

Presseaussendung

Niederösterreich / Wirtschaft / Handel / Weihnachten / Shopping-Center

Wiener Neustadt, 12. Dezember 2020

3. Advent im FISCHAPARK: Kunden kaufen gezielt und sind gut vorinformiert

Gute Umsätze trotz weniger Besucherfrequenz

Nach einem frequenzmäßig ruhigen Start in die zweite Adventwoche mit einem 8. Dezember, der unter aller Erwartungen blieb, vermelden die Händler im SES-Shopping-Center FISCHAPARK seit der Wochenmitte eine zufriedenstellende Umsatzentwicklung und hohe Durchschnittseinkäufe. Seit Donnerstag nimmt die Frequenz im FISCHAPARK spürbar zu, liegt aber unter der erlaubten Maximalgrenze. Die Erwartungen der Shoppartner an den dritten Adventsamstag sind hoch. Gewinner der Woche sind der Buch- und der Elektrohandel. Die Kundinnen und Kunden suchen gezielt nach Produkten und kaufen. Sie sind vorweihnachtlich gestimmt, genießen den Aufenthalt im festlich geschmückten FISCHAPARK. Laut einer Studie des Linzer market-Instituts hat für 75 Prozent der österreichischen Bevölkerung Weihnachtsdekoration einen bedeutsamen Einfluss auf die persönliche Weihnachtsstimmung.

Die Besucherzahlen der zweiten Adventwoche im FISCHAPARK lagen hinter der gewohnten Vorweihnachtsfrequenz. Umso erfreulicher ist die Rückmeldung der Händler über gute Umsätze und hohe Durchschnittseinkäufe, wobei der Nachholeffekt für die entgangenen Jahresumsätze noch auf sich warten lässt. Die Erwartungen der Händler an den Samstag sind hoch, zumal die Öffnungszeiten bis 19 Uhr es ermöglichen, die Besucherzahlen des Vorjahres am dritten Adventsamstag zu erreichen.

„Die Frequenzen dieser Woche waren gerade zu Wochenbeginn sehr verhalten. Seit Donnerstag ist ein klarer Aufwärtstrend zu erkennen. Natürlich ist 2020 nicht vergleichbar mit den Vorjahren, aber wir bleiben zuversichtlich. Es ist schön, die vorweihnachtliche Stimmung der Menschen zu sehen. Die Kundinnen und Kunden genießen den Aufenthalt in der festlich geschmückten Mall sichtlich, lassen sich einstimmen und haben spürbare Freude wieder einkaufen zu können“, bestätigt Center-Manager Komm.-Rat Christian Stagl.

Weihnachtsdekoration weckt Emotion im stationären Handel

Der FISCHAPARK ist außen wie innen festlich geschmückt, die Weihnachtsdekoration wird von den Kunden sehr positiv aufgenommen. In dieser Saison wird sie daher im FISCHAPARK erst in der ersten Januar-Woche wieder abgebaut, statt bereits Ende Dezember. Auch eine im Auftrag von FISCHAPARK-Betreiber SES durchgeführte repräsentativen Studie des Linzer market-Instituts zeigt, dass für 75 Prozent der österreichischen Bevölkerung Weihnachtsdekoration einen bedeutsamen Einfluss auf die persönliche Weihnachtsstimmung hat und sie fast

im gleichen Ausmaß vermisst werden würde. SES investiert in hochwertige, in Europa produzierte Weihnachtsdekoration und bringt so Kundinnen und Kunden jedes Jahr wieder in Stimmung.

