



Presseaussendung

Österreich / Wirtschaft / Studie / Handel / Shopping-Center

Wiener Neustadt, 11. November 2020

SES-Studie: Stationärer Handel wesentlicher Faktor für heimische Arbeitsplätze

Einkaufen im Laden bleibt hoch im Kurs

Die Vorweihnachtszeit ist für den Handel die umsatzstärkste Zeit im Jahr. Nach dem Corona-bedingten Ausfall der Frühjahressaison setzt der stationäre Handel mit seinen Hunderttausenden Arbeitsplätzen umso mehr auf die kommenden Wochen bis Weihnachten. In einer repräsentativen Umfrage des Linzer Market-Instituts hat FISCHAPARK-Betreiber SES Spar European Shopping Centers die Einstellung von Herrn und Frau Österreicher zum stationären Handel erheben lassen. Das wichtigste Ergebnis: Für den weitaus größten Teil der österreichischen Bevölkerung weist der stationäre Handel eine hohe Wichtigkeit auf. Der negative Einfluss von multinationalen Online-Handelsplattformen, verbunden mit dem Verlust von Arbeitsplätzen, Kaufkraftabfluss und negativen Veränderungen des Stadtbilds rückt immer mehr ins Bewusstsein.

Eine jüngst vom Linzer Market-Institut im Auftrag von FISCHAPARK-Betreiber SES Spar European Shopping Centers österreichweit durchgeführte Studie mit 1.000 Befragten belegt die enorme Bedeutung des stationären Handels in unserem Land: Für 65 Prozent wird der stationäre Handel als wichtig und vor allem als wesentlicher Arbeitgeber und Steuerzahler gesehen. Sauberkeit, Sicherheit, Parkplätze, Shopmix und Inspiration sowie die persönliche Beratung sind jene Faktoren, die Österreichs Konsumentinnen und Konsumenten am stationären Handel darüber hinaus besonders schätzen.

Bewusstsein für negative Auswirkungen des Online-Handels auf persönliches Umfeld ist groß

Vier von fünf Österreicherinnen und Österreichern schätzen die Folgen des Einkaufens auf Online-Plattformen vor allem hinsichtlich des Verlusts von Arbeitsplätzen und des Kaufkraftabflusses als problematisch ein. 40 Prozent der Befragten sind sogar selbst oder in ihrem unmittelbaren persönlichen Umfeld davon betroffen, dass durch eine Schwächung des stationären Handels und die Stärkung des Online-Handels Arbeitsplätze verloren gehen.

Ebenso vier von fünf Befragten sehen in der Schwächung des stationären Einzelhandels in Einkaufsstrassen und Shopping-Centern und der damit verbundenen Veränderung des zukünftigen Stadt- und Straßenbildes eine negative Entwicklung.

Knapp Dreiviertel der Befragten ist das geringere Steueraufkommen großer ausländischer Onlineplattformen in Österreich bekannt. 90 Prozent sehen dies als problematisch an. Auch schlechte Arbeitsbedingungen und die klimaschädlichen Pakettransporte in diesem Bereich sind vielen Konsumentinnen und Konsumenten ein Dorn im Auge.

„Die bevorstehende Weihnachtszeit ist für den stationären Handel dieses Jahr mehr denn je von besonderer Bedeutung. Unsere Händler und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im FISCHAPARK sind bestens vorbereitet und hoch motiviert“, reflektiert FISCHAPARK-Center-Manager Christian Stagl die aktuelle Situation. „Die persönliche Beratung und die Möglichkeit, das Gekaufte gleich mitzunehmen - das kann nur der stationäre Handel! Umso mehr ist das Studienergebnis auch für alle, die im stationären Handel arbeiten, eine große Motivation, denn ihre Arbeitsleistung wird nach Auskunft der Befragten als wichtiger Beitrag erkannt und wertgeschätzt.“

Krisen-Zeiten verstärken solidarisches Bewusstsein

„Das Ergebnis dieser repräsentativen Umfrage bestätigt unsere persönlichen Erfahrungen in unseren Shopping-Centern,“ erklärt dazu Marcus Wild, Vorsitzender der Geschäftsführung von SES Spar European Shopping Centers. „Auch wenn die Bewegungsfreiheit in der Corona-Krise manchmal eingeschränkt ist, gibt es doch bei vielen Konsumentinnen und Konsumenten das Bewusstsein, dass der Einkauf im stationären Handel nicht nur mit guter Beratung und – vor allem in der Weihnachtszeit – mit einem schönen Käuferlebnis verbunden ist, sondern auch Arbeitsplätze gesichert und die Kaufkraft im Land gestärkt wird. Diese Verbundenheit und Solidarität sowie der frühe Start der Weihnachtseinkäufe in unseren Malls sind trotz aller verbleibenden Unsicherheiten ein positives Signal, das uns vorsichtig optimistisch stimmt.“ Rund 10 Prozent der Befragten gaben laut der aktuellen Studie an, heuer bereits im September oder noch früher mit den Weihnachtseinkäufen begonnen zu haben.

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: Bild1_FISCHAPARK Mall_Copyright DerFritz

© Der Fritz

Bildtext 1: Auch die Besucher im FISCHAPARK schätzen die Vorzüge der lokalen Einkaufsmöglichkeit sehr.

Bild 2: Bild2_Shoppen-im-stationaeren-Handel_Copyright SES Wildbild

© SES/wildbild

Bildtext 2: Shopping im stationären Handel bleibt weiterhin beliebt.

Weitere Auskünfte FISCHAPARK:

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

Weitere Auskünfte SES:

Claudia Streitwieser-Schinagl
SES Spar European Shopping Centers
Head of Public Relations
Söllheimer Straße 4, 5020 Salzburg
Tel.: 0662 / 4471-7110 oder 0664 / 265 04 50
E-Mail: presse@ses-european.com