Beschäftigungsverhältnisse im Wiener Kfz- und Großhandel noch 2015 unter dem Niveau des Jahres 2008 (und damit unter dem Vorkrisenniveau) lag. Der Kfz-Handel baute dabei –2,8% seiner Beschäftigungsverhältnisse ab, der Großhandel sogar –8,1%. Auch im übrigen Österreich verzeichnete der Einzelhandel im Zeitraum 2008 bis 2015 die größten Beschäftigungszuwächse (seit 2008 +8,4%), wohl auch durch einen Anstieg der Teilzeitbeschäftigung bedingt (siehe hierzu Abschnitt 1). Großhandel und Kfz-Handel blieben hingegen mit einem Beschäftigungszuwachs von +1,5% bzw. +2,0% deutlich unter dem Durchschnitt der anderen Branchengruppen (Abbildung 3.2).

3.1.2.1 Beschäftigungsstruktur auf Ebene der Branchengruppen

Auf einer noch disaggregierteren Ebene der Branchengruppen (ÖNACE-3-Steller) finden sich im Handel 21 und in dem, in der vorliegenden Studie im Detail untersuchten Einzelhandel 9 Branchengruppen⁷³⁾. Im Wiener Einzelhandel ist die Beschäftigungsstruktur dabei stark auf einzelne Branchengruppen konzentriert. Mehr als zwei Drittel der Wiener Einzelhandelsbeschäftigten arbeiten im Einzelhandel mit sonstigen Gütern⁷⁴⁾ (dessen Beschäftigtenanteil bei 38,1% liegt) und im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art⁷⁵⁾ (29,8%). Dagegen weisen der Einzelhandel mit Motorkraftstoffen, der Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten sowie im Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten (dem die spezialisierten Online-Handelsbetriebe angehören) jeweils weniger als 1.000 Beschäftigte auf und tragen damit weniger als 2% zur gesamten Wiener Einzelhandelsbeschäftigung in Wien bei.

Insgesamt spiegelt die Struktur der Einzelhandelsbeschäftigung in Wien durchaus jene im übrigen Österreich. Auch hier arbeiteten 2015 rund zwei Drittel der Einzelhandelsbeschäftigten im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art und im Einzelhandel mit sonstigen Gütern, wobei Wien stärker auf den Einzelhandel mit sonstigen Gütern spezialisiert ist. Dem stehen auch im übrigen Österreich Branchen mit sehr geringem Beschäftigtenstand von weniger als zwei Prozent der gesamten Einzelhandelsbeschäftigung gegenüber. So arbeiteten im Jahr 2015 österreichweit nur etwa 1.300 Personen im Einzelhandel an Verkaufsständen und Mär-

⁷³⁾ Im Folgenden wird für die ÖNACE-3-Steller-Gliederungsebene der Begriff Branchengruppe, für die ÖNACE-2-Steller-Ebene der Begriff Branchenabteilung verwendet.

⁷⁴⁾ Dieser beinhaltet so heterogene Bereiche wie den Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen, Leder- und Taschenwaren, Möbeln, Haushaltsgeräten, Metallwaren, Büchern und Bürobedarf und eine Reihe weiterer Handelsbranchen wie den Handel mit Blumen, Brennstoffen und mit Waffen. Diese Branche umfasst somit ein breites Feld von zum Teil recht unterschiedlich strukturierten Gruppen von Betrieben.

⁷⁵⁾ Dieser umfasst vor allem die großen Einzelhandelsketten, die ein breites Warenangebot haben, schwerpunktmäßig jedoch mit Nahrungs- und Genussmitteln handeln.

ten und nur rund 3.900 Beschäftigte im Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten.

Insgesamt spielt damit der spezialisierte Online-Handel im Wiener Einzelhandel (also die Branchengruppe Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten) ebenso wie im übrigen Österreich für die Einzelhandelsbeschäftigung insgesamt immer noch eine geringe Rolle. Gliedert man allerdings die Branchengruppen nach den Online-Ausgaben aus Konsument/innensicht (siehe Übersicht 2.19 in Abschnitt 2.4.5 für eine Definition der hier verwendeten Gruppen), so arbeiteten in Wien 2015 nach den Daten des Hauptverbandes rund 9,6% der voll-sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in einer Branchengruppe, in welcher der Online-Handel einen hohen Anteil am Gesamtumsatz ausmacht, und weitere 17,1% in einer Branchengruppe, in der der Online-Handel einen mittelhohen Beitrag zum Umsatz leistet. Demgegenüber liegt der Beschäftigungsanteil der Branchengruppen mit einem geringen Umsatzanteil im Online-Handel in Wien bei 33,2%. Damit sind in Wien Beschäftigte in Branchengruppen mit einer hohen bzw. mittleren Internet-Durchdringung – im Vergleich zum übrigen Österreich, wo der Beschäftigungsanteil dieser Branchengruppen bei 9,5% beziehungsweise 13,1% liegt – auch nach diesem Datensatz überrepräsentiert. Am deutlichsten überrepräsentiert sind in Wien allerdings Beschäftigte in Branchengruppen, deren Online-Umsatzanteil unbekannt ist, während Branchengruppen mit einem geringen Umsatzanteil im Online-Handel, deren Beschäftigtenanteil im übrigen Österreich bei 42,4% liegt – in Wien geringer vertreten sind.

Übersicht 3.1: Voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung nach Einzelhandelsbranchengruppen und Bedeutung des Online-Handels

	Wien			Übriges Österreich		
	2015	Anteil in %	Ø jährliches Wachstum 2008/20015	2015	Anteil in %	Ø jährliches Wachstum 2008/20015
<i>Branchengruppe des Einzelhandels (Einzelhandel mit...)</i>						
Waren verschiedener Art	17.506	29,8	+ 2,0	79.726	35,5	+ 1,9
Nahrungs- u. Genussmittel, Getränken u. Tabakwaren	4.368	7,4	- 1,9	10.080	4,5	- 1,3
Motorenkraftstoffen	912	1,6	- 0,9	8.009	3,6	+ 0,5
Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik	2.235	3,8	- 1,3	5.815	2,6	- 1,1
Sonst. Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker-, Einrichtungsbedarf	7.429	12,7	+ 2,9	37.921	16,9	+ 2,9
Verlagsprodukten, Sportausrüstungen u. Spielwaren	2.657	4,5	- 2,6	11.578	5,2	+ 0,1
mit sonstigen Gütern	22.352	38,1	+ 2,1	66.254	29,5	+ 0,9
an Verkaufsständen und auf Märkten	412	0,7	+ 2,0	1.308	0,6	+34,7
nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten	784	1,3	+ 1,9	3.909	1,7	- 2,6
<i>Anteil am Online-Handels</i>						
Hoher Anteil	5.609	9,6	- 1,3	21.228	9,5	- 0,7
Mittlerer Anteil	10.056	17,1	+ 1,9	30.903	13,8	+ 1,1
Geringer Anteil	19.491	33,2	+ 2,5	95.260	42,4	+ 2,7
Unbekannt	23.499	40,1	+ 1,0	77.209	34,4	+ 0,6

Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – GH = Großhandel, EH = Einzelhandel. – Anmerkungen: Unterschiede zur offiziellen Hauptverbandsstatistik ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Stichtage und Abgrenzungen.

3.1.2.2 Beschäftigungswachstum

Unter den, gemessen an der Beschäftigung wichtigen Branchengruppen in Wien ergeben sich wesentliche Unterschiede im Beschäftigungswachstum während und nach der Krise. So verzeichneten im Gesamtzeitraum 2008 bis 2015 der Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (+2,9% pro Jahr) und der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (+2,0%) die größten Beschäftigungsgewinne. Die voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung im Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (-2,6%), im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmittel sowie Getränken und Tabakwaren (-1,9%), im Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik (-1,3%) und im Einzelhandel mit Motorenkraftstoffen (-0,9%) schrumpfte in Wien in diesem Zeitraum hingegen, während im übrigen Österreich nur der Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik sowie der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln Rückgänge verzeichneten.

Eine zwischen Wien und dem übrigen Österreich recht unterschiedliche Entwicklung zeigt sich vielmehr im Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten, also dem eigentlichen (spezialisierten) Online-Handel. In Wien stieg die voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung in dieser Branchengruppe um jährlich durchschnittlich 1,9%, während sie im übrigen Österreich um jährlich durchschnittlich 2,6% zurückging. Damit zeigt sich für Wien in dieser Branchengruppe in den letzten Jahren ein klarer Standortvorteil, welcher für die Gesamtentwicklung allerdings (größenbedingt) kaum bedeutend war. Im Vergleich dazu verzeichnete der gesamte Branchentyp mit hoher Online-Durchdringung (mit den reinen Online-Händlern als Teilgruppe) seit 2008 sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich einen Rückgang seiner voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten. In Wien war dieser (mit jährlich durchschnittlich -1,3%) dabei höher als im übrigen Österreich (-0,7%). Bei den Branchen mit einem mittleren Umsatzanteil des Online-Handels sowie in den Branchen, in denen der Umsatzanteil des Online-Handels nicht bekannt ist, wuchs die voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung in Wien dagegen stärker als außerhalb Wiens. Branchen mit einem geringen Umsatzanteil des Online-Handels zeigten schließlich in der Beobachtungsperiode sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich den größten Beschäftigungszuwachs, wobei dieser allerdings außerhalb Wiens (mit +2,7% jährlich) etwas stärker war als in Wien (+2,5%).

Insgesamt ergibt somit eine Auswertung der Entwicklung der voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständigen Beschäftigung im Wiener Einzelhandel auch auf Basis der Daten des Hauptverbandes keine Hinweise für spezifische Standortvorteile Wiens in Bezug auf den Online-Handel seit 2008. Zwar war die Beschäftigungsentwicklung in Branchengruppen, in denen die auf den Online-Handel spezialisierten Unternehmen tätig sind, in Wien günstiger als im übrigen Österreich. Für die Gesamtbeschäftigung ist dieser Bereich allerdings noch immer kaum bedeutend. Bei einer Betrachtung der für die gesamte Beschäftigungsdynamik bedeutsameren Branchengruppen mit einem hohen Umsatzanteil des Online-Handels liegt Wien hingegen hinter dem übrigen Österreich. Hier wuchs die Beschäftigung vor allem in Branchen

mit einer mittleren Online-Durchdringung sowie in solchen mit unbekanntem Umsatzanteil im Online-Handel stärker als im übrigen Österreich.

3.1.3 Größenstruktur und Entwicklung der Betriebsgrößen

3.1.3.1 Größenstruktur

Eine Auswertung der Entwicklung der Beschäftigung in Beschäftigerbetrieben verschiedener Größen ermöglicht auch Aussagen über verschiedene Einzelhandelsformate in den einzelnen Branchengruppen des Wiener Einzelhandels. Dabei erweist sich der Handel insgesamt auch auf Basis der Daten des Individualdatensatzes des Hauptverbands als tendenziell kleinbetrieblich strukturierter Wirtschaftsbereich (Übersicht 3.2). So arbeiteten im Wiener Handel 2015 rund 47% der voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten in Beschäftigerbetrieben mit weniger als 50 voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten. Dies vorrangig aufgrund der Betriebsstruktur in Kfz- und Großhandel, wo der Beschäftigtenanteil in Betrieben kleiner 50 Beschäftigte bei 46% bzw. 57% liegt. Damit sind die Wiener Beschäftigerbetriebe freilich immer noch größer als im übrigen Österreich, wo der Anteil kleiner Betriebe (mit weniger als 50 voll-sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten) im gesamten Handel bei 53% liegt (Großhandel 60,7%, Kfz-Handel 68,6%).

Der Einzelhandel hebt sich in seiner Größenstruktur sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich durch eine deutlich größere Bedeutung großer Beschäftigerbetriebe ab. So arbeiteten im Wiener Einzelhandel etwa 33% der voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten in Beschäftigerbetrieben mit mehr als 500 Beschäftigten, obwohl in Wien nur 1 Promille der Beschäftigerbetriebe des Einzelhandels dieser Größenklasse angehörten. Im übrigen Österreich lag dieser Anteil bei rund 31% (bei einem Anteil der Beschäftigerbetriebe dieser Größe von 2 Promille). Damit war der Anteil der in solchen Großbetrieben Beschäftigten in Wien und auch im übrigen Österreich nur geringfügig geringer als im Durchschnitt aller Branchen. Dieser lag in Wien bei 36,0% und im übrigen Österreich bei 32,1%.

Getrieben wird diese Größenstruktur durch den Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, in der sich der überwiegende Teil der großen Lebensmittelketten Österreichs findet. In dieser Branchengruppe arbeiten mehr als drei Viertel der Beschäftigten in Wien und mehr als zwei Drittel der Beschäftigten im übrigen Österreich in Großbetrieben (Übersicht 3.2). Überdies weist sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich der Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgütern, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf sowie im übrigen Österreich auch die Branche Einzelhandel mit sonstigen Gütern einen hohen Anteil an Beschäftigten in Großbetrieben auf. Auch diese Branchengruppen waren in den letzten Jahrzehnten durch den Strukturwandel zu modernen (und großbetrieblich strukturierten) Handelsformaten geprägt.

Abgesehen vom Einzelhandel mit Waren verschiedener Art sind aber sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich die meisten Branchengruppen des Einzelhandels (z.B. der Einzelhandel mit Motorenkraftstoffen oder der Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik) durch einen hohen Beschäftigungsanteil in Kleinbetrieben geprägt. Dies trifft

auch auf den Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten zu, in dem die spezialisierten Online-Händler angesiedelt sind. Hier arbeiteten 2015 rund 60% der voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten in Beschäftigerbetrieben mit weniger als 50 Beschäftigten. Ähnliches gilt auch für die Branchen mit einem hohen Umsatzanteil des Online-Handels. Auch hier arbeiteten zuletzt mehr als die Hälfte der voll-sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Wien in Beschäftigerbetrieben mit weniger als 50 Beschäftigten.

Übersicht 3.2: Beschäftigung nach Beschäftigerbetriebsgröße und Branchen

In % der Gesamtbeschäftigung der Branche 2015

	Übriges Österreich				Wien			
	Bis 50	51 bis 100	101 bis 500	Mehr als 500	Bis 50	51 bis 100	101 bis 500	Mehr als 500
Branchendurchschnitt ohne Handel	36,4	8,7	22,8	32,1	34,5	8,2	21,3	36,0
Handel	52,8	9,6	19,6	18,0	46,7	11,2	22,5	19,7
<i>Handelsbranchenabteilungen</i>								
Kfz-Handel	68,6	14,2	16,3	1,0	46,1	14,3	39,6	-
Großhandel	60,7	13,0	23,5	2,8	56,8	15,7	22,3	5,2
Einzelhandel	44,4	6,5	18,2	31,0	40,1	7,6	19,7	32,6
<i>Einzelhandelsbranchengruppen</i>								
EH m. Waren verschiedener Art .	17,9	2,6	12,3	67,2	12,3	2,6	6,5	78,6
EH m. Nahrungs- u. Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren	80,1	5,6	14,3	-	57,0	0,0	43,0	-
EH m. Motorenkraftstoffen	91,2	3,4	5,4	-	89,3	10,7	0,0	-
EH m. Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik	84,4	13,4	2,1	-	55,2	40,0	4,7	-
EH m. so. Haushaltsgeräten, Textil, Heimw.- u. Einrichtungsbedarf	39,7	5,3	27,9	27,1	36,8	3,2	38,0	21,9
EH m. Verlagsprodukten, Sportausrüstungen u. Spielwaren	60,0	10,1	30,0	-	50,1	18,9	30,9	-
EH mit sonstigen Gütern	60,7	10,7	20,9	7,7	53,2	9,9	20,2	16,7
EH an Verkaufsständen u. Märkten	37,7	0,0	10,6	51,8	100,0	0,0	0,0	-
EH, nicht in Verkaufsräumen,	60,5	15,0	24,5	-	59,3	8,7	32,0	-
<i>Anteil des Online-Handels</i>								
Hoher Anteil	66,6	13,3	17,8	2,3	54,1	24,9	21,0	-
Mittlerer Anteil	55,2	13,3	29,9	1,6	38,5	14,5	28,9	18,1
Geringer Anteil	18,9	1,7	15,2	64,2	12,6	1,6	10,6	75,2
Unbekannt	66,4	7,5	15,3	10,7	60,4	5,0	23,4	11,2

Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – GH = Großhandel, EH = Einzelhandel. – Anmerkungen: Unterschiede zur Leistungs- und Strukturerhebung und anderen Unternehmensdatensätzen ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Abgrenzungen. Fehlende Werte=keine Beschäftigerbetriebe dieser Größengruppe registriert.

Branchen mit einem geringen Online-Handelsanteil sind hingegen überwiegend großbetrieblich organisiert, mehr als 75% der voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten arbeiten hier in Beschäftigerbetrieben mit mehr als 500 Beschäftigten. Insgesamt sind somit sowohl der spezialisierte Online-Handel selbst, als auch die besonders vom Online-Handel betroffenen Branchengruppen eher kleinbetrieblich strukturiert. Wirtschaftspolitisch scheint vor allem Letzteres insofern problematisch, als vielversprechende Wettbewerbsstrategien für stationäre Händler mit hoher Online-Konkurrenz, die im Wesentlichen auf eine höhere Eigenpräsenz im Online-Handel (Multi-Chanelling etc.) hinauslaufen (siehe Abschnitt 2.4), gerade für

kleine Handelsunternehmen wegen der dabei anfallenden Fixkosten schwer umzusetzen sein dürften.

3.1.3.2 Entwicklung der Betriebsgröße

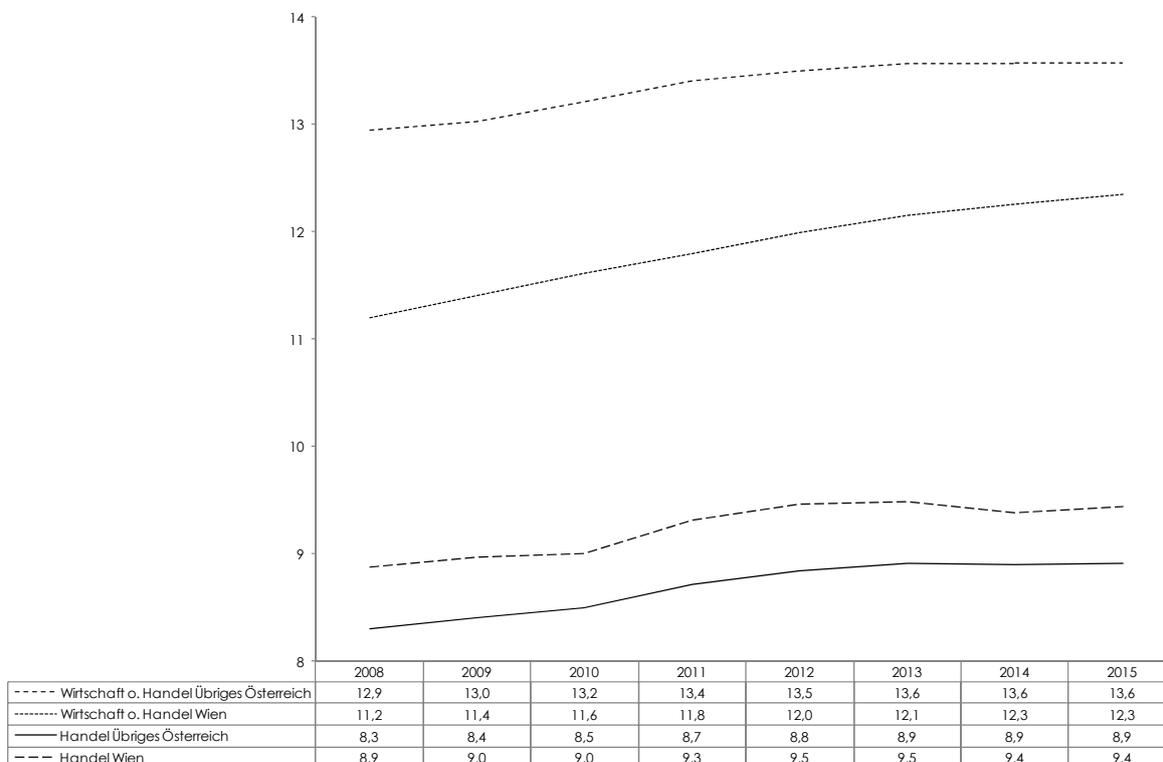
Eine der auffallendsten Entwicklungen im Handel und insbesondere im Einzelhandel war in den letzten Jahrzehnten die zunehmende durchschnittliche Betriebsgröße der Beschäftigterbetriebe. Diese ist ein Spiegelbild der zunehmenden Konzentrationsprozesse in dieser Branche, mit denen die Entwicklung neuer großformatiger Einzelhandelsformate verbunden war (vgl. Abschnitt 3.2). So zeigen etwa *Huber – Michenthaler (2009)*, dass im Zeitraum 1995 bis 2007 die Größe des durchschnittlichen Beschäftigterbetriebes im Handel von etwa 7 auf über 8,5 voll-sozialversicherungspflichtig Beschäftigte – und damit deutlich stärker als in den anderen Branchen – anstieg. Dieser Konzentrationsprozess war dabei weitgehend über alle Handelsbranchen im Gange, wobei er aber in den Großhandelsbranchen, im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art sowie im Bereich der Apotheken, in den auch die großen Drogerieketten fielen, am deutlichsten war. *Bierbaumer-Polly et al. (2014)* zeigen, dass sich diese Tendenz zu größeren Beschäftigterbetrieben im Handel auch in den Jahren seit der Wirtschaftskrise (2009 bis 2012) fortsetzte. In diesem Zeitraum stieg die durchschnittliche Größe eines Beschäftigterbetriebes im Handel im übrigen Österreich um 0,4 (von 8,4 auf 8,8) Beschäftigte, während der Anstieg im Rest der Wirtschaft 0,5 Beschäftigte betrug (von 13,0 auf 13,5).

Abbildung 3.3 zeigt die durchschnittliche Größe der Beschäftigterbetriebe in den Handelsbranchen und den anderen Wirtschaftssektoren jeweils für Wien und das übrige Österreich. Sie bestätigt zunächst die sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich nach wie vor unterdurchschnittliche Größe der Handelsbetriebe im Vergleich zum Rest der Wirtschaft, unterstreicht aber auch die Unterschiede in der Beschäftigterbetriebsgröße zwischen Wien und dem übrigen Österreich. Im Handel beschäftigte der durchschnittliche Wiener Beschäftigterbetrieb im Jahr 2014 9,4 voll-sozialversicherungspflichtige unselbständige Arbeitskräfte, im übrigen Österreich waren es 8,9. Damit war die durchschnittliche Betriebsgröße des Wiener Handels höher als jene im übrigen Österreich, in den übrigen Sektoren der Wirtschaft war die Betriebsgröße aber im übrigen Österreich (mit 13,6 voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten) deutlich größer als in Wien (mit 12,3 Beschäftigten).

In den Jahren seit 2008 war dabei das Wachstum der durchschnittlichen Betriebsgröße in den anderen Wirtschaftssektoren stärker als im Handel. So stieg die durchschnittliche Größe der Handelsbetriebe im Zeitraum 2008 bis 2015 im übrigen Österreich um 0,6 (von 8,3 auf 8,9) Beschäftigte an, während der Zuwachs in den anderen Wirtschaftssektoren im selben Zeitraum 0,7 (von 12,9 auf 13,6) Beschäftigte betrug. In Wien lag der Anstieg der durchschnittlichen Größe der Handelsbetriebe bei 0,5 Beschäftigten (von 8,9 auf 9,4) und war damit etwas geringer als im übrigen Österreich. In den anderen Wiener Wirtschaftssektoren erhöhte sich die durchschnittliche Betriebsgröße in Wien hingegen um 1,1 Beschäftigte (von 11,2 auf 12,3). Damit war dieser Anstieg höher als im Wiener Handel und auch höher als in den anderen Wirtschaftssektoren im übrigen Österreich.

Abbildung 3.3: Durchschnittliche Betriebsgröße im Handel und dem Rest der Wirtschaft (Wien und übriges Österreich)

Beschäftigte je Beschäftigerbetrieb



Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – Anmerkungen: Unterschiede zur Leistungs- und Strukturhebung und anderen Unternehmensdatensätzen ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Abgrenzungen.

Allerdings kam der Trend zu steigenden Beschäftigerbetriebsgrößen im Handel sowohl in Wien als auch im übrigen in den Jahren seit 2012 (also nach dem Ende des Beobachtungszeitraums von Bierbaumer-Polly et al., 2014) fast gänzlich zum Erliegen. Seit 2012 stieg die durchschnittliche Betriebsgröße im Handel im übrigen Österreich nur mehr um 0,1 Beschäftigte an. Im Wiener Handel kam es sogar zu einem Rückgang von –0,1 Beschäftigten. Gleichzeitig erhöhte sich die durchschnittliche Größe eines Betriebes in den anderen Wirtschaftssektoren im übrigen Österreich um 0,1 Beschäftigte, in Wien aber um 0,3 Beschäftigte⁷⁶⁾.

Dies betrifft allerdings nicht alle Handelsbranchen in gleichem Ausmaß (Übersicht 3.3). So stieg die durchschnittliche Beschäftigerbetriebsgröße im Einzelhandel im Zeitraum 2008 bis 2015 in Wien um 0,9 Beschäftigte und im übrigen Österreich um 1,2 Beschäftigte durchaus deutlich an, während sie im Großhandel österreichweit stagnierte, aber in Wien um 0,1 Be-

⁷⁶⁾ Diese Entwicklung dürfte mit der generell geringen Investitionsneigung der regionalen Unternehmen in der (Nach-)Krisenphase in Zusammenhang stehen (Mayerhofer, 2016). Im Einzelhandel kam sie vorrangig in einer verstärkten Vorsicht bei Expansionsstrategien auf Basis einer Ausweitung der Verkaufsflächen zum Ausdruck (vgl. Abschnitt 2.2).

schäftigte schrumpfte. Im Kfz-Handel ging die durchschnittliche Betriebsgröße sowohl im übrigen Österreich (um 0,4 Beschäftigte) als auch in Wien (um 0,1 Beschäftigte) zurück.

Übersicht 3.3: Entwicklung der durchschnittlichen Größe der Beschäftigterbetriebe nach Branchen und Jahren

Anzahl der voll-sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

	Wien			Übriges Österreich		
	2008	2015	2015-2008 Differenz	2008	2015	2015-2008 Differenz
Branchendurchschnitt ohne Handel	11,2	12,3	+ 1,1	12,9	13,6	+ 0,7
Handel insgesamt	8,9	9,4	+ 0,5	8,3	8,9	+ 0,6
<i>Handelsbranchenabteilungen</i>						
Kfz-Handel	11,0	10,9	- 0,1	9,1	8,7	- 0,4
Großhandel	9,1	9,0	- 0,1	7,2	7,3	+ 0,0
Einzelhandel	8,6	9,6	+ 0,9	9,2	10,4	+ 1,2
<i>Einzelhandelsbranchengruppen</i>						
EH m. Waren verschiedener Art .	22,3	23,3	+ 1,0	24,5	28,0	+ 3,5
EH m. Nahrungs- u. Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren	4,8	4,9	+ 0,2	3,7	3,6	- 0,1
EH m. Motorenkraftstoffen	4,6	6,2	+ 1,6	4,8	6,5	+ 1,7
EH m. Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik	6,5	7,2	+ 0,7	5,1	5,2	+ 0,2
EH m. so. Haushaltsgeräten, Textil, Heimw.- u. Einrichtungsbedarf	6,9	9,8	+ 2,9	8,3	10,2	+ 2,0
EH m. Verlagsprodukten, Sportausrüstungen u. Spielwaren	8,3	8,2	- 0,2	7,0	7,3	+ 0,3
EH mit sonstigen Gütern	8,0	8,4	+ 0,4	8,0	8,8	+ 0,8
EH an Verkaufsständen u. Märkten	2,7	2,3	- 0,4	1,5	6,3	+ 4,8
EH, nicht in Verkaufsräumen,	7,9	6,5	- 1,4	9,9	6,4	- 3,5
<i>Anteil des Online-Handels</i>						
Hoher Anteil	7,1	7,3	+ 0,2	6,7	6,5	- 0,2
Mittlerer Anteil	9,6	12,0	+ 2,4	8,3	9,6	+ 1,3
Geringer Anteil	20,1	24,2	+ 4,1	20,6	25,9	+ 5,4
Unbekannt	6,1	6,3	+ 0,2	6,3	6,7	+ 0,4

Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – GH = Großhandel, EH = Einzelhandel. – Anmerkungen: Unterschiede zur Leistungs- und Strukturerhebung und anderen Unternehmensdatensätzen ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Abgrenzungen.

Damit dürften sich die in den 1990er-Jahren beobachteten Konzentrationstendenzen im Handel insgesamt seit der Krise deutlich abgeschwächt, aber im Einzelhandel fortgesetzt haben. Dies trifft insbesondere auf jene Branchengruppen des Einzelhandels zu, in denen ein großer Teil der Einzelhandelsbeschäftigten arbeitet, und in denen große Betriebe eine besonders wichtige Rolle spielen (Übersicht 3.3). Im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, der durch besonders große Betriebe (von zuletzt durchschnittlich 23,3 Beschäftigten je Betrieb) geprägt ist und in dem viele der großen Einzelhandelsketten angesiedelt sind, stieg die durchschnittliche Betriebsgröße im Beobachtungszeitraum deutlich an. In Wien lag dieser Anstieg bei 1,0 Beschäftigten und im übrigen Österreich sogar bei 3,5 Beschäftigten. Ähnlich stieg auch die durchschnittliche Beschäftigterbetriebsgröße im Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Wien um 0,4 und im übrigen Österreich um 0,8 Beschäftigte). Die höchsten Zuwächse der durchschnittlichen Betriebsgröße unter den Einzelhandelsbranchen verzeichnete in Wien (mit +2,9 Beschäftigten) aber der Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und

Einrichtungsbedarf, in dem große Fachmärkte eine wichtige Rolle einnehmen. Hier stieg die durchschnittliche Betriebsgröße im übrigen Österreich um 2,0 Beschäftigte an. Insgesamt kam es daher in den Jahren seit 2008 gerade in jenen Bereichen, in denen große Einzelhandelsformate eine besonders wichtige Rolle spielen, zu einem weiteren Anstieg der durchschnittlichen Betriebsgrößen.

Im Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten, also der Branchengruppe, die auch den spezialisierten Online-Handel beinhaltet, sank hingegen die durchschnittliche Betriebsgröße sowohl in Wien (um 1,4 Beschäftigte) als auch in Österreich (um 3,5 Beschäftigte). Auch war der Anstieg in der durchschnittlichen Beschäftigterbetriebsgröße in den Branchengruppen mit einem hohen Umsatzanteil des Online-Handels deutlich schwächer als in jenen Branchengruppen, in welchen der Online-Handel (noch) keinen wesentlichen Vertriebskanal bildet. In Wien stieg die durchschnittliche Beschäftigterbetriebsgröße im Zeitraum 2008 bis 2015 bei Branchengruppen mit hoher Internet-Durchdringung mit +0,2 voll-sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nur geringfügig, im übrigen Österreich war sie leicht rückläufig (um -0,2 voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigte). Bei solchen mit niedriger Online-Durchdringung erhöhte sich die durchschnittliche Beschäftigterbetriebsgröße in Wien im selben Zeitraum dagegen um 4,1 Beschäftigte, im übrigen Österreich um 5,4 Beschäftigte.

Insgesamt erweist sich der Wiener Einzelhandel somit in Hinblick auf Stand und Entwicklung der Beschäftigterbetriebsgrößen als gespalten. Auf der einen Seite stehen jene Branchengruppen, in welchen der Strukturwandel zu großformatigeren Angebotsformen und einer filialisierten Unternehmensorganisation schon weit fortgeschritten ist. Gerade sie sind bisher (mit dem Lebensmittelhandel als Paradebeispiel) vom aufkommenden Online-Handel nur wenig tangiert, der Wandel zu modernen Angebotsformaten und die damit verbundenen Konzentrationstendenzen auf Unternehmensebene setzen sich hier weiter fort. Dagegen hat sich die kleinbetriebliche Struktur in jenen Branchengruppen, die vom Online-Handel in besonderem Maße betroffen sind, seit der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise sogar noch leicht verfestigt. Eine leichte Abnahme der Beschäftigterbetriebsgröße seit 2008 (-0,2 Beschäftigte) könnte hier die These stützen, dass es vor allem traditionelle stationäre Einzelhandelsunternehmen im kleineren bis mittleren (Familien-)Betriebssegment sind, welche dem doppelten Druck von modernen Angebotsformaten und zunehmender Online-Konkurrenz nicht mehr standhalten. Wirtschaftspolitisch könnte dies zu spezifischen Initiativen Anlass geben, die KMU in onlineaffinen Branchengruppen in der Umsetzung von Strategien zur Nutzung von modernen E-Commerce-Lösungen als zusätzlichem Vertriebskanal und Marketinginstrument unterstützen.

3.1.4 Umschlag auf Arbeitsplatz- und Arbeitskräfteebene

Insgesamt war der (Wiener) Handel also seit der Finanz- und Wirtschaftskrise durch eine erhebliche Heterogenität in der Beschäftigungs- und Betriebsgrößenentwicklung geprägt. Dies hat auch erhebliche Anforderungen an die numerische Flexibilität der im Handel be-

schäftigten Arbeitskräfte zur Folge, weil bei heterogenen Wachstumsbedingungen Arbeitskräfte in schrumpfenden Betrieben ihren Arbeitsplatz verlieren, während in wachsenden Betrieben Arbeitskräfte eingestellt werden. Zudem tragen auch unternehmensinterne Restrukturierungsprozesse, der natürliche Abgang von Arbeitskräften sowie Informationsdefizite auf Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite potentiell zu einer erhöhten Zahl von Kündigungen wie Beschäftigungsaufnahmen bei.

Übersicht 3.4: Arbeitsplatzschaffung, -vernichtung und -umschlag nach Branchengruppen und Anteil des Online-Umsatzes und Beschäftigterbetriebsgröße in Wien und dem übrigen Österreich

	Übriges Österreich			Wien		
	Arbeitsplatzschaffung	Arbeitsplatzvernichtung	Arbeitsplatzumschlag	Arbeitsplatzschaffung	Arbeitsplatzvernichtung	Arbeitsplatzumschlag
Branchendurchschnitt ohne Handel	8,0	-7,2	15,2	9,5	-8,8	18,3
Handel	8,5	-7,8	16,4	9,3	-9,2	18,5
<i>Handelsbranchenabteilungen</i>						
Kfz-Handel	7,7	-7,4	15,1	8,3	-8,8	17,1
Großhandel	8,8	-8,6	17,5	8,5	-9,8	18,3
Einzelhandel	8,6	-7,4	16,0	10,0	-8,8	18,8
<i>Einzelhandelsbranchengruppen</i>						
EH m. Waren verschiedener Art	6,0	-4,4	10,3	8,1	-6,4	14,5
EH m. Nahrungs- u. Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren	10,6	-11,6	22,2	8,8	-10,5	19,3
EH m. Motorenkraftstoffen	14,1	-13,6	27,7	15,0	-15,8	30,8
EH m. Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik	10,7	-11,7	22,4	13,1	-14,3	27,4
EH m. sonst. Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker-, Einrichtungsbedarf	11,4	-9,1	20,4	11,8	-9,4	21,2
EH m. Verlagsprodukten, Sportausrüstungen u. Spielwaren	8,5	-8,4	16,9	7,9	-10,2	18,1
EH mit sonstigen Gütern	8,3	-7,5	15,9	10,4	-8,6	18,9
EH an Verkaufsständen und auf Märkten	49,2	-12,9	62,1	24,4	-22,9	47,3
EH nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen und auf Märkten	12,4	-15,0	27,3	11,9	-10,4	22,3
<i>Anteil des Online-Handels</i>						
Hoher Anteil	9,7	-10,3	20,0	11,0	-12,1	23,2
Mittlerer Anteil	9,0	-8,1	17,0	9,8	-8,2	18,0
Geringer Anteil	6,8	-4,6	11,4	7,5	-5,4	12,9
Unbekannt	10,1	-9,6	19,7	11,8	-10,9	22,7
<i>Nach Beschäftigterbetriebsgröße im Einzelhandel</i>						
Bis 50 Beschäftigte	12,3	-11,5	23,8	16,4	-15,2	31,7
51 bis 100 Beschäftigte	7,8	-6,7	14,5	6,7	-9,5	16,2
101 bis 500 Beschäftigte	6,1	-6,8	12,9	5,3	-5,2	10,5
Mehr als 500 Beschäftigte	4,5	-1,8	6,3	5,4	-2,5	7,9

Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – GH = Großhandel, EH = Einzelhandel. – Anm.: Unterschiede zur Leistungs- und Strukturhebung und anderen Unternehmensdatensätzen ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Abgrenzungen.

3.1.4.1 Arbeitsplatzumschlag

Anhand des Individualdatensatzes des Hauptverbandes kann zur Messung dieser numerischen Flexibilität auf Seiten der Arbeitsplätze die Zahl der in einem durchschnittlichen Jahr in

wachsenden Beschäftigerbetrieben neu geschaffenen Arbeitsplätze ("Arbeitsplatzschaffung"), die Zahl der in schrumpfenden Beschäftigerbetrieben vernichteten Arbeitsplätze ("Arbeitsplatzvernichtung"), sowie deren Summe ("Arbeitsplatzumschlag") berechnet werden. Diese Kennzahlen bestätigen die große Heterogenität der betrieblichen Wachstumsprozesse sowie den deutlichen betrieblichen Strukturwandel im Handel insgesamt in aller Klarheit. So wurden im Wiener Handel zwischen 2009 und 2015 pro Jahr rund 9,3% der Arbeitsplätze in wachsenden Beschäftigerbetrieben neu geschaffen, während im gleichen Zeitraum in schrumpfenden Betrieben rund 9,2% der Arbeitsplätze vernichtet wurden. Dementsprechend wurden im Wiener Handel pro Jahr also fast ein Fünftel der Arbeitsplätze (18,5%) umgeschlagen. Im Handel außerhalb Wiens waren dies hingegen 16,4% der Arbeitsplätze, im Branchendurchschnitt Wiens (ohne Handel) 18,3%.

Nach Branchenabteilungen waren dabei die Unternehmen im Wiener Einzelhandel in ihrer Wachstums-Performance etwas heterogener als im Kfz-Handel und im Großhandel. Diese größere Heterogenität geht vorrangig auf die kleinen Beschäftigerbetriebe zurück und ist dementsprechend in den kleinbetrieblich strukturierten Branchengruppen des Einzelhandels (wie etwa dem EH mit Motorkraftstoffen oder dem EH an Verkaufsständen) besonders hoch. Im (großbetrieblich strukturierten) Handel mit Waren verschiedener Art ist der Arbeitsplatzumschlag – und somit die Heterogenität des Wachstums – mit 14,5% der Beschäftigten in einem Jahr dagegen unter allen Branchengruppen des Einzelhandels am geringsten. Nicht zuletzt nimmt die Turbulenz auf Arbeitsplatzebene in der Tendenz auch mit dem Umsatzanteil des Online-Handels zu – wobei dies allerdings vorrangig wohl mit der oben gezeigten kleinbetrieblichen Struktur der Branchengruppen mit hohem Umsatzanteil des Online-Handels in Zusammenhang stehen dürfte (vgl. Abschnitt 3.1.3).

3.1.4.2 Arbeitskräfteumschlag

Auf Seiten der Beschäftigungsverhältnisse können als Maßzahlen für die numerische Flexibilität der Arbeitskräfte in ähnlicher Methodik die Zahl der Beschäftigungsaufnahmen und -beendigungen (relativ zur Zahl der Beschäftigten, "Zugänge" bzw. "Abgänge") sowie deren Summe (als "Arbeitskräfteumschlag") herangezogen werden⁷⁷⁾. Die Untersuchung der Handelsbeschäftigung von *Huber – Michenthaler* (2009) und die Jahre 1995 bis 2007 findet hier für Österreich, dass der Handel hinsichtlich des Umschlags an Beschäftigungsverhältnissen (d.h. seines Arbeitskräfteumschlags) insbesondere in den 1990er-Jahren über dem Branchendurchschnitt (ohne Saisonbranchen) lag, dass sich dieser Umschlag aber in den 2000er-Jahren sukzessive an das gesamtwirtschaftliche Niveau annäherte. Ähnlich finden *Bierbaumer-Polly et*

⁷⁷⁾ Im Detail messen dabei die Zugänge in Periode t die Zahl der Arbeitnehmer/innen, die zwischen den Zeitpunkten t und $t-1$ in einem Betrieb ein Beschäftigungsverhältnis aufnehmen. Die Abgänge in Periode t messen hingegen die Zahl der Arbeitnehmer/innen, die zwischen den Zeitpunkten t und $t-1$ ein Beschäftigungsverhältnis beenden. Auf Grundlage dieser Definitionen ist der Arbeitskräfteumschlag die Summe von Zugängen und Abgängen. Er misst den jährlichen Umschlag an Beschäftigungsverhältnissen in einem Betrieb. Dieser übersteigt das Beschäftigungswachstum einer Branche zumeist um ein Vielfaches, weil Zu- und Abgänge in deutlich höherem Ausmaß stattfinden, als es aufgrund von Wachstums- bzw. Schrumpfungsprozessen auf Betriebsebene notwendig wäre.

al. (2014), dass der Arbeitskräfteumschlag im Handel in den Jahren seit dem Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise weiter abgenommen hat, sodass dieser Indikator im Durchschnitt der Jahre 2008/2012 österreichweit um 10 Prozentpunkte unter jenen der anderen Branchen-
gruppen (ohne Saisonbranchen) lag.

Eine aktuelle Betrachtung der jährlichen Zu- und Abgänge zur Beschäftigung sowie des Arbeitskräfteumschlags im Handel in Wien und im übrigen Österreich (Abbildung 3.4) bestätigt zunächst diese Evidenz einer – im Vergleich zur Gesamtwirtschaft – insgesamt rückläufigen Umschlagsdynamik im Handel für das übrige Österreich. So wurden im übrigen Österreich im Durchschnitt der Jahre 2008 bis 2015 im Handel jährlich rund 82,2% der Beschäftigungsverhältnisse umgeschlagen (wovon 41,4 Prozentpunkte aus Beschäftigungsaufnahmen und 40,8 PP aus Beschäftigungsbeendigungen resultierten). Im Durchschnitt der anderen Wirtschaftsbereiche (ohne Saisonbranchen) waren es demgegenüber 89,8% (45,4 PP aus Beschäftigungsaufnahmen, 44,4 PP aus Beschäftigungsbeendigungen). Damit ist der österreichische Handel insgesamt im Lauf der Nachkrisenjahre tatsächlich zu einem Wirtschaftsbereich mit unterdurchschnittlichem Beschäftigungsumschlag geworden, wobei sich diese geringere Turbulenz auf Beschäftigungsebene für alle Einzeljahre seit 2008 zeigt.

Spezifikum des Wiener Handels ist eine noch deutlich höhere (aber ebenfalls abnehmende) Turbulenz auf Arbeitskräfteebene: So wurde in Wien im Durchschnitt der Jahre 2008 bis 2015 im Handel jährlich fast der gesamte Beschäftigtenbestand (97,7%; davon 47,0 PP aus Beschäftigungsaufnahmen, 46,7 PP aus Beschäftigungsbeendigungen) umgeschlagen, deutlich mehr als im Handel im übrigen Österreich, aber auch in den übrigen Wirtschaftsbereichen (ohne Saisonbranchen) Wiens (92,5%; davon 46,7 PP aus Beschäftigungsaufnahmen, 45,8 PP aus Beschäftigungsbeendigungen). Allerdings sind diese hohen Umschlagszahlen gerade in Wien im Vergleich zu den anderen Wirtschaftssektoren im Beobachtungszeitraum deutlich zurückgegangen, vorrangig durch eine Abnahme der Beschäftigungsbeendigungen bedingt. Lag der Arbeitskräfteumschlag im Wiener Handel noch 2008 um 10,5 Prozentpunkte höher als in den übrigen Wirtschaftssektoren (ohne Saisonbranchen), so war er 2015 um 4,7 Prozentpunkte niedriger als in der übrigen Stadtwirtschaft. Auch der Wiener Handel hat sich also (allerdings erst seit 2011) zu einer Branchengruppe mit unterdurchschnittlichem Beschäftigungsumschlag entwickelt.

Dabei ist dieser Rückgang in der Beschäftigungsturbulenz sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich in allen Abteilungen des Handels festzustellen. Einzige Ausnahme war der Kfz-Handel, in dem das Ausgangsniveau des Beschäftigungsumschlags allerdings das niedrigste unter allen Handelsabteilungen war. Im Einzelhandel verringerte sich der Arbeitskräfteumschlag in Wien dagegen um immerhin 12,7 Prozentpunkte (von 119,0% auf 106,3%) und im Wiener Großhandel um 10,6 Prozentpunkte (von 73,3% auf 62,7%), die Turbulenz auf Arbeitskräfteebene hat damit hier noch stärker abgenommen als im übrigen Österreich (Einzelhandel hier –7,4 PP; Großhandel –4,3 PP).

