First

Glatt

Inhaltsverzeichnis

Geschäftsbericht 2009

Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG

Your First Shopping Destination

Editorial 5

Organisation 6

Facts & Figures 2009 9

Konsumentenstimmung 12

Shoppingcenter-Markt Schweiz 15
– Die Top 10 im Vergleich 16

Die Entwicklung des Einkaufszentrums Glatt von 2005 – 2009
– Umsätze 19
– Produktivität 20
– Umsatz pro Kunde 20
– Weihnachten 2009 23

Bestes Shoppingcenter der Schweiz 2009 24
– Ranking 24

Das Einkaufszentrum Glatt ist Co-Sponsor von Art on Ice – die Eisbahn im Glatt und die legendären Events faszinieren ein breites Publikum und wecken Synergien.

Für die besten Nachrichten sorgt man am besten selbst

In seiner 35-jährigen Geschichte war das Jahr 2009 für das Glattzentrum das erfolgreichste überhaupt. Nebst einem Umsatzwachstum im vierten Jahr in Folge, konnte dieser im Berichtsjahr gar auf ein Rekordergebnis gesteigert werden. Und dies in einer Zeit, die von gesättigten Märkten, intensivem Wettbewerb und einer weltweiten Finanzkrise geprägt war.

Auch das im Detailhandel so wichtige Weihnachtsgeschäft konnte als «Bestes aller Zeiten» abgeschlossen werden. Fast 900'000 Personen besuchten alleine im Dezember das Glattzentrum und gaben im Schnitt mehr aus als jemals zuvor. Das bescherte dem Einkaufszentrum Glatt einen weiteren Umsatzrekord.

Dass die Kunden und Experten das Glattzentrum klar als die Nummer 1 in der Schweiz bewerten, bestätigen nicht nur die Umsatz- und Frequenzzahlen, sondern belegt auch eine Studie der SonntagsZeitung vom 13. September 2009. Das Glatt wurde als bestes Shoppingcenter der Schweiz ausgezeichnet. An dieser Stelle bedanken wir uns bei allen Menschen, die ihren Beitrag zum Erfolg des Glattzentrums geleistet haben.

Wir freuen uns selbstverständlich über die Erfolgszahlen und die positive Bewertung. Gleichzeitig sehen wir unsere Aufgabe darin, diese Position zu festigen und weiter auszubauen. Wir sind davon überzeugt, dass wir diese Herausforderung dank klarer Markt- und Kundenfokussierung auch im Jahr 2010 meistern werden.

Marcel Stoffel

Geschäftsführer
Einkaufszentrum Glatt

Organisation

Verwaltungsrat Betriebsgesellschaft Zentrum Glatt AG Berichtsjahr 2009

Präsident
Andreas Münch
Migros-Genossenschafts-Bund

Vizepräsident
Marcel Dietrich
Magazine zum Globus AG

Mitglieder
Heinz Klausner
Liegenschaften-Betrieb AG
Reto Waidacher
Migros-Genossenschafts-Bund

Revisionsstelle
Mitreva Treuhand und Revision AG
Zürich

Verwaltungsrat Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG Berichtsjahr 2009

Präsident
Peter Bamert, Ex Libris AG

Vizepräsidentin
Simone Lüthy, Lüthy Buchhandlung AG

Mitglieder
Werner Ammann, Globus Glatt
Pius Amstutz, Genossenschaft Migros Zürich
Matthias Baumann, Interio
Josef Doggwiler, Restaurant Glattdörfli
Bettina Keller, Modekeller AG
Gret Müllhaupt, MachArt AG
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

Winterzeit, Eiszeit, Preise am Gefrierpunkt – das Glatt präsentiert sich anfangs Jahr mit einer prominenten Kampagne am TV, auf der Strasse und in der Zeitung.

Facts & Figures 2009

Umsatz 2009
665.7 Mio. CHF
+ 0.7% zum Vorjahr

Fläche
43’387 m²

Umsatz pro m²
15’341 CHF
+ 0.7% zum Vorjahr

Anzahl Besucher
8 Mio.

