Your First Shopping Destination

Glatt

Trotz weiterhin zunehmender Wettbewerbs-
intensität und Marktsättigung konnte
das Glatt seine Leaderposition im Jahr 2007
mit 3.5 Prozent mehr Umsatz noch
weiter ausbauen.

Geschäftsbericht 2007

Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG

Inhaltsverzeichnis

Editorial	7
Organisation	10
Facts & Figures 2007	15
Aktivitäten 2007	18
Detailhandel Schweiz	24
Arbeitsmarkt Schweiz	29
Konsumentenstimmung in der Schweiz	30
Umsatz im Geschäftsjahr 2007	35
Besucherfrequenz	36
Branchenmix	40
Shoppingcenter-Markt Schweiz	45
Finanzbericht / Anhang	
Jahresrechnung 2007	3
Anhang der Jahresrechnung	4
Bericht der Revisionsstelle	5
Budget 2008	6

06.10

Die Erfolgskriterien Standort, Angebot, Ambiente und Kommunikation sind in unserem Einkaufszentrum so aufeinander abgestimmt, dass sie als ein Ganzes wahrgenommen werden und so die Marke Glatt einzigartig machen.

Ein glanzvoller Jahresabschluss

Das Leben im Glatt pulsiert – mit einem Umsatzzuwachs von 3.5 Prozent (plus 22 Mio. CHF) und einer Rekord-Besucherfrequenz von fast 8.2 Millionen konnte die Position als umsatzstärkstes Shoppingcenter der Schweiz weiter ausgebaut werden. Einmal mehr zeigen sich erfreuliche Tendenzen.

In Anbetracht des zunehmenden Wettbewerbs bei Shoppingcentern und Einzelhandelsflächen im Jahr 2007 kann diese Performance als Erfolg gewertet werden. Bei unveränderter Verkaufsfläche liegt die Produktivität 2007 bei 14 927 Franken, was ein Spitzenwert im internationalen Vergleich bedeutet.

Das Glatt bleibt attraktiv für unsere Kundinnen und Kunden und ein interessanter und innovativer Standort für unsere Mietpartner – dafür sprechen die Jahreszahlen eine deutliche Sprache. Mit Stolz und Freude blicken wir nun auf eine 32-jährige Erfolgsgeschichte zurück.

Immer in Bewegung zu sein, ist ein Credo für die Innovationskraft und Thema unseres diesjährigen Geschäftsberichts – er zeigt 24 Stunden pulsierendes Glatt von seiner schönsten Seite.

Marcel Stoffel / Geschäftsführer Glattzentrum

06.30

Die durchschnittliche Besuchsdauer im Einkaufszentrum Glatt beträgt 2 Stunden und 12 Minuten.

Organisation

Verwaltungsrat Betriebsgesellschaft Zentrum Glatt AG, Berichtsjahr 2007

Präsident
Andreas Münch, Migros-Genossenschafts-Bund
Vize-Präsident
Thomas Kern, Magazine zum Globus AG
Mitglieder
Heinz Klausner, Liegenschaften-Betrieb AG
Dr. Reto Waidacher, Migros-Genossenschafts-Bund
Revisionsstelle
Mitreva Treuhand und Revision AG, Zürich

Verwaltungsrat Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG, Berichtsjahr 2007

Präsident
Thomas Kern, Magazine zum Globus AG
Vize-Präsidentin
Simone Lüthy, Lüthy Buchhandlung AG
Mitglieder
Werner Ammann, Globus Glatt
Pius Amstutz, Genossenschaft Migros Zürich
Peter Bamert, Ex Libris AG
Josef Doggwiler, Restaurant Glattdörfli
Bettina Keller, Modekeller AG
Gret Müllhaupt, MachArt AG
Dr. Reto Waidacher, Migros-Genossenschafts-Bund
Revisionsstelle
PricewaterhouseCoopers AG, Zürich

Geschäftsleitung Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG, Betriebsgesellschaft Zentrum Glatt AG

Geschäftsführer
Marcel Stoffel
Leitung Finanz- & Rechnungswesen, HR Management
Christine Schiess Rother
Leiter Technischer Betrieb
André Nicolier

08.50

Über 75 Prozent der Glattbesucher sind Stammkunden – sie besuchen das Glatt mehrmals pro Monat.

