

Düsseldorf, 21. November 2018

Pressemitteilung

Gropius Passagen erfolgreich modernisiert

Berlins größtes Shopping Center lockt Besucher ab sofort mit urbanem Flair, offenem Design und noch stärkerem Fokus auf Fashion und Lifestyle



Seit Herbst 2014 investierten die Eigentümer TH Real Estate und Unibail-Rodamco-Westfield rund 125 Millionen Euro in die Modernisierung der Gropius Passagen – nun ist es vollbracht: Am 22. November 2018 feiert Berlins größtes Shopping Center den erfolgreichen Abschluss der dritten und letzten Umbauphase. Mit hoher Aufenthaltsqualität und einem attraktiven Mix aus nationalen

und internationalen Top-Marken sowie neuen, kreativen Food-Konzepten, positioniert sich das Center als urbaner Treffpunkt im Süden Berlins. Passend dazu präsentieren sich die Gropius Passagen mit einem neuen Markenauftritt inklusive neuem Logo.

Mit rund 150 Shops auf etwa 90.000 Quadratmetern, 2.000 Arbeitsplätzen im Center und jährlich circa 10 Millionen Besuchern zählen die Gropius Passagen zu den größten Shopping Centern Deutschlands. Erst im Oktober 2018 eröffnete im Center eine der modernsten Karstadt-Filialen im Bundesgebiet. Die weiteren Ankermieter sind Peek & Cloppenburg, Media Markt, C&A, H&M, Aldi Nord, Kaufland, Rossmann sowie Müller. Seit Oktober 2017 haben u.a. Hugendubel, Snipes, Foot Locker und Accessorize neue Filialen eröffnet. In den ersten beiden Phasen der Modernisierung sind bereits die Fashion Mall erweitert sowie ein neuer Verkaufsbereich mit 30 Mietern im Nordteil des Centers eröffnet worden. Mit 2.000 Parkplätzen sowie einer hochfrequentierten Anbindung an die öffentlichen Verkehrsmittel sind die Gropius Passagen zudem optimal in die Berliner Infrastruktur eingebettet.

„Wir freuen uns sehr, dass wir die Gropius Passagen durch die Revitalisierung in puncto Attraktivität und Aufenthaltsqualität nochmals auf ein neues Level bringen konnten. Dadurch werden wir die schon jetzt sehr erfolgreiche Marktposition des Centers im Berliner Stadtgebiet noch weiter ausbauen“, sagt Andreas Hohlmann, Managing Director Germany bei Unibail-Rodamco-Westfield.

Innovatives Design und kreative Food Plaza

Das übergeordnete Ziel der finalen Modernisierungsphase war es, die Gropius Passagen über die Rolle des Nahversorgers hinaus noch stärker auf den Bereich Fashion und

Lifestyle auszurichten. Der Schwerpunkt lag dabei insbesondere auf den Bereichen Design, Marketing und Mietermix.

Mit seinem innovativen Interior Design strahlt das Center nun ein offenes, urbanes Flair aus und lädt seine Gäste so zum noch längeren Verweilen ein. Ein Highlight bildet hierbei das neugestaltete Atrium mit anregendem Lichtkonzept. Darüber hinaus dürfen sich die Besucher im ebenfalls komplett modernisierten Food Plaza im 1. Obergeschoss auf einen fein abgestimmten Mix mit zahlreichen lokalen Gastronomiekonzepten sowie nationalen und internationalen Gastronomie-Anbietern freuen. Pünktlich zur Eröffnung feiern die Gropius Passagen zudem die Premiere des neuen Logos, mit dem auch der insgesamt überarbeitete Markenauftritt des Centers einhergeht.

Stephan Austrup, Head of Retail, Germany, bei TH Real Estate, zeigt sich überzeugt von der zukünftigen Ausrichtung: „Mit der umfassenden Modernisierung haben wir die Weichen für die Gropius Passagen nun vollends in Richtung Zukunft gestellt. Damit tragen wir nicht zuletzt auch den sich wandelnden Anforderungen unserer Kunden und Mieter Rechnung.“

Eröffnung von Primark in 2019

Die Neupositionierung der Gropius Passagen spiegelt sich so auch im überarbeiteten Mietermix wider. Das nächste Highlight erwartet die Besucher des Centers in 2019. Dann nämlich eröffnet mit Primark eine weitere internationale Top-Marke im Center. In der Filiale wird es, verteilt auf drei Ebenen, eine breite Auswahl an Herren-, Damen- und Kindermode, zudem Schuhe und Accessoires für Frauen geben. Ergänzt wird das Angebot durch Home-Artikel, Kosmetik- und Beauty-Produkte sowie eine Vielzahl an Geschenkideen.

