

Zwei Salzburger bauen Kroatiens erstes Designer-Outlet. Weitere Einkaufsoasen in europäischen Ost-Metropolen sind bereits in der Pipeline.

Anfangs mochten sie einander nicht. Thomas Seikmann hielt seinen damaligen Studienkollegen Manfred Schlager für „ziemlich arrogant und überheblich“. Und auch Letzterer bekennt unumwunden, dass es alles andere als Liebe auf den ersten Blick gewesen sei. „Er hat mich einfach nicht interessiert“, meint Schlager trocken. Gefunkt hat es zwischen den beiden dann aber doch. „Wir sind beim Lernen in einem Wiener Kaffeehaus ins Reden gekommen, und auf einmal wusste ich, dass es der Beginn einer wunderbaren Freundschaft werden würde“, erinnert sich Seikmann. Seither sind gut zwanzig Jahre vergangen – und seither sind die beiden WU-Ab solventen Weggefährten.

Heute verbindet die zwei Salzburger mehr als „nur“ Freundschaft. Seit Februar 2006 stehen Thomas Seikmann, 43, und Manfred Schlager, 43, der in Wien ansässigen Dayland-Group vor, einer Immobiliengesellschaft, über die Projekte in ganz Europa realisiert werden. Ihr erstes Mega-projekt steht bereits auf festen Beinen: Im kommenden Jahr öffnet Kroatiens erstes Outlet-Center auf 120.000 Quadratmeter Gesamtfläche seine Pforten. Die nahe der kroatisch-slowenischen Grenze gelegene Einkaufsoase ist aber nur eine von vielen, die die beiden Unternehmer im markenbewussten Osteuropa aus dem Boden stampfen wollen.

Thomas Seikmann arbeitet nicht gerne für andere. Zumindest nicht mehr. Zwar hat der Vater eines fünfjährigen Sohnes für die Gebrüder Soravia lange Jahre erfolgreich die Errichtung von Einkaufszentren in der Slowakei gemanagt und nach eigenen Worten gut daran verdient. Doch war ihm das nicht genug. Als Manfred Schlager dann den lukrativen Job bei der von ihm mitbegründeten Wiener Werbeagentur Publicis an den Nagel hängte und seine Anteile am Unternehmen verkaufte, witterte Seikmann die große Chance auf Unabhängigkeit: Er unterbreitete Schlager das verlockende Angebot, gemeinsame



THOMAS SEIKMANN (l.), MANFRED SCHLAGER. Bis 2010 wollen die Chefs der Immobiliengesellschaft Dayland vier Outlets im CEE-Raum eröffnen.

Ein Fall für zwei

Sache im Immobilienbusiness zu machen. Ein Offert, das der zweifache Familienvater kurzerhand annahm.

Schon im September kommenden Jahres eröffnen die beiden „Roses“, Kroatiens erstes Designer-Outlet. Der Spatenstich der 35 Kilometer nördlich von Zagreb und 60 Kilometer südlich von Marburg gelegenen Einkaufsoase in der Region Sveti Kriz erfolgt Anfang November. Das vom Wiener Architekturbüro Kiekenap entworfene bunte Einkaufszentrum dürfte von einem 2,6 Millionen Menschen zählenden Einzugsgebiet profitieren und soll neben Kroaten vor allem Touristen aus Österreich, Slowenien und Italien anlocken. Seikmann: „Reisende aus den EU-Ländern erhalten bis zum EU-Beitritt Kroatiens die Mehrwertsteuer zurück.“ Und die liegt dort immerhin bei 22 Prozent.

Zwischen sieben und zehn Millionen Besucher sollen jährlich in das täglich

von 10 bis 21 Uhr geöffnete Einkaufsparadies strömen. Dafür werde vor allem die gute Lage des Outlets sorgen, ist Schlager überzeugt, zumal Roses so wie Parndorf direkt an der Autobahn liege und somit unübersehbar sei.

Gebaut wird in zwei Phasen. Bis September 2008 soll es 70 Shops geben, im Herbst 2009 werden es insgesamt 120 auf 24.250 Quadratmeter Verkaufsfläche sein. Der Rest des Baulandes ist vornehmlich für verkehrsfreie Fußgängerzonen sowie Parkplätze angedacht. 2,5 Millionen Euro haben Seikmann und Schlager aus eigener Tasche für die 120.000 Quadratmeter Gesamtfläche gezahlt, weitere 50 Millionen Euro sollen nun in die Errichtung von Roses fließen. „Die Eigenkapitalquote beträgt dabei 20 Prozent“, erzählt Seikmann offen. Der Rest werde durch großzügige Kredite der Hausbank finanziert.



SKIZZE VON „ROSES“.

Im September 2008 öffnet Kroatiens erstes Designer-Outlet sechzig Kilometer südlich von Marburg seine Pforten. Der Spatenstich erfolgt Anfang November.

Vom Erfolg des ersten gemeinsamen Großprojekts sind die beiden jetzt schon überzeugt. Denn: „Rund 37.000 Kraftfahrzeuge werden täglich an Roses vorbeifahren. Und pro Jahr sollen es laut Statistik zwischen 15 und 20 Prozent mehr werden“, sagt Schlager. Ein sicheres Indiz für florierende Geschäfte sei zudem das rege Interesse seitens der Mieter. „Nach nur zehn Wochen sind wir bereits zu achtzig Prozent ausgebucht“, so der ehemalige Werber weiter. Demnach würden umsatzstarke Brands wie Benetton, Diesel, Guess, Nike, Puma, Replay, Sisley oder Timberland bereits zur namhaften Klientel zählen.

Dass das ambitionierte Vorhaben der beiden Salzburger aufgeht, glaubt auch Thomas Reichenauer, Chef des umsatzstarken Designer-Outlets Parndorf: „Das Markenbewusstsein der Osteuropäer ist in den letzten Jahren massiv gestiegen. Davon wird Roses profitieren.“ Wie der Center Manager betont, stammen gut dreißig Prozent seiner Kundschaft aus Ungarn und der Slowakei. Für vielversprechend hält Reichenauer zudem den Plan der beiden, in Osteuropa ein weitverzweigtes Outlet-Center-Netz aufzuziehen: „Nachholbedarf wäre jedenfalls zur Genüge vorhanden.“

Konkret wollen Schlager und Seikmann im CEE-Raum bis 2010 vier Outlets via Kreditfinanzierung errichten, mit der Zeit sollen weitere folgen. Im Fokus stehen dabei Länder wie Bulgarien und Rumänien, doch dazu wollen die zwei vorerst nur wenig sagen. „Wir haben zwar schon konkrete Pläne, doch es ist besser, noch nicht darüber zu reden.“ Schließlich wäre es nicht gut, wenn die Konkurrenz verfrüht davon Wind bekäme, sind sich die beiden einig.

– SILVIA JELINCIC



„Das Markenbewusstsein der Osteuropäer ist in den letzten Jahren massiv gestiegen.“

Th. Reichenauer
Chef des Designer
Outlets Parndorf