

# Die Entwicklung des Kitzbüheler Einzelhandels 2018-2024

## Wesentliche Kernaussagen



STADT KITZBÜHEL

Präsentation am 15.10.2025  
Martin Grafeneder, CIMA Österreich



Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium  
Land- und Forstwirtschaft,  
Regionen und Wasserwirtschaft

**WIR leben Land**  
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich



Stadtentwicklung  
Marketing  
Regionalwirtschaft  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Citymanagement  
Immobilien  
Organisationsberatung  
Kultur  
Tourismus

# 1. Studienrahmenbedingungen



## **Jahr 2018**

Einzelhandelsanalyse mit  
Schwerpunkt Nahversorgung

Auftraggeber:  
Regio<sup>3</sup>

## **Jahr 2024/2025**

3teilige Studie  
Kaufkraftstromanalyse  
Leerflächen-Evaluierung  
Klima-Fitness-Check

Auftraggeber:  
Regio<sup>3</sup>

## 2. **13 Kernaussagen** zum Kitzbüheler Einzelhandel

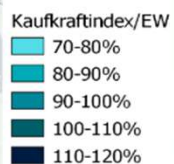


**Kitzbühel** verfügt – auch im Österreich-weiten Vergleich – über ein enorm **hohes Kaufkraftniveau!**

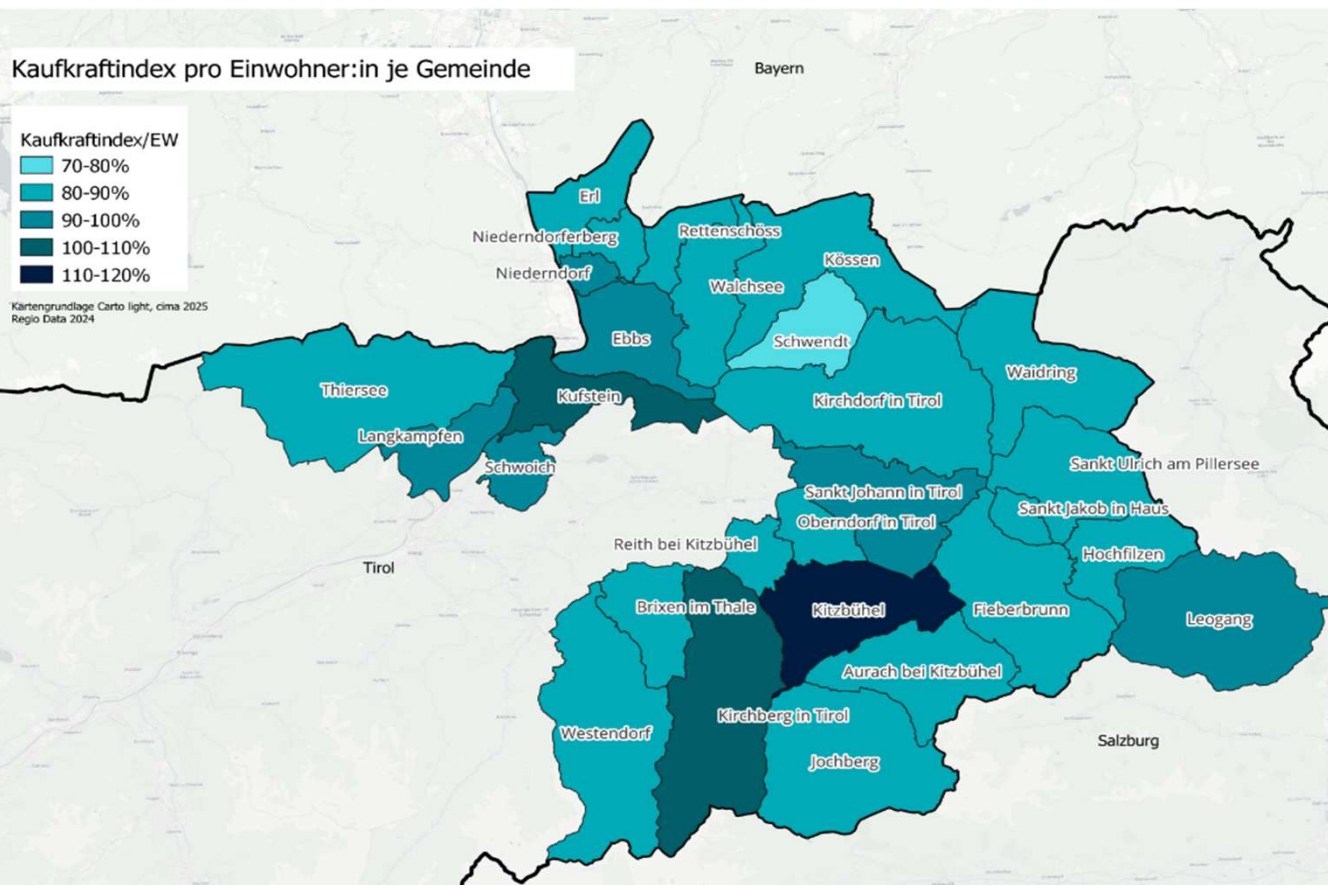
1

## Kaufkraft-Index und absolute Kaufkraft

Kaufkraftindex pro Einwohner:in je Gemeinde



Kartengrundlage: Carto light, circa 2025  
Regio Data 2024



Kitzbühel  
116,1%

Bundesland Tirol  
93%

Österreich  
100%

### absolute Kaufkraft pro Ew. 2024

|                     |              |
|---------------------|--------------|
| Bundesland Tirol    | 26.873 €/Ew. |
| Regio <sup>3</sup>  | 25.499 €/Ew. |
| St. Johann in Tirol | 25.849 €/Ew. |

|                         |                     |
|-------------------------|---------------------|
| <b>Aurach/Kitzbühel</b> | <b>22.494 €/Ew.</b> |
| <b>Jochberg</b>         | <b>22.219 €/Ew.</b> |
| <b>Kitzbühel</b>        | <b>31.424 €/Ew.</b> |
| <b>Reith/Kitzbühel</b>  | <b>23.623 €/Ew.</b> |

### Kaufkraftvolumen 2024

|                    |              |
|--------------------|--------------|
| Regio <sup>3</sup> | 265,8 Mio. € |
|--------------------|--------------|

|                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| <b>Aurach/Kitzbühel</b> | <b>6,6 Mio. €</b>  |
| <b>Jochberg</b>         | <b>8,6 Mio. €</b>  |
| <b>Kitzbühel</b>        | <b>61,8 Mio. €</b> |
| <b>Reith/Kitzbühel</b>  | <b>10,5 Mio. €</b> |

Bei weiteren wichtigen **Kaufkraft-Einflussfaktoren** ergeben sich auf lokaler Ebene **sowohl Licht als auch Schatten!**

2



## Bevölkerungsentwicklung 2014-2024

|                  |        |
|------------------|--------|
| Regio            | + 7,5% |
| Bundesland Tirol | +13,2% |

|                         |               |
|-------------------------|---------------|
| <b>Aurach/Kitzbühel</b> | <b>+ 3,5%</b> |
| <b>Jochberg</b>         | <b>- 0,8%</b> |
| <b>Kitzbühel</b>        | <b>+ 0,8%</b> |
| <b>Reith/Kitzbühel</b>  | <b>+ 3,7%</b> |

(rund 12,1 Mio € mehr Kaufkraftvolumen seit 2018)



## Bevölkerungsprognose 2040

|                  |        |
|------------------|--------|
| Bezirk Kitzbühel | - 3,1% |
| Bundesland Tirol | + 4,6% |



## Arbeitsstätten/Beschäftigte 2012-2022

|                    |             |
|--------------------|-------------|
| Regio <sup>3</sup> | +17% / +15% |
| Bundesland Tirol   | +17% / +16% |

|                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| <b>Aurach/Kitzbühel</b> | <b>+15% / +6%</b>  |
| <b>Jochberg</b>         | <b>+ 1% / +20%</b> |
| <b>Kitzbühel</b>        | <b>+12% / +8%</b>  |
| <b>Reith/Kitzbühel</b>  | <b>+30% / +31%</b> |



## Tourismusentwicklung 2014-2024

|                    |                  |      |
|--------------------|------------------|------|
| Regio <sup>3</sup> | 3,68 Mio. Nächt. | + 7% |
|--------------------|------------------|------|

