

Erfolg dank Wandel

In seinem 35. Betriebsjahr baute das umsatzstärkste Shoppingcenter der Schweiz seine Leaderposition weiter aus.

Die Highlights

- Bestes Jahresumsatzergebnis aller Zeiten
- Umsatz- und Besucherrekord im Dezember 2009

Jahresergebnis 2009

Noch nie wurde im Glatt so viel Geld ausgegeben: Im gesamten Geschäftsjahr besuchten 8 Mio. Menschen das Glattzentrum. Der Umsatz betrug CHF 665.7 Mio., was einen neuen Rekord bedeutet.

Umsatzzuwachs im vierten Jahr in Folge

Ein europäischer Spitzenwert: Das Glattzentrum steigerte seinen Umsatz im vierten Jahr in Folge. Bis 2009 um 6.6 Prozent (insgesamt CHF 41.1 Mio.) auf gleicher Fläche (43'387m²). Die Produktivität pro Quadratmeter liegt somit bei CHF 15'341.

Weihnachtsgeschäft 2009

Das Weihnachtsgeschäft bescherte dem Glatt einen neuen Besucherrekord von 898'335 Personen. Dies entspricht einer Zunahme von 2 Prozent.

Der Umsatz im Dezember liegt mit CHF 86.8 Mio. ebenfalls über dem Vorjahresmonat und sorgte damit für einen Umsatzrekord.

Erfolgskriterien auch in Zukunft

Als Kriterien für den Erfolg definiert Marcel Stoffel, Geschäftsführer der Betriebsgesellschaft und der Interessengemeinschaft Zentrum Glatt, das umsichtige Management für das Retail- und Gastronomieangebot in Bezug auf Mix, Qualität und Image sowie den Standort hinsichtlich Erreichbarkeit (ÖV-Anschluss und 4'750 Gratisparkplätze).

«Wir suchen die „Best in class“ Anbieter in jeder Sparte zu gewinnen, zum Beispiel Apple, Globus, Sprüngli, Migros, H&M, ZARA oder Swarovski. Dies bewirkt einen wichtigen und positiven Imagetransfer auf das ganze Zentrum», fasst Marcel Stoffel zusammen.

Einerseits gilt es, die bestehenden Kundenbedürfnisse abzudecken und andererseits auch für die nötige Innovation und Überraschung zu sorgen. Die permanente Weiterentwicklung bezüglich Einkaufsconvenience und einem nachhaltigen Einkaufserlebnis steht deshalb auch bei den Massnahmen und Zielen des Glatt-Managements an erster Stelle. «Der Kunde von heute erwartet in Shoppingcentern einfaches, sicheres, schnelles und bequemes Einkaufen, verbunden mit einem positiven Erlebnis.»

Schlüsselprojekte 2010

«Noch in diesem Jahr wird der Textil- und Modebereich mit neuen Geschäften und Marken ergänzt», erklärt Marcel Stoffel. Der Erfolg wird auch in Zukunft gesichert sein, denn mit einem Flagship Store wie **ESPRIT**, der Mitte 2010 auf 660m² eröffnet wird, mit **Marc O'Pollo** und **GUESS** werden zwei weitere internationale Marken Einzug ins Glatt halten.

Angebots- und Mietermix

H&M, Starbucks, ZARA, Migros, Globus, Sprüngli und Co. sind wichtige Erfolgsträger und Imagebringer. Der Mieter- und Angebotsmix ist ein wesentliches Kriterium für den Erfolg eines Shoppingcenters. Dabei geht es Marcel Stoffel nicht nur um die Abdeckung einzelner Branchen, sondern vielmehr darum, noch mehr innovative und internationale Retailkonzepte und damit mehr Abwechslung und Kompetenz ins Glatt zu bringen. «Heute herrscht in vielen Shoppingcentern ein Einheitsbrei der Angebote. Sie unterscheiden sich zu wenig über den Angebotsmix, die Anbieter und haben ein verwässertes Profil und ein eher schwaches Image.»

Mit Apple, Starbucks, ZARA und Co. will sich das Einkaufszentrum Glatt noch stärker als einmaligen Marktplatz positionieren. «Dies ist uns bereits im Jahr 2008 mit dem ersten Apple Store in der Schweiz (übrigens dem 3. Store in Kontinentaleuropa) gelungen, darauf sind wir stolz!» Kontakte und Gespräche mit internationalen Marken, wie Desigual und Abercrombie& Fitch bestehen seit einiger Zeit und werden intensiv fortgesetzt, bestätigt Marcel Stoffel.

Neue Massstäbe in der Gastronomie

Zum ersten Mal ist es gelungen, nebst attraktiven Konzepten auch starke Marken aus der Innenstadt ins Shoppingcenter zu lotsen, welche zusätzliche Magnetkraft entwickeln. Die Trends von heute und morgen sind berücksichtigt worden – dem immer wichtiger werdenden Thema Ambiente und Emotion wurde Rechnung getragen. Eine Besonderheit in diesem Mix sind auch die Mieter: über die Hälfte sind junge Partner und Familien-Betriebe, ergänzt durch starke und erfahrende Konzernkonzepte. Kulinarisch ist das gastronomische

Gesamtangebot ausgewogen und auch die Balance zwischen bedienter Gastronomie und Fast-Casual-Konzepten konnte mit der Neuausrichtung optimiert werden. Auf rund 2'000 m² präsentieren sich ab September folgende neue Mietpartner:

- Belcafe
- cha chã
- Globus Savoir Vivre
- Hitzberger
- Leonardo
- Manta Bar
- Spiga
- Sternengrill
- Yoijis

Die Glattalbahn kommt zu Weihnachten

Das Glattzentrum legt grossen Wert auf die öffentliche Anbindung. Auf einer Teilfläche der heutigen Ebene des Parkdecks P12 entsteht ein autofreier Platz – eine Überdachung empfängt die Kunden und führt sie direkt ins Glatt. Die bestehenden Bürogebäude Glatt Puls und Glatt Com bekommen dadurch eine prominente Adresse. Im Glatt Com entstehen zudem die neue Müsliburg, eine Kinderkrippe und ein Bistro. Mit einer grossen Einweihung hält die Glattalbahn am **12. Dezember 2010** das erste Mal im Glatt.