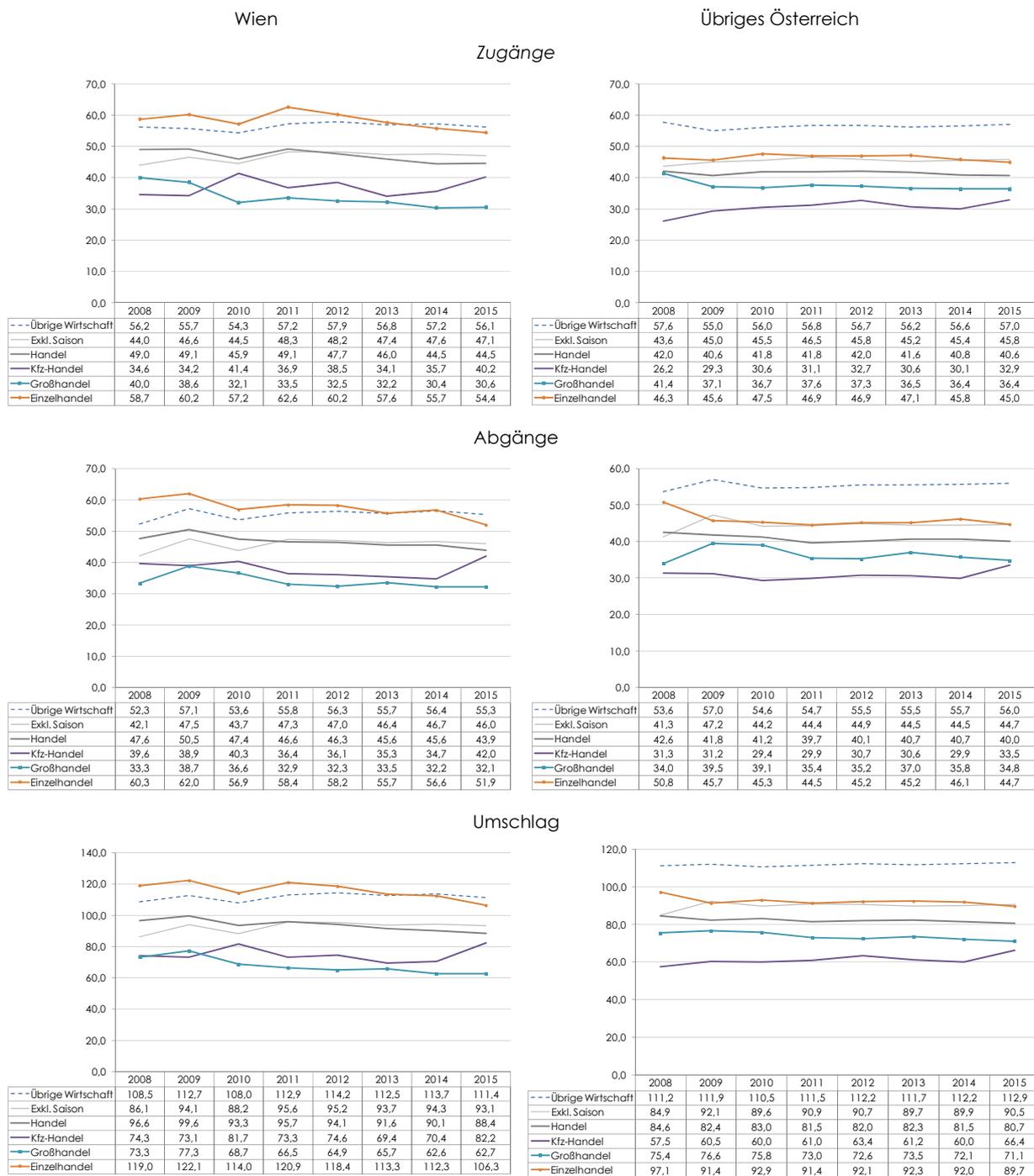
Trotzdem bleibt der Einzelhandel damit auch 2015 immer noch eine Branchenabteilung, die sowohl im übrigen Österreich als auch in Wien einen ungleich höheren Arbeitskräfteumschlag

aufwies als die anderen Branchengruppen (ohne Saisonbranchen). In Wien kam die Turbulenz sogar an den Umschlag der übrigen Wirtschaft einschließlich der Saisonbranchen heran. Der in neuerer Zeit unterdurchschnittliche Beschäftigtenumschlag im gesamten Handel ist also vorrangig auf die deutlich geringere Turbulenz in den Beschäftigungsverhältnissen von Großhandel und Kfz-Handel zurückzuführen. Der Einzelhandel trägt dagegen nach wie vor erheblich zur Verstärkung des Beschäftigtenumschlags im gesamten Handel bei.

Dabei geht der unverändert hohe Beschäftigtenumschlag im Wiener Einzelhandel – abgesehen von einigen, gemessen am Beschäftigungsanteil sehr kleinen Branchengruppen wie dem Einzelhandel an Verkaufsständen und Märkten und dem Einzelhandel mit Motorkraftstoffen – vor allem auf die "großen" Branchengruppen des Einzelhandels zurück, namentlich den Einzelhandel mit Waren verschiedener Art und den Einzelhandel mit sonstigen Waren, welche wegen ihres großen Gewichts in der Beschäftigtenstruktur auch das Gesamtergebnis zu großen Teilen bestimmen. Hier ist der jährliche Arbeitskräfteumschlag in Wien (ebenso wie im Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf und im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren) auch zuletzt deutlich höher als der Beschäftigtenbestand (> 110%) und liegt auch erheblich über dem Vergleichswert für das übrige Österreich. Insgesamt ist der Umschlag an Arbeitsplätzen damit in Wien vor allem in Branchengruppen hoch, in denen moderne Angebotsformate (und große Beschäftigerbetriebe) eine wesentliche Rolle spielen. Dies, obwohl – wie oben gezeigt – der Umschlag an Arbeitsplätzen (und damit die Heterogenität betrieblicher Wachstumsprozesse) in diesen Branchengruppen keineswegs hoch ist. Die hier agierenden Beschäftigerbetriebe schlagen also in der Tendenz deutlich mehr Arbeitskräfte um, als gemessen an den hier vorfindlichen betrieblichen Wachstumsprozessen zu erwarten wäre. Relativ kurz dauernde bzw. instabile Beschäftigungsverhältnisse dürften daher gerade in diesen, für die Einzelhandelsbeschäftigung in Wien zentralen Branchengruppen von einiger Bedeutung sein.

Abbildung 3.4: Entwicklung des Arbeitskräfteumschlags im Handel nach Branchengruppen (Wien und übriges Österreich)

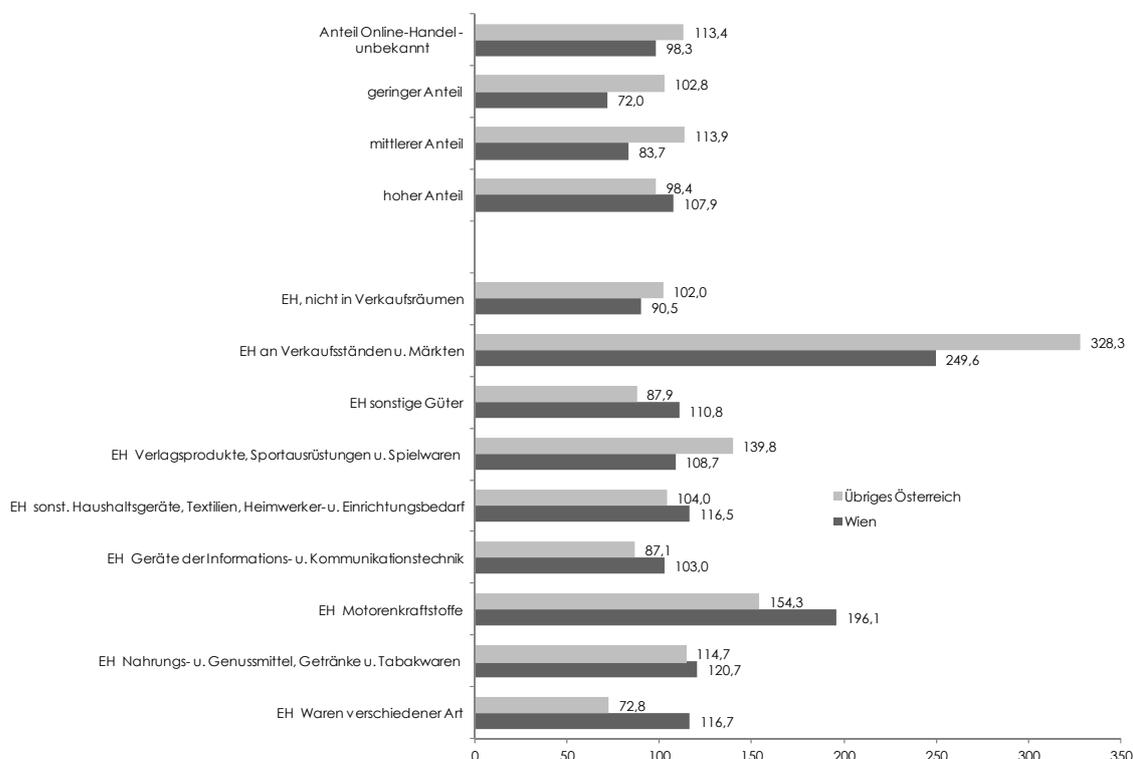
Jährlicher Durchschnitt 2008-2015 in % der Beschäftigten



Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – GH = Großhandel, EH = Einzelhandel. Saisonbranchen = Bauwirtschaft, Gaststätten- und Beherbergungswesen, Nicht-Saisonbranchen = alle Branchen ohne Saisonbranchen.

Abbildung 3.5: Arbeitskräfteumschlag in den Handelsbranchen in Wien und im übrigen Österreich

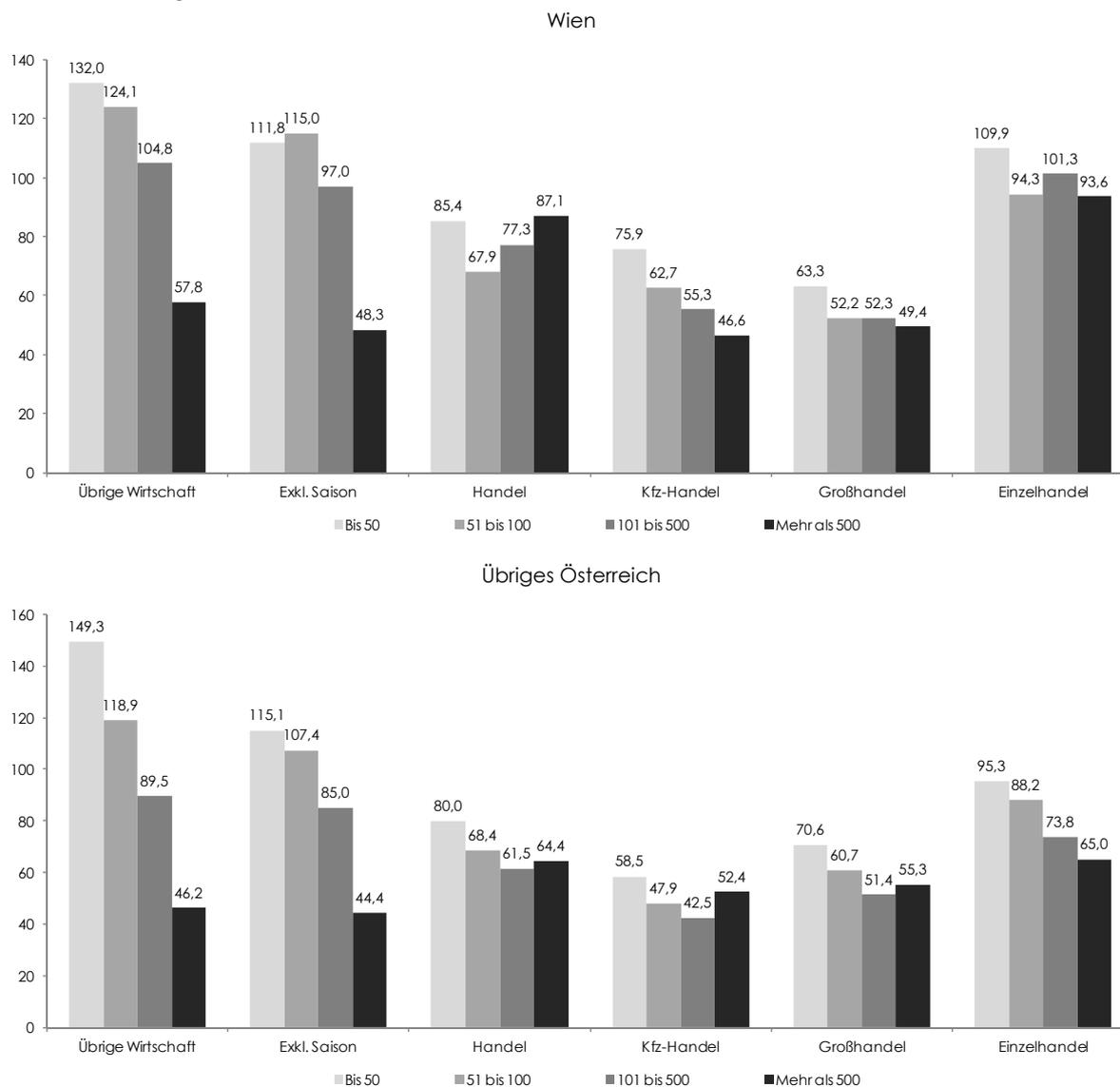
Durchschnitte 2008 bis 2015, in % der Beschäftigung



Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen.

Spezifikum des Wiener Einzelhandels ist zudem, dass der Arbeitskräfteumschlag mit der Bedeutung des Online-Handels in der Branche tendenziell zunimmt. Während der Beschäftigungsumschlag im übrigen Österreich in Einzelhandelsbranchen mit mittlerem Online-Umsatzanteil am höchsten ist und sich zwischen den gebildeten Gruppen nach Internet-Durchdringung nur wenig unterscheidet, wurden in Wien im Durchschnitt der Jahre 2008 bis 2015 in Branchengruppen mit einem hohen Online-Umsatzanteil immerhin rund 108% der Arbeitsplätze umgeschlagen, in solchem mit geringen Online-Umsatzanteil dagegen nur 72% (Kategorie unbekannt 98,3%).

Abbildung 3.6: Arbeitskräfteumschlag nach Betriebsgröße im Handel und anderen Branchen (Wien und übriges Österreich)



Q: INDI-DV, WIFO-Berechnungen. – !) Exklusive Saisonbranchen (Beherbergungs- und Gaststättenwesen, Bauwesen).

Letztlich dürften nicht zuletzt auch regionale wie sektorale Unterschiede im Verhalten von großen und kleinen Beschäftigterbetrieben für den höheren Arbeitskräfteumschlag in den Branchengruppen des Wiener Handels ausschlaggebend sein. So zeigt sich auch in den Branchenabteilungen des Handels (in Wien wie dem übrigen Österreich) in der Tendenz ein negativer Zusammenhang zwischen Betriebsgröße und Arbeitskräfteumschlag, kleine Betriebe sind damit auch im Handel durch eine höhere Beschäftigtenfluktuation gekennzeichnet als große. Allerdings verläuft der Rückgang des Beschäftigungsumschlags mit der Betriebsgröße in allen Branchengruppen des Handels sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich deut-

lich flacher als in der übrigen Wirtschaft (mit und ohne Saisonbranchen), womit große Handelsunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten in Wien (Ausnahme Kfz-Handel) wie dem übrigen Österreich einen höheren Arbeitskräfteumschlag aufweisen als in den übrigen Wirtschaftssektoren. Im Gegensatz zum Durchschnitt der anderen Wirtschaftssektoren ist im Handel der negative Zusammenhang zwischen Arbeitskräfteumschlag und Betriebsgröße also keineswegs markant, wobei hier Wien mit einem u-förmigen Verlauf mit hohem Beschäftigungsumschlag vor allem in kleinen, aber auch großen Betrieben noch einen Sonderfall darstellt. Grund dafür ist vor allem der Wiener Einzelhandel, für den – bei durchgängig höherem Arbeitskräfteumschlag als im nationalen Einzelhandel – kaum eine Abnahme dieses Umschlags mit der Betriebsgröße erkennbar ist. Damit liegt der Beschäftigtenumschlag in den großen Beschäftigterbetrieben des Wiener Einzelhandels um mehr als 28 Prozentpunkte über jenem in den Großbetrieben des Einzelhandels im übrigen Österreich und um rund 45 Prozentpunkte höher als in den großen Betrieben der übrigen Wiener Wirtschaft (ohne Saisonbranchen) – eine Besonderheit, die zusammen mit dem hohen Gewicht dieser Betriebe in der regionalen Beschäftigtenstruktur die insgesamt höheren Umschlagszahlen im Wiener (Einzel-) Handel in erheblichen Teilen erklären kann. Zusammen mit der im letzten Abschnitt dargestellten geringen Heterogenität betrieblicher Wachstumsprozesse gerade im großbetrieblichen Einzelhandel ist sie zudem einmal mehr Indiz für eine nur geringe Arbeitskräftestabilität in den Großbetrieben des Wiener Einzelhandels.

3.1.5 Beschäftigungsaufnahmen

Der vergleichsweise hohe Arbeitskräfteumschlag im Wiener (Einzel-)Handel bedeutet auch, dass dieser Wirtschaftssektor relativ zur Zahl seiner Beschäftigten (und auch im Vergleich zum Beschäftigungswachstum) in einem typischen Jahr besonders viele Arbeitskräfte aufnimmt. Wirtschaftspolitisch ist es daher von Interesse, die Struktur dieser Zugänge zu den Handelsbranchen zu untersuchen, um herauszufinden, woher diese Branchen ihre Arbeitskräfte beziehen, wer die in den (Einzel-)Handel zugehenden Arbeitskräfte sind und inwiefern der (Einzel-)Handel einen geeigneten "Einstiegssektor" für einen Übergang aus der Arbeitslosigkeit oder der Nicht-Erwerbstätigkeit in Beschäftigung darstellt. Anhand der Daten des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger kann hier insbesondere untersucht werden:

- Wie viele der Personen mit einer Beschäftigungsaufnahme im (Einzel-)Handel zuvor schon einmal unselbständig beschäftigt waren und in welcher Branche solche Personen zuletzt gearbeitet haben,
- welcher Zeitraum zwischen dem Abgang aus der letzten unselbständigen Beschäftigung und dem Zugang in die aktuelle Beschäftigung verstrichen ist und
- welche anderen sozialversicherungsrechtlich relevanten Positionen diese Personen zwischen diesen beiden Beschäftigungsverhältnissen einnahmen.

Um diese Fragestellungen zu untersuchen, wurden in der vorliegenden Studie ähnlich wie in *Bierbaumer-Polly et al. (2014)* anhand des Individualdatensatzes des Hauptverbandes die Vor-

karrieren all jener Personen untersucht, die zu einem Stichtag (am 7.9.2015) voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig beschäftigt waren und deren Beschäftigungsverhältnis erst seit maximal einem Jahr aufrecht war. Damit werden hier nur die Vorkarrieren von Personen mit neu begründeten Beschäftigungsverhältnissen analysiert, während stabil Beschäftigte von der Untersuchung ausgeklammert bleiben.

Diese Vorkarrieren bauen dabei auf dem Konzept des dominanten Erwerbsstatus auf, um sicherzustellen, dass pro Tag und Person nur ein Versicherungsstatus eingenommen werden kann. In der vorliegenden Studie wurde dieser dominante Erwerbsstatus über die Dauer eines Sozialversicherungszustandes definiert. Er gibt damit an, welchen Versicherungsstatus eine Person in einem bestimmten Zeitraum an mehr als der Hälfte der betrachteten Tage innehatte⁷⁸⁾. Dabei wurden zwei verschiedene Beobachtungszeiträume gewählt. In einer ersten Variante wird der 12-Monatszeitraum vor der Aufnahme des aktuellen Beschäftigungsverhältnisses betrachtet. In einer zweiten Variante steht hingegen der Zeitraum zwischen dem Abgang aus der letzten unselbständigen Beschäftigung und dem Zugang in das aktuell aufrechte Beschäftigungsverhältnis im Vordergrund, womit hier ein für jede Person unterschiedlich langer Zeitraum im Vordergrund steht – je nachdem, wie lange eine Person ohne Beschäftigung war.

Die erste dieser Varianten hat den Vorteil, dass sämtliche Beschäftigungsaufnahmen mit einbezogen werden können, während in der zweiten Variante Personen, die erstmals auf dem Arbeitsmarkt auftreten, per Definition ausgeklammert bleiben. Demgegenüber hat die zweite Variante den Vorteil, dass hier auch beurteilt werden kann, wie rasch Personen nach einem Beschäftigungsabgang neuerlich eine Arbeit aufnehmen, aus welcher Branche sie kommen und wie sich die Übergangszeit zwischen zwei Beschäftigungsverhältnissen gestaltet⁷⁹⁾.

3.1.5.1 Struktur der Beschäftigungsaufnahmen

Übersicht 3.5 zeigt auf dieser Basis die Verteilung der in einem Jahr im Handel, im Einzelhandel und in anderen Branchen aufgenommenen Beschäftigungsverhältnisse. Im Handel insgesamt ist danach der Anteil der jungen Frauen und auch der Frauen insgesamt an den Beschäfti-

⁷⁸⁾ Um einen solchen dominanten Status zu definieren, müssen verschiedene, möglicherweise parallel auftretende Zustände (wie etwa eine geringfügige Beschäftigung und eine Arbeitslosigkeit) zuvor priorisiert werden. Hierzu wurde folgende Hierarchie der Erwerbsstadien herangezogen: (1) Beschäftigung, (2) Pension, (3) Kinderbetreuungsgeld, (4) Arbeitslosigkeit, (5) Selbständigkeit, (6) atypische Beschäftigung und (7) außerhalb des Erwerbslebens. Tage ohne Einträge im Hauptverbandsdatensatz werden der Kategorie (8) "unbekannt" zugeschrieben und dem Status außerhalb des Erwerbslebens zugerechnet.

⁷⁹⁾ Eine Konsequenz der zweiten Variante ist aber, dass sie auf die letzte unselbständige, voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung abstellt und daher andere Erwerbspositionen (wie etwa Selbständigkeit, freie Dienstverträge, Werkverträge oder geringfügige Beschäftigungsverhältnisse) bei der Berechnung von Übergangsdauern unberücksichtigt bleiben. Dies hat durchwegs inhaltliche Gründe. So bleibt die geringfügige Beschäftigung außer Acht, weil sie angesichts des geringen Einkommens als prekär einzustufen ist. Freie Dienstverträge bzw. Werkverträge werden hingegen nicht berücksichtigt, weil sie von den Betroffenen vielfach als Übergangslösung betrachtet werden (Kirisits, 2003). Auch eine Selbständigkeit vor Aufnahme einer unselbständigen Beschäftigung wird oft als Übergangslösung mangels anderer Beschäftigungsmöglichkeiten bewertet. Im Übrigen sind auch die Fallzahlen dieser Übergänge sehr gering, sodass es hier zu keiner Verzerrung durch die gewählte Abgrenzung kommen sollte.

gungsaufnahmen auffallend hoch. So liegt der Anteil der unter 24-jährigen Frauen an den Erstaufnahmen im Wiener Handel bei 12,9%, während er im Durchschnitt aller anderen Branchen bei 7,6% liegt. Der Frauenanteil an den Beschäftigungsaufnahmen im Wiener Handel insgesamt macht 52,8% aus, in den anderen Branchen der Wiener Stadtwirtschaft dagegen 44,9%. Im Gegensatz zur übrigen regionalen Wirtschaft nehmen also im Handel zum überwiegenden Teil Frauen eine Beschäftigung auf. Dabei ist der Frauenanteil an den Erstaufnahmen im Handel in allen Altersgruppen höher als bei den Männern, wobei unter Letzteren auch nur die jüngsten Alterskohorte (bis 24-Jährige) mit in Wien 10,9% einen höheren Anteil an den Beschäftigungsaufnahmen aufweist als in den übrigen Wiener Wirtschaftszweigen. Insgesamt zeigt diese Auswertung die Eigenschaft des Wiener Handels als wichtiger Arbeitgeber für junge Arbeitskräfte und Frauen also in aller Deutlichkeit.

Übersicht 3.5: Alters- und Geschlechtsverteilung von Neuzugängen in die unselbständige Beschäftigung

Anteile in %

	Übriges Österreich			Andere Branchen	Wien	
	Andere Branchen	Handel	Einzelhandel		Handel	Einzelhandel
<i>Weiblich</i>						
Bis 24 Jahre	8,1	14,3	20,2	7,6	12,9	17,8
25 bis 44 Jahre	21,6	27,5	35,2	27,7	30,9	34,1
45 bis 49 Jahre	4,2	5,5	6,9	4,2	4,0	4,1
50 bis 54 Jahre	3,6	4,4	5,6	3,1	2,9	3,1
Ab 55 Jahre	2,7	2,7	3,4	2,2	2,0	2,1
Insgesamt	40,3	54,4	71,2	44,9	52,8	61,2
<i>Männlich</i>						
Bis 24 Jahre	11,5	12,3	8,5	7,8	10,9	11,6
25 bis 44 Jahre	31,0	22,4	14,3	32,5	26,5	20,9
45 bis 49 Jahre	6,2	4,4	2,3	5,6	4,0	2,6
50 bis 54 Jahre	5,5	3,4	1,9	4,7	3,0	1,9
Ab 55 Jahre	5,5	3,2	1,8	4,6	2,7	1,9
Insgesamt	59,7	45,6	28,8	55,1	47,2	38,8
<i>Zusammen</i>						
Bis 24 Jahre	19,7	26,6	28,7	15,4	23,9	29,4
25 bis 44 Jahre	52,6	49,9	49,4	60,2	57,4	55,0
45 bis 49 Jahre	10,4	9,9	9,2	9,8	8,0	6,7
50 bis 54 Jahre	9,1	7,7	7,4	7,8	6,0	4,9
Ab 55 Jahre	8,2	5,9	5,2	6,9	4,7	3,9
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Neuzugänge sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren.

Im Wiener Einzelhandel ist dieses Spezifikum noch stärker ausgeprägt als im übrigen Wiener Handel. Hier liegt der Frauenanteil an den Beschäftigungsaufnahmen bei 61,2%, womit männliche Arbeitskräfte im Wiener Einzelhandel nur etwas mehr als ein Drittel aller Beschäftigungsaufnahmen in einem Jahr ausmachen. Ähnlich liegt auch der Anteil der jungen (bis 24-jährigen) Frauen an den Beschäftigungsaufnahmen im Wiener Einzelhandel bei einem Fünftel (17,8%) und damit um knapp 5 Prozentpunkte höher als im Durchschnitt der Handelsbran-

chen. Männern sind demgegenüber bei den Beschäftigungsaufnahmen im Einzelhandel in sämtlichen Altersgruppen mit Ausnahme der bis zu 24-Jährigen deutlich unterrepräsentiert.

Spezifikum Wiens im Vergleich zum übrigen Österreich ist in allen unterschiedenen Wirtschaftsbereichen (Handel, Einzelhandel, andere Branchen) ein geringerer Anteil junger Personen (bis 24 Jahre) an den Beschäftigungsaufnahmen, was darauf zurückzuführen ist, dass viele Wiener Jugendliche eine weiterführende Schule besuchen und damit dem Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung stehen. Dagegen ist der Anteil der 25- bis 44-Jährigen an den Beschäftigungsaufnahmen in Wien deutlich höher: So trägt diese Kohorte im Wiener Handel immerhin 57,4% (Einzelhandel 55,0%) zu den gesamten Beschäftigungsaufnahmen in einem Jahr bei, im übrigen Österreich sind dies nur 49,9% (bzw. 49,4%). Dafür in der Anteil der jüngsten Beschäftigtenkohorte (bis 24-Jährige) an den Beschäftigungsaufnahmen im Wiener Handel (mit 23,9%) deutlich geringer als im übrigen Österreich (26,6%). Ausnahme ist hier der Einzelhandel, der in Wien mit 29,4% sogar etwas mehr Beschäftigte der jüngsten Altersgruppe aufnimmt als in Österreich. Dies könnte einerseits damit in Zusammenhang stehen, dass der Einzelhandel aufgrund seines hohen Teilzeitbeschäftigungsanteils ein attraktiver Arbeitgeber für jüngere, noch in Ausbildung befindliche Personen darstellt. Andererseits gehen die höheren Beschäftigungsaufnahmen in der jüngsten Kohorte vorrangig auf einen hier höheren Anteil junger Männer zurück, Ausdruck für die in Wien ganz generell geringeren Geschlechterunterschiede am Arbeitsmarkt. Dies kommt nicht zuletzt durch in Wien vergleichsweise geringere Gender-Unterschiede in den Beschäftigungsaufnahmen zwischen den in Übersicht 3.5 unterschiedenen Wirtschaftssektoren zur Geltung: So tragen in Wien in den (tendenziell männerdominierten) Branchen außerhalb des Handels Frauen immerhin 44,9% zu allen Beschäftigungsaufnahmen bei, im übrigen Österreich sind es nur 40,3%. Dagegen betreffen im stark frauen-dominierten Einzelhandel im übrigen Österreich mehr als 71% aller Beschäftigungsaufnahmen Frauen, in Wien sind es dagegen rund 10 Prozentpunkte weniger.

Interessanterweise sind es dabei im Wiener Einzelhandel vor allem die großen Beschäftigerbetriebe – und damit wohl auch die Anbieter moderner, großflächiger Handelsformate – die verstärkt junge und weibliche Arbeitskräfte einstellen (Übersicht 3.6; linkes Panel). So betreffen in den Beschäftigerbetrieben des Einzelhandels mit 101 bis 500 voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten etwas mehr als zwei Drittel, und in den Beschäftigerbetrieben mit mehr als 500 Beschäftigten etwas weniger als zwei Drittel der Beschäftigungsaufnahmen Frauen. Bei den kleinen Beschäftigerbetrieben (< 50 Beschäftigte) sind es dagegen nur 56,5%, bei jenen bis zu 100 Beschäftigten 61,4%. Ähnlich sind bei den großen Beschäftigerbetrieben immerhin 38,0% der neu aufgenommenen Arbeitskräfte jünger als 25 Jahre. Bei den Beschäftigerbetrieben mit bis zu 50 voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten sind es dagegen nur 20,7%.

Übersicht 3.6: Alters- und Geschlechtsverteilung von Neuzugängen in die unselbständige Beschäftigung im Wiener Einzelhandel (nach Beschäftigerbetriebsgröße und Anteil des Online-Handelsumsatzes)

	Nach Beschäftigerbetriebsgröße (Anzahl der Beschäftigten)				Nach Anteil des Online-Handelsumsatzes in der Branche			
	Bis 50	51 bis 100	101 bis 500	Mehr als 500	Hoch	Mittel	Niedrig	Unbekannt
<i>Weiblich</i>								
Bis 24 Jahre	13,0	19,9	23,1	22,0	13,6	25,7	15,9	17,3
25 bis 44 Jahre	31,0	35,0	37,3	37,3	24,1	44,2	32,6	33,5
45 bis 49 Jahre	4,8	3,0	3,7	3,7	2,3	4,3	4,5	4,0
50 bis 54 Jahre	4,4	2,2	1,9	1,8	1,8	3,6	3,0	3,1
Ab 55 Jahre	3,3	1,3	0,8	0,9	1,5	2,6	1,6	2,6
Insgesamt	56,5	61,4	66,9	65,6	43,2	80,5	57,7	60,5
<i>Männlich</i>								
Bis 24 Jahre	7,6	13,9	13,4	16,0	16,7	7,4	15,9	6,8
25 bis 44 Jahre	25,4	21,8	16,7	16,0	32,8	10,0	21,2	22,9
45 bis 49 Jahre	3,9	1,5	1,5	1,5	3,4	1,0	2,4	3,5
50 bis 54 Jahre	3,2	0,8	0,8	0,5	2,0	0,6	1,3	3,2
Ab 55 Jahre	3,4	0,6	0,7	0,4	1,8	0,5	1,4	3,2
Insgesamt	43,5	38,6	33,1	34,4	56,8	19,5	42,3	39,5
<i>Zusammen</i>								
Bis 24 Jahre	20,7	33,7	36,6	38,0	30,3	33,1	31,8	24,0
25 bis 44 Jahre	56,3	56,8	54,0	53,3	56,9	54,3	53,9	56,4
45 bis 49 Jahre	8,7	4,5	5,2	5,2	5,7	5,2	7,0	7,5
50 bis 54 Jahre	7,6	3,1	2,7	2,3	3,7	4,2	4,4	6,3
Ab 55 Jahre	6,8	1,9	1,5	1,3	3,4	3,1	3,0	5,7
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Neuzugänge sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren.

Noch deutlicher kommen Unterschiede in den Rekrutierungsmustern im Wiener Einzelhandel in einer Sichtung nach dem Online-Umsatzanteil der jeweiligen Branchengruppen zum Ausdruck (Übersicht 3.6; rechtes Panel): Insbesondere rekrutieren Branchengruppen mit einem hohen Online-Handelsanteil – im Gegensatz zu den Mustern im sonstigen Einzelhandel – ganz überwiegend (junge) Männer. Ihr Anteil an den Neuaufnahmen liegt hier bei 56,8%, mit deutlich überdurchschnittlichen Werten bei der jüngsten Kohorte sowie jener im jungen Haupterwerbssalter. In den Branchengruppen mit mittlerer Internet-Durchdringung liegt der Anteil der Frauen an den Neuaufnahmen dagegen bei 80,5% (und der Anteil der unter 25-jährigen Frauen bei 25,7%). Die Branchengruppen mit einem niedrigen bzw. unbekanntem Online-Handelsanteil liegen zwischen diesen beiden Extremen und sind den Gesamtwerten des Wiener Einzelhandels damit näher.

3.1.6 Arbeitsmarktstatus ein Jahr vor der Beschäftigungsaufnahme

Betrachtet man den dominanten Arbeitsmarktstatus im Jahr vor der Aufnahme in ein neues Beschäftigungsverhältnis in Wien und dem übrigen Österreich (Abbildung 3.7), so war der größte Anteil der Frauen und Männer in den 12 Monaten vor ihrer Jobaufnahme (unab-

hängig von Wirtschaftsbereich und Region) überwiegend voll-sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Dabei liegt der Anteil dieser Jobaufnahmen aus der Beschäftigung im übrigen Österreich je nach Geschlecht und Branche bei Werten zwischen 53% und 64%, wobei er bei Frauen in allen betrachteten Wirtschaftsbereichen etwas geringer ist als bei den Männern, aber über die Branchengruppen nur wenig (zwischen 53% und 54%) schwankt. Unter den Männern ist hingegen im übrigen Österreich der Anteil der Zugänge aus einer anderen Beschäftigung im Handel niedriger als in der übrigen Wirtschaft, wobei dies für den Einzelhandel noch verstärkt gilt.

In Wien liegt der Anteil der Zugänge aus der Beschäftigung durchgängig niedriger als im übrigen Österreich, die Werte schwanken hier zwischen 44% (Frauen im Einzelhandel) und 55% (Männer in anderen Branchen). Die Unterschiede nach Geschlecht und Sektor folgen dabei in Wien grosso modo einem ähnlichen Muster wie im übrigen Österreich, allerdings zeigt sich auch hier, dass die Geschlechterunterschiede in Wien weniger stark ausgeprägt sind als im übrigen Österreich.

Der geringere regionale Anteil der Übergänge aus der Beschäftigung Wien kommt dabei in Wien vor allem einem höheren Anteil der Beschäftigungsaufnahmen aus der Arbeitslosigkeit zugute. So waren in Wien (wiederum abhängig von Personengruppe und Wirtschaftsbereich) zwischen 15% (andere Branchen) und 22% (Männer im Einzelhandel) der Personen mit einer Beschäftigungsaufnahme im Jahr davor vorwiegend arbeitslos, deutlich mehr als im übrigen Österreich (mit zwischen 9% und 14%). Auch dies spiegelt die insgesamt ungünstigere Arbeitsmarktlage in Wien im Vergleich zum übrigen Österreich.

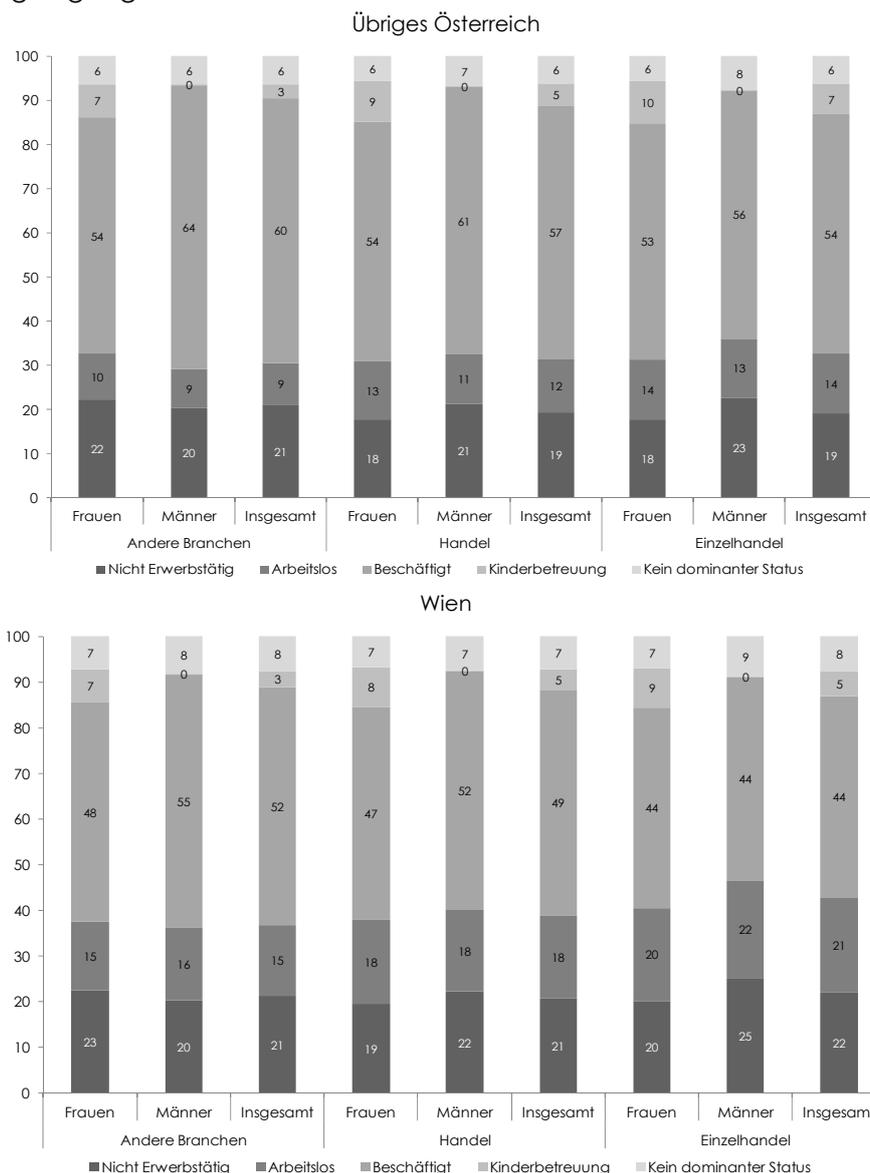
Vor diesem Hintergrund scheint wesentlich, dass nicht zuletzt der Wiener (Einzel-)handel verstärkt aus der Arbeitslosigkeit rekrutiert: Immerhin liegt der Anteil der Beschäftigungszugänge aus der Arbeitslosigkeit in Wien im gesamten Handel bei 18% und im Einzelhandel bei 21% und damit ungleich höher als im übrigen Österreich (12% bzw. 14%). Dabei ist im Wiener Einzelhandel (wie auch in den anderen Branchen) der Anteil der Zugänge aus der Arbeitslosigkeit bei Männern höher als bei Frauen, eine Besonderheit im Vergleich zum übrigen Österreich, die einmal mehr auf die spezifische Arbeitsmarktlage in Wien (mit höherer Arbeitslosenquote unter den Männern) zurückgeht.

Zugänge aus der Kinderbetreuung nehmen hingegen in allen in Abbildung 3.7 betrachteten Wirtschaftsbereichen nur bei den Frauen eine quantitativ bedeutsame Rolle ein. Hier zeigt sich insbesondere der Einzelhandel als Branchenabteilung, in die besonders viele Frauen gehen, die im Jahr vor ihrer Beschäftigung hauptsächlich ein Kind betreuten: Immerhin erfolgten in Wien 9% der Beschäftigungsaufnahmen von Frauen im Einzelhandel aus der Kinderbetreuung (übriges Österreich 10%), in den Branchengruppen außerhalb des Handels lag dieser Prozentsatz (in Wien wie dem übrigen Österreich) bei 7%.

Bei den in Handel und Einzelhandel beschäftigten Männern ist hingegen wegen der beinahe gänzlich fehlenden Beschäftigungsaufnahme aus der Kinderbetreuung die Beschäftigungsaufnahme aus der sonstigen Nichterwerbstätigkeit wichtiger als unter den Frauen. In Wien und auch im übrigen Österreich war im Einzelhandel rund ein Viertel der Männer im Jahr vor

einer Beschäftigungsaufnahme überwiegend nicht erwerbstätig. Unter den im Einzelhandel beschäftigten Frauen waren dies in Wien rund ein Fünftel und im übrigen Österreich 18%. In den anderen Branchen nahm demgegenüber sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich ein größerer Anteil an Frauen ihre Beschäftigung aus der Nichterwerbstätigkeit auf als Männer. In Wien lag dieser Prozentsatz bei den Frauen bei 23%, im übrigen Österreich bei 22%.

Abbildung 3.7: Verteilung der dominanten Erwerbsposition im Jahr vor dem Beschäftigungszugang nach Geschlecht



Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren. "Beschäftigt" umfasst atypische, selbständige und voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. "Kein dominanter Status" wird bei Personen gemeldet, die in keinem Versicherungsstatus mehr als 6 Monate verharrten.

Übersicht 3.7: Verteilung der dominanten Erwerbsposition im Jahr vor dem Beschäftigungszugang nach Alter

	Übriges Österreich					Wien				
	15 bis 24 Jahre	25 bis 44 Jahre	45 bis 49 Jahre	50 bis 54 Jahre	Ab 55 Jahre	15 bis 24 Jahre	25 bis 44 Jahre	45 bis 49 Jahre	50 bis 54 Jahre	Ab 55 Jahre
<i>Andere Branche</i>										
Nicht erwerbstätig	47	18	11	9	11	47	19	12	9	11
Arbeitslos	7	10	13	15	14	11	14	18	23	23
Beschäftigt	35	60	70	71	70	33	54	62	61	59
Kinderbetreuung	0	5	1	0	0	0	5	1	0	0
Kein dominanter Status	10	6	5	5	5	9	8	7	7	7
<i>Handel</i>										
Nicht erwerbstätig	42	13	9	7	10	39	17	9	7	13
Arbeitslos	11	14	15	16	16	15	18	21	21	23
Beschäftigt	37	58	71	72	69	35	51	63	66	58
Kinderbetreuung	1	9	1	0	0	1	7	1	0	0
Kein dominanter Status	9	6	5	5	5	10	7	6	5	5
<i>Einzelhandel</i>										
Nicht erwerbstätig	40	13	9	7	10	38	17	11	8	13
Arbeitslos	13	16	16	18	19	17	22	25	26	27
Beschäftigt	38	53	69	70	66	35	45	57	60	53
Kinderbetreuung	2	12	1	0	0	1	9	1	0	0
Kein dominanter Status	8	6	6	5	5	9	7	7	6	6

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren. "Beschäftigt" umfasst atypische, selbständige und voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. "Kein dominanter Status" wird bei Personen gemeldet, die in keinem Versicherungsstatus mehr als 6 Monate verharren.

Größer als diese Geschlechterunterschiede sind freilich Unterschiede in der Struktur der Beschäftigungsaufnahmen nach Altersgruppen (Übersicht 3.7). Hier zeigen sich für die Branchen außerhalb des Handels zunächst drei wesentliche stilisierte Fakten:

- Zunächst ist hier der Anteil an Personen, die im Jahr vor der Jobaufnahme überwiegend außerhalb des Erwerbslebens standen, vor allem bei Berufseinsteigern und Berufseinsteigerinnen hoch. Diese 15- bis 24-Jährigen stehen am Beginn ihres Erwerbslebens und haben daher oftmals noch keine Arbeitsmarkterfahrung. Sie waren daher in ihrer Vorkarriere weder arbeitslos noch voll-sozialversicherungspflichtig oder atypisch beschäftigt, sondern nicht erwerbstätig. Dies trifft in den Branchen außerhalb des Handels (in Wien wie im übrigen Österreich) auf 47% der eine Beschäftigung aufnehmenden Personen dieser Altersgruppe zu. Mit zunehmendem Alter sinkt die Bedeutung dieses arbeitsmarktfernen Zustands aber deutlich und liegt in der Altersgruppe der über 54-Jährigen bei 11%.
- Parallel dazu gewinnt mit zunehmendem Alter die unselbständige Beschäftigung in der Erwerbsbiographie an Bedeutung: Der Anteil der Personen, der im Jahr vor der Jobaufnahme überwiegend voll-sozialversicherungspflichtig beschäftigt war, ist in der Altersgruppe der 15- bis 24-Jährigen (mit 33% in Wien und 35% im übrigen Österreich) am geringsten, in den Altersgruppen der 45-bis 49-Jährigen bzw. der 50- bis 54-Jährigen liegt er dagegen rund doppelt so hoch.