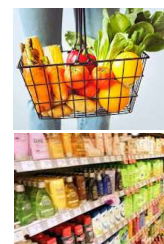
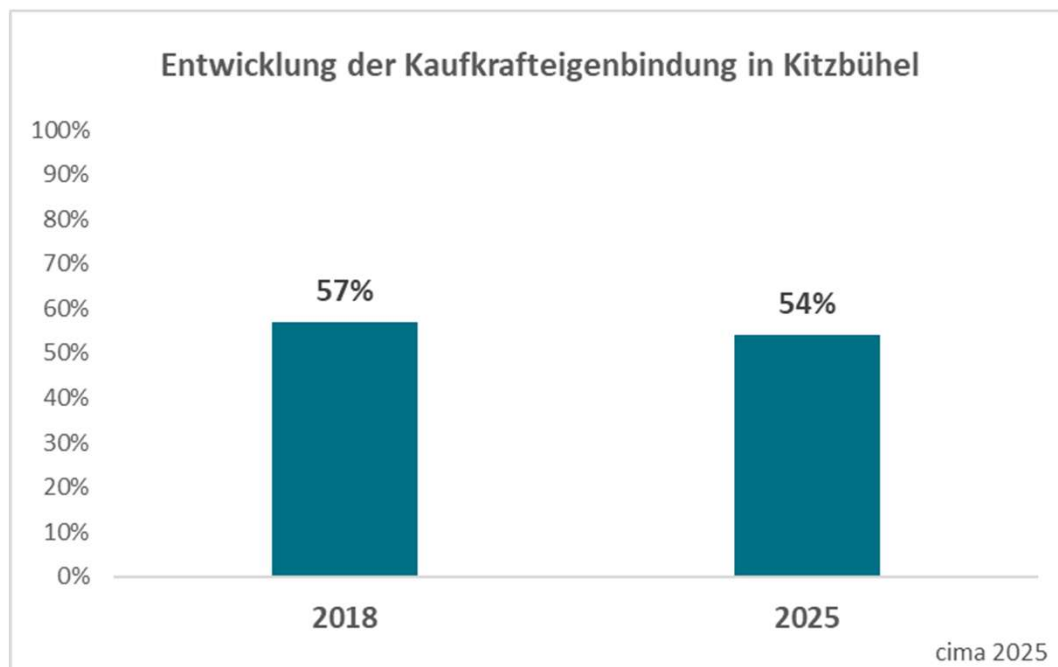
|                         |                       |             |
|-------------------------|-----------------------|-------------|
| <b>Aurach/Kitzbühel</b> | <b>55.197 Nächt.</b>  | <b>-30%</b> |
| <b>Jochberg</b>         | <b>100.429 Nächt.</b> | <b>- 3%</b> |
| <b>Kitzbühel</b>        | <b>695.342 Nächt.</b> | <b>-13%</b> |
| <b>Reith/Kitzbühel</b>  | <b>112.420 Nächt.</b> | <b>- 5%</b> |



Die ohnehin niedrige „**Einkaufstreue**“ der heimischen Bevölkerung zum **lokalen Einzelhandel** ist weiter **rückläufig!**

3

## Gesamtüberblick - Kaufkrafteigenbindung



### Eigenbindung – **kurzfristige** Bedarfe

|           |      |
|-----------|------|
| Jahr 2018 | 83 % |
| Jahr 2024 | 81 % |



### Eigenbindung – **mittelfristige** Bedarfe

|           |      |
|-----------|------|
| Jahr 2018 | 47 % |
| Jahr 2024 | 42 % |



### Eigenbindung – **langfristige** Bedarfe

|           |      |
|-----------|------|
| Jahr 2018 | 26 % |
| Jahr 2024 | 26 % |

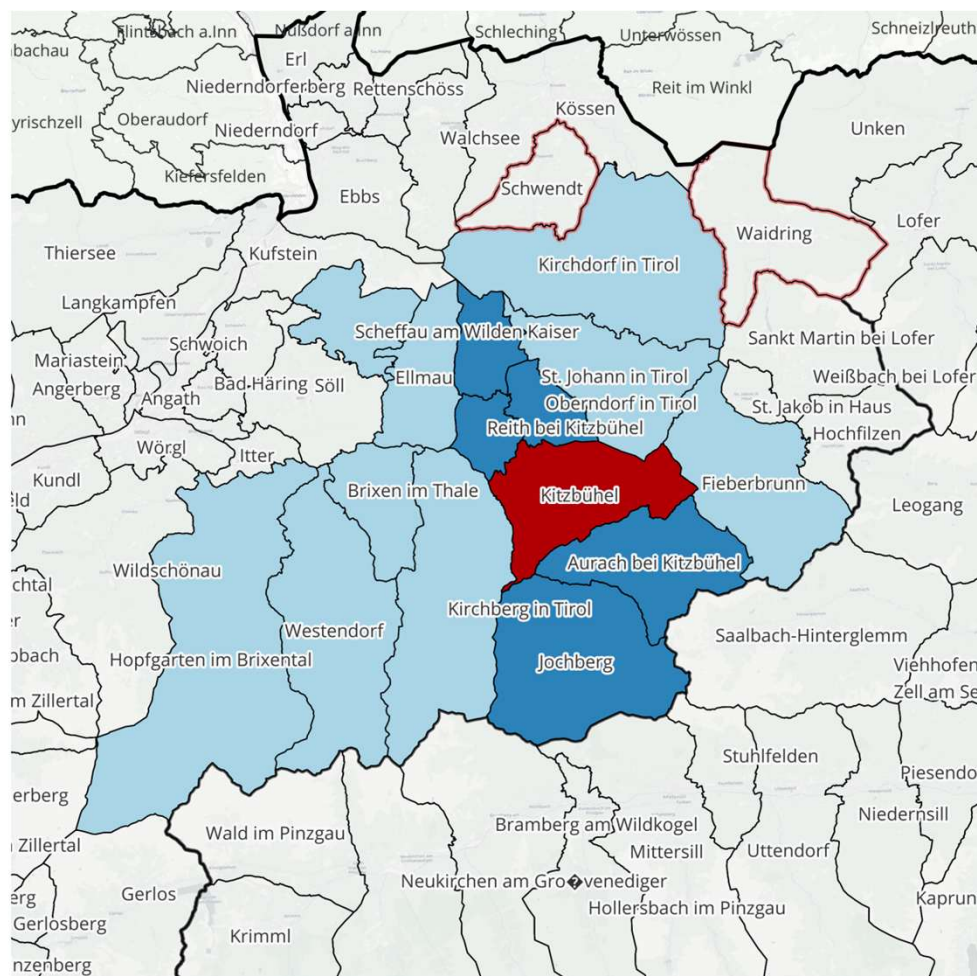
Die **Kaufkraft-Abschöpfungsquoten sinken** in einem kleinen aber **beständigen Einzugsgebiet**.

4

## Marktgebiete – kurzfristige Bedarfe in Kitzbühel

### Marktgebiete Kitzbühel 2025 kurzfristiger Bedarf

- Marktgebiete Kitzbühel
- Kitzbühel
- Gemeinde
- Veränderungen kfr
- Rückgang der Marktrandzone
- Marktgebiet KB kfr
- keine/kaum Zuflüsse
- Marktrandzone
- klassisches Marktgebiet
- Marktgebiet (D) KB kfr
- keine/kaum Zuflüsse
- Bundeslandgrenze
- Kartengrundlage
- Carto Light, 2024