„Wir sind sehr glücklich, dass wir mit Primark einen zusätzlichen spannenden Mieter in den Gropius Passagen begrüßen dürfen, der den Facettenreichtum des Centers nochmals spürbar erweitern wird“, so Paul-Eric Perchaud, Director of Operations bei Unibail-Rodamco-Westfield in Deutschland. „Mit der inhaltlichen Ausrichtung auf die Bereiche Fashion und Lifestyle sprechen wir gezielt ein großstädtisches, erlebnisorientiertes Publikum an. Die erste Primark-Filiale im Südosten Berlins passt deshalb natürlich ausgezeichnet in unser langfristiges strategisches Konzept für die Gropius Passagen.“

Im Laufe des Jahres 2019 folgen zudem weitere Neuheiten, mit denen die Gropius Passagen ihre Attraktivität als Shopping- und Erlebnis-Destination steigern werden. So eröffnet im Sommer 2019 der Sportartikelspezialist Decathlon auf circa 1.600 Quadratmetern im südlichen Teil der Mall eine neue Filiale.

UCI-Multiplexkino gestaltet Foyer und Kinosäle neu

Das Profil der Gropius Passagen als Unterhaltungs- und Freizeitziel wird zudem durch die Modernisierung des Multiplexkinos geschärft. Der Betreiber UCI hat mit den Umbaumaßnahmen bereits begonnen und plant diese bereits Anfang 2019 abzuschließen. Die Kinobesucher werden dann ein neu gestaltetes Foyer sowie ein überarbeitetes Design in den Kinosälen vorfinden.

Ansprechpartner für Pressefragen

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

Über Unibail-Rodamco-Westfield

Unibail-Rodamco-Westfield ist der weltweit führende Entwickler und Betreiber von ‚Flagship Shopping Destinations‘ mit einem Portfolio im Wert von 63,7 Milliarden Euro (Stand: 30. Juni 2018), davon 86% in Handelsimmobilien, 8% in Büroflächen, 5% in Tagungs- und Ausstellungszentren und 1% in Dienstleistungsbereichen. Die Gruppe besitzt aktuell 97 Shopping Center, die sie selbst betreibt. Darunter befinden sich 56 Flagship Center in den dynamischsten Städten Europas und der USA, die jährlich rund 1,2 Milliarden Besucher anziehen. Aktiv in 13 Ländern auf zwei Kontinenten, bietet Unibail-Rodamco-Westfield eine einmalige Plattform für Retailer und Marken-Events sowie einzigartige und stetig neuentwickelte Kundenerlebnisse.

Mit 3.700 hochqualifizierten Mitarbeitern, herausragendem fachlichen Know-how und einer beispiellosen Erfolgsbilanz positioniert sich Unibail-Rodamco-Westfield für eine überlegene Wertschöpfung und die Entwicklung von Projekten auf Weltklasseniveau. Die Gruppe verfügt über die branchenweit größte Development-Pipeline mit einem Gesamtvolumen von 12,5 Milliarden Euro. Ein unverwechselbares Profil gibt sich Unibail-Rodamco-Westfield mit der Better Places 2030-Agenda, deren Ziel es ist, Orte zu schaffen, die höchste Umweltstandards berücksichtigen und zur Entwicklung besserer Städte beitragen.

Unibail-Rodamco-Westfield ist an den Börsen Euronext Amsterdam und Euronext Paris (Euronext Ticker: URW) gelistet. Eine Zweitnotiz wurde in Australien durch „Chess Depositary Interests“ eingerichtet. Die Gruppe genießt ein Rating in der A-Kategorie bei Standard & Poor's und in der A2-Kategorie bei Moody's.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.urw.com

Besuchen Sie unsere Media-Bibliothek: <https://www.mediacentre.urw.com>