

# Sicherheit wird beim Shoppen immer wichtiger

## Diskussion über Zukunft von Shoppingmalls

**Wien** – Das Einkaufszentrum als Begegnungszone oder, noch ambitionierter, als Erlebniswelt: Bei einer Podiumsdiskussion des Gebäudedienstleisters **Wisag** Service Holding Austria wurde jüngst über die Zukunft der Einkaufszentren und die Rolle, die Facility-Management dabei spielen kann, diskutiert. Die Problemstellung ist bekannt: Angesichts von Online-Shopping sind innovative Ideen von allen Seiten gefragt, um die Kunden weiter ins Center zu locken.

Von Architekten zum Beispiel: „Sinn und Zweck eines Shoppingcenters ist es, Frequenz zu schaffen“, erklärte Horst Reiner von der **ATP** Wien Planungs GmbH. Aufgabe des Architekten sei, diese Frequenz möglichst gleichmäßig zu verteilen und eine Aufenthaltsqualität zu schaffen: „Wir machen in der Planung ein Drehbuch, denn ein Center braucht eine Dramaturgie.“ Bei dieser Planung werde der Raum leer – ohne Shops – betrachtet.

Mit einer etwas anderen Leere befasst sich auch Alexander Strohmayer von der Workyourway Holding GmbH: Leerstände in Einkaufszentren will er mit Pop-up-Stores füllen und so dem gesamten Center Frequenz bringen: „Das Problem ist aber der Verwaltungsaufwand.“ Daher sei bessere Technologie nötig.

### Sauberkeit und Orientierung

Jean-Erich Treu, Eigentümer des Leoben City Shopping, sieht den Pop-up-Trend indes kritischer: „Ich hätte Angst, dass ich meine Pächter mit solchen Konzepten schädige.“ Denn der Pächter zahle das ganze Jahr über Miete, während der Pop-up-Store nur in einer besonders besucherintensiven Zeit für wenige Tage einziehe – und so unter Umständen Produkte billiger als die Konkurrenz anbieten könne. „Man muss den Pächter so behandeln, dass man ihm nicht das Leben schwermacht“, so Treu.

Immer wichtiger werdende Aufgaben des Facility-Managements sind Sicherheit und Bewachung, sagte Michael Wisser, Geschäftsführer der Wisag Service Holding Austria: „Die Branche sorgt sich seit Jahren, wann in einem Shoppingcenter etwas passieren wird.“ Damit die Kunden glücklich sind, sind auch Sauberkeit und Orientierung in der Mall wichtig, betonte Treu. Und den Betreibern sei ein Senken der Betriebskosten wichtig, weshalb laufend Umrüstungsmaßnahmen gesetzt werden. Denn hier seien „bis zu 20 Prozent einsparbar“. (zof)