- Die Betroffenheit von Arbeitslosigkeit steigt ebenfalls mit dem Alter an. Dementsprechend ist in allen unterschiedenen Wirtschaftszweigen in Wien wie dem übrigen Österreich der Anteil der Beschäftigungsaufnahmen aus der Arbeitslosigkeit in der Altersgruppe der über 55-Jährigen am höchsten, wobei dies für Männer wie Frauen gilt. Zugänge aus der Kinderbetreuung sind hingegen nur für die Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen (als der Kohorte mit der größten Wahrscheinlichkeit, kleine Kinder zu haben) von Relevanz.

Der Handel und noch stärker der Einzelhandel unterscheiden sich von diesen Grundmustern sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich durchaus erheblich. So stammt hier in praktisch allen Altersgruppen ein höherer Anteil der Beschäftigungsaufnahmen aus der Arbeitslosigkeit, aber ein geringerer Anteil der Job-Zugänge aus der Nichterwerbstätigkeit als in der übrigen Wirtschaft. Zudem ist unter den jungen (unter 25-jährigen) Arbeitskräften in Handel wie Einzelhandel der Anteil der Beschäftigungsaufnahmen aus einer Beschäftigung höher als in den anderen Branchen, ähnliches gilt unter den 25- bis 44-Jährigen für Beschäftigungsaufnahmen aus der Kinderbetreuung.

Übersicht 3.8: Verteilung der dominanten Erwerbsposition im Jahr vor dem Beschäftigungszugang im Wiener Einzelhandel nach Geschlecht, Beschäftigerbetriebsgröße und Anteil des Online-Handelsumsatzes

	Nach Beschäftigerbetriebsgröße (Anzahl der Beschäftigten)				Nach Anteil des Online-Handelsumsatzes in der Branche			
	Bis 50	51 bis 100	101 bis 500	Mehr als 500	Hoch	Mittel	Niedrig	Unbekannt
<i>Weiblich</i>								
Nicht erwerbstätig	11,2	13,7	14,2	12,8	10,0	18,0	10,4	12,4
Arbeitslos	9,9	14,6	14,2	15,1	9,5	15,3	13,6	10,3
Beschäftigt	28,4	23,9	27,0	25,1	18,1	35,5	23,5	29,0
Kinderbetreuung	2,7	4,6	7,2	8,4	3,0	5,9	6,2	4,5
Kein dominanter Status	4,3	4,6	4,3	4,2	2,7	5,7	3,9	4,2
Insgesamt	56,5	61,4	66,9	65,6	43,2	80,5	57,7	60,5
<i>Männlich</i>								
Nicht erwerbstätig	9,6	10,9	8,0	10,5	14,0	6,0	10,8	9,1
Arbeitslos	8,2	7,1	8,4	8,8	12,9	3,1	10,5	7,2
Beschäftigt	21,9	16,4	13,6	12,4	25,3	8,6	17,2	19,7
Kinderbetreuung	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	0,1
Kein dominanter Status	3,8	4,0	3,0	2,7	4,3	1,8	3,7	3,5
Insgesamt	43,5	38,6	33,1	34,4	56,8	19,5	42,3	39,5
<i>Gesamt</i>								
Nicht erwerbstätig	20,8	24,6	22,2	23,3	23,9	24,0	21,3	21,5
Arbeitslos	18,0	21,7	22,6	23,9	22,4	18,4	24,1	17,5
Beschäftigt	50,3	40,3	40,6	37,5	43,4	44,1	40,7	48,7
Kinderbetreuung	2,8	4,6	7,2	8,4	3,2	6,0	6,2	4,6
Kein dominanter Status	8,0	8,7	7,3	6,9	7,1	7,5	7,7	7,7
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren. "Beschäftigt" umfasst atypische, selbständige und voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. "Kein dominanter Status" wird bei Personen gemeldet, die in keinem Versicherungsstatus mehr als 6 Monate verharren.

Innerhalb des Wiener Einzelhandels unterscheidet sich dabei vor allem das Rekrutierungsverhalten der kleinen Beschäftigterbetriebe (mit bis zu 50 voll-sozialversicherungspflichtig unselbstständig Beschäftigten) von jenem der größeren Betriebe deutlich. So rekrutieren kleine Betriebe ihre Beschäftigten zu über 50% aus einem anderen Beschäftigungsverhältnis, aber nur zu 18% aus der Arbeitslosigkeit. Dagegen nehmen die großen Beschäftigterbetriebe im Wiener Einzelhandel (> 500 Beschäftigte) fast ein Viertel (24%) ihrer Neu-Beschäftigten aus der Arbeitslosigkeit auf, während nur 37,5% aus einer anderen Beschäftigung kommen. Es sind also gerade die großen Beschäftigterbetriebe des Einzelhandels, die in Wien verstärkt aus der Arbeitslosigkeit rekrutieren, verbunden allerdings – wie oben gezeigt – mit einer hier geringeren Stabilität der Beschäftigungsverhältnisse im Vergleich zu den übrigen Größengruppen.

Weniger deutlich unterscheiden sich nach unseren Ergebnissen die Rekrutierungsmuster in den Branchengruppen des Einzelhandels nach dem Umsatzanteil im Online-Handel. Als wesentliche Unterschiede verbleiben hier einerseits ein deutlich niedriger Anteil der Neuaufnahmen aus der Kinderbetreuung in den Branchengruppen mit hohem Online-Anteil, was mit der oben gezeigten Männerdominanz unter den Aufnahmen (nur) in dieser Branchengruppe in Einklang steht. Andererseits entstammt ein höherer Anteil der Neuaufnahmen in den Branchengruppen mit unbekanntem Online-Umsatzanteil aus der Beschäftigung, was daraus rühren könnte, dass hier eine Reihe von Bereichen des Facheinzelhandels verortet sind, die produktspezifisches Wissen bei ihren Beschäftigten benötigen. Spiegelbildlich rekrutiert diese Branchengruppe in geringerem Ausmaß aus Arbeitslosigkeit und Nicht-Erwerbstätigkeit.

3.1.7 Dauer von Beschäftigungsunterbrechungen

3.1.7.1 Anteil der direkten Beschäftigungsübergänge

Schränkt man die Analyse weiter auf jene Teilgruppe der Personen mit einer Beschäftigungsaufnahme im Jahr 2015, die davor schon einmal beschäftigt waren, so zeigt sich, dass ein großer Teil dieser Personen direkt von einem Beschäftigungsverhältnis in die neue Beschäftigung wechselte (Übersicht 3.9). In Wien trifft dies auf jeweils 19,0% der Neuaufnahmen im Einzelhandel, aber 25,3% der Neuaufnahmen im gesamten Handel bzw. 24,1% der Neuaufnahmen in anderen Branchen zu (übriges Österreich 22,1% bzw. 25,8% und 20,9%). Der Einzelhandel in Wien nimmt also (ebenso wie der gesamte Handel, aber nicht die anderen Branchen) im sektoralen (wie regionalen) Vergleich deutlich seltener Personen auf, die direkt aus einem anderen Beschäftigungsverhältnis übergehen.

Dabei ist der Anteil dieser direkten Übergänge an den Beschäftigungsaufnahmen über alle Branchen sowohl in Wien wie dem übrigen Österreich unter den Älteren unselbstständig Beschäftigten höher als unter den jüngeren. Jüngere Arbeitskräfte müssen also bei einem Arbeitsplatzwechsel eher mit einer Unterbrechung ihrer Erwerbskarriere rechnen. Dieses Phänomen altersabhängiger Stehzeiten bei Arbeitsplatzwechsel ist dabei sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich im gesamten Handel und (abgeschwächt) im Einzelhandel stärker zu beobachten als in den übrigen Wirtschaftsbereichen. So liegt der Anteil der direkten Job-

wechsler an den gesamten Neuaufnahmen von älteren (über 45-jährigen) Arbeitskräfte im gesamten Wiener Handel um 18,8 Prozentpunkte höher als unter den jungen Arbeitskräften, im Einzelhandel sind es noch 13,1 Prozentpunkte (andere Wiener Branchen +11,7 PP).

Übersicht 3.9: Anteil der Neuaufnahmen mit einem direkten Übergang in ein neues Beschäftigungsverhältnis nach Branchen und demographischen Merkmalen in Wien und im übrigen Österreich

	Übriges Österreich			Wien		
	Andere Branchen	Handel	Einzelhandel	Andere Branchen	Handel	Einzelhandel
Insgesamt	20,9	25,8	22,1	24,1	25,3	19,0
Frauen	21,6	24,5	23,0	25,3	23,2	19,0
Männer	20,4	27,4	19,8	23,2	27,7	19,0
Bis 24 Jahre	14,6	19,0	18,2	16,5	17,4	14,5
25 bis 44 Jahre	21,0	25,0	20,8	24,1	24,4	18,5
Ab 45 Jahre	24,3	33,5	29,2	28,2	36,2	27,6

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten. "Beschäftigt" umfasst atypische, selbständige und voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung.

Geschlechterunterschiede sind in diesem Zusammenhang nach unseren Ergebnissen weniger eindeutig: So gehen im Einzelhandel im übrigen Österreich Frauen häufiger direkt von einem Beschäftigungsverhältnis in ein anderes über als Männer (23,0% vs. 19,8%), während sich in Wien keine Gender-Unterschiede zeigen (jeweils 19,0%). Im Handel insgesamt gehen hingegen sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich Männer häufiger direkt aus einer anderen Beschäftigung zu als Frauen, während es in den übrigen Wirtschaftsbereichen (sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich) umgekehrt ist.

Jedenfalls rekrutieren im Wiener Einzelhandel vor allem kleine Beschäftigerbetriebe mit weniger als 50 voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten besonders oft neue Arbeitskräfte direkt aus anderen Beschäftigungsverhältnissen. Der Anteil der direkten Übergänge an allen Beschäftigungsaufnahmen liegt hier in Wien sowohl bei Männern als auch bei Frauen jenseits der 20%, bei den Beschäftigerbetrieben mit mehr als 500 voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten sind es dagegen 15% bzw. 17%. Nicht zuletzt unterscheiden sich auch die mittelgroßen Beschäftigerbetriebe des Wiener Einzelhandels von jenen im übrigen Österreich in dieser Hinsicht erheblich. So rekrutieren mittlere (51-100 Beschäftigte) und größere (100-500) Beschäftigerbetriebe im übrigen Österreich jeweils mehr als ein Viertel ihrer neu aufgenommenen Arbeitskräfte direkt aus einem anderen Beschäftigungsverhältnis, während dies in Wien nur für 16% bzw. 15% der Betriebe dieser Größen-gruppe der Fall ist.

Übersicht 3.10: Anteil der Neuaufnahmen mit einem direkten Übergang in ein neues Beschäftigungsverhältnis im Einzelhandel nach Beschäftigterbetriebsgröße, Online-Handelsanteil und Geschlecht in Wien und im übrigen Österreich

	Beschäftigterbetriebsgröße				Anteil des Online-Handels in der Branche			
	Bis 50	51 bis 100	101 bis 500	Mehr als 500	Hoher	Mittel	Niedrig	Unbekannt
<i>Wien</i>								
Frauen	23,7	15,3	14,7	14,8	15,3	18,3	17,4	22,4
Männer	20,3	17,4	16,4	17,4	16,5	19,9	17,2	22,3
Insgesamt	22,2	16,1	15,3	15,7	16,0	18,6	17,3	22,4
<i>Übriges Österreich</i>								
Frauen	23,7	26,1	25,8	16,6	26,1	20,4	23,0	24,0
Männer	16,8	25,6	22,2	21,7	23,2	23,7	20,6	16,4
Insgesamt	21,5	26,0	25,0	17,8	24,8	20,8	22,3	21,3

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten. "Beschäftigt" umfasst atypische, selbständige und voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung.

Nach ihrer Betroffenheit vom Online-Handel unterscheiden sich die Branchengruppen des Wiener Einzelhandels in Hinblick auf die direkte Rekrutierung aus anderer Beschäftigung dagegen nur wenig, einmal mehr sticht hier stattdessen die Branchengruppe hervor, deren Online-Handelsanteil nicht festgestellt werden kann. Gerade diese Branchengruppe übernimmt nach unseren Daten verstärkt Arbeitskräfte direkt aus einem anderen Beschäftigungsverhältnis, womit sich diese Gruppe in Wien abermals ganz deutlich von jener im übrigen Österreich unterscheidet.

3.1.7.2 Dauer der Beschäftigungsunterbrechung

Unter jenen Personen, die vor ihrer Beschäftigungsaufnahme im Wiener Einzelhandel eine Unterbrechung ihrer Erwerbskarriere erfahren und somit nicht direkt von einem Beschäftigungsverhältnis in ein anderes übergehen, liegt die mediane Dauer dieser Beschäftigungsunterbrechung bei immerhin 179 Tagen (siehe oberer Teil von Übersicht 3.11). Damit ist diese Unterbrechung im Einzelhandel merklich länger als bei den Neuzugängen im gesamten Handel und in den anderen Branchen Wiens. Sie ist auch länger als bei den Neuzugängen im übrigen Österreich, wobei allerdings aber auch hier Neuzugänge im Einzelhandel merklich längere Beschäftigungslücken aufweisen als im gesamten Handel und in den anderen Branchen.

Der Einzelhandel nimmt also in höherem Ausmaß Arbeitskräfte mit einer längeren Unterbrechung ihrer Beschäftigung auf als die übrigen Wirtschaftsbereiche. Daran ändert sich auch nichts, wenn man die direkten Beschäftigungsübergänge in die Berechnung der medianen Unterbrechungsdauer einbezieht (Übersicht 3.11; unteres Panel). In diesem Fall verringert sich die mediane Beschäftigungslücke wegen der großen Zahl an Beobachtungen ohne Unterbrechung in allen Branchen deutlich. Im Wiener Einzelhandel bleibt sie dennoch merk-

lich höher als in den anderen Wiener Vergleichsgruppen; für den Einzelhandel im übrigen Österreich gilt ähnliches.

Während dieser Beschäftigungslücke verbringen die Neuaufnahmen im Wiener Einzelhandel den größten Anteil der Zeit (33%) in der Nicht-Erwerbstätigkeit, weitere 15% sind Zeiten des Karenzgeldbezugs. Rund ein Drittel (34%) der Zeit während der Unterbrechung wird im Durchschnitt in Arbeitslosigkeit verbracht, 18% in atypischer Beschäftigung. Damit ist im Vergleich zum Wiener Handel insgesamt, aber auch zum Durchschnitt der anderen Branchen in Wien der Anteil der in Karenzgeldbezug verbrachten Zeit im Wiener Einzelhandel deutlich höher, im Handel insgesamt bei 13% und im Durchschnitt der anderen Wiener Branchen bei 10%. Entsprechend ist im Wiener Einzelhandel der Anteil der während der Beschäftigungslücke in der sonstigen Nicht-Erwerbstätigkeit und in atypischer Beschäftigung verbrachten Zeit niedriger als im Durchschnitt der übrigen Wiener Wirtschaftsbereiche. Ersterer liegt in diesen bei 38%, letzterer bei 32%. Der Anteil der in Arbeitslosigkeit verbrachten Zeit ist hingegen im Wiener Einzelhandel höher als im Durchschnitt der anderen Wiener Branchen (30%), aber auch dem gesamten Wiener Handel (32%).

Übersicht 3.11: *Mediane Dauer von Beschäftigungsunterbrechungen vor einer Neuaufnahme in ein neues Beschäftigungsverhältnis nach Branchen und demographischen Merkmalen in Wien und im übrigen Österreich*

	Übriges Österreich			Wien		
	Andere Branchen	Handel	Einzelhandel	Andere Branchen	Handel	Einzelhandel
	Exklusive Direktübergänge					
Frauen	107	136	134	187	191	191
Männer	73	91	96	103	138	153
Bis 24 Jahre	115	138	123	170	181	181
25 bis 44 Jahre	77	109	131	127	165	184
Ab 45 Jahre	79	97	95	122	151	152
Insgesamt	81	111	121	130	165	179
	Inklusive Direktübergänge ¹⁾					
Frauen	61	62	65	79	94	113
Männer	50	40	62	60	61	95
Bis 24 Jahre	74	74	70	98	115	122
25 bis 44 Jahre	51	53	73	62	79	112
Ab 45 Jahre	52	35	47	60	35	65
Insgesamt	54	53	63	63	76	105

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten. "Beschäftigt" umfasst atypische, selbständige und voll-sozialversicherungspflichtige Beschäftigung. – 1) Inklusive direkter Übergänge ohne Erwerbsunterbrechung.

Im Vergleich zum Einzelhandel im übrigen Österreich ist dabei der Anteil der in Arbeitslosigkeit verbrachten Zeit bei Neuaufnahmen mit einer Beschäftigungslücke im Wiener Einzelhandel deutlich höher, dies zu Lasten des Anteils der im Karenzgeldbezug und der in atypischer

Beschäftigung verbrachten Zeit. Auch dies ist vor allem den Spezifika des Wiener Arbeitsmarktes geschuldet. Aufgrund der in Wien höheren Arbeitslosigkeit ist auch der Anteil der in Arbeitslosigkeit verbrachten Zeit während einer Beschäftigungslücke in Wien deutlich höher als im übrigen Österreich, der Anteil der in Karenzgeldbezug und atypischer Beschäftigung verbrachten Zeit hingegen niedriger.

Übersicht 3.12: Anteil verschiedener Arbeitsmarktzustände während einer Beschäftigungslücke nach Branchen, Geschlecht und Alter in Wien und im übrigen Österreich

	Übriges Österreich				Wien			
	Arbeitslos	Atypisch beschäftigt	Kinderbetreuung	Außerhalb des Erwerbslebens	Arbeitslos	Atypisch beschäftigt	Kinderbetreuung	Außerhalb des Erwerbslebens
	Andere Branchen							
Frauen	21	19	24	37	26	19	18	37
Männer	33	21	1	45	34	26	1	39
Bis 24 Jahre	20	10	1	69	20	16	1	62
25 bis 44 Jahre	24	18	22	36	27	22	15	37
Ab 45 Jahre	34	29	2	35	40	27	2	31
Insgesamt	26	20	13	40	30	22	10	38
	Handel							
Frauen	22	20	28	30	30	17	22	31
Männer	32	27	1	40	36	24	1	39
Bis 24 Jahre	26	12	5	57	29	16	3	52
25 bis 44	24	18	32	26	32	17	20	30
Ab 45 Jahre	27	38	3	33	36	31	2	31
Insgesamt	25	23	19	33	32	20	13	34
	Einzelhandel							
Frauen	22	20	29	30	31	16	22	30
Männer	33	27	1	39	38	22	1	39
Bis 24 Jahre	28	14	7	50	32	16	3	49
25 bis 44	22	16	36	25	33	16	23	28
Ab 45 Jahre	26	36	3	35	38	28	2	32
Insgesamt	24	21	23	32	34	18	15	33

Q: HV, WIFO, INDI-DV, Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten (exklusive Personen mit einem direkten Übergang von einem voll-sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis in ein anderes). "Atypische Beschäftigung" beinhaltet auch die selbständige Beschäftigung.

Der im Vergleich zu den anderen Branchen höhere Anteil der im Karenzgeldbezug verbrachten Zeit während einer Beschäftigungslücke im Einzelhandel Wiens (und des übrigen Österreich) ist vor allem auf den hohen Frauenanteil an den Beschäftigungsaufnahmen im Einzelhandel zurückzuführen. Sie verbringen im Durchschnitt im Wiener Einzelhandel rund 22% (im

übrigen Österreich 24%) ihrer Beschäftigungslücke im Karenzgeldbezug – um 4 Tage mehr als in anderen Branchen in Wien und etwa gleich lange wie im Wiener Handel insgesamt.

Auch hinsichtlich der anderen Indikatoren zu Dauer und Verteilung der Beschäftigungslücke vor einer Beschäftigungsaufnahme im Einzelhandel bestehen zum Teil erhebliche Geschlechterunterschiede. Sie sind aber zumeist Konsequenz der Gender-Unterschiede am österreichischen Arbeitsmarkt insgesamt und somit keine Besonderheit des Einzelhandels. Insbesondere dauert die Beschäftigungslücke bei Frauen in allen Branchengruppen im Durchschnitt deutlich länger als bei Männern. Im Wiener Einzelhandel dauerte die Beschäftigungslücke bei Frauen im Median 191 Tage (113 Tage einschließlich der Direktübergänge), bei Männern hingegen 153 Tage (95 Tage).

Der hohe Anteil der Karenzeiten an diesen Unterbrechungen bei Frauen führt auch dazu, dass Männer einen deutlich größeren Teil ihrer – insgesamt deutlich kürzeren – Unterbrechung in Arbeitslosigkeit, Nicht-Erwerbstätigkeit und atypischer Beschäftigung verbringen. Auch dies ist freilich keine Besonderheit des Wiener Einzelhandels, sondern Konsequenz des in Österreich noch sehr deutlichen Unterschieds im Karenzbezug nach Geschlecht: Männer verbringen im Durchschnitt nur sehr selten mehr deren Beschäftigungslücke in Karenz. Allerdings sind diese Unterschiede aufgrund des hohen Anteils von Frauen im Einzelhandel hier noch größer als in den Vergleichsbranchen. So verbrachten die männlichen Neuaufnahmen im Wiener Einzelhandel im Durchschnitt 39% ihrer Unterbrechungszeit außerhalb der Erwerbstätigkeit, 38% in Arbeitslosigkeit, 22% in atypischer Beschäftigung und nur 1% in Karenz. Bei den Frauen waren es hingegen 30% außerhalb der Erwerbstätigkeit, 31% in Arbeitslosigkeit, 16% in atypischer Beschäftigung, aber 22% in Karenz. Dabei waren diese Geschlechterunterschiede – in Einklang mit vielen anderen Indikatoren – in Wien etwas geringer als im übrigen Österreich.

Der hohe Anteil der Karenzeiten an der Beschäftigungslücke im Einzelhandel führt letztlich auch dazu, dass sich die mediane Dauer der Beschäftigungsunterbrechung im Einzelhandel nach Altersgruppen deutlich von jener in den anderen Branchen unterscheidet. Während in der übrigen Wirtschaft und im Handel insgesamt in Wien wie dem übrigen Österreich die mediane Dauer der Unterbrechung der Beschäftigung vor einer Neuaufnahme (exklusive Direktübergänge) mit dem Alter abnimmt, weisen im Wiener Einzelhandel die mittleren Altersgruppen (25 bis 44 Jahre), die längsten medianen Beschäftigungslücken auf. Im Wiener Einzelhandel dauerte diese Unterbrechung in dieser Alterskohorte im Median 184 Tage, wovon rund 23% in Karenz, 33% in Arbeitslosigkeit, 28% in sonstiger Nicht-Erwerbstätigkeit und 16% in atypischer Beschäftigung verbracht wurden. Unter den übrigen Altersgruppen war die mediane Beschäftigungsunterbrechung (mit 181 Tagen bei den unter 25-Jährigen und 152 Tagen bei den über 44-Jährigen) kürzer, wobei der Anteil der in Karenz verbrachten Zeit mit 2% bzw. 3% ungleich geringer war. Spiegelbildlich war in diesen Altersgruppen der Anteil der in allen anderen Arbeitsmarktzuständen verbrachten Zeit entsprechend länger.

Über 44-Jährige verbrachten allerdings – bei insgesamt kürzeren Unterbrechungsdauern – einen deutlich geringeren Teil der Unterbrechung in sonstiger Nicht-Erwerbstätigkeit und einen höheren Teil in Arbeitslosigkeit und atypischer Beschäftigung als die jüngste Alterskohorte⁸⁰⁾.

Übersicht 3.13: *Mediane Dauer von Beschäftigungsunterbrechungen vor einer Neuaufnahme in ein neues Beschäftigungsverhältnis im Einzelhandel*

	Beschäftigterbetriebsgröße				Anteil des Online-Handels in der Branche			
	Bis 50	51 bis 100	101 bis 500	Mehr als 500	Hoch	Mittel	Niedrig	Unbekannt
Wien								
<i>Exklusive Direktübergänge</i>								
Frauen	158	202	217	215	208	191	197,5	183,5
Männer	135	152	181	180	184	181	154	137
Insgesamt	150,5	181	201	194	192	185	177	158
<i>Inklusive Direktübergänge</i>								
Frauen	76	141	151	147	151	121	121	90
Männer	88	91	120	117	129	92	100	79
Insgesamt	81	121,5	134	135	138	118	112	85
Übriges Österreich								
<i>Exklusive Direktübergänge</i>								
Frauen	120	136	164,5	154	120	140	133	138
Männer	92	92	93	113,5	108	132	102	87
Insgesamt	106	123	150	143	115	139	123	110
<i>Inklusive Direktübergänge</i>								
Frauen	61	56	70	91	60	77	62	68
Männer	67	59	51	61	61	72	60	65
Insgesamt	62	57	63	81	61	77	61	67

Q: HV, WIFO, INDI-DV, Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten (exklusive Personen mit einem direkten Übergang von einem voll-sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis in ein anderes). "Atypische" Beschäftigung beinhaltet auch die selbständige Beschäftigung.

In Hinblick auf die Charakteristika der aufnehmenden Betriebe (Größenstruktur, Online-Anteil) im Wiener Einzelhandel zeigt sich, dass vor allem die kleinen Beschäftigterbetriebe (mit bis zu 50 voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten) vermehrt Arbeitskräfte mit einer kürzeren Unterbrechung (von im Median 151 Tagen exklusive bzw. 81 Tagen inklusive Direktübergängen) in ihre Beschäftigung aufnehmen. Auch zeigt sich, dass die medianen Beschäftigungslücken in Branchengruppen mit hohem Online-Handelsanteil deutlich höher sind als in solchen mit mittlerem oder niedrigem Online-Handelsanteil. Deutlich kürzer sind sie dagegen in den Branchengruppen mit unbekanntem Online-Handelsanteil (siehe Übersicht 3.13).

⁸⁰⁾ Dieses Bild ändert sich etwas, wenn man bei der Betrachtung der Beschäftigungslücke die direkten Übergänge von einem Beschäftigungsverhältnis in ein anderes mitberücksichtigt, in diesem Fall nimmt die mediane Unterbrechungsdauer im Wiener Einzelhandel (nicht aber im Einzelhandel im übrigen Österreich) mit dem Alter ab. Dies ist zum einen ein weiteres Indiz für die geringeren Geschlechterunterschiede am Wiener Arbeitsmarkt, zum anderen fällt auch hier die mediane Beschäftigungsdauer in den mittleren Altersgruppen gegenüber jüngeren im Wiener Einzelhandel deutlich schwächer ab als in den übrigen Branchen und im Handel insgesamt.

Damit unterscheidet sich der Wiener Einzelhandel in einigen Details auch vom Einzelhandel im übrigen Österreich. Insbesondere sind es außerhalb Wiens die Beschäftigerbetriebe in Branchengruppen mit einem mittleren Online-Handelsanteil, deren Neuaufnahmen die längsten Beschäftigungslücken aufweisen. Außerdem sind die medianen Beschäftigungslücken inklusive Direktübergänge im übrigen Österreich vor allem unter den größeren Beschäftigerbetrieben (mit 500 oder mehr voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten) mit Abstand am längsten – dies allerdings ausschließlich wegen des bereits oben identifizierten geringeren Anteils der Direktübergänge in diesen Betrieben außerhalb Wiens.

Übersicht 3.14: Anteil verschiedener Arbeitsmarktzustände während einer Beschäftigungslücke im Einzelhandel

In %; Zugänge des Jahres 2015

	Übriges Österreich			Wien				
	Arbeitslos	Atypisch beschäftigt	Kinderbetreuung	Außerhalb des Erwerbslebens	Arbeitslos	Atypisch beschäftigt	Kinderbetreuung	Außerhalb des Erwerbslebens
	Beschäftigerbetriebsgröße							
Bis 50	32	25	8	36	25	24	17	34
51 bis 100	35	15	15	36	28	16	24	32
101 bis 500	33	15	19	32	23	20	29	28
Mehr als 500	37	10	23	29	23	16	32	29
	Online-Handelsanteil							
Hoch	33	21	8	37	28	22	17	34
Mittel	29	18	17	36	24	21	23	33
Gering	38	14	18	30	23	21	24	32
Unbekannt	30	23	13	34	25	22	22	31

Q: HV, WIFO, INDI-DV, Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten (exklusive Personen mit einem direkten Übergang von einem voll-sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis in ein anderes). "Atypische Beschäftigung" beinhaltet auch die selbständige Beschäftigung.

Hinsichtlich der Verteilung der Dauern dieser Beschäftigungslücken unterscheiden sich die verschiedenen Beschäftigerbetriebe noch deutlicher. Insbesondere geht der hohe Anteil der während der Beschäftigungslücke in Karenz verbrachten Zeit im Einzelhandel in Wien wie dem übrigen Österreich vor allem auf die Beschäftigungsaufnahmen in Großbetrieben (mit mehr als 500 voll-sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) sowie Branchengruppen mit geringem Online-Handelsanteil zurück. In kleine Beschäftigerbetriebe (mit 50 oder weniger voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten) zugegangene Arbeitskräfte waren demgegenüber zu einem größeren Anteil nicht erwerbstätig oder atypisch beschäftigt. Dementsprechend scheinen es vor allem Großbetriebe sowie Beschäftigerbetriebe in Branchengruppen mit niedrigem Online-Handelsanteil zu sein, die vorrangig zur Charakteristik des Einzelhandels als Wiedereinstiegsbranche für Frauen nach der Karenz beitragen.

3.1.8 Branche der vorhergehenden Beschäftigung

Schlussendlich kann anhand der Individualdaten des Hauptverbands auch untersucht werden, aus welchen Branchen die Neuzugänge in den verschiedenen Branchengruppen rekrutiert werden. Zu diesem Zweck werden die ÖNACE-2-Steller-Zuordnungen des aktuellen und des vorherigen Arbeitgebers miteinander verglichen. War sowohl der aktuelle als auch der zuvor ausgeübte Arbeitsplatz in einem Betrieb derselben ÖNACE-2-Steller-Branchenklasse gemeldet, wird die Person als "branchentreu" bezeichnet. Diese Branchentreue kann somit als ein Indiz für die Leichtigkeit gesehen werden, mit der eine Arbeitskraft über Branchen wechselt. Sie ist damit nicht zuletzt eine Proxy für die Verwertbarkeit der in einer Branche erworbenen Bildungsabschlüsse bzw. Berufserfahrungen in anderen Branchen. Dabei ist zu vermuten, dass diese Verwertbarkeit in Branchen mit einer geringen Branchentreue besonders hoch ist. Alternativ kann diese Branchentreue allerdings auch als ein Indiz für die Attraktivität der Branche als Arbeitgeber sein, weil Personen, die mit branchenspezifischen Arbeitsbedingungen nicht zufrieden sind, danach trachten werden, in einer anderen Branche einen Arbeitsplatz zu finden. In diesem Fall wäre zu vermuten, dass eine geringe Branchentreue mit einer geringen Arbeitszufriedenheit verbunden ist.

Wesentliches empirisches Ergebnis für die gesamtwirtschaftliche Ebene ist in diesem Zusammenhang eine deutlich niedrigere Branchentreue im Einzelhandel und gesamten Handel im Vergleich zur übrigen Wirtschaft. So haben im übrigen Österreich 47% der Neuzugänge im Handel und 50,4% der Neuzugänge im Einzelhandel schon zuvor in derselben ÖNACE-2-Steller-Branchenabteilung gearbeitet und waren damit "branchentreu" (Übersicht 3.15). In den Branchen außerhalb des Handels lag dieser Anteil im übrigen Österreich mit 57,1% deutlich höher.

Übersicht 3.15: Anteil der branchentreuen Neuzugänge nach Region, Altersgruppen und Branchen

In %; Zugänge des Jahres 2015

	Andere Branchen	Übriges Österreich		Andere Branchen	Wien	
		Handel	Einzelhandel		Handel	Einzelhandel
<i>Geschlecht</i>						
Männer	51,3	48,7	53,1	44,3	51,6	55,5
Frauen	61,0	44,8	43,8	51,8	43,1	42,8
<i>Alter</i>						
Bis 24 Jahre	43,5	42,3	42,8	37,1	44,2	46,7
25 bis 44 Jahre	57,0	47,3	52,3	48,6	48,9	52,4
Ab 45 Jahre	66,2	51,2	54,9	55,0	48,4	51,4
Insgesamt	57,1	47,0	50,4	48,5	47,7	50,7

Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis innehatten. Die Branchenzuordnung "Handel" bzw. "Gesamtwirtschaft ohne Handel" bezieht sich auf das am Stichtag 7. September 2015 aufrechte Beschäftigungsverhältnis. "Branchentreu" sind Beschäftigte, wenn letzter und aktueller Arbeitgeber derselben ÖNACE-2-Steller-Branche zugeordnet sind.

Wien nimmt auch hier eine Sonderstellung ein. So ist die Branchentreue in den Branchen außerhalb des Handels deutlich geringer als im übrigen Österreich, was darauf hindeutet, dass am Wiener Arbeitsmarkt wegen der hier größeren Arbeitsplatzdichte und der höheren Branchenvielfalt Arbeitnehmer/innen häufiger ihren Arbeitsplatz über Branchengrenzen wechseln als im übrigen Österreich. Gleichzeitig ist im Wiener Handel und im regionalen Einzelhandel allerdings die Branchentreue der meisten demographischen Gruppen höher als im übrigen Österreich. Ausnahmen sind hier allerdings Frauen sowie ältere (über 44-jährige) Arbeitskräfte im Einzelhandel und im Handel insgesamt sowie die 25- bis 44-Jährigen im Einzelhandel.

Dabei weist der Wiener Einzelhandel – im Gegensatz zum übrigen Österreich – eine höhere Branchentreue auf als sowohl der Handel insgesamt als auch die anderen Branchen. In Wien waren im Einzelhandel 50,7% der Neuzugänge branchentreu, während es in den anderen Branchen nur 48,5%, und im Handel insgesamt 47,7% der Neuzugänge waren. Die höhere Branchentreue im Einzelhandel als in den anderen Branchengruppen gilt dabei für Männer wie Frauen und für die meisten Altersgruppen. Einzig bei den älteren Arbeitskräften (über 45 Jahre) ist die Branchentreue im Einzelhandel geringer als in der übrigen Stadtwirtschaft (aber höher als im Handel insgesamt).

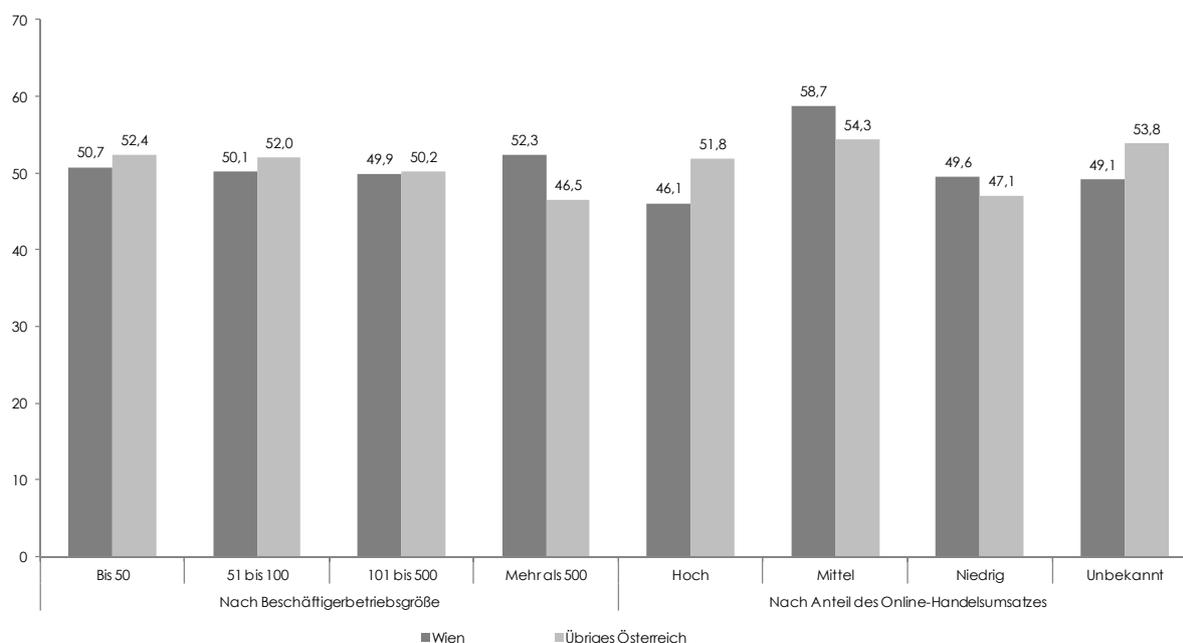
Dabei steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Beschäftigte nach einem Arbeitsplatzwechsel in derselben ÖNACE-2-Steller-Branche arbeiten, sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich mit dem Alter an. So blieben im übrigen Österreich 42,8% der jungen Arbeitskräfte (bis 24 Jahre), die im Einzelhandel eine Arbeit aufnahmen, dem Einzelhandel treu, während es bei den älteren Arbeitskräften 54,9% waren. In Wien waren bei den unter 25-Jährigen 46,7% der Neuaufnahmen im Einzelhandel branchentreu, bei den über 45-Jährigen dagegen 51,4%. Allerdings steigt in Wien wie auch im übrigen Österreich die Branchentreue in Einzelhandel und Handel insgesamt weniger stark mit dem Alter an als in den anderen Branchen. So beträgt in Letzteren der Unterschied in der Branchentreue zwischen der ältesten und jüngsten Alterskohorte im übrigen Österreich 22,7 Prozentpunkte und in Wien 17,9 Prozentpunkte, während er im Einzelhandel im übrigen Österreich mit 12,1 Prozentpunkten und in Wien mit nur 4,7 Prozentpunkten deutlich niedriger ist. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass das im Handel im Verlauf einer Erwerbskarriere erworbene Erfahrungswissen (z.B. im kaufmännischen Bereich oder im Umgang mit Kunden) für ältere Arbeitskräfte intersektoral leichter verwertbar ist als das oft stark branchenspezifische Erfahrungswissen in anderen Branchen.

Nach Geschlecht ist in den Branchen außerhalb des Handels sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich die Branchentreue von Männern (mit 51,3% im übrigen Österreich und 44,3% in Wien) erheblich geringer als jene von Frauen (61,0% im übrigen Österreich und 51,8% in Wien). Im Handel und im Einzelhandel ist es allerdings umgekehrt: Hier sind Männer (mit 48,7% bzw. 53,1% im übrigen Österreich und 51,6% bzw. 55,5% in Wien) leicht "branchentreuer" als Frauen (44,8% bzw. 43,8% im übrigen Österreich und 43,1% bzw. 42,8% in Wien), was darauf hindeuten könnte, dass vor allem die im Handel sehr oft teilzeitbeschäftigten Frauen häufig in eine andere Branche wechseln, wenn sie etwa mit den im Handel angebotenen Arbeits-

zeiten unzufrieden sind, oder aber Teilzeitbeschäftigung generell mit einer hohen Mobilität verbunden ist.

Abbildung 3.8: Anteil der branchentreuen Neuzugänge im Einzelhandel nach Region, Beschäftigerbetriebsgröße und Anteil des Online-Handels

In %, Zugänge des Jahres 2015



Q: Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger, WIFO-Berechnungen, INDI-DV. Grundgesamtheit sind Personen, die zum Stichtag (7.9.2015) seit weniger als einem Jahr im selben Beschäftigungsverhältnis beschäftigt waren und davor auch schon einmal ein Beschäftigungsverhältnis hatten. Die Branchenzuordnung "Handel" bzw. "Gesamtwirtschaft ohne Handel" bezieht sich auf das am Stichtag 7. September 2015 aufrechte Beschäftigungsverhältnis. "Branchentreu" sind Beschäftigte, wenn letzter und aktueller Arbeitgeber derselben ÖNACE-2-Steller-Branche zugeordnet sind.

In Hinblick auf die Branchentreue nach Betriebstypen (Größe, Online-Anteil) zeigen unsere Analysen letztlich recht unterschiedliche Ergebnisse (Abbildung 3.8). So zeigt sich für den Einzelhandel im übrigen Österreich eine mit der Beschäftigerbetriebsgröße deutlich fallende Branchentreue. Dagegen ist in Wien die Branchentreue in Großbetrieben (mit 500 oder mehr voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten) nur unwesentlich geringer als unter Kleinbetrieben (mit bis zu 50 Beschäftigten) und höher als in den mittleren Beschäftigerbetriebsgrößengruppen. Dies lässt somit keine allgemeingültigen Rückschlüsse über die Verwertbarkeit des erworbenen Humankapitals oder die Arbeitszufriedenheit in großen und kleinen Beschäftigerbetrieben zu. Einziges Ergebnis, welches auf den Einzelhandel in Wien und im übrigen Österreich in gleichem Maße zutrifft, ist eine hohe Branchentreue in den Beschäftigerbetrieben von Branchengruppen mit einem mittleren Online-Handelsanteil. Die geringste Branchentreue weisen hingegen im Wiener Einzelhandel Betriebe in Branchengruppen mit

hohem Online-Handelsanteil auf, im Einzelhandel des übrigen Bundesgebiets sind es hingegen solche mit niedrigem Online-Handelsanteil.

3.1.9 Fazit

Hauptziel des vorliegenden Abschnitts war es, einen detaillierten Überblick über den Arbeitskräfteumschlag im Wiener Einzelhandel zu geben und festzustellen, woher der Wiener Einzelhandel seine Arbeitskräfte bezieht. Der Einzelhandel erweist sich dabei als eine Branchenabteilung, die in Wien wie dem übrigen Österreich einen höheren Arbeitskräfteumschlag aufweist als andere (wenig saisonale) Branchen. In Wien kommt dieser Arbeitskräfteumschlag sogar an den Umschlag der übrigen Wirtschaft einschließlich der Saisonbranchen heran. Diese hohen Umschlagszahlen gehen vor allem auf die "großen" Branchengruppen des Einzelhandels zurück, namentlich den Einzelhandel mit Waren verschiedener Art sowie den Einzelhandel mit sonstigen Waren. Dabei nimmt der Arbeitskräfteumschlag mit der Betriebsgröße tendenziell ab, wobei dieser Rückgang nach Betriebsgröße im Wiener Einzelhandel allerdings merklich flacher verläuft als in den anderen regionalen Sektoren. Damit weisen große Beschäftigterbetriebe hier einen höheren Arbeitskräfteumschlag auf als die übrige Wirtschaft – Indiz für eine nur beschränkte Stabilität der Beschäftigungsverhältnisse im großbetrieblichen Einzelhandel.

Spezifisch für Wien zeigt sich auch ein mit dem Anteil des Online-Handels einer Branchengruppe zunehmender Arbeitskräfteumschlag. So wurden im Durchschnitt der Jahre 2008 bis 2015 in Wiener Branchengruppen mit hohem Online-Umsatzanteil 98,4% der Arbeitsplätze umgeschlagen, in Branchen mit geringem Online-Anteil waren es nur 72,0%. Am höchsten war dieser Umschlag in Wien in jenen Branchengruppen, für welche der Umsatzanteil des Online-Handels nicht bekannt ist.

Grundsätzlich bedeutet der hohe Arbeitskräfteumschlag im Wiener Einzelhandel auch, dass diese Branchenabteilung binnen eines typischen Jahres vergleichsweise viele Arbeitskräfte aufnimmt. Dies sind im Wiener Einzelhandel verstärkt junge und weibliche Arbeitskräfte. Der Frauenanteil an den Beschäftigungsaufnahmen liegt im Wiener Einzelhandel bei 61,2%, der Anteil der jungen (bis 24-jährigen) Frauen bei fast einem Fünftel (17,8%). Männer sind demgegenüber bei den Beschäftigungsaufnahmen im Einzelhandel in sämtlichen Altersgruppen mit Ausnahme der bis zu 24-Jährigen deutlich unterrepräsentiert. Dabei sind es vor allem die großen Beschäftigterbetriebe im Wiener Einzelhandel – und damit wohl auch die Anbieter großflächiger Handelsformate – welche verstärkt junge und weibliche Arbeitskräfte einstellen. Branchengruppen mit einem hohen Online-Handelsanteil rekrutieren hingegen – im Gegensatz zu den übrigen Branchengruppen im Wiener Einzelhandel – überwiegend (junge) Männer, der Männeranteil an den Neuaufnahmen liegt hier bei 56,8%.

Empirisch erweist sich der Einzelhandel auch als eine Branchenabteilung, in die besonders viele Frauen zugehen, die im Jahr vor ihrer Beschäftigung hauptsächlich ein Kind betreuten. In Wien erfolgten 9% der Beschäftigungsaufnahmen von Frauen im Einzelhandel aus der Kinderbetreuung, im übrigen Österreich waren es 10%. Im Vergleich dazu lagen die Anteile in

den Branchen außerhalb des Handels regionsunabhängig bei 7%. Bei den im Einzelhandel neu beschäftigten Männern ist dagegen (auch wegen der beinahe gänzlich fehlenden Beschäftigungsaufnahmen aus der Kinderbetreuung) ein Zugang aus der sonstigen Nicht-Erwerbstätigkeit wichtiger als bei Frauen.

Innerhalb des Wiener Einzelhandels unterscheidet sich vor allem das Rekrutierungsverhalten der kleinen Beschäftigerbetriebe (mit bis zu 50 voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten) von jenem der anderen Betriebsgrößen. Sie rekrutieren ihre Beschäftigten zu über 50% aus einem anderen Beschäftigungsverhältnis, aber nur zu 18% aus der Arbeitslosigkeit. Die großen Beschäftigerbetriebe des Wiener Einzelhandels (mit mehr als 500 voll-sozialversicherungspflichtig unselbständig Beschäftigten) rekrutieren hingegen fast ein Viertel (24%) ihrer neuen Beschäftigten aus der Arbeitslosigkeit und nur 37,5% aus einer Beschäftigung. Weniger deutlich unterscheiden sich die Rekrutierungsmuster der Branchengruppen nach ihrem Online-Handelsanteil. Als auffällig verbleiben hier nur der geringere Anteil der Neuaufnahmen aus der Kinderbetreuung in Branchengruppen mit hohem Online-Handelsanteil sowie ein höherer Anteil der Neuaufnahmen aus der Beschäftigung in Branchengruppen mit unbekannter Online-Durchdringung.

