Einkaufszentrum. Zwei Jahre lang wurde gebaut. Morgen, Donnerstag, eröffnet die neue SCS in Vösendorf: mit freundlichem Design, internationalen Ketten - dafür ohne Betriebskindergarten.

SCS neu: Und plötzlich war es hell

VON KARIN SCHUH

Wien. Ganz ist er noch nicht verschwunden, der diskrete Charme der 1970er-Jahre. Wer bei der soeben umgestalteten Shopping City Süd (SCS) in Vösendorf wissen will, wie das größte Einkaufszentrum Österreichs – je nach Berechnungsmethode manchmal sogar Europas – einst ausgesehen hat, braucht nur durch den Eingang mit der Nummer sechs zu treten. Und schon wird es dunkel. Gut, es wird teilweise noch gebaut, die offizielle Eröffnung ist erst für Donnerstag geplant. Der alte Bodenbelag und die düstere Beleuchtung werden sich bis dahin aber wohl nicht mehr ändern.

Wer aber – von der Badner Bahn aus gesehen – ein Stückchen weiter rechts das Einkaufszentrum betritt, das sich jetzt „shopping mal" nennt, merkt gleich, dass einiges neu ist. Der Eingang Nummer fünf ist jetzt kein eckiger Block mehr, sondern wesentlich größer und höher. Der Boden im Inneren ist strahlend weiß, die Beleuchtung stark und die Musik leise. Ein Stück weiter gab es früher einen Informationsschalter – hier findet sich heute eine Rezeption mit Handyaufladestation. Und der dahinter liegende, wenig ansehnliche „Parade Platz" wurde begrünt und heißt jetzt „Garden Plaza".

Der einstige „Parade Platz" der SCS heißt jetzt „Garden Plaza" und beherbergt eine Saftbar. [Clemens Fabry]

Umbau um 150 Millionen Euro

Zwei Jahre lang wurde in der Shopping City Süd gebaut, rund 150 Millionen Euro hat die Umgestaltung gekostet. Die französische Immobilienfirma Unibail Rodamco, die seit 2007 hinter der SCS steht, erwartet sich durch das neue Design gut 1,3 Millionen Besucher mehr, wie Center-Manager Anton Cech dem Magazin „Format" verriet. 22,3 Millionen Menschen besuchen derzeit jährlich die SCS mit ihren rund 330 Shops.

Dringend notwendig war die Umgestaltung allemal. Das Prinzip, einen Shop nach dem anderen unter einem Dach zu vereinen, hat vielleicht noch in den 1970er-Jahren funktioniert – eröffnet wurde die SCS 1976. Spätestens in den 1990ern war es in der „Shopping", wie das Einkaufszentrum von seinen Besuchern genannt wird, dann aber ein bisschen finster – und das nicht nur der fehlenden Fenster wegen. Da kursierten etwa wilde Geschichten, dass Organdiebe dort ihr Unwesen treiben und bei den versteckten WC-Anlagen auf Kinder lauerten. Und an so mancher Imbissbude kam es zu später Stunde gar zu Schlägereien.

„Für ein Einkaufszentrum ist auch das Publikum wichtig", sagt Peter Schnedlitz, Vorstand des Instituts für Handel & Marketing an der WU Wien. „Die SCS ist da ein bisschen abgerutscht." Er geht davon aus, dass die Neugestaltung jedenfalls einen „gewaltigen Umsatzschub" mit sich bringe.

Zumindest optisch hat man die Probleme von einst in den Griff bekommen. Die Dächer wurden mit Fenstern versehen, das LED-Licht vermittelt ein Gefühl von Sicherheit. Und dort, wo einst vor allem einsame Herren ihr Bier tranken, findet sich jetzt ein „Crêpes de Paris"-Stand.

Trachten statt Beate Uhse

Neben den neu gestalteten Plätzen sind kleine Inseln mit Sitzgelegenheiten verteilt. Eigene „Männerzonen" mit großen Bildschirmen, die „Sport live und hautnah" versprechen, sind – wie ein Lokalaugenschein zeigte – gut besucht, wenn auch vor allem von Kindern und jungen Müttern. Der einstige Beate-Uhse-Shop im Obergeschoß hat einem Geschäft für Trachtenmoden Platz gemacht. Bei den Sitzinseln liegt nicht nur das „SCS Shopping"-Magazin auf, sondern auch das „Biber"-Magazin. Im Dezember eröffnen zugkräftige neue Shops wie Primark oder Michael Kors. Nur für einen war offenbar kein Platz mehr. Der Betriebskindergarten musste diesen August schließen. Nach längerer Diskussion war die SCS nicht mehr bereit, die jährlichen Betriebskosten von 40.000 Euro zu zahlen.

NACHRICHTEN

Wien: Juwelier am Kohlmarkt überfallen

Der Nobeljuwelier Schullin am Wiener Kohlmarkt wurde Dienstagmittag von zwei Männern überfallen. Die bewaffneten Räuber konnten mit der Beute flüchten – etwas Schmuck und das Handy eines Fahrradboten, der gerade im Geschäft war. Verletzt wurde niemand.