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
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 Samstag
9 bis 20 Uhr

Sunshine Feeling – im Glatt steht in den Sommermonaten ein Teilstück des legendären Ocean Drive aus Miami Beach.

Imposante Bauten des Sunshine State Florida laden zum Verweilen ein.

TIFFANY

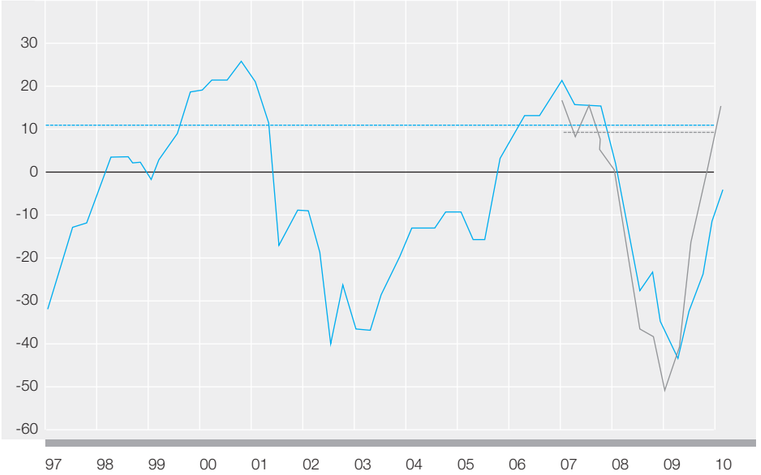
Konsumentenstimmung

Klarer Anstieg der Konsumentenstimmung

Gemäss der jüngsten Umfrage (April 2010) über die Konsumentenstimmung hat sich das Konsumklima in der Schweiz erneut deutlich verbessert. Der aus der vierteljährlichen Umfrage bei rund 1'100 Haushalten berechnete Index erreichte im April einen Stand von plus 14 Punkten (nach minus 7 Punkten im Januar 2010). Auf der Basis der April-Umfrage erwarten die Konsumenten für die kommenden Monate einen klar geringeren Anstieg der Arbeitslosigkeit sowie eine Verbesserung der allgemeinen Wirtschaftslage.

Index der Konsumentenstimmung

Entwicklung von April 1997 bis April 2010 in Mio. CHF



Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Medienmitteilung vom 11. Mai 2010

Shoppingcenter-Markt Schweiz

Die Schweiz verfügte im Jahr 2008 über zirka 140 Shoppingcenter (Shoppingcenter: über 5’000 m²) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 2.05 Mio. m². Das Umsatztotal dieser Center lag bei CHF 16 Mrd., was einem Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz von 16 Prozent entspricht.

Rückblick

Zwischen den Jahren 2000 bis 2008 wurden 60 neue Shoppingcenter eröffnet, davon 40 mit einer Fläche von über 10’000 m². Zudem wurden mit Sihlcity in Zürich und Westside in Bern-Brünnen die ersten Urban Entertainment Center (UEC) in Betrieb genommen.

Während die Anzahl Verkaufsfläche in Shoppingcentern um 81 Prozent stieg, konnte der Umsatz lediglich um 66 Prozent gesteigert werden. Entsprechend sank die Produktivität (Umsatz pro m²) in den Schweizer Shoppingcentern um minus 8 Prozent.

Ausblick

Per Mai 2009 sind in der Schweiz gemäss Angaben der GfK Switzerland in den nächsten Jahren über 20 neue Einkaufszentren mit einer Gesamtfläche von ca. 450’000 m² geplant. Zudem sollen bei 14 bestehenden Centern Modernisierungen verbunden mit Flächenerweiterungen von Total rund 50’000 m² realisiert werden. Dies bedeutet, dass die Shoppingcenter-Fläche in den nächsten Jahren nochmals um zirka 500’000 m² wächst, was einer Zunahme von fast 25 Prozent entspricht.