Unter jenen Personen, die vor ihrer Beschäftigungsaufnahme im Wiener Einzelhandel eine Unterbrechung ihrer Erwerbskarriere erfahren haben, und somit nicht direkt von einem Beschäftigungsverhältnis in ein anderes übergegangen sind, liegt die mediane Dauer dieser Beschäftigungsunterbrechung bei 179 Tagen. Damit war diese Unterbrechung im Einzelhandel merklich länger als unter den Neuzugängen im Wiener Handel insgesamt, aber auch in der übrigen Stadtwirtschaft. Der regionale Einzelhandel nimmt also in einem vergleichsweise hohen Ausmaß Arbeitskräfte mit einer längeren Unterbrechung ihrer Beschäftigung auf. Dieses Ergebnis bleibt auch bestehen, wenn direkte Beschäftigungsübergänge in die Berechnung der medianen Unterbrechungsdauer mit einbezogen werden. In diesem Fall verringert sich aufgrund der großen Zahl an Beobachtungen ohne Unterbrechung der Erwerbsbiographie die Dauer der medianen Beschäftigungslücke in allen Branchen auf 105 Tage. Sie bleibt im Einzelhandel aber immer noch merklich höher als in allen Vergleichsgruppen; wobei dies für Wien wie das übrige Österreich gilt.

Nach Betriebstyp nehmen vor allem die kleinen Beschäftigerbetriebe (mit bis zu 50 voll-sozialversicherungspflichtigen unselbständig Beschäftigten) im Wiener Einzelhandel verstärkt Arbeitskräfte mit einer kürzeren Unterbrechung der Beschäftigung auf. Zudem ist die mediane Beschäftigungslücke in Branchengruppen mit einem hohen Internet-Handelsanteil deutlich stärker ausgeprägt als in solchen mit niedrigen und mittleren Online-Anteilen. Deutlich kürzer ist die Dauer der Beschäftigungslücke schließlich in den Branchengruppen mit einem unbekanntem Online-Handelsanteil.

Nicht zuletzt zeigt unsere empirische Evidenz, dass Neuzugänge im Wiener Einzelhandel eine höhere Branchentreue aufweisen als im Handel insgesamt und in den anderen Branchen. Im Einzelhandel kommen 50,7% der Neuzugänge aus der eigenen Branchengruppe (und waren damit "branchentreu"), während es in der übrigen Wiener Wirtschaft nur 48,5% und im Wiener

Handel insgesamt 47,7% waren. Die höhere Branchentreue im Wiener Einzelhandel gilt dabei für Männer wie Frauen, und auch für die meisten Altersgruppen. Einzig bei den älteren Arbeitskräften (über 44 Jahre) ist die Branchentreue im Einzelhandel geringer als in anderen Branchen (aber höher als im Handel insgesamt). Dabei ist diese Branchentreue in den Wiener Großbetrieben des Einzelhandels (als Spezifikum) nur unwesentlich geringer als unter Kleinbetrieben und sogar höher als in den mittelgroßen Beschäftigterbetrieben, während sie im übrigen Österreich mit der Betriebsgröße monoton abnimmt. Die geringste Branchentreue im Wiener Einzelhandel weisen allerdings Beschäftigterbetriebe mit einem hohen Online-Handelsanteil auf, im Einzelhandel im übrigen Österreich sind es hingegen solche mit niedrigem Online-Handelsanteil.

3.2 Qualifikations- und Berufsstrukturen sowie Teilzeitbeschäftigung im Wiener Handel

Der Wiener Handel unterscheidet sich hinsichtlich der Qualifikations- und Berufsstruktur seiner unselbständig Beschäftigten, aber auch in Hinblick auf den Einsatz von in- und ausländischen Beschäftigten, Männern und Frauen sowie Teilzeitbeschäftigten von anderen Branchen in Wien, aber auch vom Handel im übrigen Österreich. Ziel dieses Abschnitts ist es daher zunächst, auf Basis einer Sonderauswertung der österreichischen Arbeitskräfteerhebung die Qualifikations- und Berufsstruktur von unselbständig Beschäftigten im österreichischen und Wiener Handel zu analysieren, wobei hier auch auf Unterschiede hinsichtlich Geschlecht und Geburtsort abgestellt werden soll. In der Folge werden diese Auswertungen um eine Analyse der Arbeitszeiten im Handel ergänzt, wobei vor allem die Teilzeitbeschäftigung und deren Gründe im Mittelpunkt stehen werden. Zum Abschluss des Abschnitts werden schließlich Daten aus der Lehrlingsstatistik ausgewertet, um Aussagen zur Funktion des Handels in der Lehrausbildung treffen zu können.

Der österreichische Mikrozensus erhebt dabei – im Gegensatz zu dem im letzten Abschnitt verwendeten Datensatz des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger – die Beschäftigten in einer Region am Wohnort und am Arbeitsort und stellt auf die Zahl der beschäftigten Personen (statt die Zahl der Beschäftigungsverhältnisse) einschließlich der geringfügig Beschäftigten ab. In den Auswertungen dieses Abschnitts werden dabei aus Gründen der besseren Vergleichbarkeit mit der vorangegangenen Analyse vorwiegend die unselbständig Beschäftigten am Arbeitsort untersucht. In Fällen, in denen dies zu erheblichen Unterschieden führt, wird auch auf die Struktur der Beschäftigten am Wohnort einge-

gangen⁸¹⁾). Damit ergeben sich im Vergleich zu den bisher verwendeten Daten des Hauptverbandes der Österreichischen Sozialversicherungsträger notwendig Unterschiede in der Zahl der Handelsbeschäftigten in Wien. Sie entstammen zum einen der unterschiedlichen Definition von Beschäftigten (inklusive geringfügig Beschäftigter), zum anderen aus der unterschiedlichen Messung der Beschäftigung (beschäftigte Personen versus Beschäftigungsverhältnisse).

Nicht zuletzt ist der österreichische Mikrozensus (anders als der Datensatz des Hauptverbandes) eine Stichprobenerhebung, die notwendig einem Stichprobenfehler unterliegt. Um diesen zu minimieren, beziehen sich die nachfolgenden Auswertungen durchwegs auf den Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015, womit die Stichprobengröße für die Auswertung deutlich erhöht werden kann. Allerdings empfiehlt Statistik Austria, bei Sonderauswertungen Zellen mit einem hochgerechneten Besatz von weniger als 6.000 Personen in Österreich (8.000 in Wien) aufgrund der geringen Zuverlässigkeit gesondert zu kennzeichnen, und Zellen mit einem hochgerechneten Besatz von weniger als 3.000 Personen (4.000 in Wien) aufgrund mangelnder Aussagekraft nicht auszuweisen. In unserer Analyse folgen wir dieser Empfehlung. Zudem werden in diesem Abschnitt nur die unselbständig Beschäftigten in die Analyse einbezogen, um eine möglichst hohe Konsistenz mit den anderen Analysen und Ergebnissen dieser Studie zu gewährleisten⁸²⁾.

3.2.1 *Struktur der Handelsbeschäftigten nach persönlichen Charakteristika, Qualifikation und Beruf*

3.2.1.1 Struktur der Beschäftigung in Wien

Alter und Geschlecht

Die unselbständig Beschäftigten im Wiener Handel unterscheiden sich sowohl in ihrer Alters- und Bildungsstruktur und auch nach ihrer Herkunft von den unselbständig Beschäftigten der anderen Wirtschaftsbereiche Wiens. Insbesondere sind die unselbständig Beschäftigten im

⁸¹⁾ Der Unterschied zwischen der Beschäftigung am Arbeits- und am Wohnort ist die Zahl der Ein- und Auspendler/innen. Eine detaillierte Analyse dieser Pendler/innen nach Geschlecht, Alter und anderen sozio-demographischen Merkmalen scheitert an ihrer geringen Zahl in der Mikrozensusstichprobe. Nur die Gesamtgrößen an Pendler/innen lassen hier noch eine Interpretation zu. Danach pendelten im Jahr 2015 rund 12.400 Handelsbeschäftigte aus Wien in ein anderes Bundesland, während 26.500 Handelsbeschäftigte nach Wien einpendelten. Insgesamt lag die Zahl der Auspendler/innen aus Wien (in allen Wirtschaftsbereichen) laut dieser Erhebung bei etwa 77.100 Personen, dagegen pendelten 230.600 Personen nach Wien ein. Damit lag die Einpendler/innenquote nach Wien in der Gesamtwirtschaft bei 24,0%, die Auspendler/innenquote bei 8,5%. *Bierbaumer-Polly et al. (2014)* zeigen für Österreich, dass die Pendelneigung unter Handelsbeschäftigten niedriger ist als in den anderen Wirtschaftszweigen. Dies trifft auf Wien aber nur bedingt zu. Die Einpendler/innenquote lag im Wiener Handel mit 22,0% niedriger als im Rest der Wirtschaft, die Auspendler/innenquote mit 11,7% dagegen höher. Grund dafür dürften vor allem die vielen Einkaufszentren im unmittelbaren Umland Wiens sein. Sie bieten vielen in Wien wohnhaften Handelsbeschäftigten einen ihrem Wohnort nahen Arbeitsplatz, der aber doch in einem anderen Bundesland liegt.

⁸²⁾ Laut Mikrozensus waren im Jahr 2015 von den 106.700 Handelsbeschäftigten mit Wohnort Wien 11.500 (oder 10,8%) selbständig beschäftigt. Von den 120.800 Handelsbeschäftigten mit Arbeitsort Wien waren es 12.800 (oder 10,7%).

Wiener Handel häufiger weiblich und auch jünger als jene im Durchschnitt der Wiener Branchen (Übersicht 3.16). Dabei zeigen sich allerdings deutliche Unterschiede zwischen den Branchenabteilungen des Handels. So ist der hohe Frauenanteil an den unselbständig Beschäftigten im gesamten Wiener Handel allein auf den Einzelhandel zurückzuführen. Dieser bestimmt aufgrund seiner großen Beschäftigtenzahl die Struktur der Beschäftigung im Wiener Handel insgesamt. Im Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015 waren laut Mikrozensus-Ergebnissen 88.500 Frauen und 41.900 Männer im Wiener Einzelhandel unselbständig beschäftigt. Damit waren in diesen Jahren mehr als 10% der in Wien unselbständig beschäftigten Frauen Einzelhandelsangestellte. Der Anteil der im Einzelhandel unselbständig beschäftigten Männer an der männlichen Beschäftigung Wiens lag hingegen unter 5%. Der Kfz-Handel ist demgegenüber nach wie vor stark männlich dominiert, fast drei Viertel (74,2%) seiner Beschäftigten sind Männer. Auch im Wiener Großhandel herrschen Männer vor, die Geschlechterverteilung ist hier jedoch mit einem Frauenanteil von 46,4% deutlich ausgeglichener⁸³⁾.

Der hohe Anteil der jungen (15- bis 24-jährigen) Beschäftigten im Gesamthandel Wiens ist ebenfalls auf den Einzelhandel (sowie den Kfz-Handel) zurückzuführen. Dieser Anteil korreliert damit stark mit dem Vorhandensein attraktiver Lehrberufe in den jeweiligen Branchen, was einmal mehr die Bedeutung des (Einzel-)Handels als Ausbildungsbranche unterstreicht. Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtbeschäftigung dieser Altersgruppe liegt in Wien bei rund 14%, während er bei den 25- bis 44-Jährigen nur rund 7% und bei den über 45-Jährigen sogar kaum 6% erreicht. Damit ist der Wiener Einzelhandel mit einem Anteil der 15- bis 24-jährigen unselbständig Beschäftigten an seiner Gesamtbeschäftigung von mehr als einem Fünftel (21,0%) auch für die gesamte Jugendbeschäftigung in Österreich von einiger Bedeutung. Im Gegensatz dazu liegt der Anteil der jungen (15- bis 24-jährigen) Beschäftigten im Großhandel Wiens mit 7,8% deutlich niedriger als in Österreich (12,1%).

⁸³⁾ Unter den am Wohnort Beschäftigten ist der Männeranteil im Groß- und auch im Kfz-Handel etwas höher als unter den am Arbeitsort Beschäftigten. Hier pendeln daher Männer seltener ein als Frauen. Bei den Beschäftigten im Einzelhandel und in der Gesamtwirtschaft ist es umgekehrt. Hier pendeln Männer häufiger ein als Frauen. Insgesamt sind die Geschlechterunterschiede zwischen den am Wohn- und am Arbeitsort Beschäftigten allerdings gering, sie liegen bei weniger als einem Prozentpunkt.

Übersicht 3.16: Unselbständig Beschäftigte im Wiener Handel im Vergleich zum Durchschnitt aller Branchen in Wien

	Insgesamt	Handel			Wirtschaft
		Kfz-Handel	Großhandel	Einzelhandel	
Wohnort Wien					
<i>Geschlecht</i>					
Männlich	42,8	76,1	55,2	33,1	49,6
Weiblich	57,2	(23,9)	44,8	66,9	50,4
<i>Ausbildung</i>					
Pflichtschule	15,9		(6,9)	20,8	12,9
Lehre/AHS	54,8	65,0	55,2	53,5	44,5
Akademisch	29,3	-	38,0	25,7	42,6
<i>Alter</i>					
15 bis 24 Jahre	16,6		(8,0)	21,3	11,6
25 bis 44 Jahre	54,5	57,5	58,8	52,0	52,8
45 Jahre und älter	28,9	-	33,2	26,7	35,6
<i>Nationalität</i>					
Österreich	61,5	60,7	73,1	55,9	71,4
Ausland	38,5	(39,3)	26,9	44,1	41,0
<i>Arbeitszeit</i>					
Teilzeit bis 36 Stunden	37,5	(14,1)	22,7	47,2	30,5
Vollzeit ab 36 Stunden	62,5	85,9	77,2	52,8	69,2
<i>Beruf</i>					
Führungskräfte	7,5	-	13,7	(4,9)	5,4
Akademische Berufe	7,2	-	13,6	(4,2)	23,2
Technische Berufe	13,6	-	24,2	8,7	19,7
Verkäufer und Verkäuferinnen	45,1	-	12,1	64,8	19,4
Andere mittel qualifizierte Berufe	19,3	65,0	27,6	10,3	23,8
Hilfsarbeiter und Hilfsarbeiterinnen	7,3	-	8,8	7,0	8,5
Arbeitsort Wien					
<i>Geschlecht</i>					
Männlich	42,2	74,2	53,6	32,1	50,0
Weiblich	57,8	(25,8)	46,4	67,9	50,0
<i>Ausbildung</i>					
Pflichtschule	15,0		5,6	20,6	11,7
Lehre/AHS	55,3	59,6	55,4	54,8	45,6
Akademisch	29,7	-	39,0	24,6	42,7
<i>Alter in</i>					
15 bis 24 Jahre	15,9	-	(7,8)	21,0	11,5
25 bis 44 Jahre	53,8	59,9	55,7	52,0	51,3
45 Jahre und älter	30,3		36,5	26,9	37,2
<i>Nationalität</i>					
Österreich	65,9	62,4	78,9	59,1	69,6
Ausland	34,1	(37,6)	21,1	40,9	30,4
<i>Arbeitszeit</i>					
Teilzeit bis 36 Stunden	34,9	(16,2)	20,5	45,1	29,4
Vollzeit ab 36 Stunden	65,0	83,8	79,3	54,9	70,4
<i>Beruf</i>					
Führungskräfte	8,1	-	14,0	(4,8)	5,7
Akademische Berufe	7,6	-	14,2	(3,9)	23,2
Technische Berufe	14,3	-	25,3	9,0	21,5
Verkäufer und Verkäuferinnen	42,8	-	11,0	63,8	18,1
Andere mittel qualifizierte Berufe	21,1	60,9	29,3	11,8	24,3
Hilfsarbeiter und Hilfsarbeiterinnen	6,1	-	6,2	6,7	7,1

Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014-2015. – Basis = Beschäftigte am Wohnort. Werte in Klammer weisen aufgrund der geringen Fallzahlen einen großen Stichprobenfehler auf.

Ausbildung und Beruf

Ähnlich unterscheidet sich auch die Qualifikationsstruktur der unselbständig Beschäftigten im Wiener Handel deutlich von jener am gesamten Arbeitsmarkt. Kategorisiert man die Arbeitskräfte nach höchster abgeschlossener Ausbildung (Übersicht 3.16), so sind die Ausbildungsgruppen Pflichtschule und Lehr- bzw. BMS/AHS-Abschluss im Handel häufiger anzutreffen als am gesamten Arbeitsmarkt. Demnach haben 55,3% der unselbständigen Arbeitskräfte im Wiener Handel einen mittleren Bildungsabschluss (der zumeist ein Lehr- bzw. BMS-Abschluss ist) und 15,0% einen Pflichtschulabschluss. 29,7% der im Handel Beschäftigten haben einen tertiären (Hochschul-)Abschluss, während dies am gesamten Wiener Arbeitsmarkt für 42,7% der unselbständig Beschäftigten der Fall ist (11,7% Pflichtschulabschluss; 45,6% mittlerer Bildungsabschluss). Vor allem der hohe Anteil an Personen mit mittlerem Bildungsabschluss zeigt die wichtige Stellung des Handels in (klassischen) Lehrberufen (Einzelhandelskaufmanns/-kauffrau; Kfz-Mechaniker/in etc.). Im Zusammenspiel mit dem hohen Anteil der jungen Beschäftigten im Handel unterstreicht dies die zentrale Rolle des Handels im dualen Ausbildungssystem.

Innerhalb der Handelssektoren (ÖNACE-2-Steller) hat der Wiener Kfz-Handel mit 59,6% seiner unselbständig Beschäftigten den relativ größten Anteil an mittel ausgebildeten Arbeitskräften. Der Wiener Großhandel hat hingegen relativ die meisten Hochschulabsolvent/innen (39,0%) und die wenigsten Pflichtschulabsolvent/innen (5,6%). Der Einzelhandel ist mit einem Anteil von 54,8% der unselbständig Beschäftigten im mittleren Ausbildungssegment freilich abermals für die Charakteristik des gesamten Handels treibend⁸⁴).

Während die Bildungsstruktur der unselbständig Beschäftigten im Wiener Handel somit vorrangig durch Personen mit Lehrausbildung geprägt ist, reflektiert die Berufsstruktur vor allem die Spezifika des Handels als Dienstleistungsbereich. So arbeiten im Gegensatz zum gesamten Wiener Arbeitsmarkt unselbständig Beschäftigte im Wiener Handel – wie zu erwarten – überproportional häufig in Berufen der Berufshauptgruppe Dienstleistungsberufe bzw. Verkäufer/innen (42,8% aller im Wiener Handel unselbständig Beschäftigten)⁸⁵). Nur 7,6% der unselbständig Beschäftigten im Handel zählen zur Berufshauptgruppe der akademischen Berufe. Dies bestätigt die geringe Nachfrage nach formal hoch gebildeten Arbeitskräften im Handel, weist aber auch auf eine stärker praxisorientierte Ausrichtung der hier ausgeübten Berufe hin.

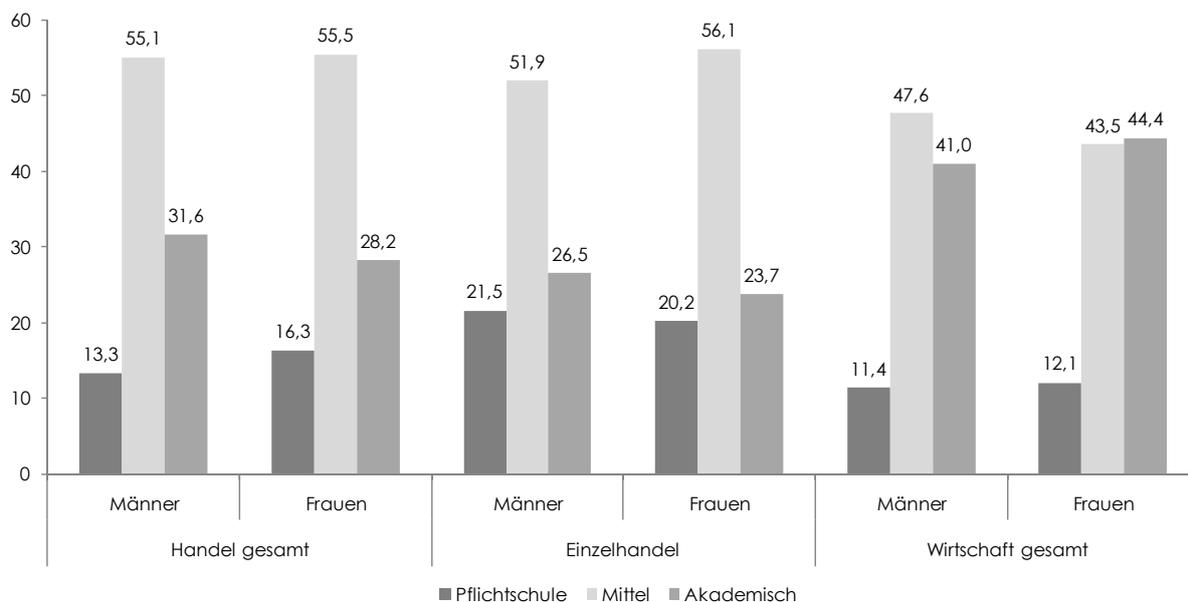
Nach Geschlecht verfügen unselbständig beschäftigte Frauen im gesamten Wiener Handel im Durchschnitt über ein geringes Ausbildungsniveau als Männer. Dies gilt allerdings nicht für den Einzelhandel (Abbildung 3.10). Hier haben Frauen seltener einen Pflichtschulabschluss (20,2%) und häufiger eine mittlere Ausbildung (56,1%) als Männer. Diese sind dagegen im

⁸⁴) Auch hinsichtlich der Bildungsstruktur sind die Unterschiede zwischen den am Wohn- und am Arbeitsort Beschäftigten gering. Tendenziell ist der Anteil der mittleren Ausbildungen am Wohnort unter den Beschäftigten des Kfz-Handels etwas höher als unter den am Arbeitsort Wien Beschäftigten. Im Groß- und Einzelhandel ist es wie im Durchschnitt der Branchen umgekehrt.

⁸⁵) Typische Berufsbilder (ISCO 88-Berufsuntergruppen) sind hier Ladenverkäufer/innen, Marktstandverkäufer/innen, Vorführer/innen sowie hauswirtschaftliche und verwandte Berufe.

Wiener Einzelhandel häufiger gering qualifiziert, gleichzeitig ist bei Männern allerdings auch der Beschäftigtenanteil mit Hochschulabschluss (26,5%) höher⁸⁶⁾.

Abbildung 3.9: Unselbständig Beschäftigte im österreichischen Handel außerhalb Wiens im Vergleich zur Gesamtwirtschaft



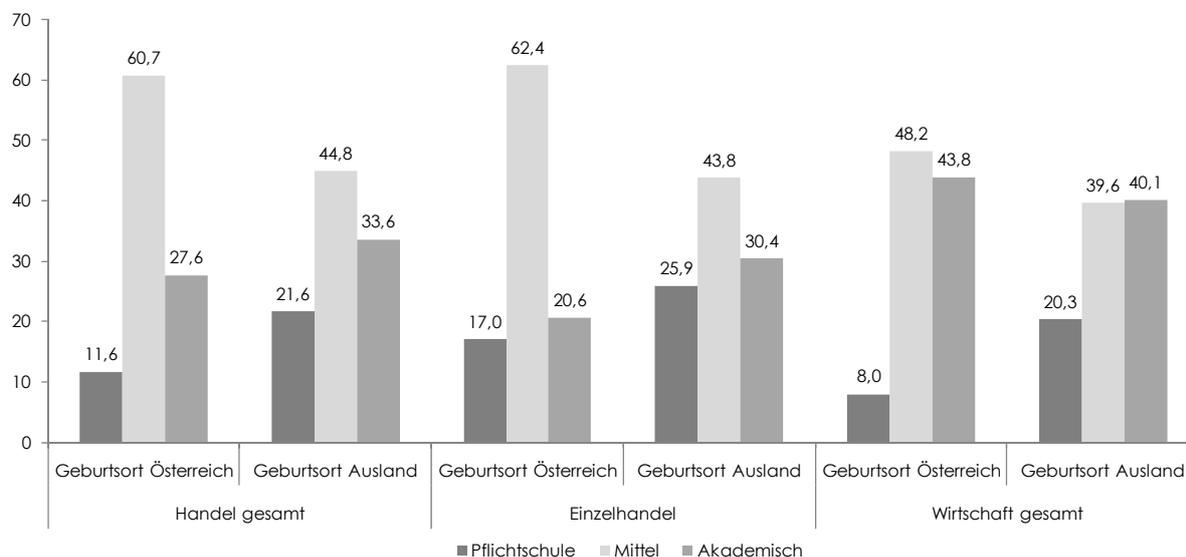
Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014-2015. – Basis = unselbständig Beschäftigte am Wohnort.

Herkunft

Letztlich arbeiten im Handel in Wien auch viele Personen ausländischer Herkunft. Im Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015 arbeiteten laut österreichischer Arbeitskräfteerhebung in Wien rund 14,1% aller nicht in Österreich geborenen unselbständig Beschäftigten im Handel (im Vergleich zu 12,4% der im Inland Geborenen). Dabei lag der Ausländer/innenanteil an den Beschäftigten in Wien im Einzelhandel (40,9%), aber auch im Kfz-Handel (37,6%) über dem Durchschnitt aller Branchen (von 30,4%), im Großhandel (21,1%) aber darunter. Unter den am Wohnort Beschäftigten liegt der AusländerInnenanteil noch höher. Im Einzelhandel liegt er bei 44,1% und im Kfz-Handel bei 39,3%. Auch hier weist nur der Großhandel (mit 26,6%) einen unterdurchschnittlichen Wert auf. Im Inland geborene Handelsbeschäftigte mit Arbeitsort Wien pendeln also häufiger in die Stadt ein als im Ausland Geborene.

⁸⁶⁾ Interessanterweise ändert sich dieser Befund bei einer Betrachtung der am Arbeitsort Beschäftigten. Unter ihnen haben Frauen in Wien auch eine höhere Akademikerinnenquote als Männer. Insgesamt dürften also vor allem niedrig qualifizierte, im Einzelhandel beschäftigte Frauen verstärkt nach Wien einpendeln.

Abbildung 3.10: Unselbständig Beschäftigte im Wiener Handel im Vergleich zur Gesamtwirtschaft



Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014-2015. – Basis = unselbständig Beschäftigte am Wohnort.

Dabei verfügen die im Ausland geborenen unselbständigen Arbeitskräfte im Wiener Handel überproportional häufig über eine Ausbildung an den Rändern der Bildungsverteilung (Abbildung 3.9). Sie haben häufiger als im Inland geborene Beschäftigte des Wiener Handel einen Hochschulabschluss (33,6%), dasselbe trifft aber auch für geringe Qualifikationen (höchstens Pflichtschulabschluss; 21,6% zu. Damit unterscheidet sich der Handel vor allem bei den hoch gebildeten ausländischen Arbeitskräften vom gesamten Wiener Arbeitsmarkt: Während der Anteil der unselbständig Beschäftigten mit Pflichtschulabschluss im Handel wie gesamten Arbeitsmarkt unter den im Ausland geborenen Beschäftigten höher liegt als unter den im Inland Geborenen, ist der Anteil an Akademiker/innen unter den im Ausland geborenen Beschäftigten zwar am gesamten Arbeitsmarkt niedriger, im Handel aber höher als unter den im Inland geborenen unselbständigen Beschäftigten. Im Vergleich zu den im Ausland Geborenen konzentrieren sich im Inland geborene unselbständige Arbeitskräfte im Wiener Handel hingegen vor allem auf die mittlere Ausbildung (60,7%). Im Einzelhandel sind dabei die Unterschiede in der Bildungsstruktur von im In- und im Ausland geborenen unselbständig Beschäftigten etwas geringer als im gesamten Handel Wiens⁸⁷⁾.

3.2.1.2 Struktur der Beschäftigung außerhalb Wiens

Außerhalb Wiens sind die Unterschiede zwischen der Beschäftigtenstruktur im Handel und den anderen Wirtschaftszweigen hinsichtlich Geschlecht, Alter und Bildung (in allen Teilbranchen)

⁸⁷⁾ Diese Anteile verschieben sich bei einer Betrachtung der am Arbeitsort Beschäftigten nur um wenige Zehntelprozentpunkte.

etwas stärker ausgeprägt als in Wien (Übersicht 3.17). So sind vor allem im Einzelhandel die Geschlechteranteile (mit einem Frauenanteil von 76,9% der unselbständig Beschäftigten) noch deutlich unausgewogener als in Wien, auch ist die Dominanz von Männern im Kfz-Handel im übrigen Österreich noch stärker ausgeprägt als in Wien. Damit herrscht im übrigen Österreich auch innerhalb der Handelsbranchen eine wesentlich stärkere Geschlechtersegmentierung vor als in Wien.

Auch die Konzentration der Handelsbeschäftigung auf die jungen Alterskohorten ist in Groß- und Kfz-Handel, nicht aber im Einzelhandel im übrigen Österreich höher als in Wien. Dagegen ist der Anteil der unselbständigen Beschäftigten in der mittleren Altersgruppe in allen Teilbranchen des Handels außerhalb Wiens niedriger als in der Bundeshauptstadt.

Ähnliches gilt für die Ausrichtung der unselbständigen Beschäftigung im Handel auf das mittlere Bildungssegment. Auch diese ist im übrigen Österreich stärker ausgeprägt als in Wien, wo der Anteil der Beschäftigten mit Lehre oder AHS/BHS als höchstem Bildungsabschluss in allen Handelsbranchen (zum Teil deutlich) über 60% liegt. Der Anteil der Akademiker/innen an der Beschäftigung (insbesondere im Einzel- und Großhandel), aber auch der Anteil der Beschäftigten mit maximal Pflichtschulausbildung (insbesondere im Einzelhandel), liegt hingegen im übrigen Österreich deutlich niedriger als in Wien.

Übersicht 3.17: *Unselbständig Beschäftigte im österreichischen Handel außerhalb Wiens im Vergleich zur Gesamtwirtschaft*

	Insgesamt	Handel			Wirtschaft
		Kfz-Handel	Großhandel	Einzelhandel	
<i>Geschlecht</i>					
Männlich	40,0	78,7	57,6	23,1	51,9
Weiblich	60,0	21,3	42,4	76,9	48,1
<i>Ausbildung</i>					
Pflichtschule	14,8	16,5	12,5	15,7	13,6
Lehre/AHS	68,1	64,2	63,0	71,5	57,6
Akademisch	17,2	19,3	24,5	12,8	28,7
<i>Alter</i>					
15 bis 24 Jahre	18,1	25,8	12,1	19,8	14,0
25 bis 44 Jahre	47,2	44,9	48,1	47,1	47,0
45 Jahre und älter	34,8	29,3	39,8	33,1	39,0
<i>Nationalität</i>					
Österreich	86,6	86,6	85,6	87,1	85,6
Ausland	13,4	13,4	14,4	12,9	14,4
<i>Arbeitszeit</i>					
Teilzeit bis 36 Stunden	37,2	13,4	21,1	50,4	28,5
Vollzeit ab 36 Stunden	62,8	86,6	78,8	49,6	71,4
<i>Beruf¹⁾</i>					
Führungskräfte	5,8	5,1	10,8	3,3	4,3
Akademische Berufe	3,6	2,6	5,9	2,6	13,8
Technische Berufe	11,6	8,8	19,6	7,8	20,2
Verkäufer und Verkäuferinnen	45,7	11,7	17,4	67,5	17,9
Andere mittel qualifizierte Berufe	27,3	66,3	38,2	13,9	34,5
Hilfsarbeiter und Hilfsarbeiterinnen	6,0	5,5	8,3	4,9	9,0

Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014-2015. – Basis = Erwerbstätige am Wohnort. – 1) Laut ISCO 2010-Berufsgliederung.

Diese im Vergleich zu Wien andere Bildungsstruktur der Handelsbeschäftigten spiegelt sich auch in der Berufsstruktur. Sie ist im übrigen Österreich zum einen stärker auf Dienstleistungsberufe und Verkäufer/innen⁸⁸⁾ ausgerichtet als in Wien. Zum anderen ist aber auch der Anteil von Führungskräften, akademischen Berufen und Techniker/innen im übrigen Österreich niedriger als in Wien, während der Anteil von Hilfsarbeiter/innen und anderer mittel qualifizierter Berufe entsprechend höher ist.

Insgesamt spiegeln diese regionalen Unterschiede im Handel freilich in großen Teilen die Unterschiede zwischen den Arbeitsmärkten Wiens und des übrigen Österreich in ihrer Gesamtheit. So ist in Wien die Frauenquote generell höher als im übrigen Österreich, ebenso der Anteil der Beschäftigten in den mittleren Altersgruppen sowie der Anteil der Akademiker/innen an den Beschäftigten. Die Berufsstruktur ist in Wien am gesamten Arbeitsmarkt stärker auf akademische Berufe orientiert als im übrigen Österreich, was sich letztlich eben auch im Handel widerspiegelt.

Sehr viel niedriger als in Wien ist im übrigen Österreich der Anteil der im Ausland Geborenen an der Handelsbeschäftigung. Im Einzelhandel liegt dieser Anteil im übrigen Österreich bei nur 12,9% und ist damit noch geringer als im Durchschnitt aller Branchen (14,4%). Auch dies ist zum Teil den Unterschieden auf dem Arbeitsmarkt zwischen Wien und dem übrigen Österreich geschuldet, sind in Wien im Gegensatz zum übrigen Bundesgebiet doch bereits 41,0% der am Wohnort und 30,4% der am Arbeitsort unselbständig Beschäftigten im Ausland geboren. Allerdings ist im Wiener Handel der Ausländer/innenanteil (insbesondere unter den am Wohnort Beschäftigten) höher als im Durchschnitt der Branchen, während dies im übrigen Österreich nicht der Fall ist. Der Handel ist also (nur) in Wien ein Wirtschaftsbereich, in welchem im Ausland Geborene stärker als in der Gesamtwirtschaft eine Beschäftigung finden.

3.2.2 Teilzeitbeschäftigung

Das sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich herausragende Merkmal des Handels und noch stärker des Einzelhandels als Arbeitgeber ist der hohe Anteil der Teilzeitbeschäftigten. Unter den am Arbeitsort Wien unselbständig Beschäftigten lag der Anteil der Teilzeitbeschäftigten (mit einer Arbeitszeit von weniger als 36 Stunden) im Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015 im Gesamthandel bei 34,9% und damit um 5,5 Prozentpunkte höher als in der gesamten Wiener Stadtwirtschaft. Unter den am Wohnort Wien unselbständig Beschäftigten im Handel waren sogar 37,5% teilzeitbeschäftigt (7,0 Prozentpunkte mehr als unter allen am Wohnort Wien Beschäftigten)⁸⁹⁾. Im übrigen Österreich lag dieser Anteil bei 37,2% und war damit um 8,7 Prozentpunkte höher als im Durchschnitt aller Branchen.

Der Einzelhandel weist dabei im Vergleich zu den anderen Handelsbranchen einen besonders hohen Anteil an Teilzeitbeschäftigten auf. Von den am Arbeitsort Wien unselbständig

⁸⁸⁾ Deren Anteil liegt in Wien bei 45,1% unter den am Wohnort unselbständig Beschäftigten, und bei 42,8% unter den am Arbeitsort unselbständig Beschäftigten.

⁸⁹⁾ Unter den am Arbeitsort Wien unselbständig Beschäftigten waren 34,9% der Handelsbeschäftigten Teilzeitarbeitskräfte, 3,7 Prozentpunkte mehr als unter allen am Arbeitsort Wien unselbständig Beschäftigten.

Beschäftigten im Einzelhandel arbeiteten 45,1% weniger als 36 Stunden pro Woche, unter den am Wohnort Wien unselbständigen Beschäftigten 47,2%. Damit ist die Teilzeitquote im Wiener Einzelhandel zwar etwas niedriger als im Einzelhandel des übrigen Österreichs, aber ungleich höher als in den übrigen regionalen Handelsbranchen und in der Stadtwirtschaft insgesamt.

Insgesamt ist Teilzeitbeschäftigung dabei sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich primär weiblich. Unter Frauen übertrifft die Zahl der Teilzeitbeschäftigten jene der Beschäftigten in Vollzeit in Wien (und noch verstärkt im übrigen Österreich) mittlerweile deutlich. Dabei ist diese Dominanz von Frauen in der Teilzeitbeschäftigung im Einzelhandel nochmals stärker sichtbar als im Gesamthandel: Am Arbeitsort Wien arbeiten zuletzt 55,4% und am Wohnort Wien 58,4% der weiblichen Handelsbeschäftigten Teilzeit, im übrigen Österreich sind es sogar 61,1%

Übersicht 3.18: Teilzeitquoten nach demographischen Merkmalen und Branchengruppen in Wien und dem übrigen Österreich
Durchschnitte der Jahre 2014 und 2015

	Insgesamt	Handel			Wirtschaft
		Kfz-Handel	Großhandel	Einzelhandel	
			Übriges Österreich		
Männer	8,7	(5,7)	6,0	14,4	8,2
Frauen	56,1	41,9	41,8	61,1	50,4
Inland	37,2	11,6	21,7	50,3	28,4
Ausland	42,7	17,8	50,9	48,7	29,1
Insgesamt	37,2	13,4	21,1	50,4	28,5
			Wohnort Wien		
Männer	16,4	-	-	24,6	17,6
Frauen	53,2	-	40,4	58,4	43,3
Inland	35,9	-	22,9	46,5	28,9
Ausland	40,0	-	-	48,1	33,3
Insgesamt	37,5	-	22,7	47,2	30,5
			Arbeitsort Wien		
Männer	15,3	-	-	23,4	16,2
Frauen	49,3	-	34,2	55,4	42,7
Inland	32,0	-	18,9	43,4	27,2
Ausland	40,7	-	(26,8)	47,7	34,5
Insgesamt	34,9	-	20,5	45,1	29,4

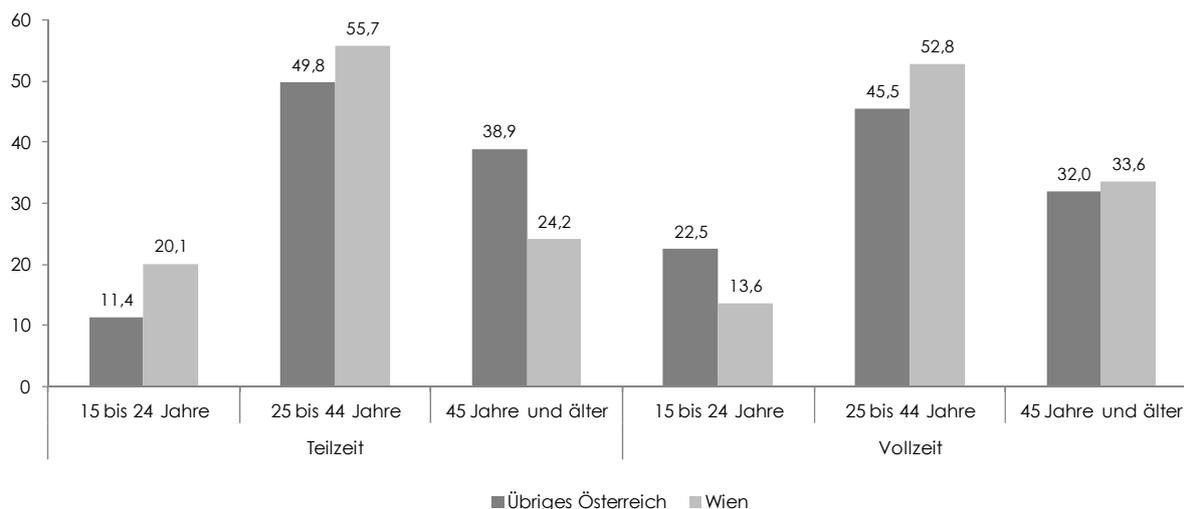
Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Unselbständig Beschäftigte am Wohnort. Anmerkungen: Werte in Klammer weisen eine große Schwankungsbreite auf, fehlende Werte können aufgrund der kleinen Stichprobengröße nicht gemeldet werden. Teilzeitquote = Anteil der Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung.

Etwas weniger deutlich ausgeprägt sind die Unterschiede in der Teilzeitquote nach der Herkunft der Beschäftigten. Im Wiener Handel arbeiteten zuletzt (am Arbeitsort) 32% der im Inland geborenen und 40,7% der im Ausland geborenen Beschäftigten Teilzeit, im Einzelhandel waren es 43,4 bzw. 47,7%. Damit war der Teilzeitanteil im Handel in beiden Herkunftsgruppen etwas niedriger als im übrigen Österreich, die Unterschiede in der Teilzeitquote zwischen den Herkunftsgruppen aber höher – was freilich kein alleiniges Phänomen des Handels darstellte,

sondern jeweils auch auf die Wirtschaft insgesamt zutraf. Dennoch bleibt eine höhere Teilzeitquote der im Ausland Geborenen weitgehendes Phänomen. Ausnahme ist jedoch der Einzelhandel, in dem deren Teilzeitquoten nur in Wien, nicht aber im übrigen Österreich höher sind als jene der im Inland geborenen Beschäftigten.

Abbildung 3.11: Altersstruktur der Voll- und Teilzeitbeschäftigten

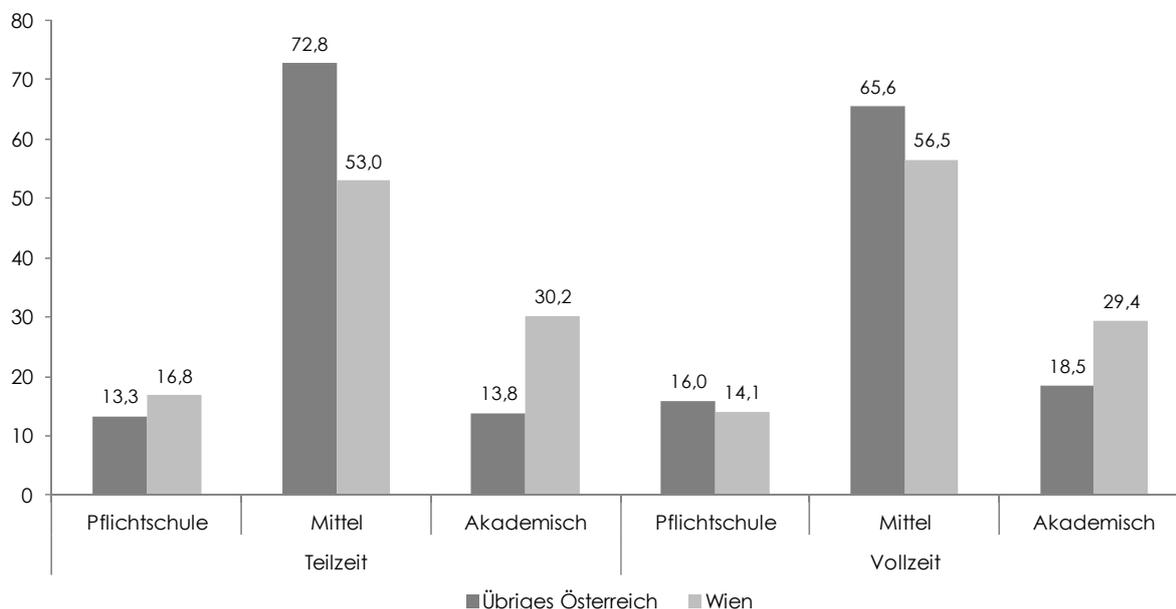
Anteile in %



Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Unselbständig Beschäftigte am Arbeitsort (Durchschnitte der Jahre 2014 und 2015).

Keineswegs gering sind auch Unterschiede in der Alters- und Bildungsstruktur der Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigten im Handel in Wien und dem übrigen Österreich (Abbildungen 3.11 und 3.12). So sind unselbständig Teilzeitbeschäftigte im Wiener Handel deutlich jünger als im übrigen Österreich: 20,1% von ihnen sind in Wien zwischen 15 und 24 Jahre alt (im Vergleich zu 11,4% im übrigen Österreich), dagegen sind nur 24,2% der Teilzeitbeschäftigten (38,9% im übrigen Österreich) älter als 45 Jahre. Demgegenüber sind die Vollzeitbeschäftigten in Wien im Durchschnitt etwas älter als im übrigen Österreich, nur 13,6% von ihnen sind der jugendlichen Erwerbstätigenkohorte (15 bis 24 Jahre) zuzurechnen, im übrigen Österreich sind es dagegen 22,5%.

Abbildung 3.12: Bildungsstruktur der Voll- und Teilzeitbeschäftigten
Anteile in %



Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Unselbständig Beschäftigte am Arbeitsort (Durchschnitte der Jahre 2014 und 2015).