Facts & Figures 2007

Umsatz	Fr. 647.6 Mio. / plus 3.5 % zum Vorjahr
Fläche	43 387 m²
Umsatz pro m²	Fr. 14 927 / plus 3.5 % zum Vorjahr
Anzahl Besucher	8.18 Mio. / plus 1.5 % zum Vorjahr
Anzahl Mitarbeiter	rund 1 250
Anzahl Gratisparkplätze	4 750
Geschäftsstruktur	2 Warenhäuser 4 Fachmärkte 5 Restaurants 4 Bars 90 Spezialgeschäfte

Geschäftsführung	Marcel Stoffel
	Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG und Betriebsgesellschaft Zentrum Glatt AG Postfach 8301 Glattzentrum Telefon 044 839 42 42 Telefax 044 839 43 95 m.stoffel@glatt.ch
Internet, Bildmaterial	www.glatt.ch
Öffnungszeiten	Montag bis Donnerstag 9 bis 20 Uhr Freitag 9 bis 21 Uhr Samstag 9 bis 18 Uhr

H&M
H&M
UCKS
STARBUCKS COFFEE
09.45

Weihnachten im Glatt ist ein besonderes Erlebnis – im Dezember waren über 930 000 Besucherinnen und Besucher an der stimmungsvollen Ausstellung «Magic Christmas».

Aktivitäten 2007

2007 besuchten 8.18 Millionen Kundinnen und Kunden das Einkaufszentrum – der höchste Wert seit der Eröffnung im Jahr 1975. Solche Erfolgszahlen sind nur dank eines erstklassigen Angebots und einer überdurchschnittlich hohen Einkaufsconvenience möglich. Auch Kontinuität ist wichtig – Bewährtes wie die Veranstaltungen im Frühling und in der Weihnachtszeit erlebten unter anderem eine erfolgreiche Neuauflage.

«Fashion Show Mall», die Zweite

Dem Frühlingsevent blieb das Einkaufszentrum Glatt auch 2007 treu. Zur Eröffnung der Veranstaltung, die von März bis April dauerte, waren dieses Mal auch Kundinnen und Kunden geladen. Sie erlebten eine unterhaltsame Show für Fashion und Beauty mit Modells und Missen. Wiederum begeisterten die täglichen Modenschauen, die Fragrance-Bar und eine Beauty-Lounge das Publikum.

LEGO feierte seinen 50. Geburtstag im Glatt

Von Mitte Juli bis Ende August konnten kleine und grosse Fans auf einer Fläche von 1000 Quadratmetern Dutzende von Modellen aus LEGO-Steinen bestaunen, darunter auch die Zürcher Skyline mit dem Grossmünster. Weitere Veranstaltungen und Aktionen begleiteten die Jubiläumsausstellung.

Your First Shopping Destination

Mit dem Slogan «Your First Shopping Destination», statteten prominente Besucher, wie die Queen, Paris Hilton oder der Papst via Inserat dem Glatt einen Besuch ab.

Der Ausverkauf wurde im Berichtsjahr unter dem bewährten Motto «SALE» verstärkt gefördert. Neben den Indoorplakaten und Inseraten war der Grossraum Zürich zu Anfang und Mitte Jahr neu mit einer gross angelegten Plakatkampagne unübersehbar belegt.

Swiss Cartoon Award 2007

Wasershop lancierte 2007 den zweiten «Swiss Cartoon Award». Teilnehmer waren über 200 Künstler aus aller Welt mit fast 400 Werken. Nach der öffentlichen Preisverleihung im Glatt folgte eine zweiwöchige Ausstellung aller Originalcartoons in der Mall.