Quelle: GfK Switzerland, Hergiswil

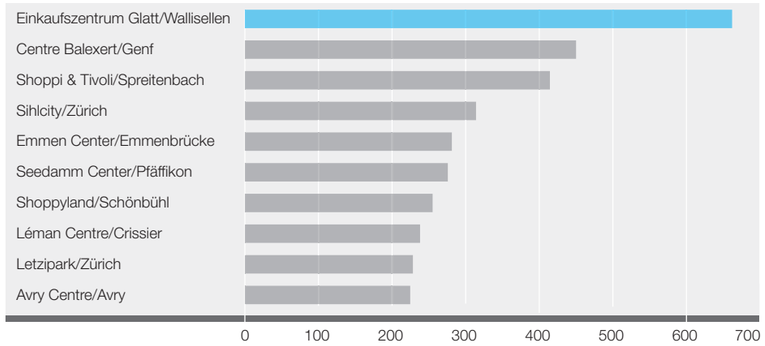
Erfrischendes Sujet
und coole Preise.
SALE – der Sommerausverkauf animiert
zum Eintauchen.
Die Ferien sind da.

Shoppingcenter-Markt Schweiz

Die Top 10 im Vergleich	**Umsatz 2009** in Mio. CHF	Veränderung zum Vorjahr in %
Einkaufszentrum Glatt/Wallisellen	665.7	+0.7
Centre Balexert/Genf	450.0	-4.3
Shoppi & Tivoli/Spreitenbach	416.3	-0.6
Sihlcity/Zürich	314.0	+5.4
Emmen Center/Emmenbrücke	276.2	-0.2
Seedamm Center/Pfäffikon	267.6	-4.1
Shoppyland/Schönbühl	249.0	-3.6
Léman Centre/Crissier	238.9	+0.4
Letzipark/Zürich	232.0	-7.6
Avry Centre/Avry	230.0	-3.0

Quelle: Angaben der aufgeführten Shoppingcenter

Umsätze der Shoppingcenter mit über 250 Millionen Franken Umsatz (in Mio. CHF)



Grosser Bahnhof für neue Kundschaft – die Glattalbahn kommt. Eine interessante Ausstellung informiert während einem Jahr über Planung und Baufortschritt.

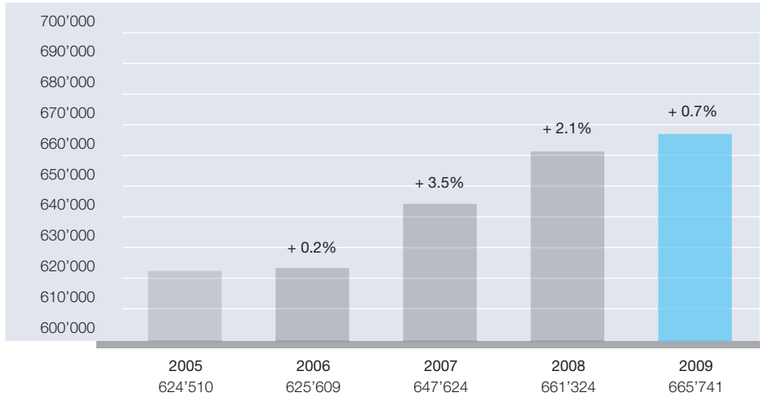
Die Entwicklung des Einkaufszentrums Glatt von 2005 bis 2009

Umsätze

Im Glattzentrum konnte der Umsatz in den letzten vier Jahren um plus 6.6 Prozent gesteigert werden. Das entspricht in Franken einem Plus von insgesamt 41.2 Mio. auf das Umsatztotal von 665.7 Mio. Noch nie wurde im Einkaufszentrum Glatt so viel Umsatz generiert wie im Jahr 2009.

