

retail

© McArthurGlen Designer Outlet Parndorf/Stefanie Starz

© McArthurGlen Designer Outlet Parndorf/Stefanie Starz

S+M in den Medien

## Parndorf baut ein neues Dörfchen ins Zentrum

Mit einer Investition von 50 Mio. Euro rüstet Betreiber McArthurGlen sein Vorzeige-Outletcenter auf.



... Von Christian Novacek

Am Anfang – und das war vor 18 Jahren – kamen die Unkenrufe laut, und die Tonart war abfällig. Etwa im Sinne von: „Das geht doch nie!“ Heute spricht Mario Schwann, Center Manager des McArthurGlen Designer Outlet Parndorf, vom Wachstumskurs. Genau genommen vom kräftigen Wachstumskurs, der nicht zum ersten Mal erfolgt: „Voriges Jahr hatten wir elf Prozent Umsatzzuwachs und heuer sind wir, trotz Großbaustelle mittendrin, wieder auf zweistelligem Wachstumskurs“, sagt Schwann mit Blick auf eine 5.500 m<sup>2</sup> große Baustelle zwischen den Shops von Ralph Lauren, Hilfiger, Barbour, Adidas, Boss u.v.m. – wo vorher Parkplätze waren und nachher 25 neue Shops für zusätzliche Frequenz sorgen.

### Geballte Umsatzpower

Bezüglich neuer Mieter und dem tatsächlichen Umsatzgewicht, auf dem die zweistelligen Wachstumsraten beruhen, hält sich Schwann allerdings bedeckt. Letzteres wurde von Standort und Markt in 2014 auf rd. 290 Mio. € gewichtet – könnte also heute durchaus bei 350 Mio. € liegen. Im Ranking von 2014 liegt das Designer Outlet Parndorf auf Platz 7 der heimischen Einkaufszentren, vor dem dez in Innsbruck. Interessant wäre aber jedenfalls die Frage, wo Parndorf liegt, wenn man es als „Einkaufszentrum Parndorf“ betrachtet, spricht: Das Fashion Outlet Center vis a vis des Eigentümers Freeport miteinbezieht?

Pointierterweise schickte das Freeport Fashion Outlet Parndorf einen Tag vor der Baustellenbegehung mit Journalisten im benachbarten Designer Outlet eine Presseinformation aus, wo man sich gleichsam – neben McArthurGlen – als „größtes Outlet Europas und das fünftgrößte der Welt“ betrachtet. Auch das Fashion Outlet baut um und verpasst sich unter dem Thema „Jugendstil“ ein neues Gesicht – kritische Marktbeobachter mögen auch meinen, es nähere sich dem Look des Nachbarn, um mit mehr Homogenität nach außen hin den Kundenstrom besser

### Ihr Kommentar zum Thema

Ihr Kommentar...

abzuzweigen.

### Fünf Millionen Besucher

Abgesehen von der Kosmetik sind es die Parkplätze, die den Besucherstrom von rd. 5 Mio. jährlich (Angabe: McArthurGlen) künftig anschwellen lassen sollen: Deren 750 werden vom Designer Outlet jetzt neu geschaffen. Gut erreichbar sind sie von beiden Outlet-Centers, mithin könnte man von einer klassischen Win-win-Situation sprechen, zumal in der Wahl der Jobmieter die Synergie und weniger die Konkurrenz die Business-Triebfeder sein sollte.

Ganz klar regiert hingegen der Konkurrenzgedanke in Richtung anderer Einkaufszentren. Man geht, so Schwann, durchaus mit Ehrgeiz an die Sache heran und rittert darum, den einen oder anderen Mieter als erster nach Österreich zu bringen – zuletzt erfolgreich bei der Outdoor-Marke Arc'teryx. „Viele Modemarken kommen gern nach Parndorf“, spricht Schwann die Stärke der Marke an sowie den Umstand, dass sich der Standort „von der regionalen zur internationalen“ Bedeutung emporgeschwungen hat. Davon zeugt der Besuchermix, wo besonders Ungarn (15%) und Slowaken weit vorn rangieren.

### Parndorf, Phase V

Insgesamt ist es bereits die fünfte Ausbauphase, die Parndorf derzeit vollführt. Diesmal werden rd. 50 Mio. € investiert, im Frühjahr 2017 soll Phase V abgeschlossen sein. Bisher vier Bauphasen standen bis zum heutigen Zeitpunkt für 150 Mio. € Investition.

Derzeit verfügt das Designer Outlet über 140 Geschäfte und etwa 31.000 m<sup>2</sup> Fläche. „Damit sind wir einfach zu klein, wir müssen größer werden“, meint Schwann unter Bezugnahme auf die Anfrage von „vielen Markenpartnern“. Der schmucke Neubau (inklusive Plaza) wird das Wesen des Centers indes unberührt lassen – es gibt aber einen kleinen Schwenk in Richtung Entertainment, u.a. kommen zwei Mieter aus dem Cateringbereich dazu.