Aktion gegen Brustkrebs

Für die IBCSG, die seit dreissig Jahren klinische Brustkrebsforschung betreibt, organisierte das Einkaufszentrum Glatt eine Informations- und Spendenkampagne. Die gemeinnützige Arbeit der IBCSG konnten Kundinnen und Kunden mit dem Kauf von Kühlschrankmagneten und Seife unterstützen.

Aus Magic Wintertime wird Magic Christmas

Eine Neuauflage des Weihnachtsshopping im Glatt ist Plicht. Auch 2007 erstrahlte das Einkaufscenter wieder in einmaligem Glanz. Mit dem tradionell geschmückten Baum, der gemütlichen Weihnachtsbar und der legendären Eisbahn, gelang es einmal mehr, Atmosphäre und Vorfreude zu schaffen. Einen speziell festlichen Zauber verlieh 2007 die Kuppel über der Centermall. Ihre Fenster waren nach dem Vorbild der berühmten Glasmalereien des Strassburger Münsters dekoriert.

Durch die Partnerschaft mit neuen innovativen und internationalen Einzelhandelsunternehmen und Marken profiliert sich das Glatt als «State of the art» Shoppingcenter, und das seit über 30 Jahren.

Detailhandel Schweiz

Steigerung der Detailhandelsumsätze um 3.6 Prozent Nach den provisorischen Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) verzeichneten die nominalen Detailhandelsumsätze 2007 eine Steigerung um 3.6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Positive Entwicklung in allen Hauptwarengruppen Im Jahr 2007 verzeichneten alle drei Hauptgruppen eine Umsatzsteigerung gegenüber 2006. Konkret legte die Hauptgruppe «Bekleidung, Schuhe» um 4.5 Prozent, die «Übrigen Gruppen» um 3.8 Prozent und die Hauptgruppe «Nahrungsmittel, Getränke, Tabak und Raucherwaren» um 2.9 Prozent zu.

Die grösste nominale Umsatzsteigerung registrierte 2007 die Warengruppe «Wohnungseinrichtung» mit einem Plus von 6.7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Es folgen die Gruppen «Gesundheit, Körperpflege, Schönheit» (plus 6%), «Persönliche Ausstattung» (plus 5.3%) und «Unterhaltungs- und Büroelektronik» (ebenfalls plus 5.3%). Die letztgenannte Warengruppe wies mit plus 14 Prozent die höchste reale (inflationsbereinigte) Umsatzsteigerung auf. Demgegenüber verzeichnete nur die Warengruppe «Do-it-yourself, Freizeit» eine leicht negative Umsatzentwicklung (minus 0.2%) im Vergleich zum Vorjahr.

Ergebnisse nach Warengruppen Über das ganze Jahr 2007 hinweg gesehen, verzeichneten alle drei Hauptgruppen eine nominale Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr.

Bekleidung, Schuhe	+4.5%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabak und Raucherwaren	+2.9%
Übrige Gruppen	+3.8%

Quelle: Bundesamt für Statistik (BFS), Medienmitteilung 18.02.2008

Im Jahr 2007 verbuchte das Glatt mit fast 8.2 Millionen Besucherinnen und Besuchern einen neuen Rekord.

Arbeitsmarkt Schweiz

Tendenz erfreulich Der markante Rückgang der Arbeitslosigkeit, der bereits im Vorjahr seinen Anfang nahm, setzte sich auch 2007 fort. Insbesondere in der ersten Jahreshälfte verminderte sich die Arbeitslosenzahl rasch und deutlich von 131 057 Personen im Januar auf 99 781 Ende Juni.

