Glatt

Geschäftsbericht 2021

Für die Zukunft bestens gerüstet

2021 war ein weiteres herausforderndes Jahr. Erneut führten die staatlich verordneten Corona-Massnahmen Anfang des Jahres zu längeren Geschäftsschliessungen. Insgesamt waren rund 50 Prozent unserer Mieterinnen und Mieter von Einschränkungen betroffen, am stärksten wie schon im Vorjahr die Gastro-Formate. Nach wie vor spüren auch die Angebote aus der Reisebranche eine grosse Unsicherheit bei der Kundschaft.

Trotz des schwierigen Umfelds konnte das Glatt ein besseres Ergebnis als im ersten Corona-Jahr 2020 erzielen. Sowohl die Umsätze wie auch die Frequenzen im Shopping-Center sind im Vergleich zum Vorjahr signifikant gestiegen. Ein Grossteil unserer Mieterinnen und Mieter konnte wieder die Umsätze von 2019 erreichen, einige liegen sogar darüber. Die exklusiven Formate im Glatt bewähren sich: Xiaomi, Muji oder H&M Home haben deutlich über Vorjahr gearbeitet. Offensichtlich ist es uns gelungen, mit unseren – teilweise freiwilligen – Schutzkonzepten dafür zu sorgen, dass sich die Kundinnen und Kunden im Glatt jederzeit sicher fühlen.

Unter Auflagen konnten wir auch wieder gewisse Events durchführen. Viel Zuspruch fanden das Sommerkarussell, die Weinmesse, das Bücherfestival mit verschiedenen Lesungen, Malkursen mit den Comic-Figuren «Glatters» für Kinder sowie unsere Weihnachtsattraktionen. Beim jüngeren Publikum beliebt waren ausserdem die diversen Aktionen mit den bekanntesten TikTokern der Schweiz. So kreierte beispielsweise TikTokerin Kabee, als erster Schweizer Social Media-Star mit ihrem Bubble Tea ein eigenes Produkt exklusiv für das Glatt. Im September war jeder dritte verkaufte Bubble Tea einer von Kabee.

Ein Grosserfolg bleibt unser Retail Concept Lab. Dort haben wir ein Format geschaffen für Marken, die es bisher nur online zu kaufen gab. Das Retail Concept Lab ist modular aufgebaut und eignet sich für verschiedenste Detailhandelsformate. Das Lab ist auf Monate hinaus ausgebucht. Mit dem Start-up Eden Flowers, das moderne Trockenblumen verkauft, ist es erstmals gelungen, eine Geschäftsidee aus dem Retail Lab dauerhaft als innovative Mieterin zu gewinnen.

Gut an kam auch der Fanshop mit den «Glatters». Die grosse Nachfrage nach Fan-Artikeln zeigt, dass unsere Marke hohe Sympathiewerte geniesst.

Neben geschäftlichen Meilensteinen konnte das Glatt mitten in der Krise auch ein Zeichen der Solidarität setzen. Gemeinsam mit unseren Mieterinnen und Mietern haben wir das Hilfsprojekt des Vereins «Incontro» von Schwester Ariane unterstützt. Incontro gibt in Zürich frische Lebensmittel an Menschen ab, denen es am Nötigsten fehlt. Mit Sachspenden konnte das Glatt direkte Hilfe bieten. Die grosse Solidarität unserer Gemeinschaft hat uns dabei tief berührt.

Im Detailhandel erwarten wir auch 2022 ein herausforderndes Umfeld. Wir sind jedoch mit viel Schwung ins laufende Jahr gestartet und werden erneut exklusive Formate in die Schweiz bringen können. Damit setzen wir unsere Strategie, den Kundinnen und Kunden einen einzigartigen Mix aus bewährten Marken und neuen Konzepten zu bieten, fort. In Verbindung mit unserem Fachärztezentrum, verschiedenen Dienstleistungsangeboten und den 4500 Gratisparkplätzen sehen wir uns für die Zukunft bestens gerüstet.

Anmerkung: Aus ökologischen Gründen erscheint dieser Text nur in elektronischer Form.