### „Klassisches“ Einzugsgebiet

Jahr 2024 8.740 Personen

### Abschöpfungsquote im „klassischen“ EZG

Jahr 2018 34 %

Jahr 2024 34 %

### Marktrandzone

Jahr 2024 41.590 Personen

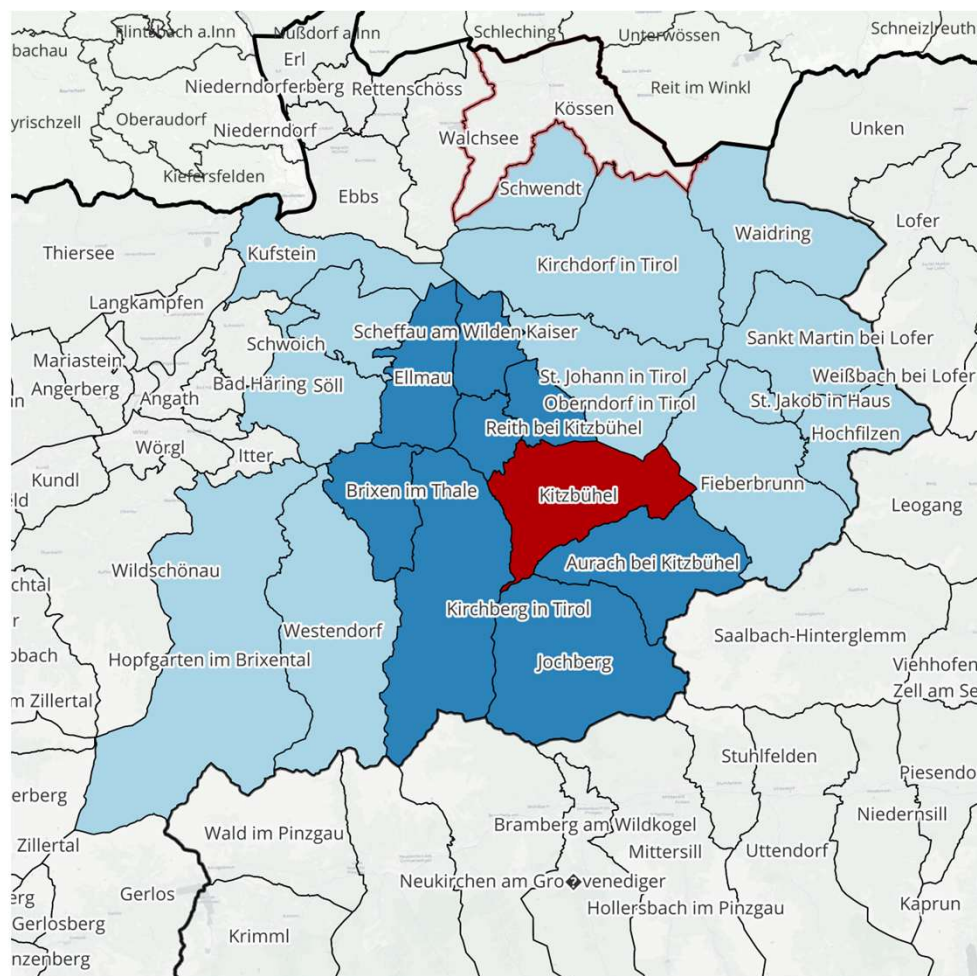
### gesamte Zuflüsse

13,2 Mio €  
(+19 % seit 2018)

## Marktgebiete – mittelfristige Bedarfe in Kitzbühel

Marktgebiete Kitzbühel 2025  
mittelfristiger Bedarf

- Marktgebiete Kitzbühel
- Kitzbühel
- Gemeinde
- Veränderungen mfr
- Rückgang der Marktrandzone
- Marktgebiet KB mfr
- keine Zuflüsse
- Marktrandzone
- klassisches Marktgebiet
- Marktgebiet (D) KB mfr
- keine Zuflüsse
- Bundeslandgrenze
- Kartengrundlage
- Carto Light, 2024



### „Klassisches“ Einzugsgebiet

Jahr 2024 19.621 Personen

### Abschöpfungsquote im „klassischen“ EZG

Jahr 2018 30 %

Jahr 2024 20 %

### Marktrandzone

Jahr 2024 71.580 Personen

### gesamte Zuflüsse

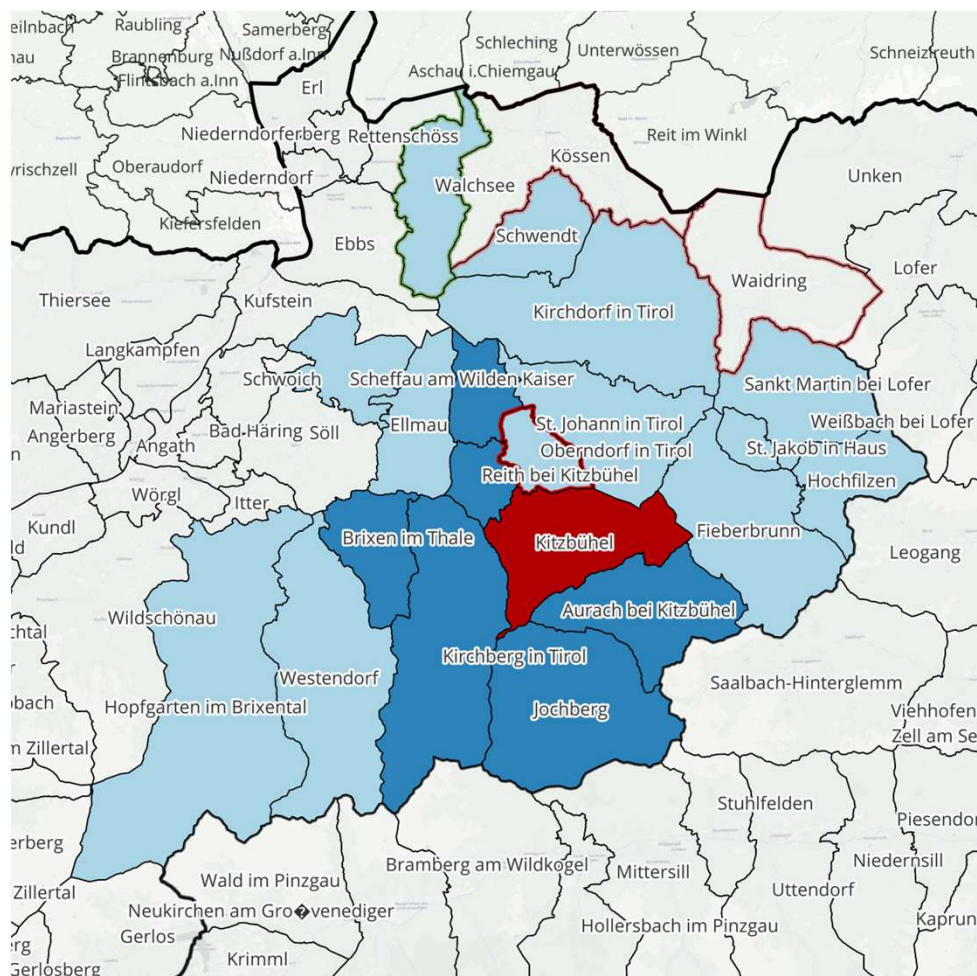
7,9 Mio €  
(-1 % seit 2018)



## Marktgebiete – langfristige Bedarfe in Kitzbühel

### Marktgebiete Kitzbühel 2025 langfristiger Bedarf

- Marktgebiete Kitzbühel
- Kitzbühel
- Gemeinde
- Veränderungen lfr
- Erweiterung der Marktrandzone
- Rückgang des klassischen Marktgebietes
- Rückgang der Marktrandzone
- Marktgebiet KB lfr
- keine/kaum Zuflüsse
- Marktrandzone
- klassisches Marktgebiet
- Marktgebiet (D) KB lfr
- keine/kaum Zuflüsse
- Bundeslandgrenze
- Kartengrundlage
- Carto Light, 2024



### „Klassisches“ Einzugsgebiet

Jahr 2024 14.318 Personen

### Abschöpfungsquote im „klassischen“ EZG

Jahr 2018 20 %

Jahr 2024 13 %

### Marktrandzone

Jahr 2024 58.290 Personen

### gesamte Zuflüsse

5,5 Mio €  
(+6 % seit 2018)

Dank des hohen Anteils „**krisen- und konjunktur-resilienter**“ **Urlaubsgäste** ist der touristische Anteil am Einzelhandelsumsatz nach wie vor extrem hoch!