Die starke konjunkturelle Dynamik hat sich beschäftigungswirksam auf den Arbeitsmarkt ausgewirkt und vermochte die Arbeitslosenzahl auch bis in den Herbst hinein tief zu halten. Ein leichter Anstieg zum Jahresende hin ist vorwiegend auf saisonale Gründe zurückzuführen. Im Dezember 2007 lag die Arbeitslosenquote bei nur 2.8% (Vorjahresmonat 3.3%). Damit kommt der Jahresendwert zum vierten Mal in Folge tiefer zu liegen als der Stand zu Jahresbeginn.

Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO,
Medienmitteilung 07.01.2008

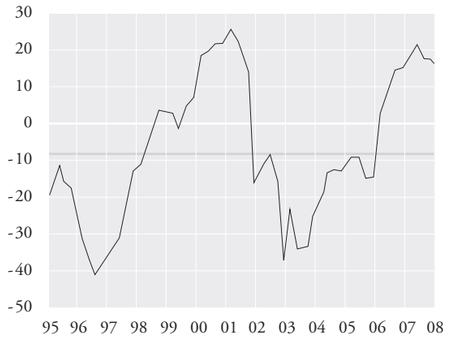
Das Glatt verfügt über eine hohe Kundentreue, im Durchschnitt dauert diese Beziehung 14 Jahre.

Konsumentenstimmung in der Schweiz

Gemäss der durch das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO vierteljährlich durchgeführten Umfrage bei rund 1 100 Haushalten ist der Index der Konsumentenstimmung im Oktober 2007 unverändert günstig geblieben (plus 15 Punkte). Für die nächsten 12 Monate erwarten die Befragten insbesondere eine Verbesserung ihrer finanziellen Lage, aber auch höhere Preise.

Bei der im Januar 2008 durchgeführten Umfrage ist der Index der Konsumentenstimmung nahezu unverändert auf hohem Niveau geblieben (plus 14 gegenüber plus 15 Punkte im Oktober 2007). Verschlechtert haben sich hauptsächlich die Einschätzungen der befragten Haushalte hinsichtlich der zukünftigen allgemeinen Wirtschaftsentwicklung.

Entwicklung von Januar 1995 bis Januar 2008



– Mittelwert seit Oktober 1972

Quelle : Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Medienmitteilungen 9.11.2007 und 8.2.2008

14.30

15.10

Einfach, sicher, schnell und bequem einkaufen, verbunden mit einem positiven Erlebnis – das ist die Erwartungshaltung der Kunden.

Umsatz im Geschäftsjahr 2007

Der Jahresabschluss im Einkaufszentrum Glatt lieferte ein höchst erfreuliches Resultat. Mit einem Umsatzzuwachs von 22 Millionen Franken (plus 3.52 Prozent zum Vorjahr) konnte das umsatzstärkste Shoppingcenter der Schweiz seine Leaderposition weiter ausbauen. Mit Ausnahme von April und Mai konnten in allen Monaten Umsatzsteigerungen zum Vorjahr verzeichnet werden.

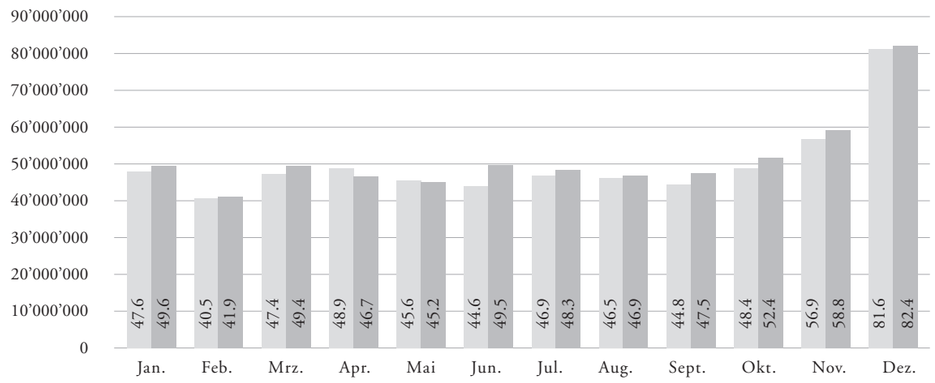
Der Gesamtumsatz 2007 beträgt 647.6 Millionen Franken. Bei der unveränderten Verkaufsfläche von 43 387 m² bedeutet das erneut eine Umsatzsteigerung pro Quadratmeter. Die Produktivität erhöhte sich auf insgesamt 14 927 Franken – auch im internationalen Vergleich ein Spitzenresultat.