Wochentrend: Winterschuhe statt Balloutfit, Bücher und Elektro als Renner

Der Schuhhandel vermeldet durchwegs eine gute bis sehr gute Woche bei Frequenzen und Umsatz. Winterstiefel liegen im Trend, mangels fehlender Anlässe läuft hingegen der Absatz von Ballschuhen nicht. Der Bereich Elektro liegt laut Händlerrückmeldungen im Schnitt über dem Vorjahr. Besonders stark gefragt ist auch der Buchhandel mit zahlreichen literarischen Neuheiten und quer übers Land mit dem Bestseller „Uhudler-Verschwörung“ von Thomas Stipsits. Je näher das Weihnachtsfest rückt, desto mehr zieht auch der stationäre Spielwarenhandel an, weil die großen ausländischen Onlinehändler viele Produkte nicht mehr rechtzeitig liefern können. Brettspiele für Groß und Klein sind ebenso gefragt wie Puzzles, Tonieboxen und Lego Technik. Im Sporthandel waren diese Woche Skier, Skitouren-Ausrüstung, Langlaufequipment und alles für den Outdoor-Bereich stark nachgefragt. Im Textilhandel ist noch eine Kaufzurückhaltung der Kunden zu bemerken, auch die ersten Abverkäufe laufen schleppend an. Im Trend liegen winterliche Mode, Home- und Loungeware, Markenware sowie hochwertiger Schmuck. Prozentaktionen der Händler im Bereich Schuh- und Parfümeriehandel werden hingegen gut angenommen.

Services und weihnachtliche Promotions

Auch wenn dieses Jahr nicht alle traditionellen weihnachtlichen Aktivitäten in den Centern stattfinden können, bietet der FISCHAPARK zahlreiche Services. Sie reichen von Weihnachtsverkauf mit regionalen Anbietern, bis hin zu traditionellen Verkaufsständen mit weihnachtlicher Ware, die bis Weihnachten gut in der weitläufigen Mall verteilt und von den Kunden sehr gut angenommen werden. Besonders beliebt sind auch Einpack-Services, sowie die Zehner-Werkstatt mit kreativen Verpackungsideen für den beliebten SES-Shopping-Center-Geschenkgutschein.

Zehner-Verkauf zieht an

Der Verkauf des Geschenk-Gutscheins „Der Zehner“, der im FISCHAPARK und in 11 weiteren SES-Centern in Österreich einlösbar ist, zog mit zunehmenden Besucherzahlen nach dem Lockdown merklich an, sowohl bei Firmenkunden als auch an der Center-Info.

FISCHAPARK Wiener Neustadt – Shopping, wie du es liebst!

Der FISCHAPARK Wiener Neustadt wird von SES Spar European Shopping Centers gemanagt. Aktuell betreibt das Unternehmen 29 Shopping-Standorte in Zentral-, Süd- und Osteuropa mit über 1.800 Shoppartnern auf einer verpachtbaren Fläche (GLA) von mehr als 820.000 Quadratmetern. SES ist im Geschäftsfeld großflächige Shopping-Center Marktführer in Österreich und in Slowenien. 2019 erwirtschafteten die Pächter an den SES-Standorten einen Bruttoverkaufsumsatz von 2,83 Milliarden Euro. 112 Millionen Menschen besuchten die Center im Vorjahr. Das Know-how im Bereich Projektentwicklung, Baumanagement, Verpachtung von Shopflächen, Center- und Facility-Management bietet SES von Beginn an auch als Dienstleistung für externe Eigentümer von Shopping-Malls an. SES-Center wurden bereits mehrfach für Architektur und Design, Nachhaltigkeit, Verkehrskonzeption und innovatives Marketing national und international ausgezeichnet. SES gehört zur SPAR Österreich Gruppe.

Weitere Informationen unter: www.fischapark.at und www.ses-european.com

Folgende internationale Preise hat der FISCHAPARK erhalten:

2009: ICSC Solal Marketing Award

2016: Austrian Event Award

Bildmaterial (honorarfrei):

- Bild 1: FISCHAPARK Shopping-Impressionen (© Der Fritz)
- Bild 2: Weihnachtsdekoration im FISCHAPARK (© Der Fritz)

Weitere Auskünfte CENTER:

Christian Stagl
Center-Manager
FISCHAPARK Shopping Center GmbH
Tel. +43 (0) 2622 / 25 101
christian.stagl@fischapark.at