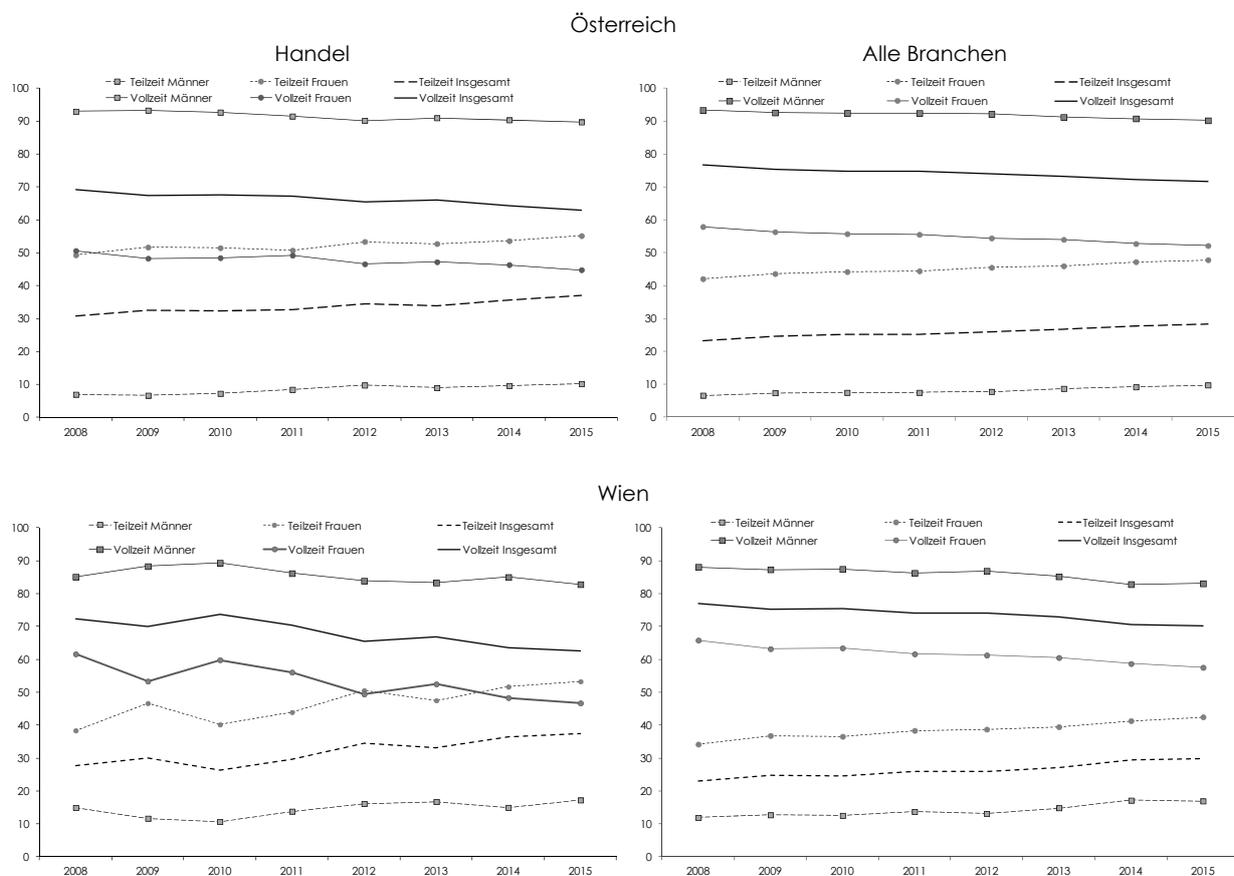
Nach Qualifikationen sind die Teilzeitarbeitskräfte im Wiener Handel stärker an den beiden Enden des Bildungsspektrums angesiedelt als im übrigen Österreich, wobei der Vorsprung bei hohen Qualifikationen aber stärker zu Buche schlägt. So sind Teilzeitkräfte im Wiener Handel zu 30,2% Akademiker/innen und zu 16,8% gering Qualifizierte (höchstens Pflichtschulabschluss), im übrigen Österreich sind dies 13,8% bzw. 13,3%. Auch die Vollzeitbeschäftigten in Wien eindeutig besser ausgebildet als im übrigen Österreich, der Akademiker/innenanteil liegt unter den unselbständig Vollzeitbeschäftigten im Wiener Handel bei 29,4%, im übrigen Österreich nur bei 18,5%. Die große Zahl der Jugendlichen und der hohe Anteil besser Ausgebildeter unter den im Wiener Handel Teilzeitbeschäftigten deutet grundsätzlich darauf hin, dass hier oft jüngere Personen, die neben der Arbeit noch in Ausbildung stehen, eine Teilzeitbeschäftigung ausüben. Insbesondere dürfte dies auf eine nicht unerhebliche Zahl an Student/innen zutreffen, die schon einen (Teil-)Abschluss erreicht haben, gelten doch etwa auch Personen mit einem Bachelorabschluss als tertiär ausgebildet.

3.2.2.1 Entwicklung der Teilzeitbeschäftigung

In den letzten Jahren war die Teilzeitbeschäftigung sowohl im Handel als auch in der Gesamtwirtschaft ein sehr dynamisches Element in der Beschäftigungsentwicklung (Abbildung 3.13). Insbesondere seit der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise 2009 war die Teilzeitbeschäftigung das einzige wachsende Segment der Beschäftigung im Handel. So lag die Beschäftigung im Wiener Handel laut Arbeitskräfteerhebung 2015 um rund 9,5% (Männer –14,0%, Frauen –7,5%) niedriger als noch 2008. Die Teilzeitbeschäftigung nahm dabei um

21,9% (Männer 1,4%, Frauen 28,5%) zu, während die Vollzeitbeschäftigung um 21,6% (Männer -14,3%, Frauen -29,3%) abnahm. Dabei arbeiteten laut Arbeitskräfteerhebung im Jahresdurchschnitt 2008 österreichweit rund 31% der unselbständigen Arbeitskräfte im Handel in Arbeitsverhältnissen mit einer Arbeitszeit von weniger als 36 Stunden, im Jahr 2015 waren dies bereits 37,0% (+21.000 Personen). Im Vergleich dazu lag die gesamtwirtschaftliche Teilzeitquote in Österreich im Jahr 2015 bei 28,2% und damit um 4,9 Prozentpunkte höher als noch 2008.

Abbildung 3.13: Anteil der Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten in Wien und Österreich 2008-2015



Q: Statistik Austria, Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung, WIFO-Berechnungen. Basis = unselbständig Beschäftigte; Teilzeitbeschäftigung = Beschäftigte mit einer Normalarbeitszeit von weniger als 36 Stunden an der Gesamtbeschäftigung.

Der Anstieg der Teilzeitquote unter den Handelsbeschäftigten in Wien war noch deutlicher als in Österreich. Lag die Teilzeitquote im Jahr 2008 unter den Wiener Handelsangestellten mit 27,8% noch deutlich unter dem österreichischen Durchschnitt, so überstieg sie diesen im Jahr 2015 mit 37,4% bereits deutlich (+9,6 Prozentpunkte). Damit spiegelt die Teilzeitquotenentwicklung im Wiener Handel den allgemeinen Trend eines Aufholens Wiens bei der Atypisierung des

Arbeitsmarktes: Auch unter allen Wiener Beschäftigten lag die Teilzeitquote 2008 mit 23,3% noch leicht unter dem österreichischen Durchschnitt, während er 2015 (mit 29,8%) schon darüber lag.

Übersicht 3.19: Anteil der Beschäftigten nach Arbeitszeitkategorien, Geschlecht und Geburtsort in Wien und dem übrigen Österreich (Durchschnitte der Jahre 2014 und 2015)

	Österreich (ohne Wien)			Wien		
	Handel	Einzelhandel	Gesamtwirtschaft	Handel	Einzelhandel	Gesamtwirtschaft
	Insgesamt					
0 bis 11 Stunden	6,3	8,3	4,9	7,6	9,5	6,1
12 bis 24 Stunden	15,1	20,1	11,7	9,8	13,1	9,2
25 bis 35 Stunden	16,4	22,6	12,1	17,6	22,6	14,1
36 bis 40 Stunden	48,3	39,5	52,9	46,8	41,6	47,5
41 und mehr Stunden	13,9	9,5	18,3	18,2	13,3	23,0
	Männer					
0 bis 11 Stunden	3,4	5,9	2,4	(4,8)		4,9
12 bis 24 Stunden	2,7	4,3	2,5	(4,4)		5,4
25 bis 35 Stunden	2,8	4,5	3,2	(6,1)		6,0
36 bis 40 Stunden	65,7	60,6	64,7	57,2	55,4	52,3
41 und mehr Stunden	25,4	24,7	27,2	27,5	21,2	31,5
	Frauen					
0 bis 11 Stunden	8,2	9,1	7,7	9,6	10,5	7,4
12 bis 24 Stunden	23,5	24,8	21,6	13,7	16,0	13,1
25 bis 35 Stunden	25,5	28,0	21,7	26,0	28,9	22,3
36 bis 40 Stunden	36,6	33,2	40,2	39,3	35,0	42,7
41 und mehr Stunden	6,2	4,9	8,8	11,5	9,5	14,6
	Inland					
0 bis 11 Stunden	6,4	8,5	4,9	8,0	10,9	5,8
12 bis 24 Stunden	14,9	19,6	11,6	6,4	(8,6)	8,3
25 bis 35 Stunden	16,7	22,9	12,3	17,5	23,9	13,1
36 bis 40 Stunden	47,8	39,5	52,3	47,6	41,6	46,5
41 und mehr Stunden	14,2	9,5	18,9	20,4	15,0	26,3
	Ausland					
0 bis 11 Stunden	5,6	7,5	5,1	6,7		6,8
12 bis 24 Stunden	16,5	23,0	12,4	16,2	19,6	11,2
25 bis 35 Stunden	14,5	20,8	11,1	17,8	20,7	16,2
36 bis 40 Stunden	51,1	39,5	56,8	45,3	41,5	49,2
41 und mehr Stunden	12,3	9,2	15,3	14,1		15,5

Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Unselbständig Beschäftigte am Arbeitsort. Anmerkungen: Werte in Klammer weisen eine große Schwankungsbreite auf, fehlende Werte können aufgrund der kleinen Stichprobengröße nicht gemeldet werden.

Hauptverantwortlich für diesen raschen Anstieg der Teilzeitquote war dabei sowohl im Handel als auch in der Gesamtwirtschaft der Anstieg der Teilzeitquote der Frauen. So stieg österreichweit zwar auch die Teilzeitquote der Männer sowohl im Handel (um 3,2 Prozentpunkte auf 10,2%) und in der Gesamtwirtschaft (um 3,1 Prozentpunkte auf 10,2%) deutlich an. Der Anstieg bei den Frauen war allerdings mit jeweils 5,8 Prozentpunkten deutlich markanter. In

der Gesamtwirtschaft waren damit in ganz Österreich im Jahr 2015 schon 47,8% der unselbstständig beschäftigten Frauen teilzeitbeschäftigt, im Handel war es deutlich mehr als die Hälfte (55,2%).

Dabei waren in Wien Geschlechterunterschiede in der Ausweitung des Anteils der Teilzeitbeschäftigten noch stärker ausgeprägt. Die Teilzeitquote der Männer stieg im Beobachtungszeitraum um 5,0 Prozentpunkte in der Gesamtwirtschaft und um 3,0 Prozentpunkte im Handel, und lag somit zuletzt (2015) bei 16,9% (Wiener Gesamtwirtschaft) beziehungsweise 17,2% (Wiener Handel). Bei den unselbstständig beschäftigten Frauen lag dieser Anstieg im selben Zeitraum allerdings bei 14,9 Prozentpunkten im Handel und bei 8,3 Prozentpunkten in der Gesamtwirtschaft. Wien weist damit zwar immer noch geringere Geschlechterunterschiede in der Teilzeitquote auf als im österreichischen Durchschnitt (Teilzeitquote Frauen im Handel zuletzt 53,3%; Stadtwirtschaft 42,5%), nähert sich aber den sehr hohen Geschlechterunterschieden im österreichischen Durchschnitt zunehmend an.

3.2.2.2 Arbeitszeitintervalle

Die größten Unterschiede zur gesamtösterreichischen Arbeitszeitverteilung ergeben sich dabei in den Handelsbranchen sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich in den Arbeitszeitbereichen zwischen 25 bis 34 Stunden. In diesem Arbeitszeitintervall lag der Anteil der Handelsbeschäftigten außerhalb Wiens um 4,3 Prozentpunkte höher als im Durchschnitt aller Branchen, am Arbeitsort Wien waren es +3,5 Prozentpunkte. Dieser Unterschied geht dabei vorrangig – und wenig überraschend – auf Frauen und den Einzelhandel zurück – also auf Bereiche, in welchen die Teilzeitquote insgesamt besonders hoch ist.

Bei den ganz kurzen Arbeitszeiten (bis 11 Stunden) ist der Anteil im Handel hingegen mit 1,4 Prozentpunkten (übriges Österreich) bzw. 1,5 Prozentpunkten (Wien) nur geringfügig höher als im Durchschnitt der Wirtschaft. Im Einzelhandel sind solche kurzen Arbeitszeiten dagegen deutlich überrepräsentiert, in Wien arbeiteten immerhin mehr als 10% der unselbstständig beschäftigten Frauen nur bis zu 11 Stunden pro Woche.

3.2.2.3 Arbeitszeitwünsche unter Voll- und Teilzeitbeschäftigten

Die im letzten Jahrzehnt stark gestiegene Teilzeitbeschäftigung hat auch zu einer intensiven Debatte darüber geführt, ob diese zunehmende Atypisierung der Arbeitswelt prinzipiell zu begrüßen ist oder aber eine bedenkliche Entwicklung darstellt, die Arbeitswillige zunehmend in wirtschaftlich prekäre Lagen bringt.

Für beide Sichtweisen gibt es gute Argumente: Teilzeitarbeit eröffnet Personen, die aufgrund ihrer Lebensumstände ansonsten gar nicht arbeiten könnten, (kurzfristig) die Möglichkeit, ein Zusatzeinkommen zu erwirtschaften und gibt diesen Personen auch zusätzliche Arbeits- und (potentiell) Karriereperspektiven. Zudem kann Teilzeitarbeit auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessern. Zum anderen kann Teilzeitbeschäftigung langfristig aber auch unerwünschte Folgen haben. Insbesondere kann sie (wie alle Formen der atypischen Beschäftigung) zu einer Falle werden, wenn etwa die geringere Arbeitszeit dazu führt, dass sowohl

Unternehmen als auch Beschäftigte weniger in das Humankapital Teilzeitbeschäftigter investieren. Dies kann in weiterer Folge zu schlechteren Beschäftigungschancen relativ zu Vollzeitbeschäftigten beitragen und zu einer anhaltenden (und unfreiwilligen) Atypisierung führen. Zudem stellt sich die Frage, wie sich die in Teilzeitbeschäftigung erzielten geringeren Einkommen langfristig auf die Sozialversicherungsleistungen (z.B. den Pensionsbezug) auswirken.

In städtischen Räumen wie Wien ist wegen der größeren Arbeitsplatzdichte und des größeren Angebots an Kinderbetreuungseinrichtungen eine Vereinbarkeit von Beruf und Familie eher gegeben als im ländlichen Raum. Dementsprechend sollten hier Frauen seltener eine Teilzeitarbeit anstreben. Allerdings tritt in städtischen Räumen, wo eine größere Zahl von Personen (insbesondere Studierende) noch in Ausbildung steht, für jüngere Bevölkerungsgruppen die Zuverdienstmöglichkeit durch Teilzeitarbeit während der Ausbildung stärker in den Vordergrund. Für solche Personen ist die Teilzeitarbeit dabei besonders attraktiv, weil sie die Möglichkeit bietet, neben der Ausbildung etwas dazu zu verdienen, wobei allerdings auch hier nicht klar ist, ob diese Zuverdienstmöglichkeit die Ausbildung erst ermöglicht oder aber einem erfolgreichen Ausbildungsabschluss eher im Wege steht.

Die Frage, ob zunehmende Teilzeitbeschäftigung (und Atypisierung) begrüßenswert ist oder nicht, kann daher kaum allgemein beantwortet werden, sondern muss vor dem Hintergrund der Spezifika der Lebensumstände der einzelnen Personen und ihrer Alternativen am Arbeitsmarkt beurteilt werden⁹⁰). Einen ersten Einblick in die Heterogenität der Motive für Teilzeitbeschäftigung kann hier die Arbeitskräfteerhebung bieten, in welcher regelmäßig Fragen zur gewünschten Arbeitszeit im Vergleich zur Normarbeitszeit gestellt werden (Übersicht 3.20).

Übersicht 3.20: Wunsch nach Vollzeitarbeit unter Teilzeitbeschäftigten und nach Teilzeitarbeit unter Vollzeitbeschäftigten

	Teilzeit			Vollzeit		
	Teilzeitwunsch	Vollzeitwunsch	Anteil mit Vollzeitwunsch	Teilzeitwunsch	Vollzeitwunsch	Anteil mit Teilzeitwunsch
Österreich (ohne Wien)						
Handel	141.700	20.400	12,6	22.500	244.900	8,4
Frauen	130.600	16.400	11,2	13.100	97.300	11,8
Einzelhandel	111.800	15.700	12,3	11.600	111.300	9,5
Gesamtwirtschaft	680.900	102.900	13,1	152.900	1.791.700	7,9
Frauen	597.300	72.200	10,8	47.700	338.200	12,4
Wien						
Handel	30.100	8.000	21,0	8.300	62.600	11,7
Frauen	25.100	5.800	18,9	5.500	26.400	17,3
Einzelhandel	22.500	6.900	23,6	4.600	31.200	12,8
Gesamtwirtschaft	196.800	52.700	21,1	79.300	564.900	12,3
Frauen	149.800	31.200	17,3	39.500	203.500	16,2

Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Unselbständig Beschäftigte am Arbeitsort (Durchschnitte der Jahre 2014 und 2015).

⁹⁰) Aus diesem Gesichtspunkt wäre es daher besonders wichtig, Daten zur Dauer der Betroffenheit von Teilzeitarbeit zu erheben.

Im Ergebnis zeigt sich hier, dass sich in allen Wirtschaftsbereichen und regionsunabhängig immer noch mehr Personen, die einer Vollzeitbeschäftigung nachgehen, eine Teilzeitbeschäftigung (d.h. eine Arbeitszeit von weniger als 36 Stunden) wünschen, als Teilzeitbeschäftigte auf Vollzeitarbeitsplätze wechseln möchten. Im Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015 wünschten sich rund 153.000 Vollzeitbeschäftigte außerhalb Wiens und rund 79.300 Vollzeitbeschäftigte in Wien eine Arbeitszeit, die unter 36 Stunden liegt. Demgegenüber wünschten sich rund 102.900 Teilzeitbeschäftigte außerhalb Wiens sowie 52.700 Teilzeitbeschäftigte in Wien eine Arbeitszeit, die mehr als 35 Stunden beträgt (Übersicht 3.20).

Während somit in absoluter Betrachtung in der Gesamtwirtschaft sowohl in Wien als auch im übrigen Österreich immer noch mehr Vollzeitbeschäftigte Teilzeit arbeiten wollen als umgekehrt, verschieben sich diese Verhältnisse bei einer anteilmäßigen Betrachtung freilich deutlich. So wollen in der österreichischen Gesamtwirtschaft 13% der Teilzeitbeschäftigten Vollzeit arbeiten, während nur 8% der Vollzeitbeschäftigten Teilzeit möchten. Drei Tatsachen sind dabei besonders auffällig:

1. In Wien ist der Anteil der Teilzeitbeschäftigten mit einem Vollzeitwunsch durchgängig über alle betrachteten Gruppen deutlich höher als im österreichischen Durchschnitt. Auch der Anteil der Vollzeitbeschäftigten mit Teilzeitwunsch ist in Wien höher, dies aber weniger deutlich.
2. Im Einzelhandel ist (auch) in absoluter Betrachtung die Zahl der Teilzeitbeschäftigten mit Vollzeitwunsch höher als die Zahl der Vollzeitbeschäftigten mit Teilzeitwunsch, wobei das in Wien noch deutlich verstärkt der Fall ist.
3. Bei Vollzeit arbeitenden Frauen ist der Wunsch nach Teilzeit relativ zu Männern stärker ausgeprägt als der Vollzeitwunsch von Teilzeitbeschäftigten, auch unter ihnen strebt in Wien aber ein höherer Anteil eine Vollzeitbeschäftigung an als im übrigen Österreich.

Insgesamt überwiegt damit gerade in Arbeitsmarkt Bereichen, in denen die Teilzeitquoten besonders hoch sind, die Zahl der Teilzeitbeschäftigten mit Vollzeitwunsch die Zahl der Vollzeitbeschäftigten mit Teilzeitwunsch auch absolut. Dabei wünschen sich gerade in Wien besonders viele Teilzeitbeschäftigte einen Vollzeitarbeitsplatz, was wohl auch wegen der hier höheren Arbeitslosigkeit auf ein regional stärkeres Auseinanderfallen von Angebot und Nachfrage bei Voll- und Teilzeitarbeitsplätzen im Vergleich zum übrigen Österreich hindeutet.

3.2.2.4 Gründe für die Teilzeitarbeit

Größere Unterschiede zwischen Wien und dem übrigen Österreich bestehen auch bei den Gründen, welche die Befragten in der Arbeitskräfteerhebung für ihre Teilzeitarbeit angeben (Übersicht 3.21). Außerhalb Wiens geben nur rund 10,8% der befragten unselbständig Teilzeitbeschäftigten in der gesamten Wirtschaft und rund 12% im Handel an, nur Teilzeit zu arbeiten, weil sie keine Vollzeitbeschäftigung finden konnten. Sie sind daher nach den Konventionen der einschlägigen Literatur (etwa *Shishkin, 1976, Bregger – Haugen, 1995, Brown et al., 2006, Bock-Schappelwein, 2005*) als "unfreiwillig teilzeitbeschäftigt" anzusehen. Gleichzeitig arbeiten hier 19,2% der Befragten Teilzeit, weil sie keine Vollzeitbeschäftigung wollen.

In Wien ist der Anteil der unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch im Handel deutlich höher, wobei hier aber (im Gegensatz zum übrigen Österreich) der Anteil der unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten in der Gesamtwirtschaft mit 16,2% höher liegt als unter den Handelsbeschäftigten (mit 14,7%). Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die keine Vollzeitbeschäftigung wünschen, ist hingegen sowohl im Handel als auch in der Gesamtwirtschaft in Wien niedriger als im übrigen Österreich (18,5% bzw. 17,1%)⁹¹⁾.

Der weitaus wichtigste Grund für eine Teilzeitbeschäftigung in Wien wie im übrigen Österreich liegt freilich im Handel, aber auch in den anderen Wirtschaftssektoren in individuellen den Lebensumständen der Befragten. Bei diesen persönlichen Gründen ergeben sich zudem die deutlichsten Unterschiede zwischen Wien und dem übrigen Österreich. So geben im Handel rund 36,7% der Teilzeitbeschäftigten außerhalb Wiens an, aufgrund von Betreuungspflichten Teilzeit zu arbeiten, weitere 17,8% arbeiten aus anderen persönlichen oder familiären Gründen Teilzeit. Aus- und Weiterbildung, Krankheit und sonstige Gründe sind im Handel außerhalb Wiens für weitere 14,3% der Teilzeitbeschäftigung Hauptgrund für eine Teilzeitarbeit.

Übersicht 3.21: Gründe für Teilzeitarbeit in Wien und im übrigen Österreich im Handel und in der Gesamtwirtschaft nach demographischen Gruppen
Anteil an allen Teilzeitbeschäftigten in %

	Kinder/pflege- bedürftige Erwachsene	Will Teilzeit- tätigkeit	Andere persönliche/ familiäre Gründe	Finden keine Vollzeit- tätigkeit	Ausbildung	Krankheit/ Sonstige
Übriges Österreich						
Handel insgesamt	36,7	19,2	17,8	11,9	8,7	5,6
Frauen	40,0	19,0	17,9	11,6	6,7	4,9
Einzelhandel	36,0	19,3	17,6	12,4	9,1	5,6
Gesamtwirtschaft	35,3	19,2	18,5	10,8	8,7	7,3
Frauen	40,3	19,0	18,8	10,1	6,1	5,7
Wien						
Handel insgesamt	30,6	18,5		14,7	22,3	
Frauen	37,5	17,4		13,5	19,2	
Einzelhandel	27,0	17,4		17,5	24,8	
Gesamtwirtschaft	24,9	17,1	11,8	16,2	22,7	7,3
Frauen	32,8	16,9	11,9	14,1	18,1	6,2

Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Unselbständig Beschäftigte am Arbeitsort (Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015).

Im Wiener Handel ist demgegenüber der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die aufgrund von Betreuungspflichten teilzeitbeschäftigt sind, mit 30,6% deutlich geringer als im übrigen Österreich. Dasselbe trifft auch auf den Anteil der aufgrund anderer persönlicher und familiärer Gründe Teilzeitbeschäftigten in Wien zu. Dies bestätigt die schon oben geäußerte Vermutung, dass die bessere Versorgung mit Betreuungseinrichtungen in der Stadt zu einer geringeren Teilzeitbeschäftigung – insbesondere von Frauen – beiträgt.

⁹¹⁾ Unter den am Wohnort Wien Beschäftigten liegen diese Werte bei 18,4% bzw. 17,9%.

Deutlich höher als im übrigen Österreich ist im Wiener Handel dagegen – wie zu erwarten – der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die aufgrund einer Ausbildung Teilzeit arbeiten. Dieser Anteil liegt in Wien bei 22,3%, während er im übrigen Österreich nur 8,7% beträgt. Damit zeigen sich auch in diesen Daten deutliche Spezifika des Wiener Arbeitsmarktes im Vergleich zu jenem im übrigen Österreich: Der Wiener Arbeitsmarkt wird zum einen durch einen deutlich höheren Anteil an unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten geprägt als jener außerhalb Wiens, gleichzeitig findet sich in Wien – nicht zuletzt aufgrund des deutlich höheren Anteils von Student/innen in der Bevölkerung – auch ein ungleich höheren Anteil an (jungen) Personen, die neben einer Ausbildung in Teilzeit arbeiten.

Die Verteilung der Gründe für Teilzeitbeschäftigung und die Betroffenheit von Teilzeitarbeitslosigkeit unterscheidet sich auch zwischen verschiedenen Gruppen der Handelsbeschäftigten recht deutlich. So waren Frauen im Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015 im übrigen Österreich in Handel wie dem Durchschnitt aller Branchen zu rund 40,0% wegen Betreuungspflichten teilzeitbeschäftigt. In Wien waren dies im Handel 37,5% und im Durchschnitt aller Branchen 32,8%.

Eher gering sind die Unterschiede zwischen Handel und Gesamtwirtschaft dagegen regionsunabhängig beim Anteil jener Teilzeitbeschäftigten, die keine Vollzeitbeschäftigung wünschen. Er ist in Wien in beiden Wirtschaftsbereichen sogar niedriger als im übrigen Österreich.

3.2.2.5 Unfreiwillige Teilzeitbeschäftigung

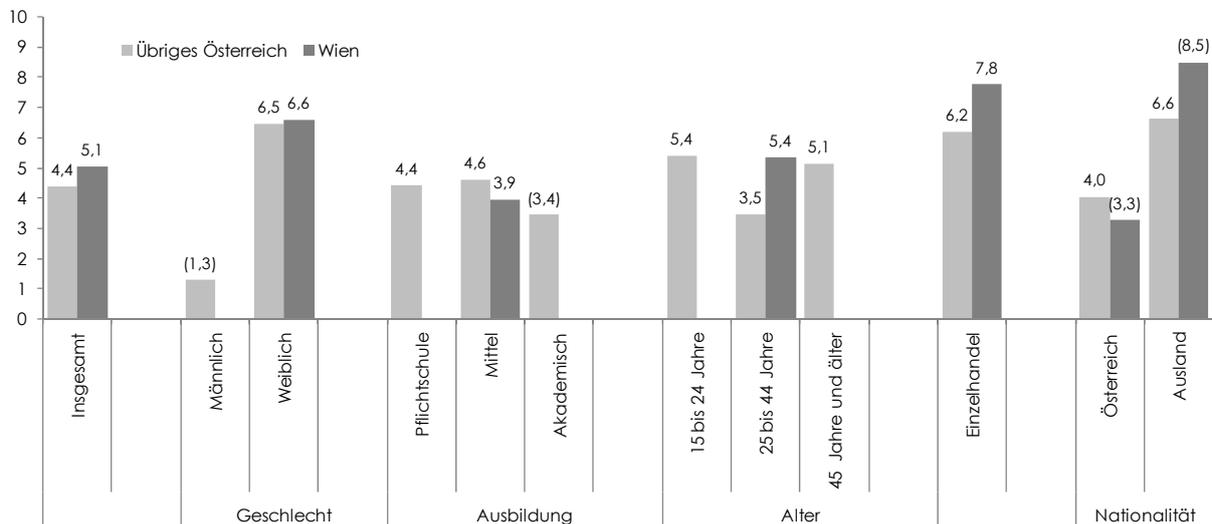
Entsprechend diesen unterschiedlichen Motiven für Teilzeitarbeit unterscheidet sich im Handel auch die Betroffenheit von unfreiwilliger Teilzeitbeschäftigung in Prozent aller unselbständig Beschäftigten zwischen verschiedenen Arbeitsmarktsegmenten recht deutlich. Diese Teilzeitbeschäftigungslosigkeit⁹²⁾ ist in Wien bei allen Gruppen, für welche die Stichprobengröße des Mikrozensus eine Aussage zulässt, höher als im übrigen Österreich. Besonders hoch ist sie freilich bei den im Ausland geborenen Beschäftigten im Handel (mit 6,6% im übrigen Österreich; 8,5% in Wien) sowie bei weiblichen Handelsbeschäftigten (6,5% im übrigen Österreich; 6,6% in Wien). Die im Bundesvergleich ungünstigere Arbeitsmarktlage in Wien äußert sich also nicht nur in einer hohen Arbeitslosigkeit, sondern auch in einer hohen Teilzeitbeschäftigungslosigkeit.

Dabei ist dieser Anteil bei den Teilzeitbeschäftigten im Einzelhandel noch höher als in den anderen Handelsbranchen. Obwohl sich die Motivlage für Teilzeitbeschäftigung hier kaum von jener im Gesamthandel unterscheidet (Abbildung 3.14), liegt der Anteil der unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten an allen unselbständig Beschäftigten – auch wegen der hohen Teilzeitquote im Einzelhandel – bei immerhin 7,8% in Wien und 6,2% im übrigen Österreich.

⁹²⁾ Als teilzeitbeschäftigungslos werden internationalen Konventionen (z.B. *Bregger – Haugen*, 1995) zufolge Personen bezeichnet, die angeben, nur deshalb Teilzeit zu arbeiten, weil sie keine Vollzeitbeschäftigung finden.

Abbildung 3.14: Unfreiwillige Teilzeitbeschäftigung im Handel nach demographischen Merkmalen

In % der unselbständig Beschäftigten, Durchschnitt 2014 bis 2015



Q: Statistik Austria, Arbeitskräfteerhebung 2014 und 2015, WIFO-Berechnungen. – Basis: Beschäftigte am Arbeitsort (Durchschnitt der Jahre 2014 und 2015). Anmerkungen: Werte in Klammer weisen eine große Schwankungsbreite auf, fehlende Werte können aufgrund der kleinen Stichprobengröße nicht gemeldet werden.

3.2.3 Zur Rolle des Handels in der Lehrausbildung

3.2.3.1 Lehrlingsbeschäftigung im Handel in Österreich

Neben der Funktion als wichtiger Arbeitgeber erfüllt der Handel in Österreich auch eine wesentliche Rolle in der heimischen Berufsausbildung (Voithofer et al., 2006, und Voithofer – Gittenberger, 2006). Im Handel standen nach Daten der Wirtschaftskammer Österreich zuletzt (2015) rund 14,4% aller Lehrlinge Österreichs in Ausbildung, womit der Handel für das duale Ausbildungssystem in Österreich nach Gewerbe und Handwerk den zweitwichtigsten Sektor darstellt (Übersicht 3.22). Bei Frauen sind die Lehrberufe im Handel überhaupt die wichtigsten unter allen Wirtschaftssektoren, bei Männern (hinter Gewerbe und Handwerk, der Industrie und der überbetrieblichen Lehrausbildung) die viertwichtigsten.

In einer Studie für Österreich zeigen Bierbaumer-Polly et al. (2014) anhand einer Sonderauswertung des Bildungsmonitoring, dass eine Lehre im Handel – im Vergleich zu anderen Lehrausbildungen – immer noch mit relativ guten Beschäftigungsaussichten verbunden ist. So waren laut dieser Studie rund 95% der Personen mit einem Handels-Lehrabschluss im Schuljahr 2008/09 zwei Jahre nach dem Ende dieser Lehre unselbständig beschäftigt (davon 70 Prozentpunkte im Handel und 25 PP in anderen Wirtschaftsbereichen). Im Durchschnitt der anderen Branchen der Wirtschaft lag diese Übergangsquote hingegen bei 91%.

Übersicht 3.22: Entwicklung der Zahl der Lehrlinge nach Wirtschaftssparten in Österreich

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Absolut							
Gewerbe und Handwerk	61.859	59.788	57.328	56.077	54.392	52.019	49.183	46.365
Industrie	17.141	16.654	16.352	16.273	16.056	16.173	16.044	15.491
Handel	19.913	19.034	18.688	18.914	18.804	18.028	16.745	15.833
Banken, Versicherungen	1.144	1.198	1.250	1.307	1.333	1.327	1.255	1.186
Transport und Verkehr	2.488	2.590	2.724	2.791	2.801	2.750	2.404	2.547
Tourismus und Freizeitwirtschaft	14.495	13.546	12.552	11.840	11.304	10.351	9.646	9.075
Information und Consulting	3.161	2.973	2.868	2.809	2.745	2.640	2.422	2.263
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	8.032	8.473	8.675	8.579	8.272	8.113	8.162	7.875
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	3.647	7.420	9.462	9.488	9.521	9.178	9.207	9.328
Insgesamt	131.880	131.676	129.899	128.078	125.228	120.579	115.068	109.963
	2008 = 100							
Gewerbe und Handwerk	100,0	96,7	92,7	90,7	87,9	84,1	79,5	75,0
Industrie	100,0	97,2	95,4	94,9	93,7	94,4	93,6	90,4
Handel	100,0	95,6	93,8	95,0	94,4	90,5	84,1	79,5
Banken, Versicherungen	100,0	104,7	109,3	114,2	116,5	116,0	109,7	103,7
Transport und Verkehr	100,0	104,1	109,5	112,2	112,6	110,5	96,6	102,4
Tourismus und Freizeitwirtschaft	100,0	93,5	86,6	81,7	78,0	71,4	66,5	62,6
Information und Consulting	100,0	94,1	90,7	88,9	86,8	83,5	76,6	71,6
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	100,0	105,5	108,0	106,8	103,0	101,0	101,6	98,0
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	100,0	203,5	259,4	260,2	261,1	251,7	252,5	255,8
Insgesamt	100,0	99,8	98,5	97,1	95,0	91,4	87,3	83,4

Q: WKO, WIFO-Berechnungen: ¹⁾ Nicht der Kammer der gewerblichen Wirtschaft zugehörige Betriebe (z.B. Rechtsanwälte, Magistrate, usw.). Der Bereich "Sonstige Lehrberechtigte" wurde bis zum Jahr 2012 als "Nichtkammer" bezeichnet. ²⁾ Ausbildungseinrichtungen nach dem Berufsausbildungsgesetz (z.B. Überbetriebliche Lehrausbildungen im Auftrag des AMS, selbständige Ausbildungseinrichtungen).

Allerdings zeigen *Bierbaumer-Polly et al.* (2014) auch, dass die Verdienstmöglichkeiten der Lehrlinge im Handel nach dem Abschluss ihrer Lehre – wohl auch aufgrund des hohen Teilzeitanteils – deutlich geringer waren als jene von Lehrlingen in anderen Branchen. Im Handel verdienten 86,8% der männlichen und 96% der weiblichen Lehrlinge zwei Jahre nach ihrem Lehrabschluss weniger als 1.800 € pro Monat, unter den Lehrabsolventen der anderen Branchen waren dies dagegen nur 54,6% bzw. 86,2%. Weiters zeigen diese Autoren anhand von Daten aus der Lehrlingsstatistik der WKO⁹³⁾, dass die Zahl der Lehrlinge im Handel in den Jahren 2008 bis 2012 schwächer zunahm als im Durchschnitt der anderen Branchen, wenn man die staatlich geförderte überbetriebliche Lehrausbildung außer Betracht lässt.

Diese Beobachtung trifft auch auf die Entwicklung der Lehrlingszahlen in den Jahren 2008 bis 2015 zu (Übersicht 3.22). Danach waren im Jahr 2015 im österreichischen Handel um 4.080 weniger Lehrlinge beschäftigt als noch 2008, ein Rückgang von immerhin 29,5%. Damit zeigt sich auch im Handel ein Trend, der auch in den anderen wichtigen Lehrausbildungsbranchen (etwa Gewerbe und Handwerk, Industrie bzw. Tourismus und Freizeitwirtschaft) sichtbar ist und nur mehr von einigen kleineren Ausbildungsbranchen (wie Banken und Versicherungen oder

⁹³⁾ Diese Daten folgen in ihrer sektoralen Untergliederung der Kammersystematik, welche mit der ÖNACE-Gliederung der EU nicht deckungsgleich ist. Zudem lässt diese Statistik keine weitere Untergliederung der Handelsbranchen zu.

Transport und Verkehr) durchbrochen wird. Der einzige Bereich der Lehrausbildung, der in den Jahren seit 2008 (insbesondere nach der Einführung der Ausbildungsgarantie 2009) massiv zugenommen hat, ist die staatlich geförderte überbetriebliche Lehrausbildung. Sie ist auch der Grund dafür, dass die gesamte Lehrlingsbeschäftigung seit 2008 mit –16,7% etwas weniger stark zurückgegangen ist als im Handel. Lässt man die überbetriebliche Lehrausbildung allerdings außer Betracht, war die Zahl der Lehrlinge im Handel weniger stark rückläufig als in der Gesamtwirtschaft (–21,5%).

Übersicht 3.23: Entwicklung der Struktur der Lehrlinge insgesamt und im ersten Lehrjahr nach Nationalität und Geschlecht in Österreich

	Frauen				Männer			
	Inländer		Ausländer		Inländer		Ausländer	
	Anteil in % 2015	Ø jährliche Veränderung 2008/2015	Anteil in % 2015	Ø jährliche Veränderung 2008/2015	Anteil in % 2015	Ø jährliche Veränderung 2008/2015	Anteil in % 2015	Ø jährliche Veränderung 2008/2015
Lehrlinge Insgesamt								
Gewerbe und Handwerk	25,7	– 4,6	21,6	+ 1,7	51,5	– 4,3	44,1	+ 0,7
Industrie	7,0	+ 0,6	3,1	+ 2,8	18,6	– 2,1	11,3	+ 5,1
Handel	26,9	– 4,4	31,6	+ 0,7	7,3	– 2,6	12,3	+ 4,0
Banken, Versicherungen	1,7	– 0,7	1,0	– 1,1	0,8	+ 1,5	0,6	+13,6
Transport und Verkehr	1,7	– 3,5	1,5	+ 1,4	2,7	+ 1,0	2,2	+13,5
Tourismus, Freizeitwirtschaft	12,3	– 6,8	19,6	– 4,7	5,1	– 7,4	13,5	– 1,6
Information, Consulting	2,7	– 5,7	2,0	– 1,0	1,8	– 4,2	1,2	– 1,7
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	13,0	+ 0,1	8,2	+ 7,4	4,6	– 1,6	2,3	+ 7,5
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	9,1	+16,6	11,4	+20,4	7,6	+12,6	12,6	+15,8
Insgesamt	100,0	– 3,0	100,0	+ 1,2	100,0	– 3,0	100,0	+ 2,8
Anzahl 2015 absolut	33.678		3.466		65.910		6.909	
Erstes Lehrjahr								
Gewerbe und Handwerk	26,1	– 5,5	22,3	+ 1,5	47,0	– 5,8	39,5	+ 0,1
Industrie	6,0	– 2,1	2,6	– 2,7	16,1	– 4,6	9,5	+ 4,1
Handel	26,2	– 5,6	28,4	– 0,4	8,9	– 2,7	12,5	+ 4,1
Banken, Versicherungen	1,3	– 2,3	0,8	– 9,4	0,8	+ 1,9	0,4	+10,4
Transport und Verkehr	1,6	– 5,5	1,4	+ 0,8	2,6	– 0,6	1,8	+ 9,0
Tourismus, Freizeitwirtschaft	11,8	– 7,8	18,8	– 4,6	5,9	– 7,3	15,8	+ 2,5
Information, Consulting	2,1	– 7,4	1,9	+ 1,9	1,5	– 6,2	0,8	– 8,7
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	11,8	– 1,6	7,3	+ 5,4	4,8	– 1,5	2,1	+ 8,4
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	13,2	+23,8	16,5	+31,7	12,4	+18,9	17,6	+22,7
Insgesamt	100,0	– 3,6	100,0	+ 1,4	100,0	– 3,6	100,0	+ 3,8
Anzahl 2015 absolut	10.393		1.252		18.397		2.442	

Q.:WKO, WIFO-Berechnungen. – ¹⁾ Nicht der Kammer der gewerblichen Wirtschaft zugehörige Betriebe (z.B. Rechtsanwälte, Magistrate, usw.). Der Bereich "Sonstige Lehrberechtigte" wurde bis zum Jahr 2012 als "Nichtkammer" bezeichnet. – ²⁾ Ausbildungseinrichtungen nach dem Berufsausbildungsgesetz (z.B. Überbetriebliche Lehrausbildungen im Auftrag des AMS, selbständige Ausbildungseinrichtungen).

Ähnliches gilt auch für die Zahl der in Ausbildung stehenden Lehrlinge im ersten Lehrjahr, die als Annäherung an die Zahl der Lehranfänger/innen betrachtet werden kann. Auch hier waren im nationalen Handel in den Jahren 2008 und 2015 Rückgänge um jährlich durchschnittlich 4,0% zu verzeichnen. Dies war allerdings weniger als im Durchschnitt der Branchen (–4,6%), wenn man die Dynamik der staatlich geförderten überbetrieblichen Lehrausbildung außer Acht lässt.

Insgesamt war damit die Entwicklung der Zahl der Lehrlinge im österreichischen Handel in den letzten fünf Jahren zwar stark rückläufig, die Erosion war aber noch geringer als in anderen Branchen. Auch betraf der Rückgang der Lehrstellen nicht alle Gruppen gleichmäßig (Übersicht 3.23). Am stärksten betroffen waren inländische Frauen, unter welchen die Zahl der Lehrlinge im Handel im Zeitraum 2008 bis 2015 um jährlich 4,4% (gegenüber –3,0% im Durchschnitt der Branchen und –5,2% ohne überbetriebliche Lehrausbildung) zurückging⁹⁴). Diese ungünstige Entwicklung ist insofern von Bedeutung, als der Handel gerade für Frauen eine dominante Rolle im Lehrsystem spielt. Mit einem Anteil von 26,9% (Inländerinnen) bzw. 31,6% (Ausländerinnen) war der Handel im Jahr 2015 immer noch wichtigste Ausbildungsbranche für Frauen im Lehrsystem.

Etwas geringer ist die Bedeutung des Handels bei Männern. Hier hat der Handel nur einen Anteil an der Gesamtzahl der Lehrlinge von 7,3% (bei Inländern) und 12,3% (bei Ausländern) und auch bei den Lehrlingen im ersten Lehrjahr liegt dieser Anteil in ähnlicher Größenordnung. Dabei kam es bei den inländischen männlichen Lehrlingen zu nur sehr moderaten Rückgängen in der Zahl der Lehrlinge (–2,6% p.a.) und auch der Lehrlinge im ersten Lehrjahr (–2,7% p.a.), die auch unter dem durchschnittlichen Rückgang der gesamten Lehrlingszahlen bei den inländischen Männern blieben. Bei den ausländischen Männern kam es hingegen zu deutlichen Zuwächsen in der Zahl der Lehrlinge – allerdings von einem niedrigen Niveau ausgehend.

3.2.3.2 Lehrlingsbeschäftigung im Wiener Handel

In Wien ist die Funktion des Handels in der dualen Berufsausbildung – bei einer insgesamt deutlich geringeren Zahl an Lehrlingen – ähnlich bedeutend wie in Österreich. Hier ist der Anteil der Lehrlinge in Gewerbe und Handwerk (mit 26,1% in Wien, aber 42,2% in Österreich) sowie der Industrie (6,3% in Wien, 14,1% in Österreich) aufgrund der Wirtschaftsstruktur Wiens deutlich geringer als im übrigen Bundesgebiet, der Anteil aller Dienstleistungsbranchen (Banken und Versicherungen, Transport und Verkehr, Tourismus und Freizeitwirtschaft, Information und Consulting) dagegen mit 19,7% gegenüber 13,7% höher. Wegen der schwierigen Arbeitsmarktlage in Wien ist zudem der Anteil der Lehrlinge in der überbetrieblichen Lehrausbildung deutlich höher als im österreichischen Durchschnitt (Wien 21,4%; Österreich 8,4%). Im Handel sind dagegen mit jeweils 14,4% in Wien wie Österreich (relativ) gleich viele Lehrlinge beschäftigt. Sieht man von der überbetrieblichen Lehrausbildung ab, ist der Handel damit (nach Gewerbe und Handwerk) auch in Wien der zweitwichtigste Wirtschaftsbereich für die Lehrlingsausbildung (Übersicht 3.24).