Umsatzentwicklung 2005 bis 2009

Umsatz in CHF 1'000



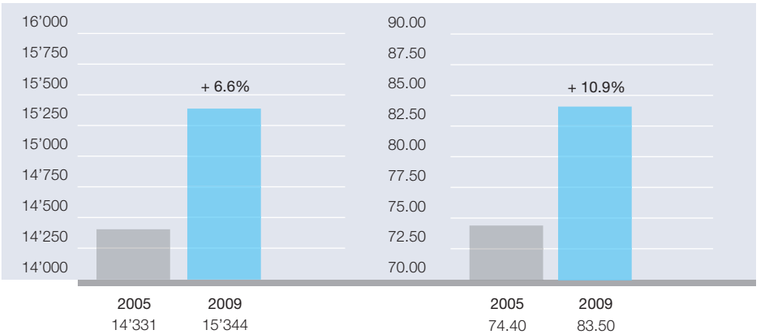
Umsatzzuwachs 2005 bis 2009 = 41.2 Mio. (+6.6%)

Stabwechsel auf höchster Ebene – nach 34 Jahren hat das Glattlogo nun endlich den Tower eingenommen. Mit 9 Meter Breite thront es von nun an auf seinem gebührenden Platz.

Produktivität
Bezüglich Produktivität konnte ebenfalls ein Rekordwert erreicht werden. Mit einem Umsatz von CHF 15’344 pro Quadrameter gehört das Glattzentrum europaweit zu den Spitzenpositionen.

Umsatz pro Besucher
Der Umsatz pro Besucher lag im Jahr 2009 bei durchschnittlich CHF 83.50. Dies entspricht einer Zunahme in den letzten vier Jahre von plus 10.9 Prozent.

Produktivität CHF/m² **+6.6% auf CHF 15 344.–**



Umsatz pro Besucher **+10.9% auf CHF 83.50**

Bestimmt auch wegen der legendären Weihnachtsinszenierung haben im Dezember 2009 fast 900’000 Personen den Weg ins Glatt gefunden.

Das beste Weihnachtsgeschäft aller Zeiten

Noch nie besuchten im Dezember so viele Menschen das Glatt. Über 896'000 Besucherinnen und Besucher fanden im Dezember 2009 den Weg in das umsatzstärkste Shoppingcenter der Schweiz. Das sind 2 Prozent mehr als im Vorjahresmonat. Entsprechend wurde auch der Umsatz im Dezember auf CHF 86.6 Mio. gesteigert, was einen erneuten Umsatzrekord bedeutet.

Durchschnittlich besuchten alleine im Dezember täglich 36'000 Personen das Einkaufszentrum Glatt. Die höchste Frequenz wurde am Samstag, dem 19. Dezember gemessen. Sie betrug 43'363 Besucher. Im Schnitt gaben die Besucherinnen und Besucher im Dezember 2009 rund CHF 97 aus.

Bestes Shoppingcenter der Schweiz 2009

SonntagsZeitung, 13. September 2009

Ein Zentrum steckt alle in die Tasche
Einkaufszentren schiessen in der Schweiz wie Pilze aus dem Boden – die SonntagsZeitung hat eine Rangliste der 10 besten erstellt.

Das Glatt ist nach klassischem Muster aufgebaut: An den Enden der Mall liegen die Ankermieter, dazwischen sind die kleinen Läden aufgereiht. Deren Angebot ist vielfältig, nicht so textillastig wie andernorts. In der zweifach geknickten Mall ist nicht alles auf einen Blick erfassbar, das regt zum Flanieren an. Seit dem Umbau atmet die Architektur den Geist der Jahrtausendwende, sie tut dies wie schon zur Eröffnung auf hohem Niveau. Pluspunkte: Lounge ohne Konsumzwang, bedienter Infostand. Minuspunkte: Essensgerüche des Takeaways, etwas lange Anfahrt mit dem öffentlichen Verkehr.

