

● News

● Standort + Markt

Shoppingcenter: Trotz Verlusten keine Niederlage

Bei der Präsentation der Shopping-Center-Österreich-Bilanz zeichneten der österreichische Handelsverband und das Beratungsunternehmen Standort + Markt ein verhaltenes Bild: Shoppingmalls und Retail Parks hätten in den vergangenen zwei Jahren zu kämpfen gehabt. Das der Pandemie und dem E-Commerce-Boom geschuldete Ergebnis: Die Shoppingcenter und Retail Parks haben einen Umsatzverlust von insgesamt 1,25 Milliarden Euro seit 2019 verbucht. Genauso viel Verlust wurde 2021 verzeichnet und schlägt sich insgesamt in einem Minus von neun Prozent nieder. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 hat sich die Gesamtzahl der Shoppingcenter gerade einmal um zwei Standorte erhöht. Doch, und so das Fazit für die Retail Parks und Shoppingcenter in Österreich: Keines der Zentren musste aufgrund der Coronaauswirkungen komplett zusperren. Gravierende Auswirkungen seien also (noch) nicht erkennbar, das dürfte insbesondere an langfristigen Mietverträgen und teilweise auch an gewissen staatlichen Entschädigungen liegen.

Die Flächendynamik habe sich schon vor Corona stark eingebremst, was sich in der Pandemie nicht verändert habe. Innovationstreiber werden neue Konzepte, insbesondere im Bereich Freizeit und Gastronomie sein, auch wenn der Trend bis dato noch nicht flächenmäßig feststellbar ist. Eine Zwickmühle für so manchen Eigentümer mittlerer und größerer

Shoppingmalls: die stagnierenden beziehungsweise rückläufigen (Besucher-)Frequenzen bei gleichzeitig schwindenden Einnahmen. Aufgrund der erforderlichen laufenden Weiterentwicklung von Shoppingmalls eine „heikle Angelegenheit“, so die Branchenvertreter, denn es ist eine höhere Attraktivität erforderlich, um Kunden zu halten – dazu müsse allerdings investiert werden. **ao**



Neue Konzepte von Shoppingcentern im Bereich Freizeit und Gastronomie werden künftig noch mehr gefordert sein.

● Interspar

Heimatliebe im Gastro-Bereich

Spar verwendet für alle Interspar-Restaurants ab sofort nur noch Eier, Milch und Fleisch aus österreichischer Herkunft. Für die 80 Gastronomiestandorte – die auch bei Maximarkt zu finden sind – wird garantiert, dass das dort verwendete Rind-, Kalb-, Wild-, Schweine- und Hühnerfleisch zu 100 Prozent aus Österreich stammt. Beim Rinder- und Schweinefleisch ist das bereits seit Längerem der Fall, die servierten Back- und Grillhendl tragen sogar das AMA-Gütesiegel. Ausnahmen im MoPro-Segment bilden besondere Spezialitäten, wie beispielsweise original italienische Pasta, die aus einer Manufaktur nahe Verona stammt, und der dazugehörige Parmesan. **ks**



● MPreis

„Alles Glut“ bei MPreis

Das Tiroler Handelsunternehmen hat eine neue Eigenmarke gelauncht: Unter dem Dach von „Alles Glut“ finden Kunden ein breites Sortiment an Artikeln für das Grillen. Angeboten werden Non-Food-Artikel wie Kohle, Grillhandschuhe und Grillzangen bis hin zu Lebensmitteln wie mariniertem Grillfleisch in verschiedenen Varianten und vegetarischen Schmankerln. Auch Saucen und Gewürze sind in der Range enthalten. Die ersten Produkte mit dem schwarz-weiß-roten Logo sind bereits erhältlich, schrittweise wird die Auswahl nun ausgebaut. Zum Launch wurde auch das Grillmagazin „Glut“ veröffentlicht, das kostenlos in allen MPreis-Filialen erhältlich ist. **ks**