5

## Touristischer Einzelhandelsumsatz in Kitzbühel

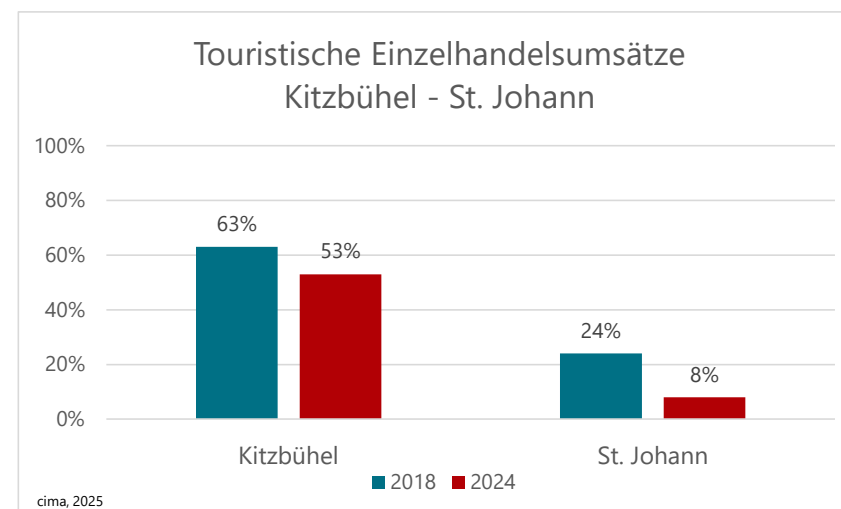
### Anteil des Tourismus an lokalem Handelsumsatz

#### Kitzbühel

|             |             |                   |
|-------------|-------------|-------------------|
| 2018        | 63 %        | 88,0 Mio €        |
| <b>2024</b> | <b>53 %</b> | <b>66,6 Mio €</b> |

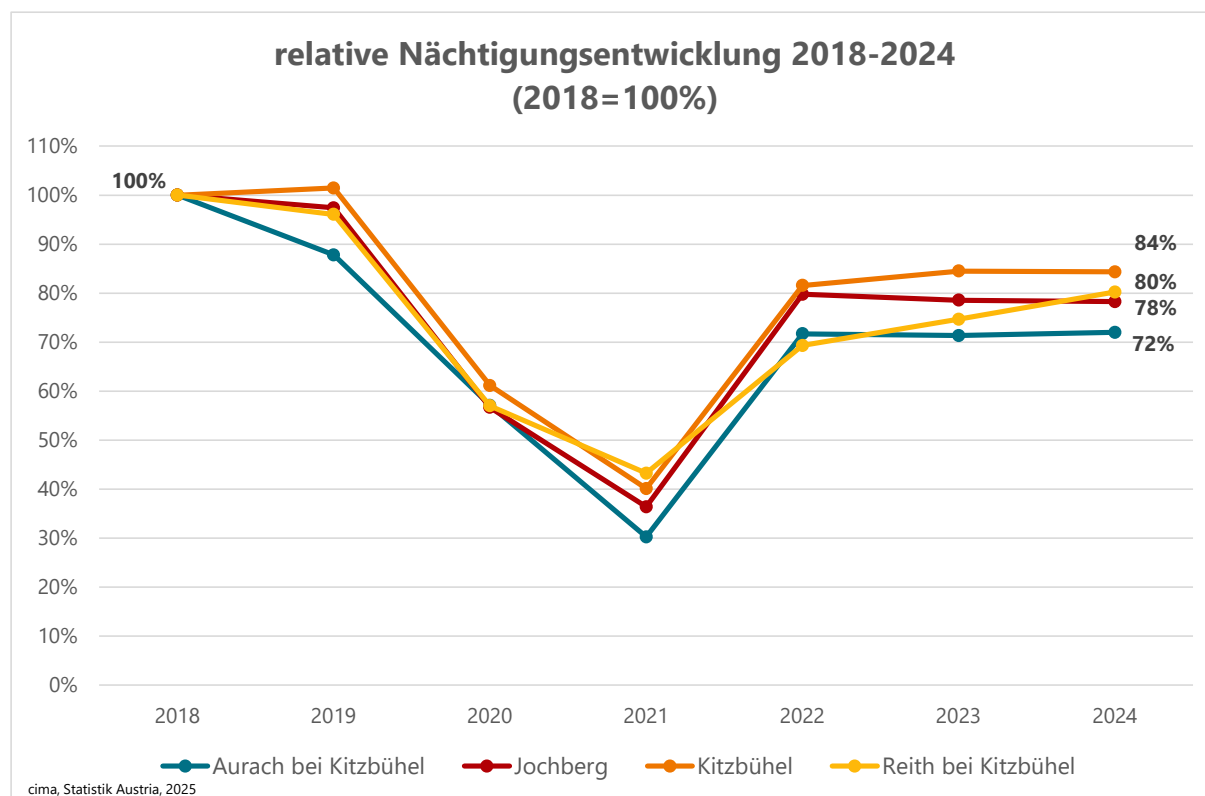
#### St. Johann in Tirol

|             |            |                  |
|-------------|------------|------------------|
| 2018        | 24 %       | 28,3 Mio €       |
| <b>2024</b> | <b>8 %</b> | <b>9,3 Mio €</b> |





## Touristischer Einzelhandelsumsatz in Kitzbühel



### Anteil des Tourismus an lokalem Handelsumsatz

#### Kitzbühel

|      |      |            |
|------|------|------------|
| 2018 | 63 % | 88,0 Mio € |
| 2024 | 53 % | 66,6 Mio € |

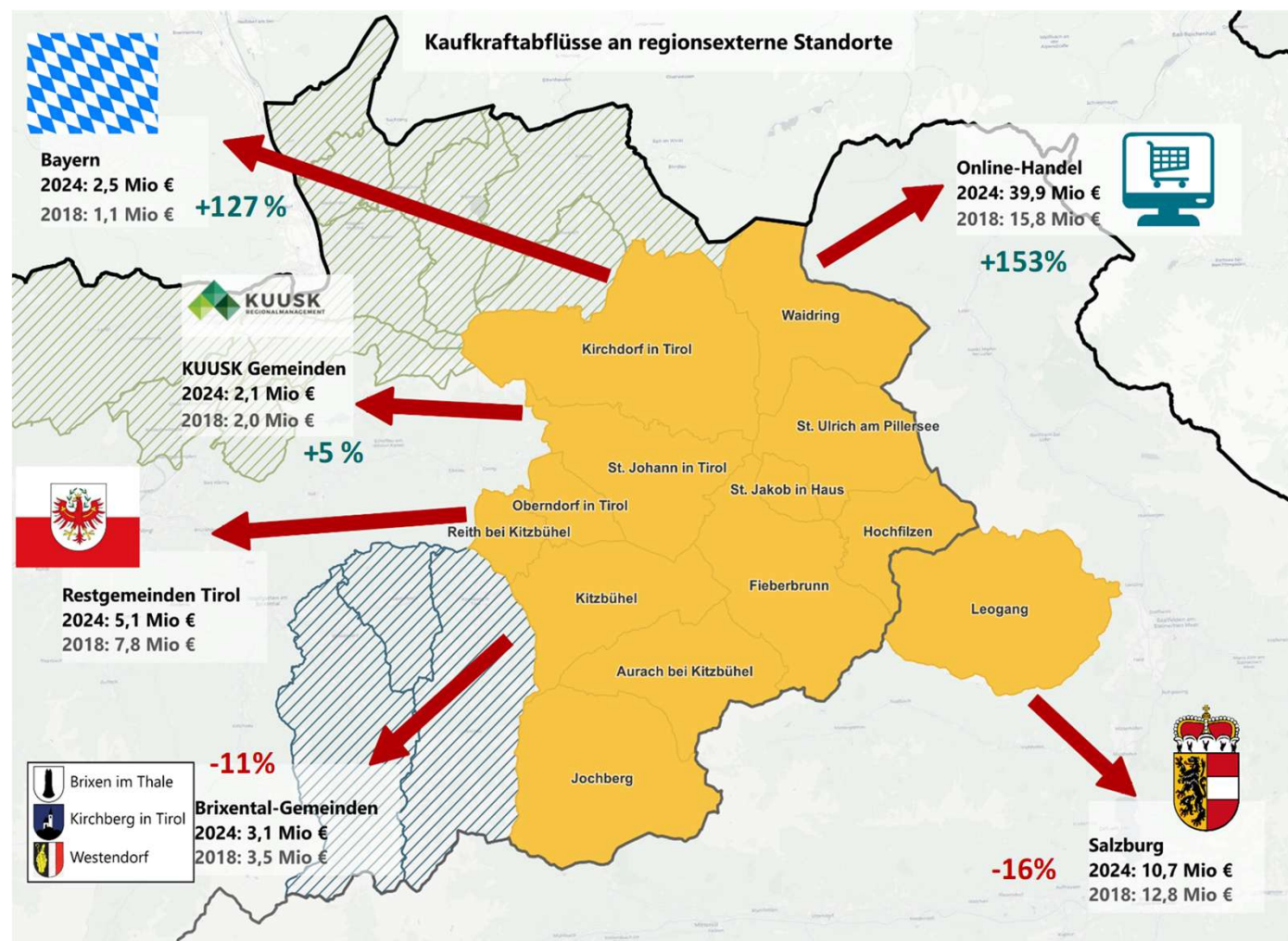
### Nächtigungen

|                    | 2018      | 2024      |
|--------------------|-----------|-----------|
| Regio <sup>3</sup> | 3,96 Mio. | 3,68 Mio. |
| Aurach/Kitzbühel   | 76.647    | 55.197    |
| Jochberg           | 128.250   | 100.429   |
| Kitzbühel          | 824.034   | 695.342   |
| Reith/Kitzbühel    | 140.116   | 112.420   |