Im Visier: Umsatzsteigerung bis 2012 auf CHF 700 Mio.

«Dank all diesen Massnahmen und weiteren, noch laufenden Projekten sollten wir im Glatt den Umsatz bis ins Jahr 2012 auf zirka CHF 700 Mio. steigern können, und zwar auf gleicher Fläche», meint Marcel Stoffel. Dies entspräche einer Produktivität von zirka CHF 16'000.-/m². «Es gibt wohl kaum mehr als 5 vergleichbare Shoppingcenter in Europa mit einer so hohen Produktivität», ist Stoffel überzeugt.

35 Jahre Glattzentrum – eine Geschichte, die weitergeht

In den 60-er Jahren fanden die drei Unternehmen, Migros, Globus und Jelmoli, zusammen, um an der Peripherie von Zürich ein Einkaufs- und Begegnungszentrum zu verwirklichen. Die Umgebung war gespannt auf die «Stadt vor der Stadt» oder das «Zentrum auf der grünen Wiese». Von Anbeginn spielte das Glatt eine führende Rolle im damals noch unbedeutenden nationalen sowie internationalen Markt der Shoppingcenter. Bis heute hat es seine Stellung als führendes und erfolgreichstes Einkaufszentrum der Schweiz beibehalten.

Menschen und Erlebnisse haben das Glattzentrum geprägt. Seit 1975 sind nunmehr 35 Jahren vergangen. Das Einkaufszentrum ist dank seinem Innovationswillen jung geblieben und schreibt weiterhin Geschichte. Wie damals darf man auch heute auf zukunftsweisende Veränderungen gespannt sein. Das Glatt ist heute zu 100% im Besitz des Migros Genossenschaft Bundes.

Marcel Stoffel

Der 46-jährige führt seit 9 Jahren das Einkaufszentrum Glatt erfolgreich als Geschäftsführer der Betriebsgesellschaft Zentrum Glatt und der Interessengemeinschaft Zentrum Glatt AG. Marcel Stoffel ist zudem Gründer und Präsident des Swiss Council of Shopping Centers SCSC (www.scsc.ch), dem Schweizer Interessenverband für die Retail- und Shopping Center Branchen. Der internationale Dachverband (ICSC) zählt über 60'000 Mitglieder aus über 80 Ländern. Zuvor war Stoffel während 10 Jahren in verschiedenen Führungspositionen bei der SWATCH GROUP in Biel tätig – unter anderem als geschäftsführender Direktor der Marke SWATCH für die Schweiz.

Facts & Figures 2009

| | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Umsatz | CHF 665.7 Mio. |
| Fläche | 43'387m ² / unverändert |
| Umsatz pro m² | CHF 15'341 |
| Anzahl Besucher | 8 Mio. |
| Anzahl Mitarbeiter | rund 1'250 |

Geschäftsstruktur

2 Warenhäuser
4 Fachmärkte
9 Restaurants und Bars
90 Spezialgeschäfte

Öffnungszeiten Montag bis Samstag
von 9 bis 20 Uhr

Anzahl Gratisparkplätze 4'750

Internet www.glatt.ch

**Geschäftsführung/
Medienkontakt** Marcel Stoffel
Interessengemeinschaft Zentrum Glatt
Postfach
8301 Glattzentrum
Telefon 044 839 42 42
Fax 044 839 43 95
m.stoffel@glatt.ch

Bildmaterial, Daten

Film CD und DVD in der Beilage

Bildmaterial



A/2009



B/2009



C/2009



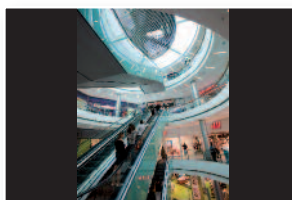
D/2009



E/2009



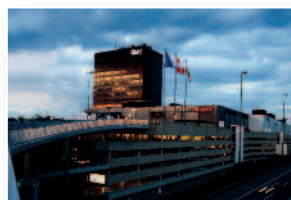
F/2009



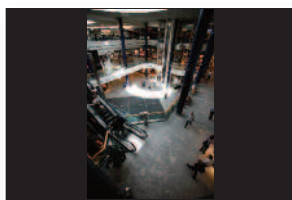
G/2009



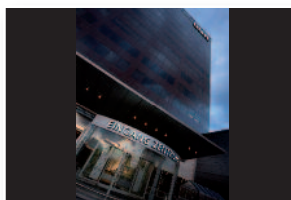
H/2009



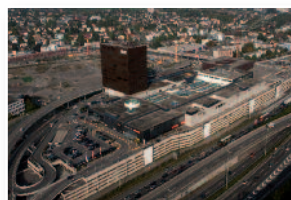
I/2009



K/2007



L/2009



M/2009



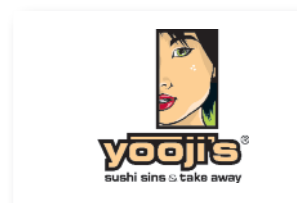
N/2009



Stoffel Marcel/2010

Glatt

Logo New Brands



Logo Glatt