Die Umsatzgewinner Deutlich an Umsatz (kumuliert) zulegen konnten im Berichtsjahr folgende Branchen:

Bijouterie, Optik, Foto	plus 9.5 Prozent
Schuhe, Lederwaren	plus 8.9 Prozent
Haushalt	plus 8.1 Prozent
Warenhäuser Food	plus 5.1 Prozent

Umsatzvergleich nach Monaten (in Mio.) 2006 2007

Quelle: Umsatzstatistik Gruppen 1-10



Besucherfrequenz

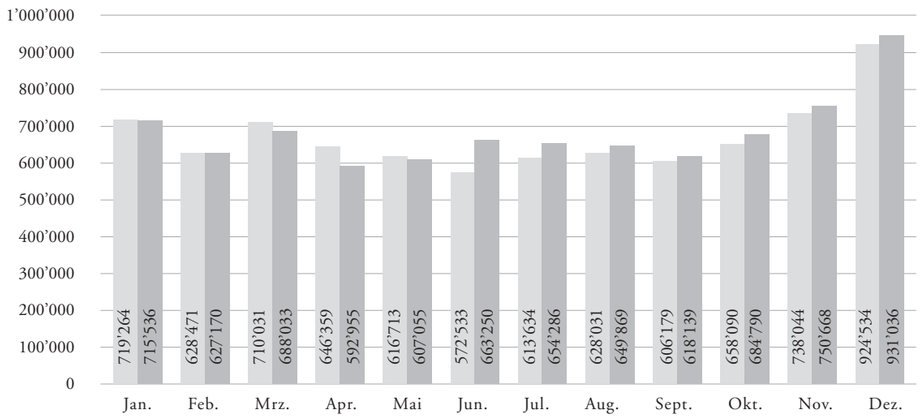
Fast 8.2 Millionen Besucherinnen und Besucher verzeichnete das Einkaufszentrum Glatt im Jahr 2007. Das sind insgesamt 1.5 Prozent mehr als im Vorjahr.

Neuer Rekord Dieser Wert liegt über dem bisherigen Rekord im Jahr 2005 mit 8.17 Millionen. Nach einer Stagnation oder einem leichten Rückgang in den ersten fünf Monaten überstieg die Besucherfrequenz von Juni bis Dezember jeweils die Zahl des Vorjahres: Juni (plus 15.8%), Juli (plus 6.5%), August (plus 3.5%), September (plus 2%), Oktober (plus 4%), November (plus 1.7%), Dezember (plus 0.7%).

Die beiden Sonntagsverkäufe im Dezember bescherten dem Einkaufszentrum Kundenströme. 37 600 respektive 38 800 Personen besuchten an diesen Sonntagen das Glatt.

Besucherfrequenz nach Monaten 2006 2007

Quelle: FootFall® System

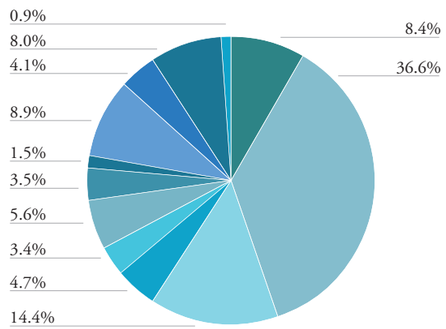


Ein höchstes Mass an Sicherheit und Sauberkeit, eine ausgezeichnete Mall Architektur sowie 4 750 Gratis-parkplätze sorgen im Glatt für höchste Einkaufsconvenience.