Der **eindeutige** Hauptkonkurrent des Regio<sup>3</sup>- sowie Kitzbüheler Handels ist der **Online-Shopping Sektor!**

6

## Kaufkraftabflüsse aus der Regio<sup>3</sup>



### gesamte Abflüsse

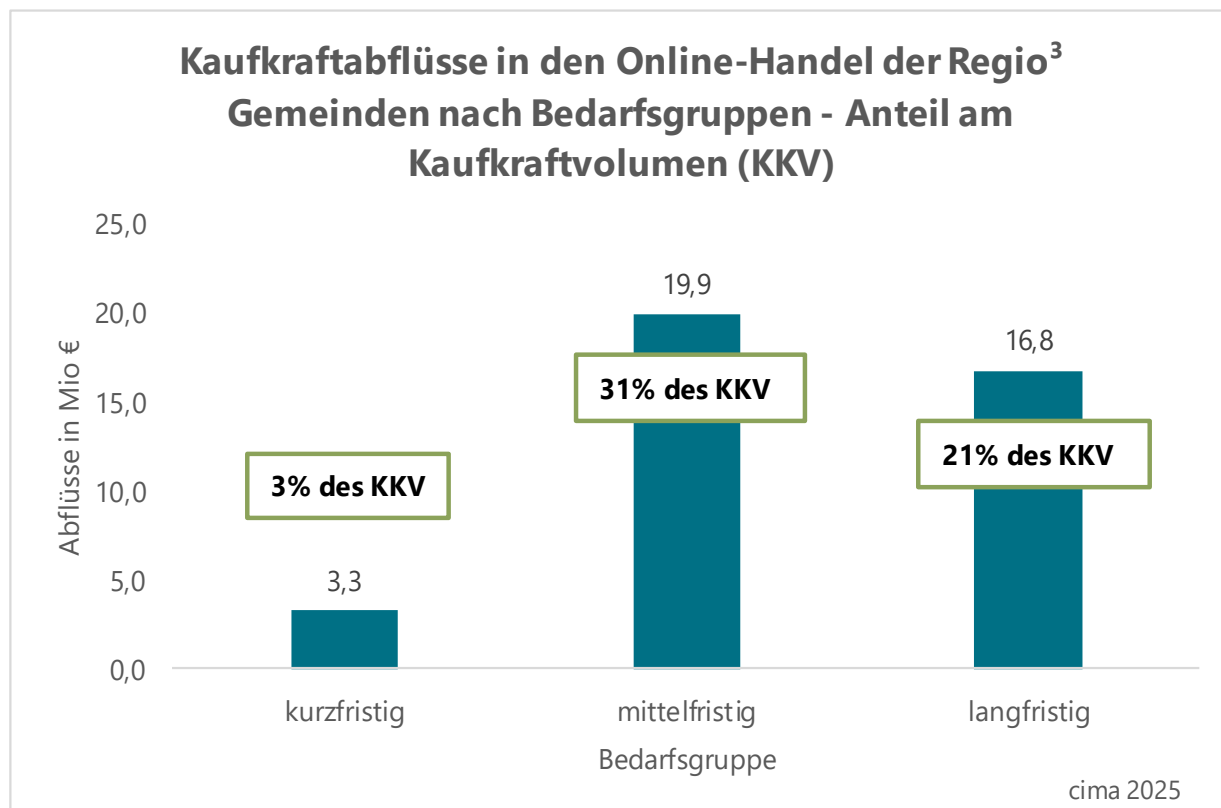
**63,4 Mio €**

25 % des gesamten Kaufkraftvolumens

### wesentliche stationäre Abflussziele – Kitzbühel

|                   |                               |
|-------------------|-------------------------------|
| <b>St. Johann</b> | 11,4 Mio € (9,6 Mio € - 2018) |
| <b>Kirchberg</b>  | 1,7 Mio € (1,6 Mio € - 2018)  |
| <b>Wörgl</b>      | 1,5 Mio € (1,8 Mio € - 2018)  |
| <b>Innsbruck</b>  | 1,1 Mio € (1,0 Mio € - 2018)  |
| <b>Bayern/D</b>   | 1,1 Mio € (0,8 Mio € - 2018)  |

## Kaufkraftabflüsse in den **Online-Sektor**



## gesamte Abflüsse in den Online-Sektor

**Regio3**

**39,9 Mio €**

### **Kitzbühel**

**alle Warengruppen**

**8,2 Mio €**

(3,9 Mio € im Jahr 2018)

**kurzfrist. Waren**

**0,8 Mio €**

(0,1 Mio € im Jahr 2018)

**mittelfrist. Waren**

**4,4 Mio €**

(2,6 Mio € im Jahr 2018)

**langfrist. Waren**

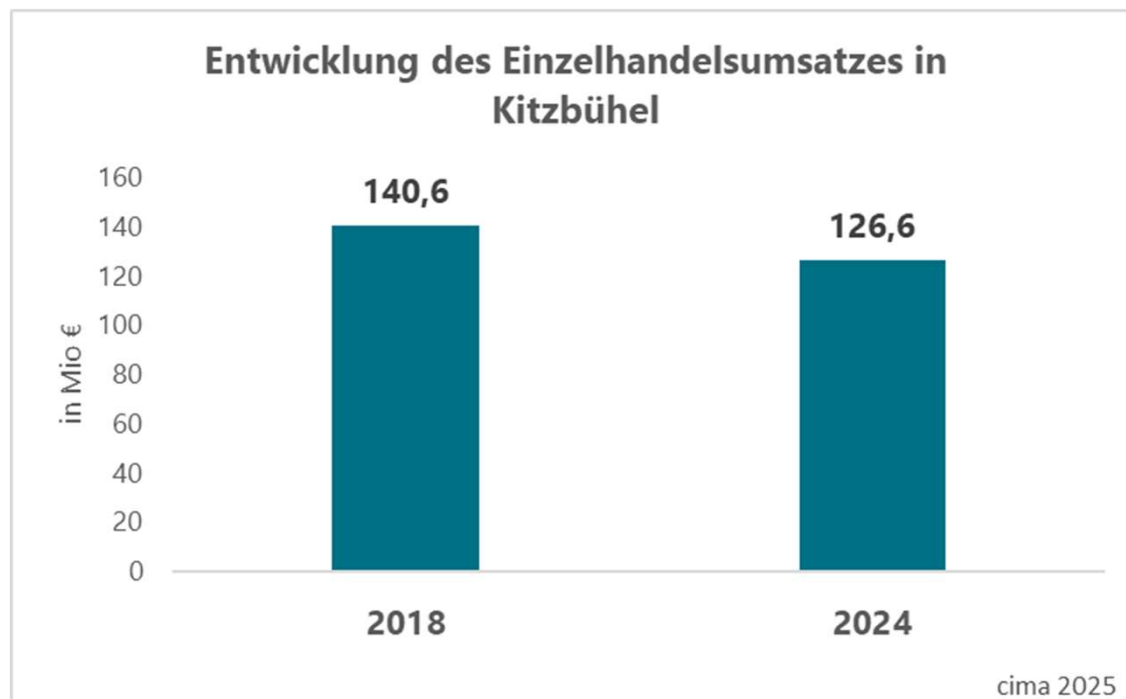
**3,0 Mio €**

(1,2 Mio € im Jahr 2018)

Der **lokale Einzelhandelsumsatz** ist trotz gestiegener Verbrauchsausgaben seit 2018 **gesunken**, bei stadtkernrelevanten Branchen sogar deutlich gesunken!

