



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Düsseldorf, 18. März 2019

Pressemitteilung

MALL RETAIL // B2B-KOOPERATIONEN // MEDIA-KAMPAGNEN

Nathalie Lohaus ist neue Head of Commercial Partnerships bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany – Department wird strategisch gestärkt



Marken und Events im Fokus: Nathalie Lohaus ist neue Head of Commercial Partnerships bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany (Bild: URW)

Nathalie Lohaus hat im März 2019 die Position des Head of Commercial Partnerships bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany übernommen. Ihre Tätigkeit umfasst die Schwerpunkte Mall Retail in Form von Pop-up-Shops, Kiosks und Promotions, die Schaffung von Markenerlebnissen durch Events und Kooperationen sowie die Steuerung von Media-Kampagnen auf digitalen und statischen Werbeflächen. Zuvor war sie innerhalb des Unternehmens als Deputy Head of Shopping Center Management sowie als Centermanagerin unter

anderem im Ruhr Park Bochum tätig.

„Nathalie Lohaus ist eine erfahrene Managerin, die bestens mit dem operativen Geschäft vertraut ist und die Zusammenhänge von Vermietung, Marketing und Events sowie Markenbildung sehr gut kennt“, sagt Paul-Eric Perchaud, Director of Operations bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany. Als Head of Commercial Partnerships ist Lohaus für die 26 Shopping Center im deutschen Management-Portfolio der Gruppe verantwortlich.

B2B-Partnerschaften und Markenerlebnisse gewinnen weiter an Bedeutung

Die Ernennung Lohaus' folgt einer Umstrukturierung der Abteilung Commercial Partnerships bei Unibail-Rodamco-Westfield. Im Zuge der Integration von Westfield wird für die gesamte Unternehmensgruppe die Bedeutung des Departments kontinuierlich gesteigert. Zukünftig soll der Fokus noch stärker auf B2B-Partnerschaften und der Inszenierung von Markenerlebnissen liegen. Dazu gehören neben der Vermietung von Kiosks und Pop-up-Flächen insbesondere große Media-Kampagnen und langfristige Kooperationen mit bekannten nationalen und internationalen Marken. „Wenn Kunden Shopping Center besuchen, möchten sie durch neue Erlebnisse, spannende Events und attraktive Pop-up-Konzepte unterhalten werden“, erklärt Lohaus. „Langfristige Partnerschaften, Promotions und Kommunikationskampagnen rund um bekannte Brands sind deshalb wichtiger denn je.“

Einer der ersten Erfolge der umstrukturierten Abteilung ist die Partnerschaft mit dem schwedischen Digital-Out-of-Home (DOOH)-Anbieter Visual Art, die im Januar 2019 offiziell wurde. In den kommenden vier Jahren werden insgesamt 400 DOOH-Flächen in 15 deutschen Shopping Centern mit Kommunikations- und Werbe-Inhalten bespielt, darunter in den Pasing Arcaden in München, den Höfen am Brühl und dem Paunsdorf Center in Leipzig, den Düsseldorfer Arcaden sowie den Gropius Passagen in Berlin.

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 65,2 Milliarden Euro (Stand: 31. Dezember 2018), davon 87% in Handelsimmobilien, 6% in Büroflächen, 5% in Tagungs- und Ausstellungszentren und 2% in Dienstleistungsbereichen. Die Gruppe besitzt 93 Shopping Center, die sie selbst betreibt. Darunter befinden sich 56 Flagship Center in den dynamischsten Städten Europas und der USA. Insgesamt ziehen die Center jährlich rund 1,2 Milliarden Besucher an. 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. In Deutschland betreibt die Gruppe aktuell 26 Shopping Center, davon neun im eigenen Portfolio.

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 11,9 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

Folgen Sie uns auf Twitter [@urw_group](https://twitter.com/urw_group), LinkedIn [@Unibail-Rodamco-Westfield](https://www.linkedin.com/company/unibail-rodamco-westfield) und Instagram [@urw_group](https://www.instagram.com/urw_group)