Branchenmix

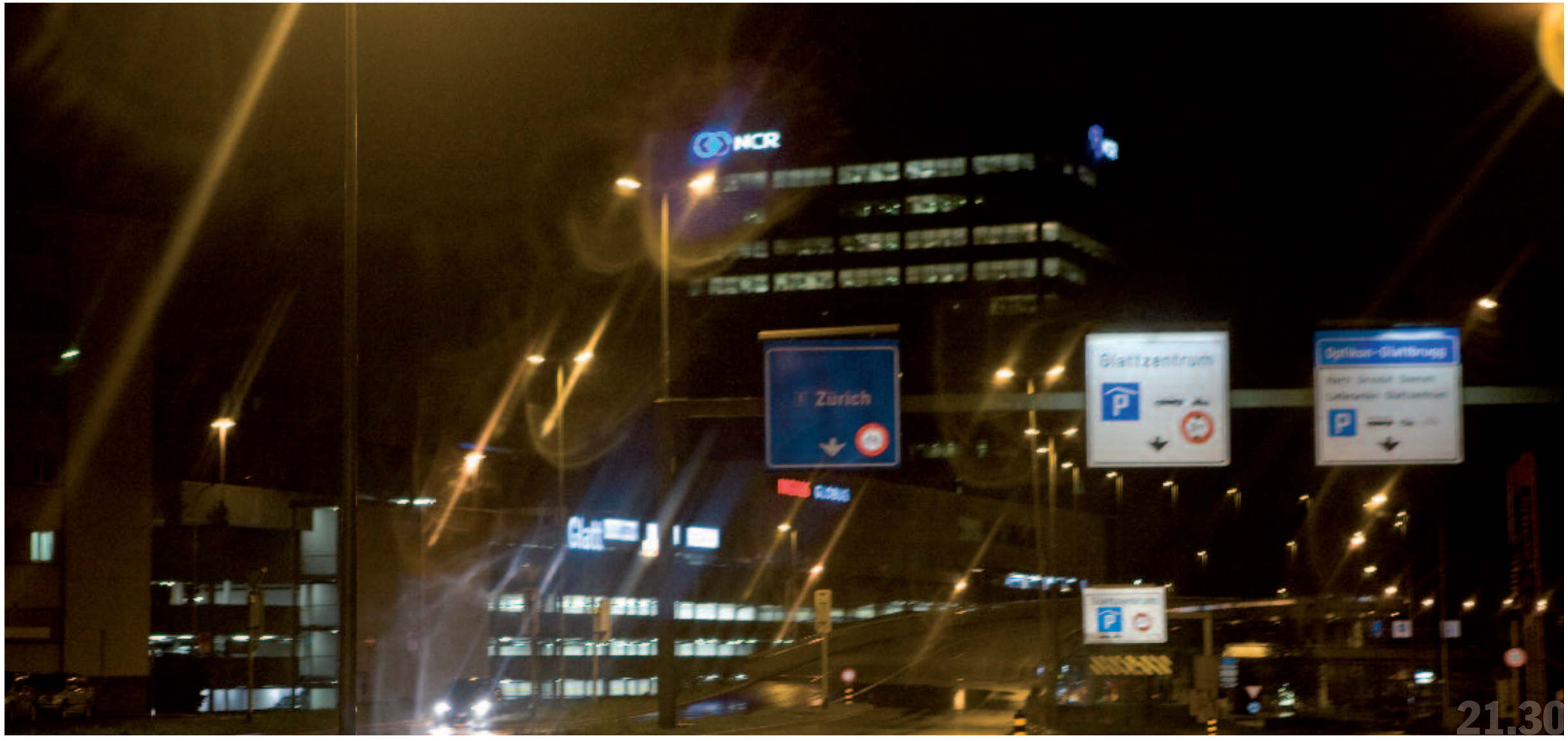
Flächenanteile der Branchen

	Fläche in m²
Warenhäuser Food	3645
Warenhäuser Non Food	15880
Bekleidung	6248
Schuhe, Lederwaren	2039
Haushalt	1475
Elektronik, EDV, Büro	2430
Bücher, Musik	1518
Bijouterie, Optik	651
Restaurants	3861
Coiffeur, Kosmetik, Drogerie, Apotheke	1779
Hobby, Freizeit, Sport	3471
Dienstleistungen	390



