Badener Zeitung
WIRTSCHAFT 5. Mai 2011

Fußgängerzone: „Ramschläden mit hässlichen Plastiktaschen“

Handelsexperten beraten Kaufleute über Verbesserungspotenzial

Der Präsident des Rotaryclubs Rechtsanwalt Christian Falkner (2.v.l.) und der Badener Wirtschaftsclub mit Carmen Jeitler (4.v.l.) luden zu Wirtschaftsgesprächen ins Haus der Kunst. Das „Who is Who“ der Badener Wirtschaft diskutierte dabei mit den eingeladenen Ökonomen LAbg. Fritz Aichinger (5.v.l.) und dem WU-Univ. Prof. Peter Schnedlitz (3.v.l.) *Foto: Markus Freilinger*

Zwei Handelsexperten gaben im Rahmen von Wirtschaftsgesprächen Tipps, wie Betriebe mehr aus der Einkaufsstadt Baden machen können und konkurrenzfähiger werden.

„Was macht Städte und auch ein Einkaufszentrum (EKZ) erfolgreich?“, fragt der Handelsforscher von der WU-Wien Peter Schnedlitz bei den jüngsten Badener Wirtschaftsgesprächen. „Der Aglomerationseffekt und der Innovationsgrad“, gibt der Universitätsprofessor selbst die Antwort. „Genau hier muss Baden ansetzen und in jugendorientierte Betriebstypen investieren“, rüttelt er Badens Kaufleute wach. Auch der zweite Gastredner, der Wiener Landtagsabgeordnete und Obmann der Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Fritz Aichinger insistiert: „Sie müssen etwas Neues bieten. Und Sie müssen gemeinsam kooperieren. Denn eines steht fest. Wo Tauben sind, fliegen Tauben hin.“ Die beiden Experten warnen davor, in Lethargie zu verfallen und damit Gefahr zu laufen Waren anzubieten, die niemand mehr wünscht.

Als eine Geschäftsfrau nachfragt wie man erfährt, welche Waren gewünscht werden und welche nicht, empfiehlt Aichinger: „Fahren Sie auf Messen. Und wenn das nicht möglich ist, nutzen Sie das Internet. Auch dort lassen sich viele Trends ablesen.“

Hart ins Gericht mit der Geschäftswelt in Baden geht an diesem Abend der Chef des Reiseanbieters Mondial Rudolf Kadanka. „Es gibt viele Wohlhabende in der Stadt. Wenn sie in Baden einkaufen gehen, finden sie in der Fußgängerzone Ramschläden, die hässliche Plastiktaschen ausstellen.“ Auch bei den vielen russischen Gästen, die sein Reisebüro nach Baden bringt, muss er immer wieder beobachten, dass sie voll bepackt mit teuren Waren aus Wien in ihre Badener Urlaubsquartiere zurückkehren. Kadanka bringt auch nochmal die Sonntgsöffnung in Erinnerung und warnt, wie viele Touristen sonntags nach Pressburg einkaufen fahren.

Einig sind sich die Geschäftsleute und die beiden Referenten, dass Baden dringend größere Verkaufsflächen benötigte. Besonders sehr kleine Geschäfte kamen in den letzten Jahren mehr und mehr unter Druck.

Aichinger berichtet auch, dass Fußgängerzonen zunehmend unattraktiv werden und führt als Beispiel die Wiener Favoritenstraße an. Das veranlasste Christian Prokopp die Abschaffung der Fußgängerzone in der unteren Wassergasse zu fordern.

Carmen Jeitler rät sein Geschäft „emotional aufzuladen“: „In Baden geht das, weil die Eigentümer persönlich für die Kunden da sind.

Markus Freilinger