



EINE CASH-COW, DIE SICH ALLE WÜNSCHEN: DER «PLACE TO BE»

Die Immobilien- und Shopping Center-Branche macht sich seit einigen Jahren Gedanken, wie die Erdgeschossflächen neu bespielt werden können, um diese attraktiv zu gestalten. Attraktiv heisst vor allem in Bezug auf zukünftige Frequenzen, den Mietermix sowie um die Flächen darüber attraktiv auf dem Markt zu präsentieren. Zusätzlich werden Anstrengungen unternommen, um auch die Flächen davor und darum herum zu beleben. Das magische Wort dazu heisst «Placemaking».



CHRISTA RIGOZZI IM INTERVIEW MIT JAN TANNER, SHOPPING CENTER FORUM.

Fotos: Shopping Center Forum

Jeder Standort hat dabei das Ziel ein «Place to be» zu sein. Was bedeutet das aber konkret? Wir haben dazu eine kleine Strassenumfrage gemacht und folgende Antworten bekommen: «Ist ein guter Ort, an dem man gerne ist. Wenn du beispielsweise einen supertollen Lieblingsclub oder Lieblingsrestaurant hast, in welchem du dich gerne und oft aufhältst, könnte das dein Place to be sein» oder «ein Platz, an dem man sich trifft, den man kennen sollte, den jeder kennt, an dem man gerne verweilt ...»

Experten definieren diesen Ort noch etwas differenzierter: «Placemaking bezieht sich nicht allein auf den physischen Raum, sondern auch auf die sozialen und kulturellen Identitäten, die diesen Raum umgeben bzw. hervorbringen.» Ein Investor kann also durchaus – unter Einsatz von finanziellen Mitteln und einem geschickten «Community-Management» – einen solchen Platz kreieren und profitiert in der Folge von einem Standort, der hohe Frequenzzahlen und ein attraktives Angebot aufweist.



AUFMERKSAME ZUHÖRER BEI EINER SPANNENDEN KEY-NOTE.

Es gibt einige gute Beispiele in der Schweiz. Mobimo konnte sich 2020 die Siegerehrung der Olympischen Spiele der Jugend in Lausanne sichern. Die Ehrungen und alle Veranstaltungen fanden im «Quartier du Flon» statt, was den Standort zum «Place to be» wachsen liess und Zehntausende Besucher pro Tag anzog.

Wichtig dabei ist auch, dass neue Zielgruppen so eine Destination entdecken und für sich einnehmen. Gerhard Demmelmaier, Leiter Portfolio & Transaktionen von Mobimo stellt das Beispiel vom neuen Trendquartier «Quartier du Flon» vor, das sich vom grauen Industriequartier zum lebendigen Stadtquartier entwickelt hat. Das ehemals als Lager- und Warenumschlagsplatz genutzte Flon-Quartier hat sich in eine gigantische Ansammlung avantgardistisch geprägter Gebäude verwandelt, in denen sich heute Einkaufsmöglichkeiten, Büros, Parkhäuser, Wohnungen und nächtliche Vergnügungstätten befinden.

Fokusthema «Placemaking»

Das Shopping Center Forum setzt sich dieses Jahr also mit dem Fokusthema

«Placemaking» auseinander, und somit mit einem Begriff, der im angelsächsischen Sprachraum schon seit den 1970er Jahren gibt.

Das «Placemaker Forum» wird vom neu gegründeten Verband «Placemaking Switzerland» präsentiert und widmet sich dem Thema, wie Shopping Center oder eben öffentliche Räume diese Kriterien für die Zukunft richtig anpacken können. Fachexperten wie Markus Mettler (Präsident Halter AG), Lisa Rennefahrt (Head of Social Media Einkaufszentrum Glatt), Thomas Hinderling (Bereichsleiter Center & Mixed-Use Site Management Wincasa AG) und Matthias Tobler (Gründer Urbane Dörfer) geben Tipps aus dem Alltag und erläutern, wie ein Ort zum «Place to be» wird und wie die Community aufgebaut wird.

Mit seinem Ursprung in Stadtentwicklungsdebatten beschreibt «Placemaking» unter anderem temporäre Interventionen im öffentlichen Raum, um durch Partizipation die Lebens- und Aufenthaltsqualität an diesen Orten zu steigern, neue Nutzungsmöglichkeiten aufzuzeigen und diese dadurch

17. Schweizer Shopping Center- und Einzelhandelsimmobilienkongress

THE WORLD OF RETAIL PROPERTY AND PLACEMAKING.