⁹⁴) Bei den ausländischen Frauen kam es hingegen im Handel sogar zu einem Zuwachs der Zahl der Lehrlinge (+0,7%) und einem nur sehr geringen Rückgang der Zahl der Lehrlinge im ersten Lehrjahr (–0,4%).

Übersicht 3.24: Entwicklung der Zahl der Lehrlinge nach Wirtschaftssparten in Wien

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Absolut							
Gewerbe und Handwerk	6.360	6.000	5.733	5.640	5.436	5.160	4.694	4.413
Industrie	1.320	1.269	1.240	1.214	1.233	1.196	1.164	1.068
Handel	3.016	2.756	2.680	2.724	2.756	2.678	2.529	2.440
Banken, Versicherungen	326	365	416	417	408	403	367	347
Transport und Verkehr	924	1.011	1.064	1.064	993	939	849	824
Tourismus und Freizeitwirtschaft	1.931	1.814	1.703	1.734	1.737	1.645	1.661	1.570
Information und Consulting	929	905	857	793	785	734	647	595
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	2.080	2.036	2.199	2.173	2.104	2.087	2.088	2.038
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	1.407	2.673	3.295	3.508	3.626	3.384	3.407	3.623
Insgesamt	18.293	18.829	19.187	19.267	19.078	18.226	17.406	16.918
	2008 = 100							
Gewerbe und Handwerk	100,0	94,3	90,1	88,7	85,5	81,1	73,8	69,4
Industrie	100,0	96,1	93,9	92,0	93,4	90,6	88,2	80,9
Handel	100,0	91,4	88,9	90,3	91,4	88,8	83,9	80,9
Banken, Versicherungen	100,0	112,0	127,6	127,9	125,2	123,6	112,6	106,4
Transport und Verkehr	100,0	109,4	115,2	115,2	107,5	101,6	91,9	89,2
Tourismus und Freizeitwirtschaft	100,0	93,9	88,2	89,8	90,0	85,2	86,0	81,3
Information und Consulting	100,0	97,4	92,2	85,4	84,5	79,0	69,6	64,0
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	100,0	97,9	105,7	104,5	101,2	100,3	100,4	98,0
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	100,0	190,0	234,2	249,3	257,7	240,5	242,1	257,5
Insgesamt	100,0	102,9	104,9	105,3	104,3	99,6	95,2	92,5

Q: WKO, WIFO-Berechnungen. – ¹⁾ Nicht der Kammer der gewerblichen Wirtschaft zugehörige Betriebe (z.B. Rechtsanwälte, Magistrate, usw.). Der Bereich "Sonstige Lehrberechtigte" wurde bis zum Jahr 2012 als "Nichtkammer" bezeichnet. – ²⁾ Ausbildungseinrichtungen nach dem Berufsausbildungsgesetz (z.B. Überbetriebliche Lehrausbildungen im Auftrag des AMS, selbständige Ausbildungseinrichtungen).

Die Struktur der Lehrlinge im Wiener Handel unterscheidet sich dabei recht deutlich von jener im übrigen Österreich, die Bedeutung des Handels als Ausbildungsbranche ist damit in einzelnen Teilsegmenten des Arbeitsmarktes noch höher. So waren 2015 mehr als ein Viertel (26,8%) aller ausländischen weiblichen Lehrlinge in Wien im Handel beschäftigt. Damit war der Handel in diesem Arbeitsmarktsegment die wichtigste Ausbildungsbranche. Ähnlich war fast jeder fünfte ausländische männliche Lehrling in Wien in Ausbildung im Handel. Obwohl in diesem Segment auch in Wien das Gewerbe und Handwerk mit einem Lehrlingsanteil von 41,1% eine überragende Bedeutung einnimmt, war der Anteil des Handels in diesem Segment sogar höher als in Österreich. Bei der Berufsausbildung der inländischen Frauen spielt der Wiener Handel im Vergleich zum übrigen Österreich hingegen eine etwas weniger wichtige Rolle: Nur 12,9% der weiblichen Lehrlinge in Wien (im Vergleich zu 26,9% in Österreich) sind Handelslehrlinge, sowohl Gewerbe und Handwerk als auch sonstige Lehrberechtigte (ohne Kammermitgliedschaft) sind hier wichtigere Ausbildungsträger als der Handel. Dagegen ist der Wiener Handel bei inländischen männlichen Lehrlingen (mit einem Anteil von 10,6%) etwas bedeutsamer als im übrigen Österreich (7,3%).

Übersicht 3.25: Entwicklung der Struktur der Lehrlinge insgesamt und im ersten Lehrjahr nach Nationalität und Geschlecht in Wien

	Frauen				Männer			
	Inländer		Ausländer		Inländer		Ausländer	
	Anteil in % 2015	Ø jährliche Veränderung 2008/2015						
Lehrlinge insgesamt								
Gewerbe und Handwerk	14,1	- 6,5	26,4	- 0,2	27,7	- 6,3	41,1	+ 2,1
Industrie	2,2	- 1,2	2,0	+ 8,8	8,9	- 4,3	6,1	+ 6,3
Handel	12,9	- 5,0	26,8	+ 1,2	10,6	- 3,2	17,1	+ 4,3
Banken, Versicherungen	2,0	- 1,8	1,6	- 6,3	1,8	+ 3,2	1,4	+28,4
Transport und Verkehr	1,8	- 5,0	0,8	- 9,4	7,2	- 1,4	3,1	+15,1
Tourismus, Freizeitwirtschaft	6,8	- 2,5	14,0	+ 1,1	7,9	- 5,1	13,7	+ 2,8
Information, Consulting	3,0	- 6,6	1,7	-11,0	3,7	- 5,9	1,6	- 0,5
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	15,8	+ 0,3	16,3	+ 9,8	7,4	- 2,8	2,3	+ 2,0
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	14,9	+15,6	10,5	+ 5,2	24,7	+16,1	13,7	+ 4,5
Insgesamt	100,0	- 1,2	100,0	+ 1,6	100,0	- 1,8	100,0	+ 3,5
Anzahl 2015 absolut	7.622		897		8.754		1.660	
Erstes Lehrjahr								
Gewerbe und Handwerk	20,8	- 6,8	28,8	- 0,3	24,0	- 6,6	36,2	- 0,4
Industrie	2,3	- 4,6	2,3	+ 2,2	6,1	- 7,7	5,6	+10,9
Handel	16,5	- 7,2	24,9	- 0,5	11,5	- 2,8	19,1	+ 6,9
Banken, Versicherungen	2,1	- 5,7	1,0	-21,9	1,8	+ 7,1	1,3	+32,0
Transport und Verkehr	2,1	- 7,7	0,6	- 5,6	5,6	- 3,9	2,7	+11,5
Tourismus, Freizeitwirtschaft	8,7	- 2,6	15,9	+ 2,9	7,6	- 7,0	15,3	+ 3,3
Information, Consulting	3,1	- 5,0	0,6	-21,6	2,5	- 9,4	0,9	-12,8
Sonstige Lehrberechtigte ¹⁾	18,0	- 0,5	13,3	+ 4,1	7,3	- 3,0	3,1	+ 1,8
Überbetriebliche Lehrausbildung ²⁾	26,3	+36,4	12,6	+19,8	33,6	+29,2	15,7	+ 7,8
Insgesamt	100,0	- 1,1	100,0	+ 0,9	100,0	- 0,6	100,0	+ 3,2
Anzahl 2015 absolut	1.769		309		2.769		549	

Q: WKO, WIFO-Berechnungen. – ¹⁾ Nicht der Kammer der gewerblichen Wirtschaft zugehörige Betriebe (z.B. Rechtsanwälte, Magistrate, usw.). Der Bereich "Sonstige Lehrberechtigte" wurde bis zum Jahr 2012 als "Nichtkammer" bezeichnet. – ²⁾ Ausbildungseinrichtungen nach dem Berufsausbildungsgesetz (z.B. Überbetriebliche Lehrausbildungen im Auftrag des AMS, selbständige Ausbildungseinrichtungen).

Insgesamt ist der Handel in Wien damit vor allem für die Ausbildung von ausländischen und männlichen Jugendlichen bedeutsamer als in Österreich, während er bei weiblichen Jugendlichen (für die der Handel insgesamt eine zentrale Ausbildungsoption darstellt) regional in der Wiener Wirtschaft weniger von Bedeutung ist. Dies wird auch durch Statistiken zu den Lehrlingen im ersten Lehrjahr bestätigt. Danach wird fast jeder fünfte ausländische männliche Lehrling und fast jede vierte weibliche ausländische Lehrling in Wien im Handel ausgebildet. Bei den inländischen Männern liegt dieser Anteil hingegen bei 11,5%, bei den inländischen Frauen bei 16,5%.

Ähnlich wie im österreichischen Durchschnitt sinkt allerdings die Zahl der in Wien beschäftigten Lehrlinge im Handel seit 2008 weitgehend durchgängig. Der Rückgang war mit insgesamt 19,1% durchaus erheblich, aber schwächer als in Österreich. Allerdings spiegelt auch dies zumindest teilweise den unterschiedlichen Trend der gesamten Lehrstellenentwicklung in Wien und Österreich: Unter Einbezug der überbetrieblichen Lehrausbildung nahm die Zahl der Lehrlinge in Wien kumuliert um 7,5%, in Österreich dagegen um 16,6% ab⁹⁵⁾.

Ähnlich wie in Österreich betraf der Rückgang der Lehrstellen auch in Wien inländische Frauen am stärksten. Ihre Zahl ging unter den Lehrlingen im Handel im Zeitraum 2008 bis 2015 in Wien um jährlich 5,0% (gegenüber –4,4% in Österreich) zurück. Die Zahl der weiblichen Lehrlinge im ersten Lehrjahr sank mit –7,2% p.a. (gegenüber 5,6% p.a. in Österreich) noch stärker. Damit verlor der Handel auch relativ zu den anderen Ausbildungsbranchen, insgesamt ging die Zahl der Lehrlinge in Wien in diesem Zeitraum nur um 1,2%, und die Zahl der Lehrlinge im ersten Lehrjahr um 1,1% zurück.

Ausnahme in dieser bedenklichen Grundtendenz waren allein die ausländischen weiblichen Lehrlinge, deren Zahl im Wiener Handel mit +1,2% sogar leicht (und stärker als in Österreich) zunahm, bei nur schwachem Rückgang ihrer Zahl im ersten Lehrjahr (–0,5%). Dagegen nahm die Zahl der inländischen männlichen Lehrlinge im Wiener Handel insgesamt (–3,2%) wie auch im ersten Lehrjahr (–2,8%) stärker ab als im übrigen Österreich, auch war der Rückgang stärker als in der übrigen Wirtschaft (–1,8% bzw. –0,6%). Dagegen wurden bei den ausländischen Männern von einem ebenfalls niedrigen Niveau ausgehend sehr deutliche Zuwächse in der Zahl der Lehrlinge (+4,3%) und der Lehrlinge im ersten Lehrjahr (+6,9%) im Wiener Handel erzielt, auch sie waren (wie jene bei den ausländischen Frauen) höher als im nationalen Handel und in Wien insgesamt.

3.2.4 Zusammenfassung

Insgesamt haben sich der Handel und insbesondere der Einzelhandel in Wien (wie im übrigen Österreich) in unserer Analyse damit als besonders wichtige Arbeitgeber erwiesen, vorrangig für Frauen und jüngere Arbeitskräfte. Bei einem Beschäftigtenanteil von insgesamt 12,8% (7,7% im Einzelhandel) arbeiteten im Durchschnitt der Jahre 2014/2015 rund 18,8% aller am Arbeitsort und 15,4% aller am Wohnort Wien unselbständig beschäftigten Frauen im Handel (10,4% bzw. 11,3% im Einzelhandel). Ähnlich waren in Wien rund 17,8% aller jungen (15- bis 24-jährigen) Beschäftigten im Handel beschäftigt, wobei hier der Anteil des Einzelhandels alleine 14,1% ausmachte. Zu diesen stark handelsaffinen Gruppen kommen spezifisch in Wien noch die im Ausland Geborenen hinzu. Sie arbeiteten hier zu 14,4% im Handel (davon 10,3 PP im Einzelhandel).

Gleichzeitig kommt dem Wiener Handel auch eine zentrale Funktion im dualen Ausbildungssystem zu. Insbesondere ist der Handel in Wien wie in Österreich für die Lehrausbildung von

⁹⁵⁾ Ähnlich ging in Wien die Zahl der in Ausbildung stehenden Lehrlinge im ersten Lehrjahr in den Jahren 2008 bis 2015 im Handel (mit –3,6%) etwas weniger zurück als im österreichischen Durchschnitt, aber auch in der Stadtwirtschaft insgesamt (exklusive überbetriebliche Lehrausbildung –4,3%).

Frauen von besonderer Bedeutung, aber auch für die in Wien demographisch stark wachsende Gruppe der ausländischen Jugendlichen.

Herausragendes Merkmal der Beschäftigung im Handel und insbesondere im Einzelhandel Wiens ist allerdings der hohe Anteil an Teilzeitbeschäftigten. Immerhin 45,1% der Einzelhandelsbeschäftigten mit Arbeitsort Wien (und 47,2% jener mit Wohnort Wien) sind teilzeitbeschäftigt, unter Frauen liegt die Teilzeitquote im Einzelhandel bereits bei 55,4% (Arbeitsort) bzw. 58,4% (Wohnort). Damit ist der Einzelhandel wohl jene Branchenabteilung, für welche die wirtschaftspolitischen Diskussionen zur Beurteilung der Teilzeitbeschäftigung in Österreich wohl von größter Bedeutung sind.

Insgesamt sind die Motivlagen für eine Teilzeitbeschäftigung im Handel nach unseren Ergebnissen also recht heterogen. Der überwiegende Teil der Beschäftigten arbeitet danach in Wien (wie auch im übrigen Österreich) aufgrund von spezifischen Lebensumständen (insbesondere Betreuungspflichten) Teilzeit, rund ein Fünftel tut dies, weil kein Vollzeitbeschäftigungswunsch besteht. Dem steht aber in Wien ein besonders hoher Anteil von Teilzeitbeschäftigten (rund ein Siebtel gegenüber einem Zehntel im übrigen Österreich) gegenüber, die diesen Status nur innehaben, weil sie keine Vollzeitbeschäftigung finden. In Wien ist damit der Anteil der unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung besonders hoch, wobei davon verstärkt junge, weibliche und ausländische Beschäftigte betroffen sind.

Dabei arbeiten in Wien wie auch im übrigen Österreich Frauen und ausländische Arbeitskräfte im Handel öfter unfreiwillig Teilzeit. Jüngere und (die wenigen) Männer, die Teilzeit arbeiten, tun dies hingegen oftmals aufgrund einer Ausbildung, während es bei Frauen (insbesondere in den mittleren Altersgruppen) am häufigsten Betreuungspflichten sind, die den Hauptgrund für eine Teilzeitbeschäftigung darstellen. Diese Gruppen dürften daher von Fragen der Absicherung im Alter und potentiell negativen langfristigen Auswirkungen der Teilzeitarbeit auf Karriereperspektiven und Lebenseinkommen besonders betroffen sein.

Spezifisch in Wien tritt letztlich eine weitere wichtige Gruppe an jungen Teilzeitbeschäftigten hinzu, die vor allem wegen einer noch bestehenden Ausbildung diese Arbeitszeitform wählt und sich durch eine Teilzeitbeschäftigung etwas dazu verdient. Auch hier bleibt aus wirtschaftspolitischer Sicht freilich unklar, inwiefern diese Teilzeitarbeit einem Ausbildungserfolg zuträglich oder abträglich ist.

4. Zusammenfassung und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

4.1 Stylized Facts I: Entwicklung des Wiener (Einzel-)Handels: Trends und regionale Besonderheiten

Die Ergebnisse unserer Analyse lassen den Wiener (Einzel-)Handel als einen Wirtschaftsbereich erkennen, der durch technologische Veränderungen und den Übergang zu "modernen" (Einzel-)Handelstechnologien, aber auch durch Besonderheiten der Agglomeration in Angebots- und Nachfragebedingungen einem erheblichen Strukturwandel ausgesetzt war und ist. Seine Performance als "Beschäftigungsmotor" war daher langfristig im Vergleich zu Regionalwirtschaft wie nationaler Branchenkonkurrenz eher schwach.

- So hat der Wiener Handel in den letzten 30 Jahren nur in 38% der (insgesamt 112) Quartale Arbeitsplätze aufgebaut, während dies im nationalen Handel in der deutlichen Mehrheit der Quartale (82%) der Fall war. Auch zur Beschäftigungsentwicklung der gesamten Stadtwirtschaft hat der Wiener Handel damit nur wenig beigetragen, in nur einem knappen Viertel der Quartale war seine Beschäftigungsdynamik höher als in der Regionalwirtschaft insgesamt.
- Produktivitätsgewinne und eine sinkende Beschäftigungsintensität waren dafür ursächlich: Seit 1980 hat sich die nominelle Wertschöpfung des Wiener Handels laut RGR bei leicht rückläufiger Zahl der Erwerbstätigen (–8,8%) fast verdreifacht (+183,1%). Allerdings zeigt sich auch auf der Output-Seite ein langfristiger Rückstand des Wiener Handels gegenüber Österreich, vor allem durch eine deutliche Abschwächung der Wertschöpfungsdynamik seit der Jahrtausendwende bedingt.
- Dabei war die insgesamt gedämpfte Arbeitsplatzentwicklung des Wiener Handels in den 1980er- und 1990er-Jahren bei intakter Output-Entwicklung vorrangig auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen, mit dem Strukturwandel zu Kettenbetrieben und "modernen" (größeren) Angebotsformaten als Treiber. Nach der Jahrtausendwende waren dafür dagegen fehlende (reale) Output-Zuwächse ursächlich, leichte Beschäftigungsgewinne waren in dieser Phase daher mit Produktivitätseinbußen verbunden. Damit ging ein guter Teil des in den Vor-Dekaden aufgebauten Effizienzvorsprungs des Wiener Handels zu Österreich in der Periode 2000-2014 wieder verloren.
- Nach den Ergebnissen einer regionalen Sonderauswertung der RGR waren für diese schwache Wertschöpfungsentwicklung des Wiener Handels in neuerer Zeit (2002-2014 nominell +1,4% p.a.; Wien insgesamt +2,6% p.a.) vorrangig Großhandel (+0,9% p.a.) und KFZ-Handel (+1,1% p.a.) verantwortlich. Hier setzten sich Dezentralisierungstendenzen ins Wiener Umland fort, dazu kamen Strukturveränderungen aus der Durchsetzung der Markenbindung durch marktmächtige Produzenten (im KFZ-Handel), sowie der Verlust traditioneller Stärkefelder bzw. Tendenzen der Vertikalisierung und Disintermediation (im Großhandel).
- Dagegen stützte der unter Beschäftigungsaspekten zentrale Wiener Einzelhandel (als Fokus unserer Analyse) die Output-Entwicklung (2002-2014 +2,6% p.a.), auch er blieb

aber hinter der Dynamik des nationalen Einzelhandels zurück. Dieser Rückstand war bis zur Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise in Beschäftigung wie Wertschöpfung in ähnlicher Weise beobachtbar. In der Folge zog die Arbeitsplatzentwicklung im Wiener Einzelhandel aber (relativ) an, während der Wachstumsrückstand auf der Output-Seite weiter zunahm. Deutliche Einbußen (auch) in der Produktivitätsposition waren die (notwendige) Folge. Insgesamt blieb das Produktivitätswachstum im Wiener Einzelhandel damit seit 2002 kumuliert um 5,7 Prozentpunkte hinter der nationalen Benchmark, rund 90% dieses Rückstands entstanden nach der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise.

4.2 Stylized Facts II: Einflussfaktoren der bisherigen Entwicklung des Wiener Einzelhandels

Ergebnis unserer Analyse ist also eine grosso modo stabilisierende Rolle des hier interessierenden Einzelhandels für den gesamten Wiener Handel. Resultat ist aber auch seine mittel- wie langfristig schwächere Dynamik im Vergleich zum Einzelhandel in Österreich, und damit eine nur geringe Rolle als "Treiber" von Beschäftigungszuwächsen in der Stadtwirtschaft. Als wesentliche Einflussfaktoren dafür können auf der Angebotsseite der Strukturwandel zu "modernen" (und produktiveren) Angebotsformaten, Effekte der Stadt-Umland-Konkurrenz und der zunehmende Online-Handel identifiziert werden, eine makroökonomisch ungünstige Entwicklung auf der Nachfrageseite kommt hinzu.

4.2.1 Determinanten auf der Nachfrageseite: (regionale) Einkommensentwicklung

- Auch auf nationaler Ebene wurde das Entwicklungspotential des (Einzel-)Handels auf der Nachfrageseite durch eine bereits seit den 1970er-Jahren rückläufige Dynamik der realen Konsumausgaben gedämpft. Sie hatte in abnehmenden Zuwachsraten in den verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte, namentlich einer gedämpften Lohnentwicklung, ihre Ursache. Leichte Verschiebungen in der persönlichen Einkommensverteilung zu Lasten der unteren Einkommensklassen (mit höherer Konsumquote) kamen hinzu.
- Der Wiener (Einzel-)Handel war davon verstärkt betroffen, weil die Einkommensentwicklung in der Region in neuerer Zeit mit jener in Österreich in keiner Weise Schritt hielt: Die verfügbaren Einkommen in Wien nahmen seit der Jahrtausendwende trotz hoher Bevölkerungsdynamik pro Jahr um (nominell) 0,4 PP schwächer zu als in Österreich, gemessen am verfügbaren Einkommen je Einwohner/in wandelte sich Wien damit innerhalb von nur 14 Jahren vom Spitzenreiter zum Schlusslicht einer Bundesländerreihung. Lagen die verfügbaren Pro-Kopf-Einkommen hier noch im Jahr 2000 bei 111% des nationalen Wertes, so waren es zuletzt nur noch 97%.
- Insgesamt dürfte damit ein Gutteil des mittelfristigen Wachstumsrückstands des Wiener (Einzel-)Handels im nationalen Rahmen auf die schwächere Entwicklung der regionalen Einkommen als zentralem Parameter der Konsumnachfrage zurückzuführen sein.

Sie geht nach den Ergebnissen von Mayerhofer et al. (2015) wiederum darauf zurück, dass eine seit der Jahrtausendwende stark steigende Bevölkerung nicht vollständig ins Erwerbsleben integriert und damit "produktiv" gemacht werden konnte – nur geringe regionale Einkommenszuwächse trotz hohen demographischen Wachstums waren die Folge.

4.2.2 Determinanten auf Angebotsseite I: Strukturwandel zu "modernen" Angebotsformaten

- Zentraler Treiber der Einzelhandelsentwicklung auf der Angebotsseite war nach unseren Ergebnissen bisher der Übergang von unabhängigen Handelsbetrieben zu Anbietern unter dem Dach von Handelsketten ("Filialisierung"), und der damit einhergehende Strukturwandel zu "modernen" Angebotsformaten. Das traditionelle (Einzel-)Geschäft wird hier durch ein (kosteneffizienteres) Vertriebsmodell abgelöst, das Größenvorteile auf der Ebene der Handelskette (Optimierung von Vertriebsnetz und Lagerhaltung; größere Marktmacht gegenüber den Produzenten) wie auch der Ebene des Angebotsformats (rascherer Warenumsatz, kontinuierlichere Auslastung der Beschäftigten, Möglichkeit größerer Angebotsvielfalt) nutzt, und daraus Produktivitätsvorteile bezieht. Konsequenz sind (potentiell) Spielräume für niedrigere Konsumentenpreise, aber auch eine geringere Beschäftigungsintensität, größere Einheiten auf Arbeitsstättenebene, und eine steigende Marktkonzentration.
- Besonders weit dürfte der Strukturwandel zu "modernen Angebotsformaten" (Supermärkte, Einkaufszentren/Großmärkte, Diskonter, sowie Minimärkte/Tankstellen-Shops) nach Daten zu Größenstruktur und Filialisierungsgrad des Wiener Einzelhandels bereits im Lebensmittel-Einzelhandel gediehen sein. Der nominelle Umsatz (ohne Steuern) von "modernen" Formaten nahm hier nach Informationen der internationalen Passport-Datenbank in Österreich sowohl längerfristig (2002/2016 +3,3% p.a.) als auch nach der Krise (+2,1% p.a.) deutlich stärker zu als im Lebensmitteleinzelhandel insgesamt (+2,2% p.a. bzw. 1,3% p.a.), namentlich bei Diskontern, aber auch EKZ/Großmärkten und Supermärkten. Dies bei empfindlichen Verlusten traditioneller Formate (Facheinzelhandel für Lebensmittel, unabhängige Lebensmittelhändler), deren schon längerfristig negativer Umsatztrend (2002/2016 –1,2% p.a.) sich nach der Krise noch verstärkt hat (2009/2016 –1,8%).
- Der Umsatzanteil "moderner" Formate hat damit hier seit 2002 österreichweit weiter zugenommen (von 71% auf zuletzt 78%), während jener traditioneller, kettenunabhängiger Anbieter weiter stark rückläufig war (von 29% auf deutlich unter ein Fünftel). Zumindest im Lebensmittelhandel ist damit eine Angebotsstruktur entstanden, welche sich von jener in anderen hoch entwickelten Ländern (etwa auch des angloamerikanischen Raums) zwar noch in Details unterscheidet (v.a. höherer Anteil Supermärkte und Diskonter; kleinerer Anteil von Großstrukturen und mitgliedsbasierten Angebots-

formen), nicht mehr aber in der Dominanz "moderner" Angebotsformate unter dem Dach von Handelsketten.

- Diese Entwicklung geht auf Unternehmensebene mit einer hohen (und steigenden) Marktkonzentration einher. So erwirtschaften die 20 größten Unternehmen im heimischen Einzelhandel (darunter nur 3 originär österreichische Unternehmen) zuletzt (2016) immerhin 47,1% des gesamten Umsatzes, nach noch 42,4% im Jahr 2007. Noch stärker zeigt sich die oligopolistische Marktstruktur im Lebensmittelhandel, wo der Marktanteil schon der drei größten Unternehmen (Rewe, Spar, Aldi) zuletzt bei mehr als zwei Drittel (67,9%), und jener der TOP 20 bei 82,6% liegt. Dabei hat die Marktkonzentration hier in der jüngsten Dekade noch erheblich zugenommen, mit Anteilsgewinnen von 7,2 PP der größten drei, von 9,0 PP der größten fünf, und von 5,6 PP der größten 20 Unternehmen.

4.2.3: *Determinanten auf der Angebotsseite II: Stadt-Umland-Konkurrenz*

- Wesentlicher Baustein zur Erklärung der mittelfristig schwächeren Entwicklung des Wiener (Einzel-)Handels im nationalen Rahmen sind nach unseren Ergebnissen auch Dezentralisierungstendenzen im Rahmen der Stadt-Umland-Konkurrenz. Ökonometrische Schätzungen von Distanzfunktionen für den funktionalen Agglomerationsraum Wien auf Gemeindeebene zeigen hier, dass sich der räumliche Wachstumspol der Beschäftigung im Handel in den letzten 40 Jahren deutlich nach außen verschoben hat. Zuletzt errechnet das Modell die höchste (theoretische) Beschäftigungsdynamik in einer Distanz von 26 Kilometern vom Stadtzentrum (und damit weit außerhalb der Stadtgrenze). Dabei lässt ein Vergleich der räumlichen Wachstumsmuster im Handel mit jenen für die Gesamtbeschäftigung aber erkennen, dass diese (relativen) Verluste der Kernstadt in der Stadt-Umland-Konkurrenz keineswegs nur (oder auch nur vorrangig) ein Phänomen des Handels darstellten.
- Analysen auf Basis von räumlich stark disaggregierten Rasterdaten (250 x 205 Meter) bestätigen die Relevanz der Stadt-Umland-Konkurrenz als Einflussfaktor für die in Wien schwächere Entwicklung des Einzelhandels im nationalen Vergleich. Evident sind deutlich höhere Beschäftigungszuwächse im Handel an den Rändern des Agglomerationsraums im Vergleich zum Kernraum, namentlich in der Außenzone mit ihrem freilich noch geringen Besatz (und den damit notwendig hohen Wachstumsraten bei ansteigender Aktivität).
- Keine Hinweise liefert die kleinräumige Analyse ausgewählter Branchengruppen freilich für eine relevante Ausdünnung des Standortgefüges in der Kernstadt. Auch eine Erosion der Versorgungsqualität für die regionale Bevölkerung (gemessen an der Distanz zur nächsten Einkaufsmöglichkeit) ist selbst für Branchengruppen mit höherer regionaler Konzentration bzw. Betroffenheit von Stadt-Umland-Verschiebungen nicht festzumachen. Im Gegenteil kann nach unseren Analysen in der Mehrheit der analysierten Branchengruppen am aktuellen Rand ein höherer Anteil der Bevölkerung der

Kernstadt als gut versorgt gelten als noch vor 15 Jahren. Dies nicht zuletzt in unter Versorgungsaspekten zentralen Bereichen: So hat die (Luftlinien-)Entfernung zum nächsten Lebensmittelgeschäft für den/die durchschnittliche(n) Bewohner/in der Kernstadt seit 2000 von 340 Metern auf (2015) 220 Meter und damit um 35% abgenommen, die durchschnittliche Distanz zur nächsten Apotheke reduzierte sich im selben Zeitraum von 480 auf 340 Meter (–29%).

4.2.4 *Determinanten auf der Angebotsseite III: Aufstieg des Online-Handels*

- Letztlich dürfte in neuerer Zeit auch der Online-Handel in relevantem Ausmaß zur schwachen Beschäftigungsentwicklung im (Wiener) Einzelhandel beigetragen haben, weil er als Erbringungsform zum (beschäftigungsintensiveren) stationären Handel in direkter Konkurrenz steht. Im Vergleich zum Wandel der Angebotsformate wird er erst allmählich für die Gesamtentwicklung bestimmend, auf Sicht könnte seine weitere Dynamik den Strukturwandel im (Wiener) Einzelhandel und seine Konsequenzen für die regionale Beschäftigung aber nochmals verschärfen.
- Österreichweit dürfte der (nominelle) Umsatz im Online-Einzelhandel nach Informationen der Passport-Datenbank seit 2002 um fast 13% pro Jahr gestiegen sein, seine Dynamik war damit achtmal höher als im gesamten Einzelhandel (+1,6% p.a.). Dies wegen rasanter Zuwächse im reinen Online-Handel (Ø 2007/2016 +14,8% p.a.), aber auch zunehmenden "Multi-Channel"-Strategien des stationären Einzelhandels. Sie tragen zuletzt mit immerhin 42% zum gesamten Online-Umsatz bei. Ihre Dynamik blieb freilich (bisher) etwas geringer (Umsatz Ø 2007/2016 +10,5% p.a.) als im reinen Online-Handel, weil Letzterer vom Erfolg einiger großer Player (Amazon, Zalando, Apple Inc) profitierte und sich Online-Strategien in einigen (großen) Branchengruppen des stationären Handels erst allmählich durchsetzen.
- Gestützt wurde die längerfristig hohe Wachstumsdynamik des Online-Handels durch die zunehmende Verfügbarkeit der dafür notwendigen Infrastruktur auf Konsument/innen- wie Anbieterseite. Der Anteil der "Online-Shopper" mit (zumindest) einem Internet-Einkauf in den letzten 12 Monaten nahm damit österreichweit von noch einem Zehntel im Jahr 2003 auf zuletzt 57,6% zu. Allerdings verlangsamt sich ihr Anteilswachstum in neuerer Zeit, auch dürften vom weiteren Auf- bzw. Ausbau der zum Online-Kauf notwendigen Infrastruktur (bei bereits hoher Verfügbarkeit) kaum noch Impulse ausgehen. Damit erreichte die Umsatzentwicklung im Online-Handel in den letzten Jahren (2009/2016, noch verstärkt 2015/2016) nicht mehr ihren langfristigen Wachstumspfad, seine Dynamik ist aber auch am aktuellen Rand ungleich höher als im gesamten Einzelhandel – nicht zuletzt wegen steigender Einkäufe per Smartphone.
- Nach Produktgruppen sind die Erfolge des Online-Handels bislang heterogen. Mit Medienprodukten (22,6%) sowie Bekleidung/Schuhen (19,1%) als Spitzenreitern nehmen durchwegs Produktgruppen die größten Anteile am gesamten Online-Umsatz ein, die in Haltbarkeit, Lager-/Transportfähigkeit und Gewicht/Volumen als "onlineaffin"

gelten können. Dagegen bleibt die Online-Durchdringung vor allem bei Nahrungsmitteln/Getränken wegen deren Besonderheiten (Bedeutung von Frische und Kühlung, hohe Frequenz von Einkauf und Konsum, Bedeutung Bündelkauf, komplexe Zustell-Logistik) bisher gering (3,9% des Online-Umsatzes, bei rund 10-fachem Umsatzanteil am gesamten Einzelhandel). Allerdings werden zunehmend neue Logistik-Lösungen erprobt, und einige große stationäre Einzelhändler sind mittlerweile (mit Vollsortimenten) auch online aktiv. Ihre (Miss-)Erfolge werden wegen des großen Gewichts der Branchengruppe auch die weitere Entwicklung des gesamten Online-Handels (mit) entscheiden.

- Große sektorale Unterschiede in der Online-Durchdringung zeigen sich nach unseren Ergebnissen in allen entwickelten Ländern. So erreicht der Online-Handel mit Lebensmitteln auch in einem Sample von (26) hoch entwickelten Ländern mit (2014) kaum 1% am Branchenumsatz noch keine relevante Größenordnung. Damit ging auch der gesamte Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in dieser Ländergruppe nicht über 6% hinaus, obwohl der Online-Umsatzanteil in einigen Produktgruppen (etwa Elektronik/Haushaltsgeräte 20,2%, Bekleidung/Schuhe 14,8%) auch schon 2014 erheblich war. Österreich blieb (2014) mit einem Online-Anteil von knapp 4% hinter dem Durchschnitt dieser Länder (darunter Deutschland 5,6%), was Rang 11 unter 18 vergleichbaren europäischen Ländern bedeutete. Die Konsequenzen des Online-Handels für Marktstruktur und Leistungsbilanz dürften in Österreich dennoch keineswegs geringer sein, weil der Online-Handel hier stärker als in anderen (größeren) Ländern durch wenige große Player in vorrangig ausländischem Besitz dominiert ist.
- Für Wien lässt eine regionale Sonderauswertung der Leistungs- und Strukturhebung eine vergleichsweise größere aktuelle Betroffenheit des Einzelhandels vom Wandel zu Online-Handelsformen vermuten. So ist der Wiener Einzelhandel gemessen an der Beschäftigtenstruktur stärker auf Branchenklassen mit hoher und mittlerer Online-Durchdringung ausgerichtet als jener in Österreich (LQ Branchentyp mit hohem Internet-Ausgabenanteil 102,6; mit mittlerem Anteil 123,0; mit geringem/keinem Online-Ausgabenanteil 86,9%). Allerdings arbeitet auch in Wien das Gros der Einzelhandelsbeschäftigten (immerhin 69,5%) in Branchenklassen mit geringem oder unbekanntem Online-Anteil, in welchen die Konsequenzen der neuen Konkurrenz bislang eher gering gewesen sein dürften.
- Für den (damit noch beschränkten) Kreis der Branchengruppen mit bereits hoher Online-Durchdringung lassen unsere Ergebnisse freilich relevante Beschäftigungseffekte des Online-Handels vermuten: So nahm die Wiener Einzelhandelsbeschäftigung in Branchenklassen mit hoher Online-Durchdringung in der Periode 2008-2014 um (kumuliert) 5,4% ab, während sie in solchen mit mittlerem (+11,1%) und niedrigem Online-Ausgabenanteil (10,2%) zunahm. Dabei waren Arbeitsplatzverluste in der Mehrheit der Branchen mit hoher Online-Betroffenheit durchaus empfindlich und meist höher als in Österreich (v.a. bespielte Ton-/Bildträger -56,2%, Bücher -19,5%, Unterhaltungselektronik -26,4%). Im (reinen) Versand- und Internet-Handel nahm die Beschäftigung (nur) in

Wien zu, dies aber in einer Größenordnung (+313 Beschäftigte), welche für eine relevante Korrektur der Beschäftigungsentwicklung in diesem Branchentyp nicht ausreichte.

4.3 Stylized Facts III: Wiener (Einzel-)Handel und regionales Beschäftigungssystem

Insgesamt war der Wiener (Einzel-)Handel also in den letzten Jahren und Jahrzehnten einem massiven Strukturwandel zu "modernen" Handelstechnologien ausgesetzt, mit erheblichen Veränderungen in Organisationsformen, Unternehmensstrukturen und Beschäftigtennachfrage. Um die Konsequenzen dieses Wandels auf die im Wiener Einzelhandel vorherrschenden Arbeitsbeziehungen, Job-Charakteristika und Rekrutierungsmechanismen, aber auch auf dessen Bedeutung als Arbeits- und Ausbildungsort für unterschiedliche Arbeitnehmer/innengruppen näher zu analysieren, wurden in der vorliegenden Studie auch umfangreiche Analysen auf Basis des Individualdatensatzes des HV sowie Daten der Arbeitskräfteerhebung durchgeführt. Sie lassen eine Reihe zusätzlicher Erkenntnisse zu Charakteristika und Besonderheiten des Wiener Einzelhandels und seiner Beschäftigten zu.

4.3.1 Rekrutierungsverhalten und Job-Charakteristika

- In Hinblick auf Stand und Entwicklung der Beschäftigerbetriebsgrößen zeigen die Auswertungen des Individualdatensatzes des HV den Wiener Einzelhandel nochmals pointiert als gespalten: Branchenklassen, in welchen der Strukturwandel zu großformatigeren Angebotsformen schon weit fortgeschritten ist, sind auch jene, die bislang vom Online-Handel nur wenig tangiert sind. Dagegen hat sich die kleinbetriebliche Struktur im Branchentyp mit hoher Online-Betroffenheit noch weiter verfestigt. Eine (nur) in diesem Branchentyp leicht rückläufige Betriebsgröße seit 2008 stützt die These, dass vor allem traditionelle Anbieter im klein- bis mittelbetrieblichen Segment dem doppelten Druck von modernen Angebotsformaten und zunehmender Online-Konkurrenz nur noch eingeschränkt standhalten.
- Jedenfalls zeigt eine Analyse des Arbeitsplatzumschlags im Wiener Einzelhandel eine erhebliche Heterogenität der hier ablaufenden betrieblichen Wachstumsprozesse: Zwischen 2008 und 2015 wurden hier pro Jahr rund 10% der Arbeitsplätze in wachsenden Beschäftigerbetrieben neu geschaffen und 8,8% der Arbeitsplätze in schrumpfenden Betrieben vernichtet. Jedes Jahr wurde also fast ein Fünftel der Arbeitsplätze (18,8%) im Wiener Einzelhandel umgeschlagen – mehr als im nationalen Einzelhandel (16,0%), aber auch in der Wiener Wirtschaft insgesamt (18,5%). Dabei steigt der Arbeitsplatzumschlag mit der Online-Betroffenheit, vor allem aber ist die Umschlagsdynamik auf Arbeitsplatzebene bei kleinen Betrieben massiv höher (< 50 Beschäftigte 31,7% p.a.; > 500 Beschäftigte 7,9%).
- Noch ungleich stärker ist der Umschlag bei den Beschäftigten, die diese Arbeitsplätze besetzen. So wurde im Wiener Einzelhandel seit der Krise in jedem Jahr mehr als der gesamte Beschäftigtenbestand umgeschlagen (2015 106,3%; davon 54,4 PP aus

Beschäftigungsaufnahmen, 51,9 PP aus Beschäftigungsbeendigungen). Trotz rückläufigem Arbeitskräfteumschlag in den letzten Jahren (2008: 119%), bleibt die Turbulenz auf Beschäftigtenebene im Wiener Einzelhandel damit ungleich höher als in jenem im übrigen Österreich (2015: 89,7%), aber auch in der übrigen Wiener Wirtschaft ohne Saisonbranchen (93,1%; mit Bauwesen und Tourismus 111,4%).

- Dies vor allem wegen eines im Vergleich höheren Beschäftigtenumschlags in großen Beschäftigerbetrieben, namentlich in den beschäftigungsreichen Einzelhandelsbranche (EH mit Waren verschiedener Art; EH mit sonstigen Waren). Zwar nimmt der Arbeitskräfteumschlag auch im Wiener (Einzel-)Handel mit der Betriebsgröße ab, allerdings verläuft dieser Rückgang mit der Betriebsgröße hier ungleich flacher als in anderen Sektoren. Vor diesem Hintergrund ist der Beschäftigtenumschlag in den großen Wiener Einzelhandelsbetrieben um 28 PP höher als in derselben Größengruppe im nationalen Einzelhandel, und um rund 45 PP höher als in den großen Betrieben der übrigen Wiener Wirtschaft. Zusammen mit der geringen Heterogenität betrieblicher Wachstumsprozesse gerade im großbetrieblichen Einzelhandel ist dies Indiz für eine nur beschränkte Stabilität der Beschäftigungsverhältnisse in diesem Wiener Einzelhandelssegment.
- Konsequenz der hohen Turbulenz auf Arbeitskräfteebene ist freilich auch, dass der Wiener Einzelhandel pro Jahr vergleichsweise viele Beschäftigte aufnimmt. Dabei handelt es sich verstärkt um junge und weibliche Arbeitskräfte. 61,2% der Beschäftigungsaufnahmen im Wiener Einzelhandel betreffen Frauen (davon fast 18 PP solche unter 24 Jahren). Damit ist hier auch der Anteil jener Zugehenden vergleichsweise hoch, die im Jahr vor ihrer Beschäftigten ein Kind betreuten (9%; übrige Sektoren 7%). Dabei sind es auch hier die großen Beschäftigerbetriebe – und damit die Anbieter "moderner" Handelsformate – welche vermehrt diese Personengruppen einstellen. Männer sind unter den Beschäftigungsaufnahmen im Einzelhandel dagegen in sämtlichen Altersgruppen geringer vertreten. Ausnahme sind hier allein die Branchenklassen mit hohem Online-Anteil, die überwiegend (junge) Männer rekrutieren (Männeranteil 56,8%).
- Grundsätzlich unterscheidet sich das betriebliche Rekrutierungsverhalten nach der Betriebsgröße deutlich: Betriebe mit bis zu 50 Beschäftigten rekrutieren mehr als die Hälfte ihrer Zugänge aus einem anderen Beschäftigungsverhältnis, und nur zu 18% aus der Arbeitslosigkeit. Dagegen war fast ein Viertel der Neuzugänge der großen Betriebe (> 500 Beschäftigte) vor der Beschäftigungsaufnahme arbeitslos gemeldet, nur 37,5% kamen aus einer Beschäftigung. Es sind also vor allem die großen Beschäftigerbetriebe des Wiener Einzelhandels, die stärker aus der Arbeitslosigkeit rekrutieren, verbunden freilich mit einer hier geringeren Stabilität der Beschäftigungsverhältnisse.
- Als Besonderheit nimmt der Wiener Einzelhandel in einem vergleichsweise hohen Ausmaß auch Arbeitskräfte mit einer längeren Unterbrechung ihrer Beschäftigung auf. So ist die mediane Dauer der Beschäftigungsunterbrechung bei jenen Neuzugängen im Wiener Einzelhandel, die vor ihrer Beschäftigungsaufnahme die Erwerbskarriere unter-

brochen hatten, mit 179 Tagen deutlich länger als im Einzelhandel im übrigen Österreich (121 Tage), aber auch den übrigen Branchen Wiens (130 Tage). Auch dafür sind die größeren Beschäftigterbetriebe verantwortlich, während kleine Betriebe nicht nur stärker (direkt) aus der Beschäftigung rekrutieren, sondern bei Personen ohne Beschäftigung auch verstärkt solche mit geringen Stehzeiten wählen.

- Letztlich lassen unsere Individualdaten auch erkennen, dass Neuzugänge im Wiener Einzelhandel verstärkt aus der eigenen Branchengruppe stammen und damit "branchentreu" sind (50,7% der Neuzugänge, gegenüber 48,5% in den übrigen Wiener Branchen). Diese größere Branchentreue gilt für Männer wie Frauen und für die meisten Altersgruppen. Zudem ist sie in den Großbetrieben des Wiener Einzelhandels kaum geringer als in kleinen (und sogar höher als in mittelgroßen) Betrieben, während sie im übrigen Österreich mit der Betriebsgröße monoton abnimmt.

