



fen Schwechat ist es ebenso die Griffweite des Flughafens Bratislava, die hier allein 2017 rund je ein Drittel mehr Gäste aus China und Russland sowie ein Fünftel mehr Besucher aus Korea anspült.

Facts & Figures

Expansiv

Im Geschäftsjahr 2017/18 zogen die Umsätze gegenüber dem Jahr davor um 11% an, flächenbereinigt war das ein Zuwachs von 7%. Die Zahl der Besucher stieg um rund 9% auf 5,7 Mio. an, zu einem Viertel Touristen.

Highlights

Bei den Besuchern waren im vergangenen Jahr besonders die Kategorien Schuhe (+9,4%), Sportbekleidung (+8,4%) und Casualwear (+17,2%) gefragt.

Starke Zuwächse verzeichnen man auch bei Besuchergruppen aus Indien, Israel und der Ukraine. „Der internationale Markenmix findet auch bei Besuchern aus dem Ausland großen Anklang“, sagt Schwann.

Mit der Erweiterung im Jahr 2011 und dem Einzug zahlreicher internationaler Brands habe das Geschäft mit Touristen so richtig angezogen; Henrik Madsen, Managing Director Northern Europe, ergänzt: „Durch den überzeugenden Markenmix, die optimale Lage im Dreiländereck, ständige Weiterentwicklung und Entertainment- und Service-Highlights ist es uns gelungen, eines der beliebtesten Designer Outlets Zentraleuropas zu etablieren. Mit höchsten Standards gehen wir weiter in Richtung Europas größter Auswahl an Luxus-, Lifestyle- und Designermarken im Outlet-Sektor und sind Anziehungspunkt für Besucher aus aller Welt.“

Fashion & Entertainment

Vor einem Jahr erweiterte das Center in Parndorf die Verkaufsfläche um 5.500 m² und investierte rund 50 Mio. € in den Ausbau. Damit verbunden war auch eine kleine, aber feine Neugewichtung in der Strategie: Das Entertainment wird nun mehr betont – zum einen über die Gastronomie, die in den Anfangstagen eher spärlich gesät war und nun sowohl mit internationalen (Starbucks) als auch nationalen Größen (Meinl) aufwartet.

Ein Online-Outlet zu betreiben, sei eben schwierig, räumt Madsen ein. „Man wird immer irgendwo was Billigeres finden.“ Da Ware aus der Vorsaison angeboten wird, seien zudem nicht immer alle Größen verfügbar. Punkten müsse man

”

Rund um das McArthurGlen Designer Outlet Parndorf hat sich einer der größten und erfolgreichsten Wirtschaftsstandorte Österreichs entwickelt.

Mario Schwann
Center Manager
FOC Parndorf

“

daher mit Erlebnissen und Services wie Late-Night-Shopping, Musikevents, VIP Lounges, Einkaufshilfen usw. – derzeit hält man bei drei Late-Night-Shoppings pro Jahr, die dermaßen erfolgreich seien, dass man, so Madsen, „das Konzept weiterverfolgen muss“.

Bequemer Shuttle-Service

Die meisten Besucher in Parndorf kommen immer noch aus Österreich, dabei wiederum die meisten aus Wien, gefolgt von Niederösterreich und dem Burgenland. Gern mit dem Auto zum Shoppen nach Parndorf fahren außerdem viele Slowaken und Ungarn. Aber auch der Shuttle-Service zwischen Wien Oper und Parndorf wird zusehends

genutzt: Insgesamt sind es über 70.000 Besucher pro Jahr, die mit dem Shuttlebus ins Center kommen.

Die prinzipielle Ausrichtung, zumeist hochwertige Marken mit 30 bis 70% zu rabattieren, hat nach wie vor eine hohe Anziehungskraft. Dieses Erfolgsschema wird keinesfalls verwässert, Vollpreis-Shops kommen für Schwann nicht infrage.

McArthurGlen betreibt in Summe 24 Outletcenter in Europa und Kanada. Zusammen machen sie Umsätze von zuletzt 4,3 Mrd. €. Abgesehen von Parndorf (1.800 Mitarbeiter) betreibt das Unternehmen in Österreich das Outletcenter Salzburg (800 Mitarbeiter) – dieses hat sich, so Madsen, im Vorjahr in der Frequenz sogar stärker (prozentuell) gesteigert als Parndorf, Grund dafür seien stetig mehr und größere Stores.

Potenzial für ein weiteres Center sieht Madsen in Österreich derzeit nicht; eine Digitalisierungsoffensive stünde aber bevor.



Mario Schwann, Center Manager McArthurGlen Designer Outlet Parndorf: „Mehr als die Hälfte der Besucher kommt nach wie vor aus Österreich.“