7

## Einzelhandelsumsatz in Kitzbühel



## Einzelhandelsumsatz nach Bedarfsgruppen

### kurzfrist. Waren

43,8 Mio €      -2% seit 2018

### mittelfrist. Waren

55,2 Mio €      -19% seit 2018

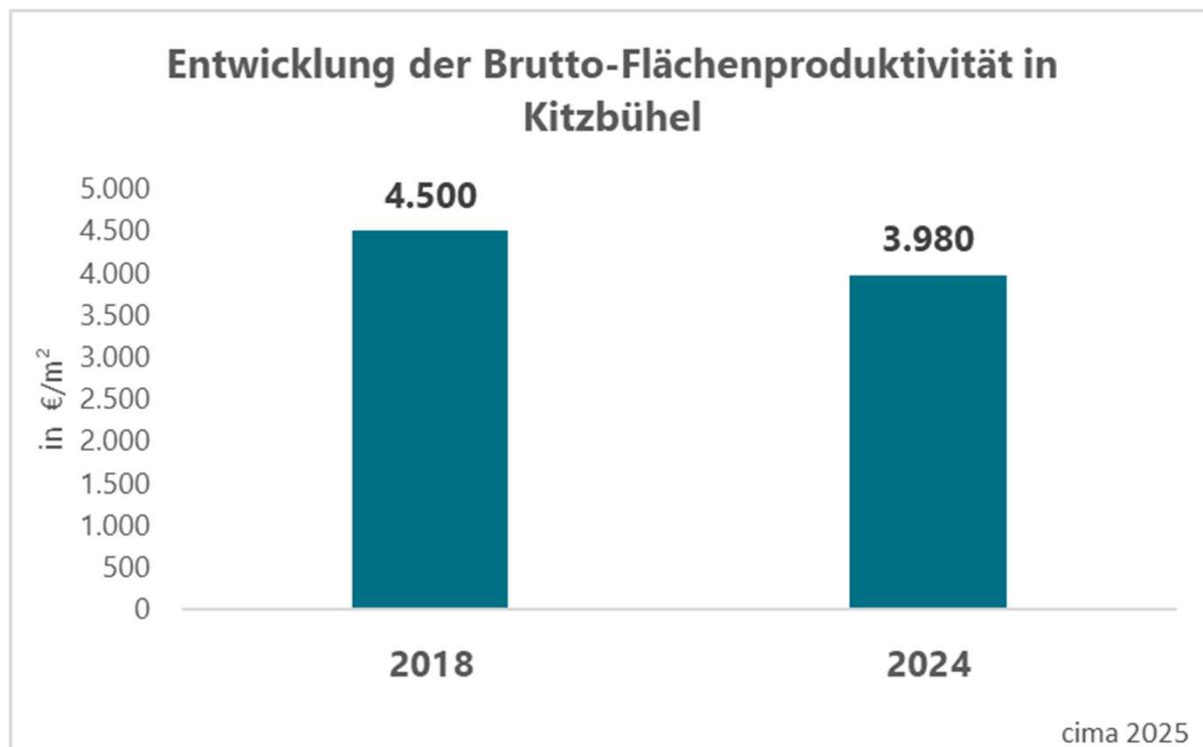
### langfrist. Waren

21,6 Mio €      -2% seit 2018

**Kitzbühels Einzelhandel verliert** im Vergleich zu 2018  
stark an **Produktivität**.

8

## Brutto-Flächenproduktivität in Kitzbühel



## Brutto-Flächenproduktivitäten im Vergleich

Kitzbühel 3.980 €/m²

Regio<sup>3</sup> 3.300 €/m²

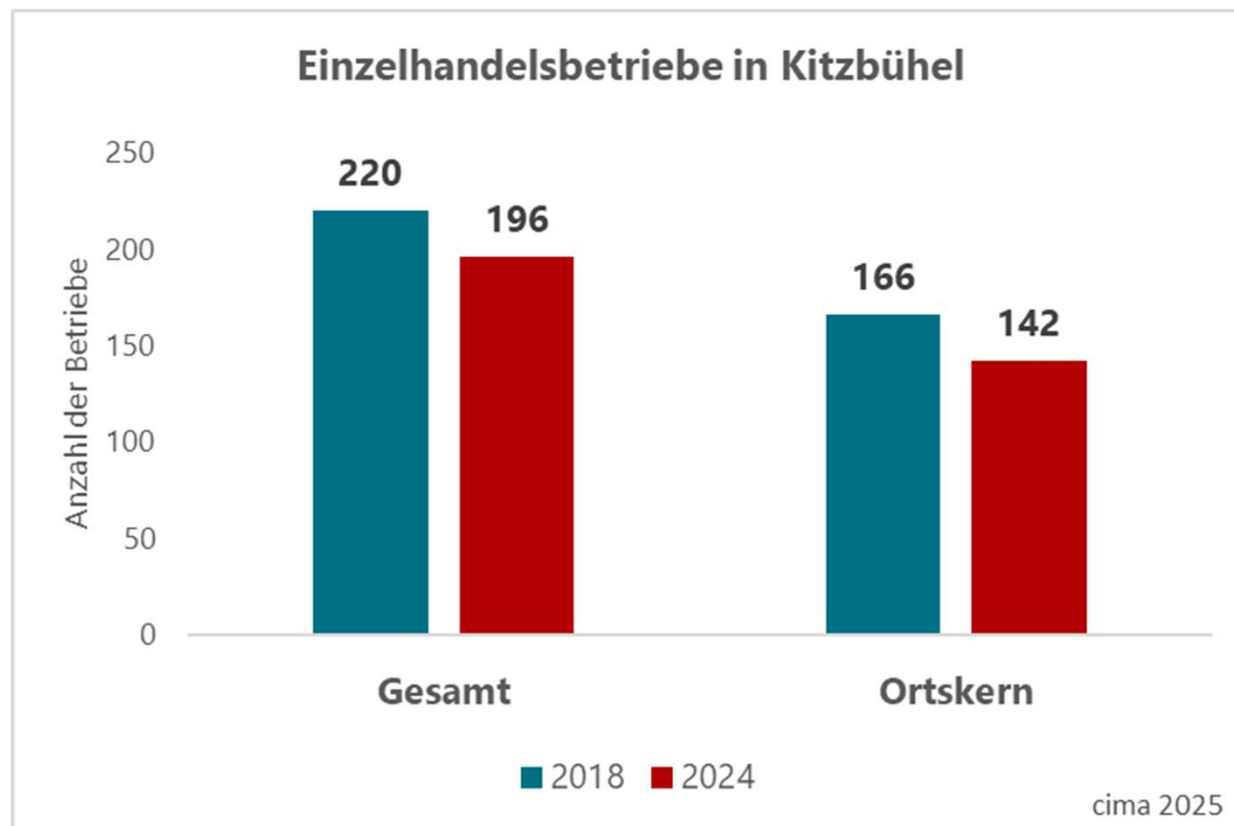
St. Johann 2.980 €/m²



Der Kitzbüheler **Einzelhandel schrumpfte** in den letzten 7 Jahren auch **quantitativ**!