Kongressthema: FUTURE SHOPPING 2030 – Fokusthema «Placemaking»

Der führende Fachkongress für die Schweizer Shopping Center- und Einzelhandelsimmobilienindustrie präsentiert sein neues Programm mit zahlreichen Highlights:

**Swiss Conference in Zurich / May 16, 2024
Hotel Radisson Blu, Zurich Airport**

Confirmed speakers:

- **Dr. David Bosshart**, Zurich
Retail & Consumer Analyst;
Präsident der Duttwiler-Stiftung
- **Mr. Ibrahim Ibrahim**, London
Portland, Specialist in Place Strategy,
strategic retail design business
- **Mr. Frank Bodin**
Werber des Jahres 2009, Former Chairman & CEO Havas Switzerland
- **Dr. Sibylle Wälty**
Leitende Forscherin ETH Zurich
- **Dr. Thomas Borer**
Ehemaliger Botschafter der Schweiz in Deutschland
- **Marc Bros de Puechredon**
Präsident & CEO BAK Economics / Die aktuellen Wirtschaftszahlen der Schweiz

Profitieren Sie bis zum 29.2.2024 von den Frühbucher-Rabattkonditionen.

BAK Economics und das Shopping Center Forum sind für 2024 eine exklusive Partnerschaft eingegangen: Die Kongressteilnehmer profitieren von exklusiven Zahlen und Fakten: Quartalsprognose Schweiz Q1/2024, Detailhandelsprognose Schweiz sowie einem Gesamtüberblick über die Shopping Center-Branche mit den wichtigsten Einflussfaktoren und Preisentwicklungen.

Ort: Hotel Radisson Blu, Zurich-Airport

Datum: Donnerstag, 16. Mai 2024

Zeit: 09.00 – 17.00 Uhr

Die Teilnehmer sind im Anschluss zur Networking-Party eingeladen.

Informationen zum Programm und Anmeldung:

www.sc-forum.ch



SYLWINA SPIESS, MODERATORIN.



DR. DAVID BOSSHART, DUTTWILER-STIFTUNG.



IBRAHIM IBRAHIM, PLACE STRATEGIST.



DR. SIBYLLE WÄLTY, ETH ZÜRICH.

nachhaltiger und inklusiver zu gestalten. «Placemaking» lädt Menschen dazu ein, Orte kollektiv neu zu denken und zu erfinden und damit auch die Identifikation und Verbindungen der Menschen mit diesen Orten zu intensivieren. «Placemaking» greift dabei stets insbesondere auf die Ressourcen, das Wissen und die Ideen vor Ort zu. Mit der Steigerung der Attraktivität und zusätzlichen Frequenzen kommen aber auch Aufgaben auf die Eigentümerschaft bzw. Managementgesellschaften zu, welche weniger attraktiv als die zusätzlichen Mieteinnahmen sind: Menschen sind schwer steuerbar und oft stellt sich die Frage welches Elternhaus diese Personen durchlebt haben. Ein «Place to be» stellt auch hohe Anforderungen an die Sicherheit und Sauberkeit. Es braucht daher viel Fingerspitzengefühl, um mit dem neuen Erfolg umzugehen. Ein attraktiver Standort zieht oft auch Personengruppen an, welche die Immobilienbesitzer lieber ausgrenzen

würden, aber das entspricht nicht den ethischen Grundsätzen unserer Branche. Alle Menschen sind willkommen, aber müssen sich an die gesetzlichen und moralischen Grundsätze richten. Es empfiehlt sich daher eine enge Zusammenarbeit zwischen den Behörden, einer lokalen Sicherheitsfirma und auch sozialen Institutionen, um allfälligen sozialen Problemen rechtzeitig zu begegnen.

Place to be

Es bedarf daher bei jedem Immobilienprojekt einer Definition, was unter dem Begriff «Place to be» verstanden wird und welche Ziele verfolgt werden. Dazu gehört ein Community-Management-Konzept, welches ein professionelles Stakeholderkonzept komplettiert.

Die Teilnehmer am Shopping Center Forum dürfen daher gespannt sein, was die Experten in ihren Ausführungen dazu präsentieren.



GERHARD DEMMELMAIER, MOBIMO.

Traditionell erhalten die Teilnehmer auch exklusive Informationen zum Schweizer Markt:

Neu wird BAK Economics AG mit Marc Bros de Puechredon, CEO und VR-Präsident, eine Quartalsprognose Q1 2024 abgeben: mit einer Detailhandelsprognose Schweiz sowie einem Gesamtüberblick über die Shopping Center-Branche mit den wichtigsten Einflussfaktoren und Preisentwicklungen.

Das Shopping Center Forum wird als das grosse Familientreffen der Branche bezeichnet.

Es ist dank zahlreichen Networking-Pausen auch der ideale Ort, um Kontakte zu pflegen und neue Entscheidungsträger kennenzulernen.

Dieses Jahr findet die 17. Ausgabe des Jahreskongresses der Shopping Center- und Einzelhandelsimmobilienindustrie mit einem spannenden Kongressprogramm statt. Lesen Sie mehr dazu in der Box.

Ein engagiertes Team in Zürich unterstützt die Locals weltweit.

Autor: Jan Tanner

WWW.SC-FORUM.CH