Das Ranking: Noten von 1 bis 10 für drei Kriterien.
Unter den 124 Einkaufszentren der Schweiz, die 2008 einen Umsatz von 15,6 Milliarden Fr. erwirtschafteten, hat die SonntagsZeitung für ihr Ranking die zehn umsatzstärksten berücksichtigt. Die Gesamtwertung errechnet sich aus den Noten 1 bis 10 für drei Kriterien: messbare Grössen (Gesamtumsatz, Umsatz pro Quadratmeter, Verkaufsfläche, Anzahl der Parkplätze und Erreichbarkeit mit öffentlichem Verkehr), Angebot (Mix der Läden, Gastronomie, Dienstleistungen) und Architektur (räumliches Konzept, Orientierung im Zentrum, Lichtverhältnisse, Bezug nach aussen, Raumqualitäten, Materialien und Farben sowie Aufenthaltsqualität). Die messbaren Grössen sind der Studie «Detailhandel Schweiz 2009» des Marktforschungsinstitut GfK in Hergiswil entnommen. Für das Kriterium Angebot zeichnet Andrea Fiedler verantwortlich, für jenes der Architektur Werner Huber von der Zeitschrift «Hochparterre».

Schlussranking

1. Glattzentrum	**8,6**
2. Sihlcity	7.9
3. Westside	6,8
4. Emmen-Center	6,7
5. Shoppi&Tivoli	5,7
6. Shoppyland	5,6
7. Centre Balexert	5,2
8. Seedamm-Center	4,5
9. Zugerland	4,0
10. Avry	3,3

Architektur

1. Sihlcity	9,7
2. Westside	8,4
3. Glattzentrum	**7,9**
4. Emmen-Center	6,8
5. Shoppyland	6,1
6. Shoppi&Tivoli	4,0
7. Centre Balexert	3,7
8. Zugerland	3,6
9. Seedamm-Center	2,9
10. Avry	1,7

Angebot

1. Glattzentrum	**9,3**
2. Sihlcity	8,8
3. Emmen-Center	7,3
4. Westside	7,0
5. Shoppi&Tivoli	6,3
6. Shoppyland	5,6
7. Seedamm-Center	4,6
8. Zugerland	4,0
9. Centre Balexert	3,8
10. Avry	3,6

Messbare Grössen

1. Glattzentrum	**8,8**
2. Centre Balexert	8,2
3. Shoppi&Tivoli	7,0
4. Emmen-Center	6,2
5. Seedamm-Center	6,0
6. Sihlcity	5,4
7. Shoppyland	5,2
8. Westside	5,0
9. Avry	4,6
10. Zugerland	4,4

Die messbaren Grössen setzen sich aus folgenden Kriterien zusammen

Gesamtumsatz (in Mio. CHF)

1. Glattzentrum	**661**
2. Centre Balexert	470
3. Shoppi&Tivoli	414
4. Sihlcity	298
5. Seedamm-Center	279
6. Emmen-Center	277
7. Shoppyland	258
9. Avry	237
9. Zugerland	225
10. Westside	k. Angaben

Umsatz pro m² (in CHF)

1. Glattzentrum	**15'242**
2. Seedamm-Center	13'874
3. Centre Balexert	10'819
4. Shoppyland	10'127
5. Zugerland	10'040
6. Emmen-Center	9'132
7. Sihlcity	7'017
8. Shoppi&Tivoli	6'126
9. Avry	5'518
10. Westside	k. Angaben

Verkaufsfläche (in m² netto)

1. Shoppi&Tivoli	67'627
2. Centre Balexert	43'442
3. Glattzentrum	**43'387**
4. Avry	42'950
5. Sihlcity	42'466
6. Emmen-Center	30'300
7. Shoppyland	25'495
8. Westside	23'500
9. Zugerland	22'411
10. Seedamm-Center	20'103

Anzahl Parkplätze

1. Glattzentrum	**4'750**
2. Shoppi&Tivoli	4'200
3. Emmen-Center	2'400
4. Centre Balexert	2'389
5. Avry	1'970
6. Seedamm-Center	1'500
7. Shoppyland	1'300
8. Westside	1'275
9. Zugerland	1'200
10. Sihlcity	850

Impressum

Gestaltung und Ausführung
visualix.ch

Fotos
Willi Kracher
Bruno Sonderegger
Oliver Vogler
Christian Dür

Druck
DE Druck AG