9

## Angebotsstrukturen in Kitzbühel



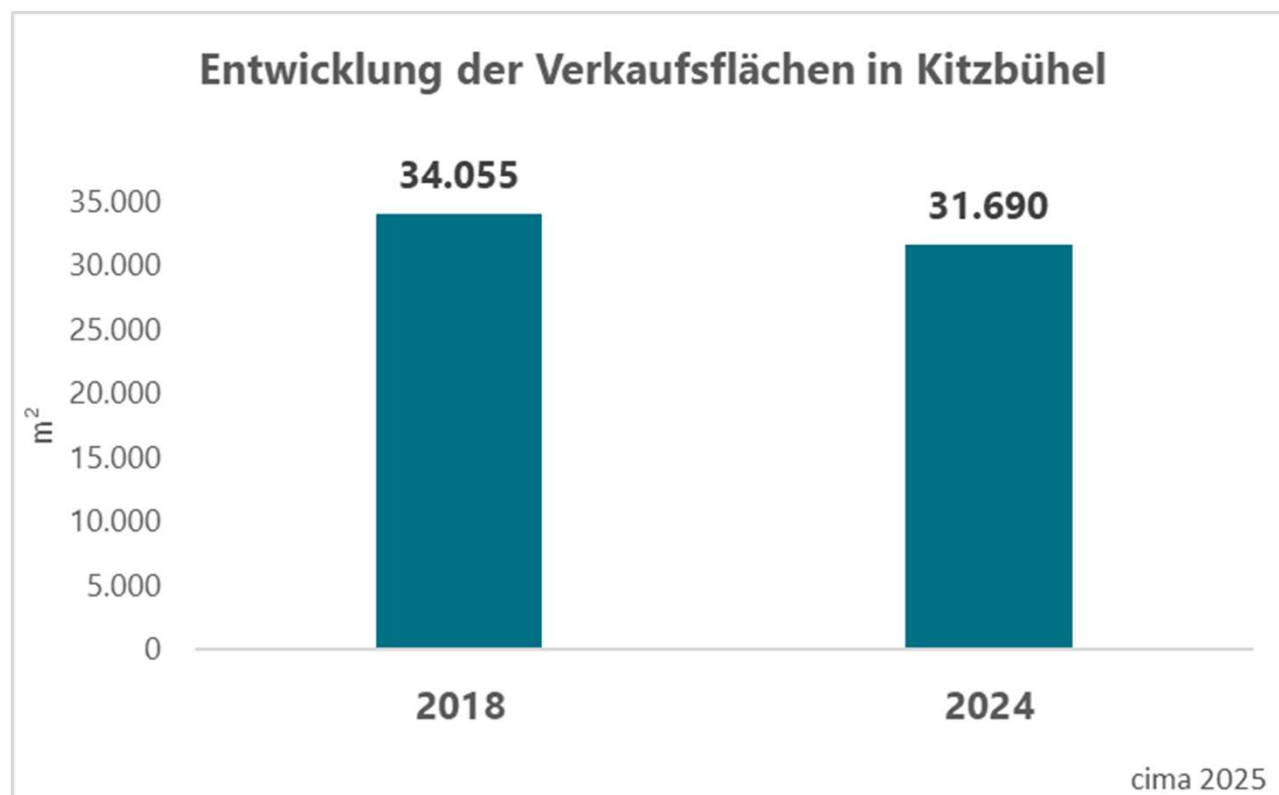
### Entwicklung einzelner Leitbranchen seit 2018

|                          |                    |
|--------------------------|--------------------|
| Baumarktartikel, Eisenw. | 2 (-3 seit 2018)   |
| Bekleidung               | 66 (-12 seit 2018) |
| Bücher/Papier-/Schreibw. | 2 (-1 seit 2018)   |
| Drogerie-/Parfümeriew.   | 6 (keine Veränd.)  |
| Elektrowaren             | 3 (-2 seit 2018)   |
| Glas, Porzellan, Keramik | 1 (-1 seit 2018)   |
| Lebensmittelanbieter     | 23 (keine Veränd.) |
| Schuhe, Lederwaren       | 5 (keine Veränd.)  |
| Sportartikel/-bekleidung | 18 (+1 seit 2018)  |
| Möbel, Heimtextilien     | 13 (keine Veränd.) |
| Uhren/Schmuck            | 7 (keine Veränd.)  |

**Dichte und absolute Verkaufsfläche** des Kitzbüheler Einzelhandels sind als **adäquat** zu beurteilen!

10

## Verkaufsflächen in Kitzbühel



### Verkaufsflächenanteil im Ortskern

|           |      |
|-----------|------|
| Jahr 2018 | 75 % |
| Jahr 2024 | 72 % |

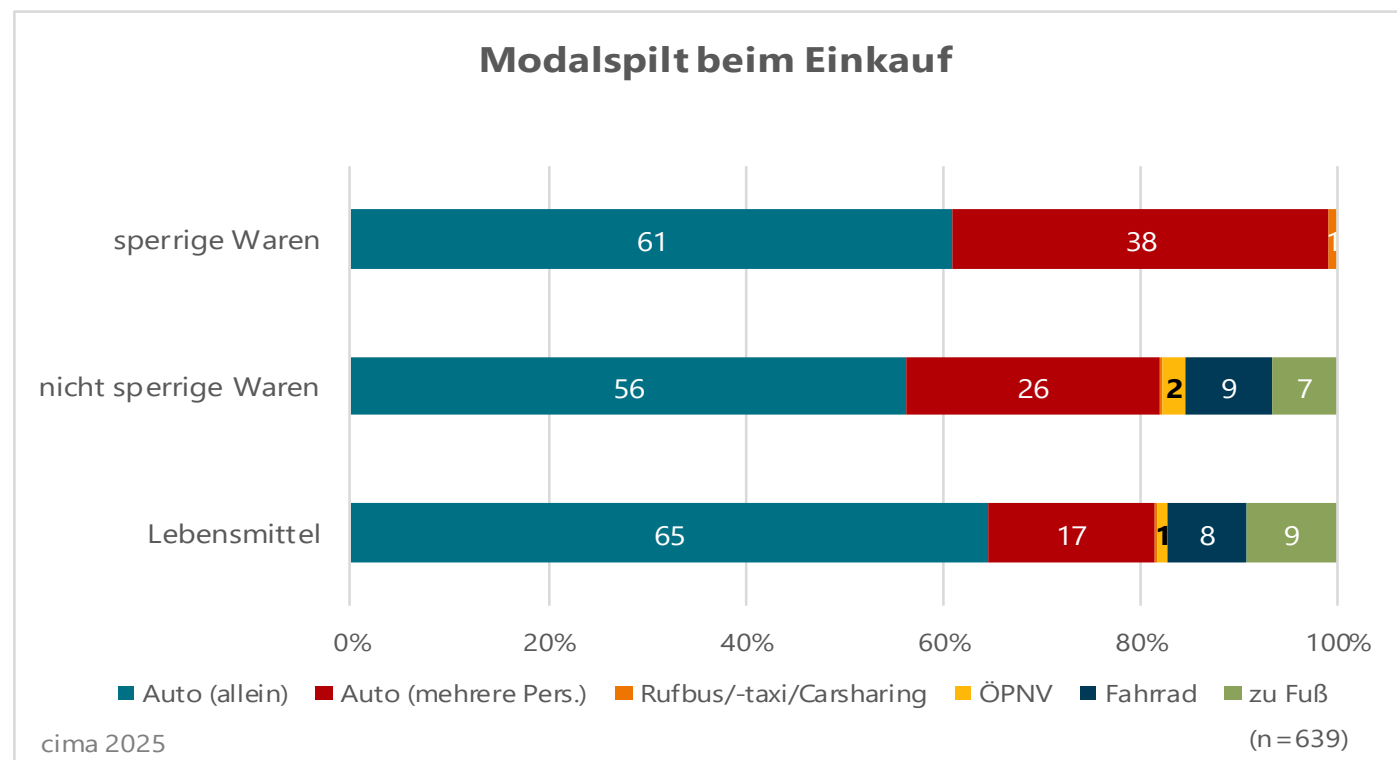
### Verkaufsflächendichte

|           |            |
|-----------|------------|
| Jahr 2018 | 4,1 m²/Ew. |
| Jahr 2024 | 3,8 m²/Ew. |

Der **PKW** ist nach wie vor das mit Abstand beliebteste Verkehrsmittel beim Einkauf von Waren!