4.3.2 *Rolle als Arbeitgeber und Ausbildungsträger*

- Die Analyse der Struktur der Handelsbeschäftigten anhand von Daten der Arbeitskräfteerhebung zeigt letztlich die nach wie vor große Rolle des Wiener (Einzel-)Handels als Arbeitgeber, aber auch die Besonderheiten seiner Beschäftigten. In der Tendenz sind Einzelhandelsbeschäftigte danach jung und weiblich: Bei einem Anteil von 12,8% (Einzelhandel 7,7%) an allen Wiener (unselbständig) Beschäftigten arbeiteten im Durchschnitt der Jahre 2014/2015 knapp 19% aller in Wien beschäftigten Frauen im Handel (10,4% im Einzelhandel). Ähnlich waren knapp 18% aller jungen (15- bis 24-jährigen) Wiener Arbeitskräfte hier beschäftigt, allein im Einzelhandel waren es 14%. Zu diesen stark (einzel-)handelsaffinen Gruppen treten spezifisch in Wien noch die im Ausland Geborenen hinzu. Sie arbeiten in Wien immerhin zu 14,4% im Handel, davon 10,3 PP im Einzelhandel.
- Nach Qualifikation sind im Wiener Einzelhandel stärker Beschäftigte mit Pflichtschule (20,6%) sowie Lehr- bzw. BMS/AHS-Abschluss (54,8%) anzutreffen als am gesamten Wiener Arbeitsmarkt (11,7% bzw. 45,6%). Nach Berufen herrschen naturgemäß Verkäufer/innen vor (63,8%; Wien insgesamt 18,1%), akademische Berufe sind dagegen um zwei Drittel seltener als in der Stadtwirtschaft. Dabei verfügen weibliche Beschäftigte im gesamten Wiener Handel im Durchschnitt über ein geringeres Ausbildungsniveau als Männer, nicht aber im Einzelhandel, wo Frauen seltener einen Pflichtschulabschluss (20,2%) und häufiger einen mittleren Bildungsabschluss (56,1%) aufweisen. Männer sind dagegen im Wiener Einzelhandel häufiger gering qualifiziert, gleichzeitig ist bei Männern aber auch der Beschäftigtenanteil mit Hochschulabschluss höher. Für im Ausland geborene Arbeitskräfte gilt im Vergleich zur inländischen Gruppe Ähnliches.
- Herausragendes Merkmal der Beschäftigung im (Einzel-)Handel ist freilich der hohe Anteil an Teilzeitbeschäftigten. Insbesondere seit der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise ist Teilzeitbeschäftigung im Wiener Handel das einzige wachsende Beschäftigungs-

segment (2008/2015 +21,9%, dagegen Vollzeitbeschäftigte -21,6%). Im Wiener Einzelhandel waren damit zuletzt schon 45,1% der Arbeitskräfte teilzeitbeschäftigt (Stadtwirtschaft insgesamt 29,4%), unter Frauen liegt die Teilzeitquote mittlerweile bei 55,4% (Männer 23,4%). Dabei sind Teilzeitkräfte in Wien tendenziell jünger und an den beiden Enden des Bildungsspektrums angesiedelt als in Österreich, was für einen hier größeren Anteil an (jungen) Personen spricht, die (hohe) Ausbildungsgänge absolvieren und gleichzeitig Teilzeit arbeiten.

- Die Motivlagen für eine Teilzeitbeschäftigung im Wiener (Einzel-)Handel sind heterogen. Der überwiegende Teil arbeitet (wie in Österreich) aufgrund spezifischer Lebensumstände (insbesondere Betreuungspflichten) Teilzeit, rund ein Fünftel tut dies, weil kein Wunsch nach Vollzeitbeschäftigung besteht. Dem steht aber in Wien ein besonders hoher Anteil an Beschäftigten gegenüber, die Teilzeit arbeiten, weil sie keine Vollzeitbeschäftigung finden (Wiener Einzelhandel 17,5%; übriges Österreich 12,4%). Damit ist in Wien auch der Anteil der unfreiwillig Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung deutlich höher (Einzelhandel 7,8%, übriges Österreich 6,2%), wovon verstärkt junge, weibliche und ausländische Beschäftigte betroffen sind. Die Lage am Wiener Arbeitsmarkt spiegelt sich also nicht nur in verstärkter Arbeitslosigkeit, sondern auch in erhöhter Teilzeit-Beschäftigungslosigkeit.
- Letztlich lässt unsere Analyse auch die Bedeutung des Wiener Handels für die duale Berufsausbildung erkennen, zeigt aber auch deren Probleme. Insgesamt beschäftigt der Wiener Handel zuletzt (2015) 2.440 Lehrlinge, das sind 14,4% aller Lehrlinge in Wien. Ohne überbetriebliche Lehrausbildung ist der Handel damit (nach Gewerbe und Handwerk) zweitwichtigster Ausbildungsbereich im Wiener dualen System, mit besonderer Bedeutung für die Ausbildung ausländischer und weiblicher Arbeitskräfte. Allerdings nimmt die Zahl der Lehrlinge im Wiener Handel seit 2008 deutlich ab, wobei der Rückgang mit kumuliert -19,1% durchaus empfindlich, und (trotz günstigerer demographischer Voraussetzungen) kaum kleiner als in Österreich ist. Diese Erosion spiegelt freilich eine ähnliche Entwicklung in der gesamten Stadtwirtschaft, in welcher seit der Krise nur die überbetriebliche Lehrausbildung noch eine weitgehend kontinuierliche Versorgung mit mittleren berufsbezogenen Qualifikationen sichert (Lehrling in Wien insgesamt 2008-2015 kumuliert -7,5%; ohne überbetriebliche Lehrausbildung -21,3%). Im Wiener Handel waren von dieser Entwicklung vor allem Inländer/innen betroffen (Frauen -5,0% p.a.; Männer -3,2% p.a.), die Zahl ausländischer Lehrlinge nahm dagegen sogar zu (Frauen +1,2% p.a.; Männer +4,3% p.a.)

4.4. Weitere Perspektive: Erwartungen zur Entwicklung des Wiener Einzelhandels auf mittlere Sicht

Letztlich wurden in unserer Studie auch Überlegungen zu dessen weiterer Entwicklung angestellt. Eine solche Vorausschau kann wegen erheblicher Unwägbarkeiten in Hinblick auf zentrale Entwicklungsfaktoren (etwa Konjunktur, Einkommensentwicklung, technologische Trends)

nur grobe Anhaltspunkte liefern und muss sich auf regionaler Ebene zudem (datenbedingt) auf Analogieschlüsse stützen. Für Österreich scheint hier die Vorausschätzung von *Euromonitor International* (2017) plausibel, welche für den nationalen Einzelhandel und die Periode 2016-2021 von einem Anstieg des nominellen Umsatzes (vor Steuern) von +1,9% p.a. ausgeht, nach +1,7% p.a. in der vorangegangenen 5-Jahres-Periode. Einmal mehr dürfte der Absatz im Einzelhandel damit preisbereinigt kaum zulegen (real +0,2% p.a.), was auch den Spielraum für Arbeitsplatzgewinne stark einengt. Zu rechnen ist daher mit einer nur geringfügigen Zunahme der Beschäftigungsverhältnisse, zu Vollzeitäquivalenten ist (auch) auf Sicht ein Rückgang der Beschäftigung zu erwarten. In Wien dürfte die Entwicklung ähnlich verlaufen, allerdings mit einigen Qualifizierungen:

- Klar scheint, dass sich der massive Strukturwandel zu Filialbetrieben und neuen Angebotsformen auch auf Sicht fortsetzt. So geht *Euromonitor International* für Österreich am Beispiel des Lebensmittelhandels von weiteren deutlichen Umsatzzuwächsen bei "modernen" Angebotsformen im kommenden Jahrfünft (bis 2021) aus (+2,7% p.a., real +0,9% p.a.), während traditionelle Lebensmittelhändler danach noch verstärkt unter Druck geraten (-1,4% p.a., real -3,0% p.a.). Dabei sollte die Dynamik in Wien davon profitieren, dass für Diskonter und Supermärkte als eher "stadtdäquate" (moderne) Angebotsformate eine weiter gesunde Entwicklung erwartet wird. Dagegen wird für EKZ/Großmärkte als großflächige Formate (mit daher geringerer Affinität zum dicht besiedelten Stadtgebiet) eine Abschwächung der bisherigen Dynamik erwartet.
- Generell sollte der Trend zu kleineren Haushalten, die (auch in Wien) alternde Bevölkerung, und ein sich veränderndes Mobilitätsverhalten jüngerer Alterskohorten im urbanen Raum die (relative) Nachfrage nach Outlets im innerstädtischen Bereich im Vergleich zu Einkaufszentren "auf der grünen Wiese" erhöhen. Bei entsprechender regionaler Einkommensentwicklung sollte zudem die dynamische Bevölkerungsentwicklung den Wiener Einzelhandel stützen. Dies dürfte allerdings eine weitere Zuspitzung der Geschäftsentwicklung auf günstige Lagen und moderne Formate nicht verhindern.
- Vorliegenden Schätzungen zur Entwicklung des Online-Handels bewegen sich in enor-mer Bandbreite. Nach *Euromonitor International* sollte der (nominelle) Umsatz im Online-Einzelhandel bis 2021 österreichweit mit +7,5% pro Jahr fast viermal so rasch wachsen wie im gesamten Einzelhandel, aber spürbar unter den Zuwachsraten der letzten 5-Jahres-Periode bleiben. Bei beginnenden Sättigungstendenzen in bereits stark online-dominierten Branchengruppen dürfte nicht zuletzt der Online-Handel mit Lebensmitteln an Dynamik gewinnen. Insgesamt ist die Weiterentwicklung zu einem Einzelhandel abzusehen, in welchem Standbeine in Online- und stationärem Handel die Regel sind, und online-basierte wie stationäre Handelsformen je nach Konsument/innenpräferenz und Produktcharakteristik in unterschiedlicher Gewichtung (auch dauerhaft) nebeneinander stehen.
- Weil das Gros der Einzelhandelsbeschäftigten (auch) in Wien in Branchen mit bislang geringem oder unbekanntem Online-Anteil arbeitet, und diese Branchen oft durch

Produkte mit wenig Internetaffinen Charakteristika gekennzeichnet sind, ist eine disruptive Entwicklung des Online-Handels auf Sicht auch in Wien kaum wahrscheinlich. Gleichzeitig kann aus der regionalen Spezialisierung Wiens auf Branchen mit hohem und mittlerem Online-Anteil, und den für diese Branchen (wegen Sättigungstendenzen) nun weniger günstigen Prognosen zur weiteren Online-Umsatzentwicklung die Erwartung abgeleitet werden, dass der (stationäre) Wiener Einzelhandel zwar bisher vom Aufstieg des Online-Handels verstärkt betroffen war, der weitere Bedeutungsgewinn des digitalen Handels in Wien aber etwas geringer ausfallen könnte als im übrigen Österreich.

- Raumstrukturelle Argumente stützen diese Einschätzung. So zeigen empirische Analysen für Länder mit bereits höherer Online-Durchdringung, dass sich Online-Shopper in der Frühphase der Entwicklung aufgrund von Infrastrukturvorteilen stark in Ballungsräumen konzentrieren, in der Folge aber in ländlich-peripheren Regionen (mit nur geringem stationärem Handelsangebot) eine (relativ) größere Bedeutung gewinnen. Auch betonen die Ergebnisse der neueren Stadtforschung besondere Alleinstellungsmerkmale von großen (und wachsenden) Städten (wie Urbanität/Erscheinungsbild, Bedeutungsüberschuss/Image, Angebotsvielfalt/-differenzierung, Atmosphäre/Erlebnischarakter), welche dem (stationären) Einzelhandel auch bei zunehmender Online-Konkurrenz eine weitgehend stabile Entwicklung ermöglichen sollten.
- Zu erwarten ist für Wien damit auch bei weiter dynamischer Entwicklung des Online-Handels keineswegs eine durchgängige Erosion des (stationären) Einzelhandels, wohl aber eine stärkere Polarisierung in seinen Entwicklungsperspektiven – in Hinblick auf die Angebotsstruktur (mit klein- und mittelbetrieblich strukturierten regionalen Einzelhändlern im mittleren Preis-/Qualitätssegment als Verlierern), aber auch in Hinblick auf die raumstrukturelle Entwicklung innerhalb der Stadt (mit der Innenstadt und weiteren 1A-Lagen Gewinnern). Insgesamt dürfte der Online-Handel also in struktureller wie räumlicher Hinsicht vorrangig als "Verstärker" bereits virulenter Wandlungsprozesse wirken. Der Strukturwandel im Einzelhandel dürfte mit dem "digitalen" Angebotsformat weiterhin voranschreiten und neuen Schwung erhalten.

4.5 Wirtschaftspolitische Handlungsoptionen: Sicherung günstiger Rahmenbedingungen; Begleitung des Strukturwandels

Die gezeigten Wandlungsprozesse im Wiener (Einzel-)Handel und seine mittelfristig beschränkte Performance rücken letztlich Fragen nach sinnvollen Handlungsoptionen der regionalen Wirtschaftspolitik in den Vordergrund, mit welchen seine Rolle als zentraler Wirtschaftsbereich und Anbieter qualitativvoller Beschäftigungsverhältnisse in der Stadtwirtschaft auch unter neuen Herausforderungen gestärkt bzw. gesichert werden kann. Dabei scheint es kaum sinnvoll, den rasanten Strukturwandel im Wirtschaftsbereich zur Verminderung von Anpassungskosten wirtschaftspolitisch bremsen oder gar stoppen zu wollen: Die großen Entwicklungstrends (Filiaalisierung und Wandel der Angebotsformate, Dezentralisierung in der Agglomeration, zuneh-

mender Online-Handel) sind Ausfluss von Größen- bzw. Verbundvorteilen, den spezifischen Standortbedingungen eines (urbanen) Standorts, und letztlich auch der Präferenzen der Konsument/innen (in Hinblick auf Preise, Produktvielfalt und Convenience), und dürften damit unumkehrbar sein. Wesentlich scheint es freilich, den rasanten Strukturwandel im (Einzel-)Handel durch öffentliche Initiativen zu begleiten und, wo notwendig, in verträgliche Bahnen zu lenken und die Anpassungsreaktionen der davon betroffenen Akteure (Unternehmen, Beschäftigte) zu unterstützen (und sie dazu zu ermächtigen). Zudem werden die übergeordneten Rahmenbedingungen so zu gestalten sein, dass sie eine dynamische Entwicklung des Wiener (Einzel-)Handels – als Grundlage für eine friktionsarme Bewältigung des Wandels – begünstigen. Stellschrauben dazu finden sich im Bereich der Unternehmen wie ihrer Beschäftigten, aber auch im Bereich der Stadtentwicklung und der makroökonomischen Rahmenbedingungen.

4.5.1 Handlungslinien im Bereich der Unternehmen

Auf Unternehmensebene wirken die genannten Entwicklungstrends vorrangig polarisierend, mit Vorteilen für "moderne" Handelsformate unter dem Dach von Handelsketten, und klein- und mittelbetrieblich strukturierten (nicht-filialisierten) Einzelhandelsunternehmen im mittleren Qualitätssegment als potentiellen Verlierern. Unterstützende Maßnahmen sollten daher vorrangig auf die letztere Unternehmensgruppe ausgerichtet sein, und die Anpassungsfähigkeit ihrer Betriebe an den Strukturwandel durch Ergänzung ihrer für Wandlungsprozesse oft beschränkten innerbetrieblichen Human- bzw. Know-how-Ressourcen zu verbessern versuchen.

- **Teilfinanzierte Strategieberatung:** In der Tendenz werden diese kleinen und mittleren Einzelhandelsunternehmen dem doppelten Druck von "modernen" Handelsformaten und zunehmendem Online-Handel nur dann standhalten können, wenn sie sich von diesen durch Spezialisierung und/oder eine ausgeprägte Dienstleistungskomponente abheben. Die Möglichkeiten dazu reichen von der Konzentration auf spezifische Produktsegmente (mit hier "tiefem" Angebot) und der Kombination solcher Segmente, über pointierte Qualitätsstrategien in Beratung und Angebotspalette, bis zu spezifischen Aktivitäten zur Kundenbindung und der Dienstleistung am Kunden. Erfolgversprechende Strategien werden dabei je nach Ausrichtung und Lage des Unternehmens unterschiedlich sein. Vor diesem Hintergrund könnte es sinnvoll sein, solche Unternehmen bei der Suche nach einer tragfähigen Nische und dem Aufbau von Alleinstellungsmerkmalen durch die Teilfinanzierung von individualisierten Beratungsleistungen zu unterstützen.
- **Unterstützung von Online-Anwendungen in KMU:** Bei steigendem Ausgabenanteil im Online-Handel wird (auch) für diese Unternehmensgruppe zudem eine eigene "digitale" Sichtbarkeit und die Nutzung auch elektronischer Marketing- und Vertriebskanäle zunehmend unverzichtbar. Hier könnten öffentliche Initiativen sinnvoll sein, welche Multi-Channel-Strategien ("Click & Collect") und die Implementierung neuer, einkaufs-

unterstützender digitaler Lösungen (Location based Services, "geofencing"-basierte Tools) in den KMU des Einzelhandels unterstützen. Dabei wären zunächst Aktivitäten zur Awareness- und Akzeptanzbildung wichtig, nicht zuletzt über gezielte Informationen zu den hier bestehenden Möglichkeiten und die Diffusion von "best practices". Da die Integration internetbasierter Marketing- und Absatzinstrumente in die betrieblichen Abläufe auch Veränderungen in der Betriebsorganisation voraussetzen, wären diese in der Folge durch höherschwellige Beratungsinstrumente (wie die Ko-Finanzierung von Beratungsleistungen) zu ergänzen. Zudem sollten neue Möglichkeiten aus internetbasierten Anwendungen auch verstärkt Gegenstand der Beratungsarbeit der regionalen Agenturen sein.

- **Ausbau der notwendigen Infrastruktur:** Da hochschwellige Multi-Channel-Lösungen (wie eigene Web-Shops etc.) wegen ihrer erheblichen (Fix-)Kosten für KMU im Einzelhandel nur beschränkt gangbar sein werden, kommen für sie vorrangig kooperative Online-Strategien bzw. die Nutzung von (lokalen) Online-Plattformen in Betracht. Die Unterstützung und Bewerbung solcher Angebote könnte daher viel versprechende Strategie sein, bis hin zu ihrer Weiterentwicklung zu einer schlagkräftigen und sichtbaren "Wiener E-Commerce-Plattform" als Public-Private-Partnership. Gleichzeitig wäre auch die für einkaufsunterstützende digitale Lösungen notwendige Infrastruktur auszubauen, mit stabilen und sicheren Internet-Verbindungen und frei zugänglichem WLAN in den wesentlichen Einzelhandelslagen als Eckpfeilern.
- **Verstärkung von Kooperationslösungen:** Ganz generell dürfte für eine weiter günstige Entwicklung des stationären Handels in der Stadt die Aufwertung der Kooperation zwischen Einzelhandel und Stadtmarketing zu schlagkräftigen Formen des City-Managements (über bestehende Formen des Geschäftsstraßenmanagements hinaus) zielführend sein. Ähnlich wie die Anbieter in Einkaufszentren dürften auch Einzelhändler in den (inner-)städtischen Lagen von einer verstärkten Koordination von Werbung, Öffnungszeiten und Verkaufsaktionen profitieren, aber auch von gemeinsamen Veranstaltungen, Markt- und Kundenanalysen, Weiterbildungsaktivitäten, kooperativen Lieferservices und Aktivitäten zur Schärfung von Profil und Standortidentität. Auch darüber hinaus sollten Initiativen der Kooperationsförderung und zum Aufbau horizontaler Netzwerke, wie sie von der regionalen Wirtschaftspolitik in anderen Bezügen bereits aufgesetzt sind, auch für die Zusammenarbeit von KMU im Einzelhandel an Bedeutung gewinnen. Hier ist etwa an die Förderung von Qualifikationsverbänden zur Sicherung einer hohen Beratungs- und Servicequalität zu denken, aber auch an die Unterstützung einschlägiger Akteure im Aufbau gemeinsamer (neuer) Vertriebssysteme und Logistiklösungen.
- **Stärkung der Aufenthaltsqualität:** Nicht zuletzt kommt der öffentlichen Hand durch ihre Funktion bei der Gestaltung des öffentlichen Raums auch bei der Sicherung der spezifischen Alleinstellungsmerkmale städtischen Einkaufs (etwa Urbanität, Atmosphäre, Vielfalt, Erlebnischarakter) als Vorteil des stationären Einzelhandels eine tragende Rolle zu. Maßnahmen reichen hier von Investitionen in Aufenthaltsqualität, Erscheinungsbild

und neue (auch elektronische) Leitsysteme, über die Sicherung einer guten (öffentlichen) Verkehrsanbindung, bis zu Initiativen zur Stärkung eines vielfältigen und durchmischten Einzelhandels-Besatzes, etwa durch Leerstandsvermittlung und ein aktives (und vorausschauendes) Flächenmanagement. Dabei wären hier durchaus kooperative Lösungen (etwa nach dem BID-Modell)⁹⁶⁾ zu forcieren, die auch die Unternehmen und nicht zuletzt die Grundeigentümer bzw. die Immobilienwirtschaft einbinden und in die Pflicht nehmen. Dabei wäre freilich auch die Frage zu klären, wie auch der (reine) Online-Handel in entsprechende Lösungen zur Stabilisierung und Aufwertung des Stadtraums eingebunden werden kann.

- **Förderung von Gründungen:** In der engeren Unternehmensförderung könnten auch im Einzelhandel Initiativen zur Unterstützung von "jungen" Unternehmen in Gründungs- und Nachgründungsphase sinnvoll sein: Immerhin werden im Wiener Handel nach Daten von Statistik Austria (vgl. Übersicht A.3 bzw. Abbildung A.1 im Anhang) jedes Jahr rund 1.800 Unternehmen neu gegründet, womit die Gründungsrate höher ist als in allen anderen Bundesländern, aber auch der Stadtwirtschaft insgesamt. Gleichzeitig ist aber auch in keinem Bundesland die Überlebensrate der Neugründungen im Handel so niedrig wie in Wien, nur 62,8% von ihnen sind nach 3 Jahren noch am Markt aktiv (Handel Österreich 69,0%; Wien insgesamt 68,1%). Vorrangig dürften daher Beratungs- und Schulungsangebote sein, die Gründer/innen im Handel mit notwendigem Know-how ausstattet, um langfristig am Markt reüssieren zu können. Auch scheinen die Koordination der zahlreichen Gründungsinitiativen und deren Strukturierung zu einer ineinandergreifenden "Förderkette" wichtig, welche auch die Nachgründungs- und (frühe) Wachstumsphase erfasst. Letztlich scheint gerade in Wien eine konsequente Begleitung von migrantischen Gründungen (auch) im Handel zielführend, um jungen Unternehmen der "ethnischen" Ökonomie eine vollständige Integration in die wirtschaftlichen Kreisläufe abseits von Subsistenzwirtschaft zu erlauben, und sie auch als Ausbildungsstätten im dualen System zu gewinnen.
- **Aktive Wettbewerbspolitik:** Freilich wird auch eine optimierte Gründungspolitik kein ausreichendes Instrument sein, um der im Wiener Einzelhandel (und namentlich dem Lebensmitteleinzelhandel) bereits äußerst hohen Marktkonzentration wirksam entgegen zu treten. Hierzu bedarf es einer starken und aktiven Wettbewerbspolitik, die bei weiteren Konzentrationsaktivitäten (insbesondere Unternehmenszusammenschlüssen) strengste Maßstäbe anlegt, und sie in Bereichen bereits hoher Marktkonzentration untersagt (Böheim, 2003; Böheim et al., 2015). Auch muss eine scharfe Gangart gegenüber wettbewerbswidrigen Praktiken (Kartelle, Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung) selbstverständlich sein. In Bereichen mit hohem Konzentrations-

⁹⁶⁾ **Business Improvement Districts** sind (vorrangig in den USA) in Eigeninitiative von Wirtschaftstreibenden und Grundeigentümern gegründete Zweckgemeinschaften zum Zweck der Verbesserung eines Quartiers. Die dafür notwendigen finanziellen Mittel werden von allen Grundeigentümern als zweckgebundene Zwangsabgabe eingefordert, die BID-Gesellschaft kann darüber selbstbestimmt verfügen. In Österreich werden zunehmend Mittel der gesetzlichen Tourismusabgabe für Stadtmarketing und Standortmarketing herangezogen.

grad wäre zudem ein kontinuierliches Branchenmonitoring sinnvoll, dessen Ergebnisse durch die Bundeswettbewerbsbehörde regelmäßig publiziert werden.

4.5.2 Handlungslinien im Bereich der Beschäftigten

An die individuelle Anpassungsfähigkeit der im Wiener (Einzel-)Handel beschäftigten Arbeitnehmer/innen stellen die pointierten Wandlungsprozesse im Bereich insofern erhebliche Anforderungen, als sie notwendig auch Wirkungen auf die Stabilität und Ausgestaltung der Arbeitsverhältnisse, aber auch die individuellen Beschäftigungschancen entfalten. So ist ein hoher Arbeitsplatzumschlag als Merkmal des Strukturwandels auch mit einer starken Turbulenz in der diese Arbeitsplätze besetzenden Beschäftigung verbunden. Dabei übersteigt die Umschlagsdynamik bei den Arbeitskräften jene bei den Arbeitsplätzen typischerweise deutlich, im Fall des Wiener Einzelhandels etwa zuletzt um den Faktor $5\frac{1}{2}$. Gleichzeitig verändert der Strukturwandel auch die im (Einzel-)Handel vorherrschenden Job-Charakteristika und Arbeitsformen, aber auch das Rekrutierungsverhalten der Unternehmen und (übergeordnet) die Rolle des Wirtschaftsbereichs im Beschäftigungs- und Ausbildungssystem. All diese Phänomene sind auch für den Strukturwandel der Wiener Wirtschaft insgesamt nachzuweisen, die für diese Ebene vorgeschlagenen Maßnahmen (etwa *Huber – Mayerhofer, 2005; Huber, 2015; Mayerhofer et al., 2015*) sind daher auch für den Wiener (Einzel-)Handel relevant. Allerdings kommen viele dieser Phänomene hier noch pointiert und mit einigen Besonderheiten zum Ausdruck, auf sie nehmen die hier benannten Handlungsoptionen Bezug.

- **Arbeitsmarktpolitik mit starker Qualifizierungskomponente:** Wesentliches Merkmal des Wiener (Einzel-)Handels ist nach unseren Ergebnissen eine hohe Turbulenz auf Arbeitsplatz- wie Arbeitskräfteebene als Ausdruck des Strukturwandels. Initiativen, welche diesen hohen Umschlag bei Unternehmen wie Beschäftigten durch das Verhindern von Schließungen und/oder die Förderung gefährdeter Unternehmen zu senken suchen, dürften angesichts der dafür ursächlichen Entwicklungsfaktoren freilich kaum nachhaltig wirksam sein. Zentrale Bedeutung in der Begleitung des Umbaus der Unternehmens- und Beschäftigtenstruktur im Wiener (Einzel-)Handel kommt allerdings wegen ihrer Rolle in der Vermittlung und Re-Qualifizierung von Arbeitnehmer/innen der regionalen Arbeitsmarktpolitik zu. Hier gelten im Wiener Handel wegen des hohen Umschlags und der steigenden Zahl an Vermittlungsfällen spezifische Bedingungen, auch erfordern die dichten Pendelverflechtungen in der größeren Arbeitsmarktregion Wien eine enge interregionale Zusammenarbeit mit den Vermittlungsagenturen der angrenzenden Bundesländer, aber auch und der nahen neuen EU-Mitgliedsländer. Inhaltlich scheint wegen des raschen Strukturwandels im Wiener (Einzel-)Handel eine enge Verschränkung von Vermittlungs- und Re-Qualifizierungsmaßnahmen notwendig. Gerade hier wird Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik also in hohem Maße Qualifizierungspolitik sein.
- **Stärkung der betrieblichen Weiterbildung:** In seiner Qualifikationsstruktur ist der Wiener (Einzel-)Handel verstärkt auf mittlere (berufsbezogene) Qualifikationen ausgerichtet,

allerdings mit deutlichen Tendenzen der Polarisierung und Zuwächsen an den beiden Rändern der Bildungshierarchie. Damit nimmt der Einzelhandel verstärkt gering Qualifizierte auf, auch rekrutiert er (vorrangig im großbetrieblichen Bereich) stärker aus der Arbeitslosigkeit, den jungen Alterskohorten und aus der Gruppe ausländischer Arbeitnehmer/innen. Dies kommt der Lage am Wiener Arbeitsmarkt mit Problemen gerade in der Integration dieser Arbeitnehmer/innengruppen durchaus entgegen und ist daher nicht negativ zu werten. Positive langfristige Effekte werden von dieser Rolle als Einstiegsbranche für Geringqualifizierte aber nur dann ausgehen, wenn der Einzelhandel auch eine Funktion in der individuellen Weiterentwicklung bzw. Höherqualifizierung dieser Arbeitskräfte ausübt. Gerade im Wiener Einzelhandel werden daher Anreize zur betrieblichen Weiterbildung zu setzen sein, ergänzt um Initiativen der Personalentwicklungsberatung bei kleinen und mittleren Betrieben.

- **Stabilisierung der Lehrlingsausbildung:** Zentrale Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang auch der Rolle des Handels als Ausbildungsträger im dualen System zu, wobei unsere Ergebnisse hier deutliche Probleme aufzeigen. So hat die Zahl der Lehrlinge im Wiener Handel seit der Krise um fast ein Fünftel abgenommen, was (nur) in Wien auch nicht mit der demographischen Entwicklung erklärt werden kann (Alterskohorte der 15-Jährigen seit 2008 Wien +0,2%, Österreich –12,9%). Stabilisierende Maßnahmen sind hier notwendig, zumal ein gutes und hoch qualifiziertes Beratungs- und Verkaufspersonal gerade für kleine und mittlere Handelsbetriebe ein entscheidendes Alleinstellungsmerkmal gegenüber großen Kettenanbietern wie Online-Handel darstellen dürfte. Sinnvoll scheint hier das Vorhaben der Bundesregierung, angesichts der Digitalisierung bis 2020 ein breites Spektrum von (54) Lehrberufen neu auszurichten und zu ergänzen, einschließlich des Aufbaus einer Ausbildung zum "E-Commerce-Kaufmann" als neuem Lehrberuf. Daneben scheint aber eine Reihe weiterer Maßnahmen dringlich. Wesentlich scheinen hier zunächst Initiativen, welche den möglichen Zugang zu dualen Ausbildungsgängen erhöhen. So sollten die äußerst niedrige Übertrittswahrscheinlichkeit von Jugendlichen (vor allem nicht-deutscher Umgangssprache) vom Polytechnikum in die Berufsschule und die hier hohen Abbruchquoten (Mayerhofer et al., 2015) Anlass sein, um in diesen Schulformen verstärkt Stütz- und Fördermaßnahmen für leistungsschwache Jugendliche aufzusetzen. Auch wären Vorkehrungen zu treffen, dass Abgänger/innen der Pflichtschule auch über die für eine Lehrausbildung notwendigen Basiskompetenzen verfügen ("Lehrvertragsreife")⁹⁷⁾. Hier scheint ein Modell zielführend, in welchem nach frühzeitiger Leistungsfeststellung (bei Bedarf) obligatorisch konzentrierte Fördermaßnahmen auf individueller Ebene einsetzen. Nicht zuletzt wäre auch die Verantwortung der Unternehmen für die Sicherung berufsbezogener Fachqualifikationen stärker anzusprechen. Dies betrifft die Qualitäts-

⁹⁷⁾ Zur großen Bedeutung von Basisqualifikationen als Grundlage für Arbeitsmarktchancen und individuelle Einkommen gerade unter den Vorzeichen einer zunehmend digitalisierten Wirtschaft vgl. etwa Bock-Schappelwein – Huemer (2017).

sicherung in der Lehrlingsausbildung im Handel (als Grundlage für deren Attraktivität), aber auch verstärkte Anstrengungen, um Betriebe der ethnischen Ökonomie stärker in das System der dualen Ausbildung zu integrieren. Auch könnte gerade im urbanen Umfeld wegen den hier vielfältigen Möglichkeiten zum "Abwerben" von Fachkräften (und den damit geringen Anreizen zu eigenen Ausbildungsaktivitäten) die Einrichtung eines Fonds sinnvoll sein, welcher die Ausbildungskosten von Lehrbetrieben kofinanziert und durch (Zwangs-)Beiträge nicht ausgebildeter Betriebe gespeist wird.

- **Durchlässigkeit zwischen den Beschäftigungsformen:** Zentrales Merkmal des Wiener Einzelhandels ist die enorme Bedeutung (und große Dynamik) von atypischen Erwerbsformen, namentlich von Teilzeit-Beschäftigungsverhältnissen. Sie werden von Arbeitnehmer/innen im Wiener Einzelhandel nach unseren Ergebnissen zum überwiegenden Teil aufgrund von spezifischen Lebensumständen (bei Frauen insbesondere Betreuungspflichten, bei Männern verstärkt Ausbildungen) bzw. aus persönlichen Gründen gewählt. Gleichzeitig arbeitet im Wiener Einzelhandel aber auch ein erheblicher und im Vergleich zum übrigen Österreich hoher Anteil der Beschäftigten unfreiwillig Teilzeit, darunter verstärkt junge, weibliche und ausländische Beschäftigte. Nun scheint es angesichts der heterogenen Motivlagen wenig sinnvoll, atypische und Teilzeit-Beschäftigungsformen zu diskriminieren. Allerdings wäre es wichtig, dass sie nicht zur individuellen Falle werden, und ihre Nachteile in Hinblick auf Karriereperspektiven, (Lebens-)Einkommen und mangelnder Absicherung im Alter möglichst gering gehalten werden. Hier wäre zum einen sicher zu stellen, dass atypisch bzw. Teilzeit-Beschäftigte gleichberechtigt mit Vollzeit-Beschäftigten an allen betrieblichen Leistungen (wie Weiterbildungsmöglichkeiten, freiwilligen Sozialleistungen etc.) teilhaben können. Zum anderen wäre ein konsequentes Übergangmanagement auf Basis einer systematischen Erfassung von Arbeitszeitwünschen wünschenswert, welches den Übergang zwischen den Beschäftigungsformen erleichtert. Dies würde auch beinhalten, Teilzeitkräfte bei der Neubesetzung von Vollzeitstellen bzw. Stellen mit höherem Stundenausmaß bei gleicher Qualifikation zu bevorzugen, und einen Wechsel auf Vollzeit bei regelmäßiger Mehrarbeit zu erleichtern.
- **Verbesserung der Arbeitsbedingungen in handelsnahen Bereichen:** Jedenfalls scheinen Argumente zugunsten einer weiteren Flexibilisierung von Arbeitszeiten und Beschäftigungsformen im Einzelhandel wegen des hier schon jetzt äußerst hohen Anteils an atypischen und Teilzeit-Beschäftigungsverhältnissen, aber auch dem hohen Arbeitskräfteumschlag ohne Grundlage. Ähnlich scheinen die skizzierten Wandlungsprozesse im Einzelhandel die bekannten Argumentationslinien zu den bestehenden Ladenöffnungszeiten⁹⁸⁾ nur bedingt neu zu gewichten, zumal deren Freigabe in Befragungsansätzen und Delphi-Analysen (zuletzt etwa *Hollbach-Grömig*, 2017) meist nicht unter die wichtigen Maßnahmen zur Sicherung der Attraktivität städtischen Einkaufs

⁹⁸⁾ Für einen internationalen Vergleich der hier geltenden Regelungen zur Ladenöffnung und einen Überblick über die (schwache) Evidenz zu deren Wirkungen vgl. etwa *Neissl* (2015).

gegenüber dem aufsteigenden Online-Handel gereiht wird. Allerdings könnte der Bedeutungsgewinn des Online-Handels indirekt (negative) Effekte auf Arbeitsbedingungen und Beschäftigungsformen auslösen, weil dadurch die Beschäftigung im (stationären) Einzelhandel mit seinen institutionell wie prozedural stabilen und (zumindest im größer betrieblichen Bereich) durch gewerkschaftliche Arbeit gestützten Arbeitsbeziehungen in der Tendenz zurückgeht, während neue Beschäftigungsdynamik vorrangig in angrenzenden Bereichen (etwa der Logistik und Zustellung) mit teils schwacher überbetrieblicher Arbeitsmarktregulierung entsteht (Adam, 2016). So operieren viele (große) Unternehmen in der Zustellung "auf der letzten Meile" mit klein(st)betrieblichen Subunternehmen bzw. formal selbständigen Zusteller/innen, prekäre Beschäftigungsverhältnisse bzw. Scheinselbständigkeit sind bei erheblicher Marktmacht der großen Player hier weit verbreitet. Es sollte daher das Ziel sein, die Arbeitsbedingungen in diesen problematischen Segmenten (auch durch koordinierte und konsequente KV-Vertragspolitik) zu verbessern und an die Standards im Einzelhandel selbst heranzuführen.

- **Möglichkeiten zur individuellen Weiterbildung:** Jedenfalls werden den Arbeitnehmer/innen im Wiener Einzelhandel und seinen anhängenden Bereichen wegen der mit dem Online-Handel auf Sicht eher ungünstigen Beschäftigungsperspektiven im (stationären) Kernbereich (etwa Verkäufer/Innen), aber auch längerfristig erheblichen Rationalisierungspotentialen in derzeit wachsenden Bereichen (Logistik, Zustellung) verstärkt Hilfen zur individuellen Weiterbildung an die Hand zu geben sein, welche es ihnen ermöglichen, auch größere Re-Qualifizierungen bzw. Umrorientierungen in der Erwerbskarriere in Angriff zu nehmen. Instrumenten zur Existenzsicherung während der Bildungsteilnahme (bei Reduktion der Erwerbsarbeit) kommt dabei eine zentrale Rolle zu. Hier scheint wichtig, dass die dazu bisher implementierten Instrumente (Bildungsteilzeit, Weiterbildungsgeld – Bildungskarenz, Fachkräftestipendium und Selbsterhalterstipendium, aber auch Bildungsschecks etc.) für eher kurzfristige Qualifizierungsmaßnahmen ausgelegt sind. Neben dem Abbau von Barrieren in der Nutzung der bestehenden Möglichkeiten wäre daher ihre Ergänzung um ein auf (Re-)Qualifizierungsmaßnahmen mittlerer Länge zugeschnittenes Unterstützungsinstrument anzudenken. Eine konsequente Informations- und Beratungsarbeit über die bestehenden Möglichkeiten sollte dazukommen.

4.5.3 Handlungslinien im Bereich der Stadtentwicklung

Wichtiger Spieler in der Begleitung des Strukturwandels im (Einzel-)Handel wird nicht zuletzt auch die Stadtentwicklungspolitik sein. Ihre Rolle in der Stärkung des (stationären) Einzelhandels durch die Sicherung der Alleinstellungsmerkmale des städtischen Einkaufs wurde bereits in Abschnitt 4.5.1 angesprochen. Darüber hinausgehend entstehen für die Stadtentwicklungspolitik aus dem aufsteigenden Online-Handel neue Herausforderungen, einerseits in Hinblick auf die daraus zu erwartende Verstärkung von Polarisierungstendenzen in der raumstrukturel-

len Entwicklung der Stadt, andererseits in den daraus abzusehenden Anforderungen an City-Logistik und Verkehrsplanung.

- **Kooperative Strategien zur Stabilisierung von Nebenlagen:** Gesichert scheint hier, dass die Verschiebung von Marktanteilen vom stationären Einzelhandel zum Online-Handel mit einem sinkenden Bedarf an Einzelhandelsflächen verbunden sein wird. Dabei wird dies vorrangig Gebiete außerhalb der Innenstadt und der übrigen 1A-Lagen im Stadtraum betreffen. Gerade für solche Gebiete sind daher gemeinsame Strategien von Stadtentwicklung, Grundeigentümern und Einzelhandelsanbietern wichtig, welche deren Abwertung (auch) als Einkaufsort durch kooperatives City-Management, aber auch die Aufwertung von Gemeinschaftsflächen, Flächenpooling, ein professionelles und systematisches Leerstands- und Flächenmanagement sowie neue Nutzungen (Zwischennutzungen wie Pop-Up-Stores, andere Nutzer aus Dienstleistungs- und Kulturbereich, Wohnnutzung) entgegen wirken. Internationale Erfahrungen sind hier sehr unterschiedlich (vgl. für einen Überblick etwa *Hughes – Jackson, 2015*). Gesichert scheint aber, dass Erfolge eher bei kooperativem Vorgehen und bei frühzeitiger Implementierung solcher Maßnahmen zu erwarten sind. Ein Durchbrechen einer bereits laufenden Abwärtsspirale scheint dagegen nach aller bisherigen Evidenz schwierig.
- **Räumliches Einzelhandelskonzept:** Auch bei Umsetzung solcher Maßnahmen scheint freilich nicht wahrscheinlich, dass das gesamte Spektrum der derzeit bestehenden Einkaufs- und Geschäftsstraßen, Stadtteilzentren und Einkaufszentren in Wien in Hinblick mit ausreichender kritischer Masse (und damit Erfolg) bespielt werden kann. Hier könnte die Entwicklung eines räumlichen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auf Stadtebene hilfreich sein. Auf Basis der unterschiedlichen Entwicklungspotentiale und Anforderungen in den Einzelhandelslagen erstellt, könnte ein solches Konzept der besseren Steuerung und Differenzierung der öffentlichen Interventionen im Stadtraum dienen. Dabei wird als Rahmenbedingung zu bedenken sein, dass bestehende raumordnerische bzw. städtebauliche Steuerungsinstrumente – die in Wien durch die spezifische Konstellation von Stadt und Umland in verschiedenen Bundesländern in Teilen schon bisher nur bedingt wirksam waren – mit dem Online-Handel noch an Schlagkraft verlieren, weil dieser zwar raumstrukturelle Wirkungen hat, sich aber allen auf Raum und Boden bezogenen Vorgaben naturgemäß entzieht (*Reink, 2014; Bischopink, 2014*). Jedenfalls wird bei schrumpfendem Flächenbedarf die Entwicklung neuer Einkaufszentren restriktiv zu handhaben sein. Neuansiedlungen wären hier jedenfalls an Bedarfskriterien, aber auch an ihrer städtebaulichen Integration (in Hinblick auf Volumengliederung, Gebäudetypologie, Einbindung in Wegenetze, Kommunikation mit dem Umfeld) sowie ihrem Beitrag zur urbanen Vielfalt zu messen.
- **Innovative Stadtentwicklung:** Jedenfalls werden in der zu erwartenden Entwicklung auch neue Möglichkeiten entstehen, Stadt "neu zu denken", und neue Spielräume für Stadtentwicklung und urbanes Zusammenleben auszuloten (*Overmeyer, 2014*). Gerade auf freifallenden Flächen entstehen hier Möglichkeiten, mit neuen Modellen der

Mischnutzung von Wohnen, Arbeit und Freizeit und der Verknüpfung von kommerziellen und Nonprofit-Nutzungen zu experimentieren, und multifunktionale öffentliche Räume zu etablieren, die unterschiedliche Aneignungen und Nutzungsformen zulassen. Diese Chance sollte in Hinblick auf einen nachhaltig lebendigen und attraktiven Stadtraum auch in den Randlagen nicht vertan werden.

- **Neue Lösungen in der City-Logistik:** Letztlich erfordert das Ziel eines attraktiven Stadtraums unter den Vorzeichen eines dynamischen Online-Handels auch neue Lösungen in der City-Logistik. Hier sind aus der Notwendigkeit der täglichen Feinverteilung unzähliger Sendungen stark steigende Zulieferverkehre zu erwarten. Ziel kann vor diesem Hintergrund nur eine Verkehrs- und CO₂-Reduktion ohne Qualitätsverlust sein – mit der weiteren Verkehrsverlagerung auf den Umweltverbund, der Umsetzung von E-Mobilität im Wirtschaftsverkehr, und einer Bündelung und Verlagerung von Fahrten für die "letzte Meile" durch innovative Konzepte als Eckpunkte (Winkler, 2017; Sertic, 2017). Notwendig ist dazu die Planung von Warenverteilzentren an verkehrsgünstigen Standorten außerhalb des dicht verbauten Stadtraums, aber auch von kleineren dezentralen Logistikflächen im Stadtgebiet und von (Betreiber-unabhängigen) Abholstationen vor Ort. Wichtig scheinen aber auch die Weiterentwicklung intelligenter Verkehrssysteme, die Förderung von Lastenfahrrädern und elektrischen Fahrzeugen für die Zulieferung, und nicht zuletzt weitere Investitionen in die Attraktivität des öffentlichen Individualverkehrs als Grundlage (auch) für einen funktionierenden Wirtschaftsverkehr.

4.5.4 Positive regionale Einkommensentwicklung als Grundlage

Letztlich werden alle genannten Handlungslinien zur Begleitung des Strukturwandels im Wiener (Einzel-)Handel freilich nur dann erfolgreich sein und zur positiven Entwicklung dieses für Stadtwirtschaft und Beschäftigungssystem so wichtigen Wirtschaftsbereichs beitragen, wenn die Dynamik der verfügbaren Einkommen in der Region als zentrale Nachfragekomponente für den Handel dem nicht entgegen steht. Unsere Analysen zeigen hier seit der Jahrtausendwende durchaus ungünstige Rahmenbedingungen, weil eine steigende Bevölkerung nicht vollständig ins Erwerbsleben zu integrieren war – mit im Durchschnitt geringen regionalen Einkommenszuwächsen als Folge.

