

# Goldenes Osteuropa

Die Modebranche stößt in West- und Zentraleuropa auf Wachstumsgrenzen. Großen wie kleinen Ketten bleibt nur der Weg gen Osten, wo schillernde Shoppingtempel aus dem Boden schießen.

**T**homas Seikmann wollte nie für andere arbeiten. „Ich ziehe lieber mein eigenes Ding durch“, erzählt der Salzburger. Und so hängte er den gut dotierten Job in der Immobiliencompany der Gebrüder Soravia an den Nagel und gründete seine eigene Gesellschaft. Seit Februar 2006 steht der 44-Jährige gemeinsam mit seinem Studienfreund Manfred Schlager, einst Chef der Werbeagentur Publicis, der Wiener Dayland-Group vor – einer Immobiliengesellschaft, über die Projekte in ganz Europa, vornehmlich im Osten, realisiert werden. Das erste steht auch schon auf festen

**KAUFRAUSCH.** Internationale Modefirmen wie P&C (im Bild ein Shoppingcenter in Bratislava) profitieren vom Markenfaible der Osteuropäer. Vor allem in Russland entstehen imposante Kaufhäuser.



# Pflaster

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

Thomas Reichenauer  
 Chef der Designer-Outlets Parndorf und Salzburg



## Neue Einkaufsflächen für Osteuropa

Land	geplante m <sup>2</sup>
1 Russland	4.643.000
2 Polen	1.487.230
3 Türkei	1.015.321
4 Rumänien	850.284
5 Ungarn	349.800
6 Tschechische Republik	344.049
7 Bulgarien	329.079
8 Slowakei	270.527
9 Kroatien	268.138
10 Österreich	252.200
11 Griechenland	190.684
12 Serbien	185.000
13 Ukraine	130.000
14 Slowenien	40.000
15 Bosnien-Herzegowina	10.000

**SHOPPING-BOOM.** Bis Ende 2008 sollen in Russland 4,6 Millionen Quadratmeter neue Einkaufsfläche entstehen, so Cushman & Wakefield. Das Land der Oligarchen ist damit Spitzenreiter.

Beinen: Im Herbst öffnet „Roses“, Kroatiens erstes Designer-Outlet, seine Pforten. Das Einkaufszentrum wird von einem 2,6 Millionen Menschen zählenden Einzugsgebiet profitieren und neben Kroaten Touristen aus Österreich, Slowenien und Italien anlocken. Im September eröffnen die ersten sieben Markenläden, fünfzig weitere folgen im Herbst 2009. Imposante 120.000 Quadratmeter wird das neue Shoppingparadies umfassen. Seikmann: „Reisende aus den EU-Ländern erhalten bis zum EU-Beitritt Kroatiens die Mehrwertsteuer zurück.“ Und die liegt dort bei 22 Prozent.

FOTOS: LAIFMARTIN SASSE, PEEK & CLOPPENBURG, ALEXANDER HALADA

>>