11

## Modalsplit beim Einkauf



### Altersspezifische Auswertung beim Lebensmitteleinkauf

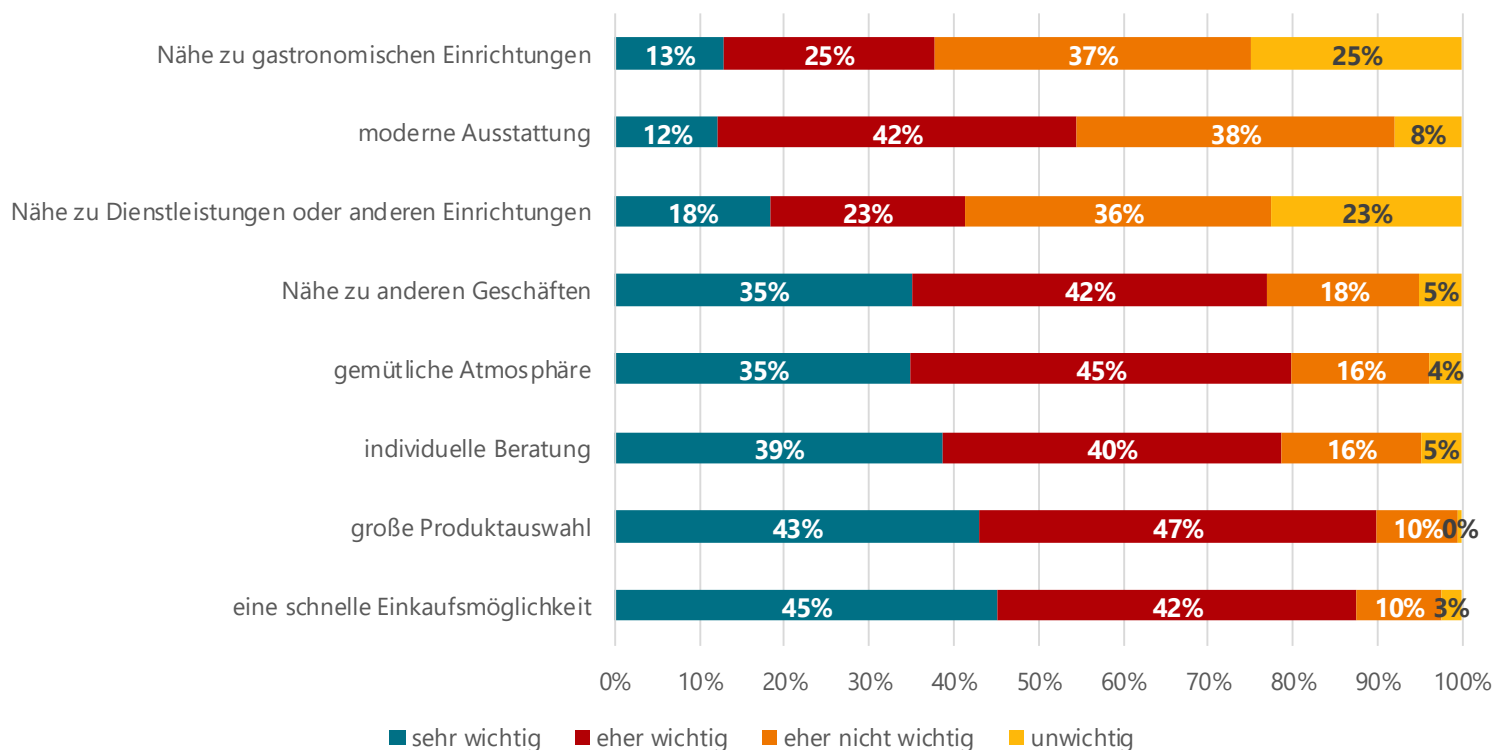
über 60Jährige 17% Fahrrad-Anteil  
 unter 30Jährige 88% PKW-Anteil

Die vor Ort ansässigen Konsument:innen setzen auf „**schnelle Einkaufsmöglichkeiten**“ bei der Wahl des Einkaufsstandorts!

12

## Entscheidungsfaktoren - Einkaufsstandortwahl

### Entscheidungsfaktoren beim Einkauf im lokalen Handel



### Altersspezifische Auswertung Top3-Faktoren

#### unter 30Jährige

1. schnelle Einkaufsmögl. (88%)
2. große Produktauswahl (85%)
3. Nähe zu anderen Läden (84%)

#### 30-59Jährige

1. schnelle Einkaufsmögl. (92%)
2. große Produktauswahl (83%)
3. gemütl. Einkaufsatmosp. (80%)

#### über 60Jährige

1. große Produktauswahl (91%)
2. individuelle Beratung (86%)
3. schnelle Einkaufsmögl. (75%)

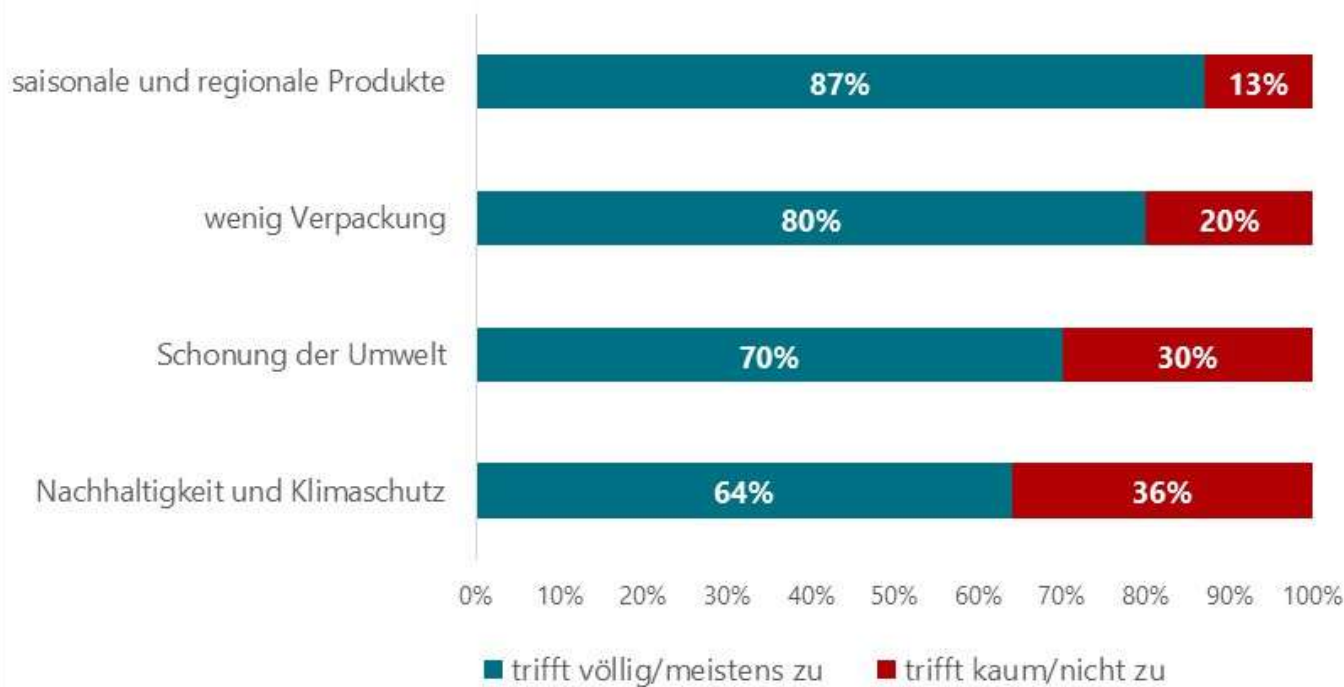


Der „**PREIS**“ ist der entscheidendste Einkaufsfaktor!

13

## Bedeutung ökologischer Einkaufsmotive

### Bedeutung ökologischer Einkaufsmotive aus Konsument:innen-Sicht



### Konkrete Kaufentscheidungs-faktoren aus Konsument:innen-Sicht

- |                            |     |
|----------------------------|-----|
| 1. Preis                   | 65% |
| 2. bekannte/bewährte Marke | 60% |
| 3. Empfehlungen            | 37% |
| 4. Umweltfreundlichkeit    | 29% |
| 5. Testberichte            | 26% |
| 6. Design                  | 19% |
| 7. Bewertungen im Internet | 17% |
| 8. Werbe-Beeinflussung     | 12% |

## 3. Empfehlungen



## **Qualität** als oberste Leitprämisse!

1. Erarbeitung einer **Kitzbüheler Handelsstandort-Strategie** in  
Anlehnung an das **Zukunftsbild der Marke Kitzbühel**

## Qualität als oberste Leitprämisse!

1. Erarbeitung einer **Kitzbüheler Handelsstandort-Strategie** in Anlehnung an das **Zukunftsbild der Marke Kitzbühel**

1.1 **Verdichtung/qualitatives Update** des bestehenden Angebots

1.2 Schaffung **neuer Magnete** wie z.B. einer **Genussmarkthalle**  
Referenzprojekt des „alpinen Genusses“

1.3 Schaffung eines **Kreativ- und Kunsthandwerk-Inkubators**  
für Jungdesigner aus dem Alpe-Adria-Raum

**„Management is doing things right; leadership is doing the right things.“**

**~ Peter F. Drucker**



**Vielen Dank!**