Linz: ÖBB wollen Brücke nicht erhalten

Die ÖBB wollen die Erhaltungsarbeiten an der baufällige Linzer Eisenbahnbrücke einstellen. Ab Mitte 2014 dürfen keine Busse mehr fahren – die Linz Linien dürfte das rund 620.000 Euro pro Jahr kosten. Zudem droht die Sperre für den Pkw-Verkehr.

Mödling: Schnee sorgte für Probleme auf A21

Heftiger Schneefall führte am Dienstag auf der Wiener Außenringautobahn (A21) zu Verkehrsproblemen. Bei Brunn am Gebirge blieben mehrere Lkw hängen. Zudem sorgte ein Auffahrunfall bei Hochstraß für einen kilometerlangen Stau.

Schwechat: Auf Fazekas folgt Frauenberger

Schwechats neuer Bürgermeister heißt Gerhard Frauenberger (SPÖ). Er folgt auf Hannes Fazekas, der über das finanziell angeschlagene Veranstaltungszentrum Multiversum stolperte.

Der Dorfplatz der Großstadtkinder

Lifestyle. Die SES-Shoppingcenter waren hierzulande die ersten, die bei großen Einkaufszentren auf gehobene Ästhetik und Wohlfühlfaktor setzten.

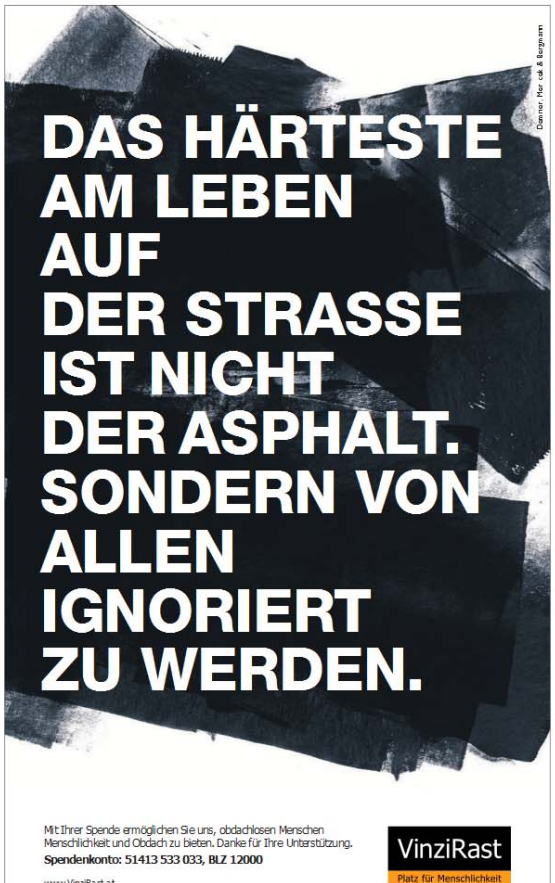
Wien. Ein Einkaufszentrum allein reicht heute nicht mehr. „Früher ging es nur darum, dass viele Shops aneinandergereiht sind. Heute muss das schon ein Lifestyle-Center sein", sagt Peter Schnedlitz, Vorstand des Instituts Handel und Marketing an der Wirtschaftsuniversität Wien. Dazu gehört eben eine gewisse Ästhetik mit hohem Wohlfühlfaktor, wie es jetzt auch die SCS in Vösendorf mit der Umgestaltung versucht hat (siehe Artikel oben).

„Es gelten noch immer die drei goldenen Regeln: Standort, Standort, Standort", sagt Schnedlitz auf die Frage nach einem gut funktionierenden Einkaufscenters. Allerdings komme heute eben noch die Eigenmarke des Einkaufszentrums als Dachmarke dazu. Dazu zählt

International ist der Trend in Richtung Design und Wohlfühlzonen bei Einkaufszentren schon länger spürbar. Für Schnedlitz haben das hierzulande als Erstes die SES Spar European Shopping Centers aufgegriffen. „Die haben einen Paradigmenwechsel eingeleitet. Neben dem Ambiente sind starke Mieter das Um und Auf." So hat etwa SES in Innsbruck die Modekette Primark als Partner gewonnen.

Europark am erfolgreichsten

Österreichweit am wirtschaftlich erfolgreichsten ist das von SES betriebene Einkaufszentrum Europark Salzburg mit einem Umsatz von 9500 Euro pro Quadratmeter und Jahr (2012), wie ein Ranking von Regio Plan Consulting aus dem Mai 2013 zeigt. Gefolgt wird der

ner Neustadt, die beide ebenfalls SES gehören. Letzterer wird gerade auf das Doppelte vergrößert, der erste Bauabschnitt soll im Frühling 2014 eröffnet werden.

Dass auf Einkaufszentren durch den boomenden Onlinehandel, die zunehmende Urbanisierung und die größere Konkurrenz schlechte Zeiten zukommen, glaubt Handelsexperte Schnedlitz übrigens nicht. „Die kleinen werden sich natürlich schwertun, hier gilt: The winner takes it all." Die große Chance der Einkaufszentren sei aber, dass Menschen unter Menschen sein wollen. „Ich glaube nicht, dass jeder daheim sitzt und etwas online bestellt", sagt Schnedlitz, der Einkaufszentren den „Dorfplatz der Großstadtkinder" nennt. Gerade deshalb sei eine an-