	Flächenanteile
Warenhäuser Food	8.4%
Warenhäuser Non Food	36.6%
Bekleidung	14.4%
Schuhe, Lederwaren	4.7%
Haushalt	3.4%
Elektronik, EDV, Büro	5.6%
Bücher, Musik	3.5%
Bijouterie, Optik	1.5%
Restaurants	8.9%
Coiffeur, Kosmetik, Drogerie, Apotheke	4.1%
Hobby, Freizeit, Sport	8.0%
Dienstleistungen	0,9%

Mit einem durchschnittlichen Umsatz von 14 927 Franken pro Quadratmeter liegt das Glatt auch im internationalen Vergleich bei den führenden Shoppingcentern.

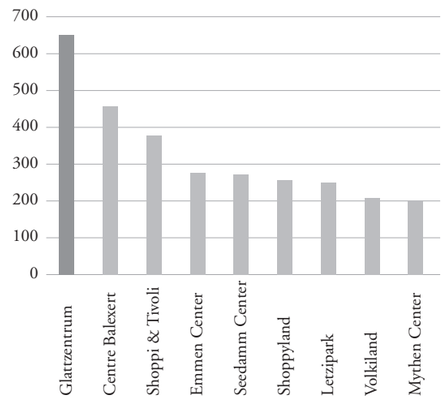


Shoppingcenter-Markt Schweiz

Seine Führungsposition konnte das Einkaufszentrum Glatt auch im Berichtsjahr nicht nur halten, sondern sogar weiter ausbauen. Der Gesamtumsatz wurde um plus 3.52 Prozent auf 647 642 241 Franken gesteigert.

Fast alle hier aufgeführten Shoppingcenter mit einem Umsatz von mehr als 200 Millionen Franken konnten gegenüber dem Vorjahr ihren Ertrag steigern. Ausnahmen sind das Shoppyland Schönbühl, das durch einen Gesamtumbau Umsatzeinbussen verzeichnen musste, so wie das Shoppi & Tivoli in Spreitenbach mit Umbauarbeiten.

Umsätze der Shoppingcenter (in Mio.)



Quelle: Aufgeführte Shoppingcenter ohne Airport, Railcity-Shopville und Sihlcity

	Umsatz 2007 in Mio. CHF	Veränderung zum Vorjahr in %
Glatt/Wallisellen	647.6	+3.52
Balexert/Genf	454.4	+4.64
Shoppi & Tivoli*/Spreitenbach	381.9	-2.10
Emmen Center/Emmen	272.6	+1.60
Seedamm Center/Pfäffikon	271.5	+1.27
Shoppyland*/Schönbühl	251.9	-16.09
Letzipark/Zürich	249.0	+3.51
Volki-Land/Volketswil	209.1	+4.14
Mythen Center/Schwyz	200.5	+0.12

* Zahlen wegen Umbau 2007 nicht vergleichbar

Der klug abgestimmte Branchenmix und die klare Marktpositionierung unserer Mietpartner tragen einen wichtigen Teil zum Erfolg des Einkaufzentrums Glatt bei.

01.37

Impressum

Konzept, Text,
Realisation
visualix Werbeagentur
Nicole Kilian, Doris Braun
Christian Dür

Foto
Irene Zandel

Bildbearbeitung
Tolotto Create

Druck
Binkert Druck AG