

Düsseldorf, 2. Mai 2018

Pressemitteilung

Branchenexperten diskutieren Strategien für den stationären Handel auf Retail Open House 2018

Deutschlandweiter Branchentreff schärft Profil als Diskussions- und Netzwerkplattform für Investoren, Händler und Marketing-Spezialisten



Mehr als 350 Experten kamen am 26. April auf der Retail Open House in den Münchener Riem Arcaden zusammen, um aktuelle Trends und Entwicklungen im Einzelhandel zu diskutieren. Zusätzlich zum Kern der Veranstaltung, dem Treffen zwischen Mietern und Vermietern, bot die Veranstaltung erstmals auch eigene Foren für die Bereiche Marketing und Asset Management.

Eingeladen hatte wie in den Vorjahren Shopping Center-Entwickler und Betreiber Unibail-Rodamco Germany GmbH. In den kommenden Jahren soll die Veranstaltung weiter wachsen.

„Die Innovationszyklen im Einzelhandel haben sich zuletzt drastisch verkürzt, Erneuerungprozesse sind für uns heute der Normalzustand“, sagt Andreas Hohlmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Unibail-Rodamco Germany. „Das ist auch der Grund, weshalb wir den Austausch innerhalb der Branche, sowohl mit Einzelhändlern als auch mit Investoren, noch stärker fördern möchten.“

Investitionen in Gewerbeimmobilien: 1,7 Milliarden Euro in Deutschland

Schwerpunkte der diesjährigen Retail Open House waren die inhaltliche sowie strategische Weiterentwicklung von bestehenden Shopping Centern und die Gestaltung völlig neuer Einzelhandelsquartiere mit hoher Aufenthaltsqualität und attraktivem Nutzungsmix. So wird seit 2015 allein in Deutschland für Neubauten und für Refurbishments im gesamten Portfolio von Unibail-Rodamco Germany eine Summe von rund 1,7 Milliarden Euro investiert. Dadurch wird auch auf die Digitalisierung reagiert, die unter anderem das Konsumverhalten von Grund auf verändert und somit zu einem maßgeblichen Faktor für den Einzelhandel wird. Ziel ist es, erfolgreiche Strategien für die Zukunft des stationären Handels zu entwickeln, den Menschen in den Mittelpunkt zu rücken und soziale Treffpunkte zu schaffen.

„Kluge Investments verlangen eine klare Strategie“, sagt Olaf Ley, Director Investment und Asset Management bei Unibail-Rodamco Germany. „Daher legen wir besonderen Wert auf die perfekte Positionierung eines jeden Standortes. Das gilt für unsere eigenen Assets genauso wie für die Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern.“

Marketing Open House erstmals als eigenständige Plattform

Besondere Aufmerksamkeit galt in diesem Jahr dem Thema Marketing, dem die Retail Open House unter dem Namen Marketing Open House erstmals eine eigene Plattform widmete. Dabei im Fokus: Wie müssen sich Einzelhandelsstandorte positionieren und

welche Hebel müssen bedient werden, um Kunden langfristig anzuziehen und emotionale Einkaufserlebnisse zu entwickeln.

Denkanstöße boten Keynote-Speaker wie Ayhan Yuruk, Gründer von #Showrooming, der Lösungen für Online-Retailer entwickelt, die in den stationären Markt drängen. Die Grundidee: Immer mehr Kunden informieren sich online, möchten Produkte aber selbst in einem Store testen, ehe sie eine Kaufentscheidung fällen. Das Ladengeschäft ist heute nicht mehr nur ein Vertriebs- sondern auch ein Marketingkanal und muss Kundenerlebnisse und einen persönlichen Touchpoint schaffen.

„Positionierung und strategisches Marketing sind elementare Faktoren für den Erfolg von Einzelhandelsimmobilien. Deshalb haben wir für diesen Bereich im Rahmen der Retail Open House eine eigene Plattform geschaffen“, sagt Götz Haßmann, Director of Leasing bei Unibail-Rodamco Germany. „Ein reger Austausch zwischen Experten ist wichtig, um in der Einzelhandelsbranche langfristig erfolgreich zu sein und den wandelnden Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden.“

Ansprechpartner für Pressefragen

Unibail-Rodamco Germany Pressebüro
c/o JDB MEDIA GmbH
Michael Sömmer
Schanzenstraße 70
20357 Hamburg
T: 040/ 46 88 32 -631
F: 040/ 46 88 32 -32
E: unibail-rodamco@jdb.de

Über Unibail-Rodamco

Unibail-Rodamco SE wurde 1968 gegründet und ist Europas größtes börsennotiertes Unternehmen im Bereich Gewerbeimmobilien. Die Gruppe hat Standorte in elf Ländern auf dem europäischen Kontinent und verfügt über ein Bestandsportfolio von 43,1 Milliarden Euro (Stand: 31. Dezember 2017). Als integrierter Betreiber, Investor und Entwickler deckt Unibail-Rodamco die gesamte Wertschöpfungskette im Immobiliensektor ab. Die 2.000 Experten des Unternehmens sind insbesondere in hochspezialisierten Marktsegmenten wie großen Shopping Centern in den Metropolen Europas sowie Bürogebäuden, großen Ausstellungs- und Kongresszentren in der Region Paris tätig. Unibail-Rodamco besitzt und betreibt 67 Shopping Center, von denen 56 mehr als sechs Millionen Besucher pro Jahr verzeichnen. Diese Center befinden sich in großen und dynamischen europäischen Städten wie Paris, Madrid, Stockholm, Amsterdam, München, Berlin, Wien, Warschau und Prag. In Deutschland betreibt die Gruppe aktuell 26 Shopping Center, davon neun im eigenen Portfolio. Zusätzlich zu den bestehenden Assets entwickelt Unibail-Rodamco derzeit Projekte mit einem Investitionsvolumen von 7,9 Milliarden Euro (Stand: 31. Dezember 2017), darunter innovative Immobilienprojekte von Weltrang wie The Mall of the Netherlands nahe Den Haag und das südliche Überseequartier in Hamburg. Die Gruppe zeichnet sich durch ihren Fokus auf höchste Architektur-, Städtebau- und Umweltstandards aus. Kern der langfristigen Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie von Unibail-Rodamco ist die Entwicklung und Neugestaltung von einzigartigen Orten zum Shoppen, Arbeiten und Entspannen. Die Verpflichtung der Gruppe zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit wurde durch die FTSE4Good und STOXX Global ESG Leaders

Indizes anerkannt. Die Gruppe ist Mitglied in den Indizes CAC 40, AEX 25 und EuroSTOXX 50. Von Standard & Poor's und Fitch Ratings erhielt Unibail-Rodamco SE ein A Rating.

Für weitere Informationen, besuchen Sie bitte unsere Website: www.unibail-rodamco.de