Einzig gangbare makroökonomische Option, um hier bei weiter dynamischer demographischer Entwicklung eine Verbesserung herbeizuführen, scheint eine explizit wachstumsorientierte Wirtschafts- und Standortpolitik für Wien, welche bisher ungenutzten Wachstumspotentialen in der Region zum Durchbruch verhilft, und damit Beschäftigungschancen und Erwerbsintegration der regionalen Bevölkerung in einem integrierten Politikansatz (auch) nachfrageseitig vorantreibt. Das WIFO hat in einer rezenten Studie (Mayerhofer et al., 2015) die Grundzüge einer solchen Politik skizziert⁹⁹⁾, und dafür wesentliche Maßnahmenlinien in Innovations-

⁹⁹⁾ Danach wird (1) angebotsseitig eine Standortpolitik notwendig sein, welche kontinuierlich an den Determinanten der regionalen Wettbewerbsfähigkeit arbeitet, mit Innovation und Qualifizierung als dominierenden Handlungsebenen. Gleichzeitig wird es (2) notwendig sein, die regionale Bevölkerung auf breiter Ebene für eine zunehmend wissen-

und Forschungspolitik, Strukturpolitik, Internationalisierungspolitik, Qualifizierungspolitik sowie Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik diskutiert. Sie sollen hier nicht nochmals repliziert werden. Jedenfalls dürften Erfolge der regionalen Wirtschaftspolitik in diesen Bereichen und damit in der weiteren Stärkung von Beschäftigung und Einkommen die weitere Entwicklung (auch) des Wiener (Einzel-)Handels mitentscheiden.

sbasierte Wirtschaft vorzubereiten und auszurüsten, was bei demographischer Expansion und hoher Zuwanderung vorrangig bedeuten wird, gleiche Bildungschancen und eine breite Arbeitsmarktintegration unabhängig von sozialem Status und Ethnie sicher zu stellen – auch um bereits sichtbare Tendenzen der Polarisierung und sozialen Exklusion im Stadtraum hintan zu halten. Letztlich wird es (3) Aufgabe sein, neue Nachfragepotentiale für Wien auf Güter- und Dienstleistungsmärkten anzusprechen und die Profilierung der Stadt auch auf internationaler Ebene weiter voranzutreiben. Nur so wird bei weiter notwendigen Produktivitätsgewinnen eine Beschäftigungsdynamik erzielbar sein, welches der demographischen Entwicklung angemessen ist.

Anhang

Übersicht A.1: Produktivität im Wiener Handel

Kopf-Produktivität, 2002-2014

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2002/14	2002/08	2008/14
	In €							Veränderung in %		
Kfz-Handel	41.841	51.313	49.643	60.106	55.125	57.370	52.439	+ 1,9	+ 6,2	- 2,2
Großhandel	97.032	101.566	101.566	117.917	120.289	124.724	118.737	+ 1,7	+ 3,3	+ 0,1
Einzelhandel	31.545	31.873	31.873	35.433	38.381	38.303	39.244	+ 1,8	+ 2,0	+ 1,7
Handel	59.339	60.865	60.865	69.655	71.526	72.805	69.961	+ 1,4	+ 2,7	+ 0,1
	2002 = 100							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	100,0	122,6	118,6	143,7	131,7	137,1	125,3	+25,3	+43,7	-18,3
Großhandel	100,0	104,7	120,7	121,5	124,0	128,5	122,4	+22,4	+21,5	+ 0,8
Einzelhandel	100,0	101,0	104,4	112,3	121,7	121,4	124,4	+24,4	+12,3	+12,1
Handel	100,0	102,6	113,2	117,4	120,5	122,7	117,9	+17,9	+17,4	+ 0,5
	Gesamtproduktivität Wien = 100							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	68,1	80,2	72,7	85,0	77,6	79,6	71,3	+ 3,3	+16,9	-13,7
Großhandel	157,9	158,7	171,5	166,8	169,4	173,1	161,5	+ 3,7	+ 8,9	- 5,2
Einzelhandel	51,3	49,8	48,2	50,1	54,1	53,2	53,4	+ 2,1	- 1,2	+ 3,3
Handel	96,6	95,1	98,3	98,5	100,7	101,0	95,2	- 1,4	+ 2,0	- 3,3
	Sektor Österreich = 100							Veränderung in PP		
Kfz-Handel	106,9	115,9	117,4	126,9	113,3	108,0	104,9	- 1,9	+20,1	-22,0
Großhandel	150,1	151,4	150,9	143,8	145,6	147,0	143,5	- 6,6	- 6,4	- 0,2
Einzelhandel	109,1	109,7	109,4	108,6	106,5	106,3	104,4	- 4,8	- 0,6	- 4,2
Handel	140,9	140,0	142,0	137,9	135,9	134,8	130,4	-10,5	- 3,0	- 7,5

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung RGR 2016), WIFO-Berechnungen.

Übersicht A.2: Umsatzentwicklung und Flächenproduktivität im stationären Fachhandel (ohne Lebensmittel) in Österreich

Umsätze ohne Steuern absolut und je m² Verkaufsfläche 2002-2016

	2002	2009	2015	2016	2002/2016	2009/2016	2015/2016
	Umsatz in Mio. €				Ø jährliche Veränderung in %		
FH Bekleidung/Schuhe	4.941	5.059	5.025	4.981	+ 0,1	- 0,2	- 0,9
FH Elektronik/Haushaltsgeräte	3.580	3.940	3.979	4.022	+ 0,8	+ 0,3	+ 1,1
FH Gesundheit/Körperpflege	4.823	5.925	6.709	6.947	+ 2,6	+ 2,3	+ 3,5
FH Heim und Garten	8.662	9.089	9.453	9.524	+ 0,7	+ 0,7	+ 0,7
FH Freizeit/persönlich Güter	4.372	4.580	4.548	4.563	+ 0,3	- 0,1	+ 0,3
Übriger Nicht-LM-FH	2.030	1.221	874	864	- 5,9	- 4,8	- 1,2
Facheinzelhandel	28.408	29.813	30.588	30.901	+ 0,6	+ 0,5	+ 1,0
	Umsatz je m ² Verkaufsfläche						
FH Bekleidung/Schuhe	2.499	2.371	2.248	2.238	- 0,8	- 0,8	- 0,5
FH Elektronik/Haushaltsgeräte	3.482	3.706	4.159	4.242	+ 1,4	+ 1,9	+ 2,0
FH Gesundheit/Körperpflege	4.961	5.743	7.289	7.513	+ 3,0	+ 3,9	+ 3,1
FH Heim und Garten	1.835	1.833	1.887	1.904	+ 0,3	+ 0,5	+ 0,9
FH Freizeit/persönlich Güter	2.980	3.071	2.934	3.024	+ 0,1	- 0,2	+ 3,1
Übriger Nicht-LM-FH	6.301	6.253	6.017	5.989	- 0,4	- 0,6	- 0,5
Facheinzelhandel	2.709	2.742	2.828	2.873	+ 0,4	+ 0,7	+ 1,6

Q: Passport-Datenbank (Euromonitor 2017), WIFO-Berechnungen.

Übersicht A.3: Unternehmensdemographie im Wiener Handel
2007-2014

	Unternehmens- neugründungen	Gründungs- rate (%)	Schließungs- rate (%)	Beschäftigte je Gründung	Beschäftigte Schließung	Saldo Beschäftigte aus UNT-Dyn (abs)
2007	1.768	8,4	6,9	1,8	1,7	757
2008	1.744	8,2	7,5	1,8	1,9	- 30
2009	1.788	8,3	7,7	1,8	1,6	528
2010	1.997	9,2	9,2	1,5	1,5	77
2011	1.969	9,0	9,6	1,8	1,5	283
2012	1.999	9,2	8,8	1,8	1,8	249
2013	1.770	8,6	8,7	1,6	1,4	336
2014	1.869	9,1	9,7	1,6	1,5	- 105
Handel Österreich						
	Absolut		Österreich = 100			Absolut
2007	7.744	106,6	113,2	105,9	99,8	3.131
2008	7.824	104,7	116,1	103,4	112,7	2.184
2009	7.895	106,9	116,7	104,0	101,9	2.964
2010	8.224	114,5	119,8	96,6	102,2	1.572
2011	7.776	119,5	126,2	104,8	98,7	1.007
2012	7.578	124,8	120,2	109,1	113,4	884
2013	6.954	120,3	127,5	101,5	102,0	1.874
2014	7.513	118,3	129,5	103,0	99,1	185

Q: Statistik Austria (Unternehmensdemographie); WIFO-Berechnungen.

Übersicht A.4: Betriebserlöse in den Betrieben der Einzelhandelsbranchen nach Höhe der Online-Ausgaben

Betriebsebene 2014, Typologie FORBA

	Österreich			Wien			2014 Lokations- quotient
	2014	2008/2014 Veränderung in %	2014	2008	2008/2014 Veränderung In %	Wachstums- differential zu Österreich	
Hoch							
EH - Datenverarb./Unterhaltungselekt. G474	2.461.971	- 3,7	741.538	953.225	- 22,2	- 18,5	154,9
EH - Datenverarbeitungsgeräte G4741	592.026	- 8,5	131.975	202.342	- 34,8	- 26,3	114,7
EH - Telekommunikationsgeräte G4742	346.364	+94,9	141.716	54.778	+158,7	+ 63,8	210,4
EH - Unterhaltungselektronik G4743	1.523.581	-12,0	467.847	696.105	- 32,8	- 20,8	157,9
EH - Elektr. Haushaltsgeräte G4754	446.914	+43,7	67.216	76.162	- 11,7	- 55,4	77,4
EH - Bücher G4761	681.339	-11,8	128.503	199.924	- 35,7	- 23,9	97,0
EH - Zeitschriften und Bürobedarf G4762	336.828	+ 4,7	49.361	84.854	- 41,8	- 46,6	75,4
EH - Bespilte Ton- und Bildträger G4763	27.124	- 5,8	5.890	13.618	- 56,7	- 50,9	111,7
EH - Fahrräder und Sportartikel G4764	1.663.581	+30,4	120.002	89.101	+ 34,7	+ 4,3	37,1
EH - Spielwaren G4765	276.937	- 3,6	45.038	46.826	- 3,8	- 0,2	83,6
Versand- und Internet-EH G4791	1.455.401	+20,4	295.693	185.266	+ 59,6	+ 39,2	104,5
Gesamt	7.350.095	+ 8,7	1.453.241	1.648.976	- 11,9	- 20,6	101,7
Mittel							
EH - Textilien G4751	245.863	+ 1,5	71.360	56.307	+ 26,7	+ 25,3	149,3
EH - Bekleidung G4771	5.225.872	+17,2	2.810.081	2.284.073	+ 23,0	+ 5,9	276,6
EH - Schuhe und Lederwaren G4772	1.288.886	+13,2	497.382	305.478	+ 62,8	+ 49,6	198,5
Gesamt	6.760.621	+15,7	3.378.823	2.645.858	+ 27,7	+ 12,0	257,1
Gering / null							
EH - an Verkaufsständen/Märkten G478	118.336	+44,0	49.136	34.726	+ 41,5	- 2,5	213,6
EH - Nahrungsmittel (Supermärkte) G4711	18.164.046	+20,6	677.235	732.186	- 7,5	- 28,1	19,2
EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände G4759	4.419.879	+10,5	549.340	489.966	+ 12,1	+ 1,6	63,9
Sonst. EH; nicht: Verkaufsräume, Märkte G4799	408.752	- 1,5	99.011	139.930	- 29,2	- 27,8	124,6
Gesamt	23.111.013	+18,2	1.374.722	1.396.808	- 1,6	- 19,8	30,6
Unbekannt							
Sonst. EH mit Waren verschiedener Art G4719	1.018.818	+40,9	511.079	168.305	+203,7	+162,8	258,0
Fach-EH - Nahrungsmittel, Getränke G472	3.848.053	+14,5	1.294.156	1.191.786	+ 8,6	- 5,9	173,0
EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen) G473	3.483.824	+ 8,4	381.020	343.502	+ 10,9	+ 2,5	56,3
EH - Metallwaren und Baubedarf G4752	3.739.739	+ 6,2	459.329	358.075	+ 28,3	+ 22,1	63,2
EH - Vorhänge, Teppiche und Tapeten G4753	147.783	+20,6	17.486	17.119	+ 2,1	- 18,4	60,9
Apotheken G4773	3.970.491	+27,8	1.080.408	848.041	+ 27,4	- 0,4	140,0
EH - Medizinische Artikel G4774	413.993	+34,2	114.247	95.144	+ 20,1	- 14,1	141,9
EH - Körperpflegemittel G4775	1.960.551	+ 4,6	285.961	280.309	+ 2,0	- 2,6	75,0
EH - Blumen, Pflanzen und lebende Tiere G4776	844.290	+19,4	99.604	83.552	+ 19,2	- 0,2	60,7
EH - Uhren und Schmuck G4777	774.094	+20,1	333.164	288.402	+ 15,5	- 4,5	221,4
Sonst. EH in Verkaufsräumen G4778	2.534.595	+29,9	748.783	515.178	+ 45,3	+ 15,5	152,0
EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren G4779	256.785	+52,6	174.931	105.690	+ 65,5	+ 12,9	350,4
Gesamt	22.993.016	+16,7	5.500.168	4.295.103	+ 28,1	+ 11,4	123,0
Insgesamt	60.214.745	+16,1	11.706.954	9.986.745	+ 17,2	+ 1,1	

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung LSE), Zuordnung nach Branchentypen nach Eichmann et al. (2016), WIFO-Berechnungen.

Übersicht A.5: Beschäftigungsentwicklung in den Betrieben der Einzelhandelsbranchen nach Höhe der Online-Ausgaben

Betriebsebene 2014, Typologie FORBA

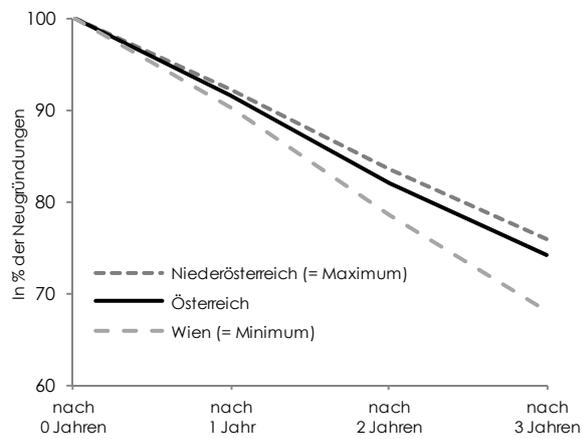
ÖNACE 2008	Österreich		Wien		Wachstums- differential zu Österreich	2014 Lokations- quotient	
	2014	2008/2014 Veränderung In %	2014	2008			2008/2014 Veränderung In %
				Hoch			
EH - Datenverarb./Unterhaltungselekt. G474	11.361	-11,8	2.833	4.060	- 30,2	- 18,4	125,2
EH - Datenverarbeitungsgeräte G4741	3.750	- 2,5	689	898	- 23,3	- 20,8	92,3
EH - Telekommunikationsgeräte G4742	1.665	+66,8	636	283	+124,7	+ 57,9	191,8
EH - Unterhaltungselektronik G4743	5.946	-26,0	1.508	2.879	- 47,6	- 21,6	127,4
EH - Elektr. Haushaltsgeräte G4754	2.548	+24,7	402	367	+ 9,5	- 15,2	79,2
EH - Bücher G4761	4.738	-18,9	995	1.598	- 37,7	- 18,9	105,5
EH - Zeitschriften und Bürobedarf G4762	2.527	-12,0	513	739	- 30,6	- 18,5	101,9
EH - Bespielte Ton- und Bildträger G4763	216	-32,1	72	167	- 56,9	- 24,8	167,4
EH - Fahrräder und Sportartikel G4764	12.315	+26,0	878	672	+ 30,7	+ 4,7	35,8
EH - Spielwaren G4765	2.157	-12,2	456	488	- 6,6	+ 5,7	106,2
Versand- und Internet-EH G4791	4.210	- 7,9	927	423	+119,1	+127,1	110,6
Gesamt	40.072	- 1,7	7.076	8.514	- 16,9	- 15,2	88,7
				Mittel			
EH - Textilien G4751	3.032	-14,0	773	793	- 2,5	+ 11,5	128,0
EH - Bekleidung G4771	41.310	+ 7,4	19.455	16.552	+ 17,5	+ 10,1	236,5
EH - Schuhe und Lederwaren G4772	10.227	- 0,5	3.600	2.528	+ 42,4	+ 42,9	176,8
Gesamt	54.569	+ 4,4	23.828	19.873	+ 19,9	+ 15,5	219,3
				Gering / null			
EH - an Verkaufsständen/Märkten G478	2.289	+51,1	1.085	693	+ 56,6	+ 5,5	238,0
EH - Nahrungsmittel (Supermärkte) G4711	98.072	+10,9	4.882	5.014	- 2,6	- 13,5	25,0
EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände G4759	28.252	+ 2,2	3.319	3.144	+ 5,6	+ 3,4	59,0
Sonst. EH; nicht: Verkaufsräume, Märkte G4799	4.152	+36,6	566	448	+ 26,3	- 10,2	68,5
Gesamt	132.765	+10,0	9.852	9.299	+ 5,9	- 4,1	37,3
				Unbekannt			
Sonst. EH mit Waren verschiedener Art G4719	8.452	+32,2	4.104	1.482	+176,9	+144,7	243,8
Fach-EH - Nahrungsmittel, Getränke G472	23.076	- 3,9	7.059	7.924	- 10,9	- 7,0	153,6
EH - Motorenkraftstoffe (Tankstellen) G473	11.635	- 1,4	1.161	1.270	- 8,6	- 7,1	50,1
EH - Metallwaren und Baubedarf G4752	22.376	+ 2,5	2.753	2.292	+ 20,1	+ 17,6	61,8
EH - Vorhänge, Teppiche und Tapeten G4753	1.202	+10,2	198	195	+ 1,5	- 8,6	82,7
Apotheken G4773	16.481	+13,9	4.234	3.761	+ 12,6	- 1,4	129,0
EH - Medizinische Artikel G4774	3.021	+16,3	710	760	- 6,6	- 22,9	118,0
EH - Körperpflegemittel G4775	14.732	-10,7	2.319	2.267	+ 2,3	+ 13,0	79,0
EH - Blumen, Pflanzen und lebende Tiere G4776	9.882	+ 1,5	1.457	1.478	- 1,4	- 2,9	74,0
EH - Uhren und Schmuck G4777	6.139	- 2,6	1.939	2.192	- 11,5	- 8,9	158,6
Sonst. EH in Verkaufsräumen G4778	11.928	+ 0,1	3.193	3.524	- 9,4	- 9,4	134,4
EH - Antiquitäten und Gebrauchsgüter G4779	2.662	+26,9	1.604	1.085	+ 47,8	+ 20,9	302,6
Gesamt	131.586	+ 2,2	30.731	28.230	+ 8,9	+ 6,7	117,3
Insgesamt	358.992	+ 4,8	71.487	65.916	+ 8,5	+ 3,6	

Q: Statistik Austria (Sonderauswertung LSE), Zuordnung nach Branchentypen nach Eichmann et al. (2016), WIFO-Berechnungen.

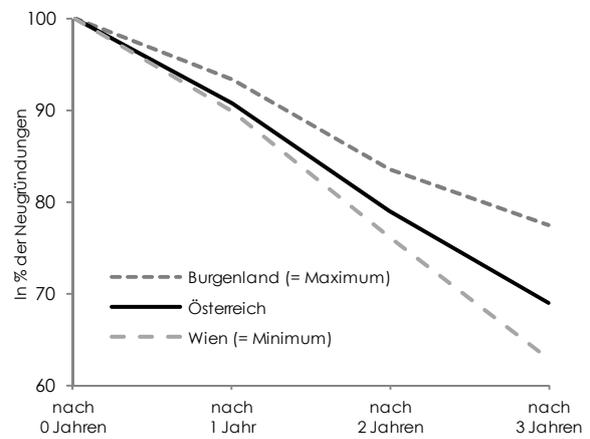
Abbildung A.1: Überlebensraten von neu gegründeten Unternehmen

Überlebende Neugründungen der Gründungskohorte 2009 in %

Gründungen insgesamt



Gründungen im Handel



Q: Statistik Austria (Unternehmensdemographie), WIFO-Berechnungen.

Literaturhinweise

- Ahlert, D., "Vertikalisierung der Distribution", in Beisheim, O. (Hrsg.), *Distribution im Aufbruch. Bestandsaufnahme und Perspektiven*, Vahlen, München, 1999, S. 333-350.
- Akerlof, G.A., "The Markets for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism", *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 1970, S. 488-500.
- Anderson, C., "The Long Tail: Why the Future of Business is selling less of more", Hyperion, New York, 2006.
- Ansari, A., Economides, N., Steckel, J., "The max-min-min principle of product differentiation", *Journal of Regional Science*, 1998, 38(2), S. 207-230.
- Atkin, D., Faber, B., Gonzalez-Navarro, M., "Retail Globalization and Household Welfare: Evidence from Mexico", NBER Working Paper, 2015, 21176.
- Badinger, H., Breuss, F., "Has Austria's Accession to the EU triggered an Increase in Competition? A sectoral Markup Study", *Empirica*, 32(2), 2005, S. 145-180.
- Bartelsman, E.J., Doms, M., "Understanding Productivity: Lessons from longitudinal Microdata", *Journal of Economic Literature*, 38, 2000, S. 569-594.
- Basker, E., "Change at the Checkout: Tracing the Impact of a Process Innovation", *Journal of Industrial Economics*, 2015, 63(2), S. 339-370.
- Basker, E., "Raising the Barcode Scanner: Technology and Productivity in the Retail Sector", *American Economic Journal: Applied Economics*, 2012, 4(3), S. 1-27.
- Basker, E., "The Causes and Consequences of Wal-Mart's Growth", *Journal of Economic Perspectives*, 2007, 21(3), S. 177-198.
- Baye, M.R., Morgan, J., Scholten, P., "Information, Search, and Price Dispersion", in Hendershott, T. (ed.), *Handbooks in Economics and Information Systems*, Vol.1, Elsevier, Amsterdam, Boston, 2007.
- Bierbaumer-Polly, J., Huemer, U., Horvath, T. (WIFO), Edlmayr, C., Michenthaler, G. (Ifes), *Beschäftigung im Handel*, WIFO, Wien, 2014.
- Bischopink, O., "Darstellung und kritische Bewertung der Wirkungen des vorhandenen und praktizierten Instrumentariums zur Steuerung des Einzelhandels", *Informationen zur Raumentwicklung*, 2014, 1/14, S. 21-31.
- Bloom, N., Lemos, R., Sadun, R., Scur, D., Van Reenen, J., "The New Empirical Economics of Management", *Journal of the European Economic Association*, 2014, 12(4), S. 835-876.
- Blum, B.S., Goldfarb, A., "Does the Internet defy the Law of Gravity?", *Journal of International Economics*, 70(2), 2006, S. 21-32.
- Bock-Schappelwein, J., "Entwicklung und Formen der Arbeitslosigkeit in Österreich seit 1990", *WIFO-Monatsberichte* 2005, 78(7), S. 499-509.
- Bock-Schappelwein, J., Huemer, U., "Österreich 2025 – Die Rolle ausreichender Basiskompetenzen in einer digitalisierten Arbeitswelt", *WIFO-Monatsberichte*, 90(2), 2017, S. 131-140.
- Böheim, M., "Wettbewerbspolitik in Österreich unter neuen Rahmenbedingungen", *WIFO-Monatsberichte*, 76(7), 2003, S. 515-528.
- Böheim, M., Pennerstorfer, D., Sinabell, F., "Strukturanpassung im österreichischen Lebensmittelhandel", *WIFO-Monatsberichte*, 2016, 89(3), S. 171-183.
- Booth, A. L., Francesconi, M., Frank, J., "Labour as a Buffer: Do Temporary Workers Suffer?", IZA Working Paper, 2002, (673).
- Bregger, J.E., Haugen, St. E., "BLS introduces new range of alternative unemployment measures", *Monthly Labour Review*, 1995,
- Bronnenberg, B. J., "The Provision of Convenience and Variety by the Market", *RAND Journal of Economics*, 2015, 46(3), S. 480-498.
- Bronnenberg, B. J., Ellickson, P. B., "Adolescence and the Path of Maturity in Global Retail", *Journal of Economic Perspectives*, 2015, 29(4), S. 113-134.
- Brown, J., et al., "Nonstandard Forms and Measures of Employment and Unemployment in Transition: A Comparative Study of Estonia, Romania and Russia", IZA Discussion Paper 1961, IZA, Bonn, 2006.

- Brynjolfsson, E., Hu, Y., Smith, M.D., "Consumer Surplus in the Digital Economy: estimating the Value of increased Product Variety at Online Booksellers", *Management Science*, 49(11), 2003, S. 1580-1596.
- Brynjolfsson, E., Hu, Y., Smith, M. D., "Long Tails vs. Superstars: the Effect of Information Technology on Product Variety and Sales Concentration Patterns", *Information Systems Research*, 2010, 21(4), S. 736-747.
- Brynjolfsson, E., Hu, Y., Smith, M.D., "Goodbye Pareto Principle, hello Long Tail: the Effect of Search Costs on the Concentration of Product Sales", *Management Science*, 57(8), 2011, S. 1373-1386.
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V., *Interaktiver Handel in Deutschland. Ergebnisse 2015*, 2016.
- Burgess, S., Lane, J., Stevens, D., "Worker and Job Flows", *Economics Letters*, 1996, 51, S. 109-113.
- Cabral, L., Hortacsu, A., "The Dynamics of Seller Reputation: Evidence from eBay", *Journal of Industrial Economics*, 58(1), 2010, S. 54-78.
- Campbell, C., Ray, G., Muhanna, W.A., "Search and Collusion in Electronic Markets", *Management Science*, 51(3), 2005, S. 497-507.
- Carree, M., Nijkamp, J., *Deregulation and retailing: The Dutch Experience*, Erasmus University Rotterdam, Rotterdam, 1999.
- Chevalier, J., Mayzlin, D., "The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews", *Journal of Marketing Research*, 43, 2006, S. 345-354.
- Ciapanna, E., Rondinelli, C., "Retail Market Structure and Consumer Prices in the Euro-Area", European Central Bank, Working Paper Series, 1744, 2014.
- Chintagunta, P., Gopinath, S., Venkataraman, S., "The Effects of Online User Reviews on Movie Box Office Performance: accounting for sequential Rollout and Aggregation across local Markets", *Marketing Science*, 29(5), S. 944-957.
- Chiswick, B. R., Miller, P. W., "The International Transferability of Human Capital Skills", 2007, IZA Discussion Paper, (2670).
- Christ, W., "Konsumkultur und Raumstruktur. Aktuelle Entwicklungen in den USA und Großbritannien", *Informationen zur Raumentwicklung*, 2014, 1/14, S. 67-80.
- Christaller, W., *Die zentralen Orte in Süddeutschland – Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmäßigkeiten der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen*, Jena, 2. Auflage, Darmstadt, [1933] 1968.
- Clarke, G., Thompson, C., Birkin, M., "The emerging Geography of E-Commerce in British Retail", *Regional Studies, Regional Science*, 2015, 2(1), S. 371-391.
- Clay, K., Krishnan, R., Wolff, E., "Prices and Price Dispersion on the Web: Evidence from the Online Book Industry", *The Journal of Industrial Economics*, 49(4), 2001, S. 521-539.
- Curtis, D. C. A., Murthy, K. S. R., "Economic Growth and Restructuring: a Test of unbalanced Growth Models", *Applied Economic Letters*, 1998, 5(12), S. 777-780.
- Danaher, B., Smith, M.D., Telang, R., "Piracy and Copyright Enforcement Mechanisms", *Innovation Policy and the Economy*, 14(2), NBER, University of Chicago Press, 2014, S. 25-64.
- Davis, St. J., Haltiwanger, J., "Gross Job Flows", in Ashenfelter, O., Card, D., *Handbook of Labour Economics*, Elsevier, 1999, S. 2.711-2.805.
- Decker, R., Haltiwanger, J., Jarmin, R., Miranda, J., "The Role of Entrepreneurship in US Job Creation and Economic Dynamism", *Journal of Economic Perspectives*, 2014, 28(3), S. 3-24.
- Dobson, P. W., "Exploiting Buyer Power: Lessons from the British Grocery Trade", *Antitrust Law Journal*, 2006, 72(2), S. 529-562.
- Doms, M., Jarmin, R. S., Klimek, S., "Information Technology Investment and Firm Performance in US Retail Trade", *Economics of Innovation and New Technology*, 2004, 13(7), S. 595-613.
- Doplbauer, G., "E-Commerce: Wachstum ohne Grenzen? Online-Anteile der Sortimente – heute und morgen", 2015, URL: <http://www.gfk-geomarketing.de/white-paper-ecommerce.html>.
- Duan, W., Gu, B., Whinston, A.B., "Do Online Reviews matter? – an empirical Investigation of Panel Data", *Decision Support Systems*, 45(4), 2008, S. 1007-1016.

- Eberse, A., Oberholzer-Gee, F., "Superstars and Underdogs: an Examination of the Long Tail Phenomenon in Video Sales", MSI Reports, Working Paper Series, 4, 2007, S. 49-72.
- Echevarria, C., "Changes in sectoral Composition associated with Economic Growth", *International Economic Review*, 1997, 38(2), S. 431-452.
- Ederer, St., "Österreich 2025 – Einkommensverteilung und privater Konsum in Österreich", WIFO-Monatsberichte, 2017, 90(1), S. 67-81.
- Eichmann, H., Nocker, M., Adam, G., Trendanalysen zu Entwicklungen im Online-Handel und dessen Folgewirkungen auf Beschäftigungsstrukturen in Österreich, FORBA, Wien, 2016.
- Einav, L., Levin, J., Popov, I., Sundarsan, N., "Growth, Adoption, and Use of mobile E-Commerce", *American Economics Review*, 2014, 104(5), S. 489-494.
- Ellickson, P. B., "Does Sutton apply to Supermarkets?", *Rand Journal of Economics*, 2007, 38(1), S. 43-59.
- Ellickson, P. B., Houghton, S., Timmins, C., "Estimating Network Economies in Retail Chains: a revealed Preference Approach", *RAND Journal of Economics*, 2013, 44(2), S. 169-193.
- Ellison, G., Ellison, S.F., "Search, Obfuscation, and Price Elasticities on the Internet", *Econometrica*, 77(2), 2009, S. 427-452.
- Euromonitor, "Retailing in Austria", Passport, 2017.
- Eurostat, "Comparative Price Levels of Consumer Goods and Services", *Statistics Explained*, Luxemburg, 2015.
- Falvey, R. E., Gemmel, N., "Are Services Income-elastic? Some new Evidence", *Review of Income and Wealth*, 1996, 42, S. 257-269.
- Fleder, D., Hosangar, K., "Brockbuster Culture's next Rise and Fall: the Impact of Recommender Systems on Sales Diversity", *Management Science*, 55(5), 2009, S. 697-712.
- Farag, S., Weltevreden, J., van Rietbergen, T., Dijst, M., "E-shopping in the Netherlands: Does Geography matter?", *Environment and Planning B*, 33, 2006, S. 59-74.
- Forman, C., Goldfarb, A., Greenstein, S., "How did Location affect Adoption of the commercial Internet? Global Village vs. Urban Leadership", *Journal of Urban Economics*, 58, 2005, S. 389-420.
- Foster, L., Haltiwanger, J., Krizan, C. J., "Market Selection, Reallocation, and Restructuring in the US Retail Trade Sector in the 1990s", *Review of Economics and Statistics*, 2006, 88(4), S. 748-758.
- Fuchs, I., "Neufassung der 'Stadtregionen' aufgrund der Volkszählung 1981", *Statistische Nachrichten*, 41(6), 1986, S. 428-433
- Gavac, K., et al., Perspektiven für den Österreichischen Handel – Analysen – Fallstudien – Wirtschaftspolitische Implikationen, Austria Perspektiv, Wien, 2003.
- Goldmanis, M., Hortacsu, A., Syverson, C., Emre, Ö., "E-Commerce and the Market Structure of Retail Industries", *Economic Journal*, 2010, 120(545), S. 651-682.
- Hausman, J., Leibtag, E., "Consumer Benefits from increased Competition in Shopping Outlets: measuring the Effect of Was-Mart", *Journal of Applied Econometrics*, 22(7), 2007, S. 1157-1177.
- Heinemann, G., „Der neue Online-Handel“, Springer-Verlag, Wiesbaden, 2015.
- Holbach-Grömig, B., "Räumliche Auswirkungen des Online-Handels", Vortrag bei der Tagung Online-Handel – Entwicklungen, Auswirkungen, Strategien von Österreichischem Städtebund, WKO, AK Wien und Stadt Wien, DIFU, 2017.
- Holmes, T. J., "Bar Codes lead to frequent Deliveries and Superstores", *RAND Journal of Economics*, 2001, 32(4), S. 708-725.
- Hortacsu, A., Martinez-Jerez, A. F., Douglas, J., "The Geography of Trade in Online Transactions: Evidence from eBay and MercadoLibre", *American Economic Journal: Microeconomics*, 2009, 1(1), S. 53-74.
- Hortacsu, A., Syverson, C., "The ongoing Evolution of US Retail: a Format Tug-of-War", *Journal of Economic Perspectives*, 2015, 29(4), S. 89-112.
- Huber, P., "Neue soziale Risiken am Wiener Arbeitsmarkt", in Schmee, J. (Hg.), *Wiener Herausforderungen. Arbeitsmarkt, Bildung, Wohnen und Einkommen*, AK Wien, Stadtpunkte, 13, 2015.
- Huber, P., Huemer, U., *Beschäftigung im Handel*, Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag der Bundesarbeitskammer, Wien, 2004.

- Huber, P., Michenthaler, G., "Beschäftigung im Handel", Studie des WIFO und IFES im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Beiträge zur Wirtschaftspolitik, Wien, 2009.
- Huber, P., Oberhofer, H., Pfaffermayr, M., "Who creates jobs? Econometric modeling and evidence for Austrian firm level data", *European Economic Review*, 2017, 91(C), S. 57-71.
- Huemer, U., Bock-Schappelwein, J., Famira-Mühlberger, U., Lutz, H., Mayrhuber, C., "Österreich 2025: Arbeitszeitverteilung in Österreich. Analyse und Optionen aus Sicht der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer", WIFO-Studie, Wien, 2017.
- Hughes, C., Jackson, C., "Death of High Street: Identification, Prevention, Reinvention", *Regional Studies, Regional Science*, 2015, 2(1), S. 237-256.
- Irmen, A., Thisse, J.-F., "Competition in multi-characteristics spaces: Hotelling was almost right", *Journal of Economic Theory*, 1998, 78(1), S. 76-102.
- Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, "Massive Umbrüche im Handel, massiver Bedarf an Höherqualifizierung von Handelsbeschäftigten", Presseunterlage, Wien, 2016.
- Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Branchenreport Handel 2016, Wien, 2016.
- Kan, E., Geringfügige Beschäftigung – Brücke oder Falle?, Diplomarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien, Wien, 2003.
- Kellerman, A., Krakover, S., "Multi-sectoral Urban Growth in Space and Time: an empirical Approach", *Regional Studies*, 1986, 20(2), S. 117-130.
- Kirisits, M., "Atypische Beschäftigung. Auf der Suche nach den Grenzen zwischen Missbrauch und gewünschter sowie sozialpolitisch vertretbarer Flexibilität", *Wirtschaft und Gesellschaft*, 2003, 29(1), S. 39-61, http://wug.akwien.at/WUG_Archiv/2003_29_1/2003_29_1_0039.pdf.
- KMU Forschung Austria, "Distanzhandel in Österreich 2016", Wien, 2016.
- KMU Forschung Austria (2016a), "Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2016", <http://www.marktmeinungsmensch.at/studien/einkaufsverhalten-online-shopping-versandhandel-un/>.
- KMU Forschung Austria, Internet – Einzelhandel 2014, Wien, 2014.
- Kolko, J., "The Death of Cities? The Death of Distance? Evidence from the Geography of commercial Internet Usage", in Vogelsang, I., Compaine, B.M. (eds.), *The Internet Upheaval*, MIT Press, Cambridge, 2000.
- Kongsamut, P., Rebelo, S., Xie, D., "Beyond Balanced Growth", *Review of Economic Studies*, 2001, 68(237), S. 869-882.
- Lieber, E., Syverson, C., "Online versus Offline Competition", in Peitz, M., Waldfoegel, J. (Hrsg.), *Oxford Handbook of the Digital Economy*, Oxford University Press, Oxford, 2012, S. 189-223.
- Liu, Y., "Word-of-mouth for Movies: its Dynamics and Impact on Box Office Receipts", *Journal of Marketing*, 70(3), 2006, S. 74-89.
- Marterbauer, M., Kaniowski, S., Kratena, K., Wüger, M., "Teilstudie 11: Maßnahmen zur Belebung der privaten Inlandsnachfrage", in Aiginger, K., Tichy, G., Walterskirchen, E., WIFO-Weißbuch: Mehr Beschäftigung durch Wachstum auf Basis von Innovation und Qualifikation, WIFO, Wien, 2006, <http://www.wifo.ac.at/wwa/pubid/27450>.
- Mayerhofer, P., De-Industrialisierung in Wien(?). Zur abnehmenden Bedeutung der Sachgütererzeugung für das Wiener Beschäftigungssystem, WIFO, Wien, 2007.
- Mayerhofer, P., Aktuelle Entwicklungstendenzen im Wiener Handel, in Fritz, O., Huber, P., Mayerhofer, P., Palme, G., Bericht zur Wiener Wirtschaft, WIFO, Wien, 2006.
- Mayerhofer, P., "Abwanderung in die Umlandbezirke auch im Wiener Dienstleistungssektor? Empirische Evidenz für ein bisher kaum thematisiertes Phänomen", in Schmee, J., Mesch, M. (Hrsg.), *Dienstleistungsstandort Wien*, Peter Lang Verlag, Frankfurt-Wien, 2000, S. 137-171.
- Mayerhofer, P., Räumliche Effekte des Strukturwandels: Stadtregionen als Gewinner der Tertiärisierung?, WIFO, Wien, 1999.
- Mayerhofer, P., Klien, M., "Unternehmensinvestitionen in den österreichischen Bundesländern. Entwicklung – Struktur – Funktion regionaler Förderung", WIFO-Studie, Wien, 2016.
- Mayerhofer, P., Firgo, F., Schönfelder, S., Vierter Bericht zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit Wiens, WIFO, Wien, 2015.

- Monopolkommission, "Hauptgutachten XIX: Stärkung des Wettbewerbs bei Handel und Dienstleistungen. Kapitel V: Wettbewerb und Nachfragemacht im Lebensmitteleinzelhandel", Bonn, 2012.
<http://www.monopolkommission.de/index.php/de/gutachten/hauptgutachten/hauptgutachten-xix>.
- Messinger, P. R., Narasimhan, C., "Has Power shifted in the Grocery Channel?", *Marketing Science*, 1995, 14(2), S. 189-223.
- Murphy, K. M., Shleifer, A., Vishny, R. W., "Industrialization and the Big Push", *Journal of Political Economy*, 1989, 97(5), S. 1003-1026.
- Neißl, L., "Die Sonntagsöffnung im Einzelhandel aus wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Sicht", Studie im Auftrag der Abteilung Kommunalpolitik der AK Wien, Wien, 2015.
- Neven, D., Thisse, J.-F., "On quality and variety competition", in Gabszewicz, J. J., Richard, J.-F., Wolsey, L. A. (Hrsg.), *Economic Decision-Making: Games, Econometrics and Optimisation: Contributions in the Honour of Jacques H. Drèze*, North-Holland, Amsterdam, 1990, S. 175-199.
- Oi, W. Y., "Productivity in the Distributive Trade: the Shoppers and the Economies of massed Reserves", in Griliches, Z. (Hrsg.), *Output Measurement in the Service Sectors*, University of Chicago Press/NBER, 1992, S. 161-191.
- Overmeyer, K., "Ausläufer der konsumgerechten Stadt – ein Kommentar", *Informationen zur Raumentwicklung*, 2014, 1/14, S. 81-83.
- Palander, T., "Beiträge zur Standorttheorie", *Almqvist & Wiksell*, Uppsala, 1935.
- Peneder, M., Kaniovsky, S., Dachs, B., "What follows Tertiarisation? Structural Change and the Role of knowledge based Services", *The Service Industries Journal*, 2003, 23(2), S. 47-66.
- Pennerstorfer, D., Sinabell, F., "Spatial Price Differentiation and regional Market Power. The Case of Food Retailing in Austria", *WIFO-Studie*, Wien, 2010.
- Pesch, F., "Integration und Urbanität. Zukunftsperspektiven innerstädtischer Einkaufszentren", *Informationen zur Raumentwicklung*, 2014, 1/14, S. 55-65.
- Pozzi, A., "The Effect of Internet Distribution on Brick-and-Mortar Sales", *RAND Journal of Economics*, 2013, 44(3), S. 569-583.
- RegioPlan Consulting, "Neue Wege für Shopping Center", 2014, URL: <http://www.regioplan.eu/de/neue-wege-der-positionierung-fuer-shopping-center>.
- RegioPlan Consulting, "PPT-Präsentation auf dem Europäischen Shopping Center Symposium", 2015. URL: http://www.regioplan.eu/images/presse/downloads/files/Mietvertrge_Missing_Link.pdf.
- Reink, M., "Aktuelle Entwicklungen und zukünftige Trends im Einzelhandel – und mögliche räumliche Auswirkungen für die Innenstadt", *Informationen zur Raumentwicklung*, 2014, 1/14, S. 11-19.
- Resnick, P., Zeckhauser, R., Swanson, J., Lockwood, K., "The Value of Reputation on eBay: a controlled Experiment" *Experimental Economics*, 9(2), 2006, S. 79-1001.
- Rowthorn, R., Ramaswamy, R., "Growth, Trade and Deindustrialisation", *IMF Staff Papers*, 1999, 46(1), S. 18-41.
- Rumscheidt, S., "Online-Handel – Chance für den stationären Einzelhandel?", *Ifo Schnelldienst*, 2016, 69(22), S. 51-56.
- Salhofer, K., Tribl, C., Sinabell, F., "Market Power in Austrian Food Retailing: the Case of Milk Products", *Empirica*, 39(1), 2012, S. 109-122.
- Sanai, T., Waldfoegel, J., "Geography and the Internet: is the Internet a Substitute or a Complement for Cities?", *Journal of Urban Economics*, 56(1), 2004, S. 1-24.
- Scott, M.F., Zettelmeyer, F., Silva-Risso, J., "Internet Car Retailing", *Journal of Industrial Economics*, 49(4), 2001, S. 501-519.
- Selten, R., "A simple Model of imperfect Competition where four are Few and six are Many", *International Journal of Game Theory*, 2, 1973, S. 141-201.
- Shishkin, J., "Employment and Unemployment: The Doughnut or Hole", *Monthly Labour Review*, 1976, 99(2), S. 3-10.
- Sievers, M., Gerling, M., *Trends im Handel 2020*, KPMG, EHI Retail Institute, Hamburg-Köln, 2012.
- Sinabell, F., *Marktspannen und Marktmacht des österreichischen Lebensmittel-Einzelhandels am Beispiel Milchprodukte*, WIFO-Studie, Wien, 2010.
- Sinabell, F., Morawetz, U.B., Holst, C., "Auslandskomponente des Lebensmittelmarktes", WIFO-Studie, Wien, 2014.

- Smith, M., Brynjolfsson, E., "Consumer Decision-Making at an Internet Shopbot: Brand still matters", *Journal of Industrial Economics*, 49(4), 2001, S. 541-548.
- Smith, M., Zentner, A., Internet Effects on Retail Markets, SSRN 2594807, 2015 (mimeo).
- Soysal, G., Zentner, A., "Measuring e-Commerce Concentration Effects when Product Popularity is Channel specific", UT Dallas, Working Paper, Dallas, 2014.
- Statistik Austria, *Arbeitskräfteerhebung 2006*, Wien, 2006.
- Stepper, M., "Innenstadt und stationärer Einzelhandel – ein unzertrennliches Paar? Was ändert sich durch den Online-Handel?", *Raumforschung und Raumordnung*, 2016, 74, S. 151-163.
- Tabuchi, T., "Two-stage two-dimensional spatial competition between two firms", *Regional Science and Urban Economics*, 1994, 24 (2), S. 207-227.
- Tegeder, G., "Konsumenten im Netz der Möglichkeiten. Zum Einfluss des Internet auf den städtischen Einzelhandel", *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 48(1), 2004, S. 111-123.
- Talos, E., *Geringfügige Beschäftigung – Internationale Trends und sozialstaatliche Regelungen*, Manz, Wien, 1999.
- Tedlow, R. S., *New and improved: the Story of Mass Marketing in America*, Basic Books, New York, 1990.
- Tichy, G., "Fusionen und Übernahmen: Erfolgsaussichten von Fusionen", Wien, 2000.
- Veendorp, E. C. H., Majeed, A., "Differentiation in a two-dimensional market", *Regional Science and Urban Economics*, 1995, 25(1), S. 75-83.
- Voithofer, P., et al., *Beschäftigungsaspekte im Einzelhandel*, KMU Forschung Austria, Wien, 2006.
- Voithofer, P., Gittenberger, E., *Der österreichische Handel 2006 – Daten, Fakten, Analysen*, KMU Forschung Austria, Wien, 2006.
- Waldfoegel, J., "Copyright Protection, Technological Change, and the Quality of new Products: Evidence from recorded Music since Napster", *Journal of Law and Economics*, 55(4), 2012, S. 715-740.
- Weber, A., Zulehner, C., "Competition And Gender Prejudice: Are Discriminatory Employers Doomed To Fail?", *Journal of the European Economic Association*, European Economic Association, 2014, 12(2), S. 492-521.
- Werczberger, E., "A Supply Side Model of Urban Subcentering", Paper presented at the 31st European Conference of the Regional Science Association, Lissabon, 1991.
- Wieser, R., Aiginger, K., Wüger, M., *Marktmacht im Einzelhandel*, WIFO, Wien, 1999.
- Will, R., "Der Umbruch ist fundamental", *Der Standard*, 16. Juli 2015. URL: <http://derstandard.at/2000019199445/Handelsverbandchef-der-Umbruch-ist-fundamental>.
- Wolf, A., "Einzelhandel im Sog der Vernetzung: Wie das Internet den Bekleidungseinzelhandel verändert", *Ifo Schnelldienst*, 2016, 69(23), S. 29-33.
- Wüger, M., "Handel und Industrie – Eine Analyse ihrer wirtschaftlichen Beziehungen", *WIFO-Monatsberichte*, 1983, 56(8), S. 8-106.