



Düsseldorf, 21. März 2019

Pressemitteilung

EINZELHANDEL

Kosmetikmarke Sephora eröffnet Flagship-Store im Centro Oberhausen



Anfassen, ausprobieren, entdecken: Der neue Sephora-Flagship-Store im Centro lockt Besucher mit interaktiven Einkaufserlebnissen (Bild: Sephora)

Unibail-Rodamco-Westfield Germany präsentiert ein neues Highlight im Lifestyle-Angebot der größten Shopping-Destination Deutschlands: Am 21. März 2019 öffnet das französische Beauty-Label Sephora erstmals die Tore seines brandneuen Flagship-Stores im Centro Oberhausen. Auf 350 Quadratmetern finden die Besucher des Centers Kosmetikprodukte der trendigen Eigenmarke ebenso wie Lotionen, Düfte und Make-up von internationalen Top-Marken. Ein interaktives Store-Konzept mit exklusiven Services verspricht zudem aufregende Shopperlebnisse.

„Mit Flagship-Destinationen wie dem Centro setzen wir branchenweit Maßstäbe, wenn es darum geht, Einkaufen und Erlebnisse miteinander zu verknüpfen“, sagt Paul-Eric Perchaud, Director of Operations bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany. „Ein einzigartiger und differenzierender Mietermix ist hierfür ein elementarer Bestandteil. Für uns ist es deshalb von größter Bedeutung, dass sich die stärksten Marken bei uns von ihrer besten Seite präsentieren können. Umso mehr freut es uns, ein erfolgreiches Label wie Sephora mit einem Konzept begrüßen zu dürfen, das die Besucher des Centro begeistern wird.“

Beauty-Hotspot im Centro: die Sephora-Boutique der Zukunft

Die knapp 350 Quadratmeter große Verkaufsfläche gestaltet das Beauty-Label mit einem innovativen Erlebnis-Store-Konzept, das bereits in anderen europäischen Ländern wie Frankreich, Dänemark und Spanien erprobt wurde. Die Kunden können die Produkte ausgiebig anfassen, ausprobieren und entdecken. Auch kostenlose Make-up-Workshops und Pflegetipps von erfahrenen Kosmetikprofis gehören zum Angebot und runden das interaktive Einkaufserlebnis ab. Die Produktauswahl reicht dabei von trendigen Beauty-Produkten der hauseigenen Sephora Collection bis hin zu Lotionen, Düften, Make-up und Pflegeprodukten von exklusiven internationalen Marken wie Charlotte Tilbury, Too Faced, Tarte Cosmetics, Glamglow, Kaviar Gauche und Hermès. Die neue Sephora-Boutique ist der erste eigenständige Store der Marke in Nordrhein-Westfalen, deutschlandweit ist es der dritte Standort überhaupt.

Auch Götz Haßmann, Director of Leasing bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany, freut sich über den Neuzugang: „Mit dem neuen Sephora-Flagship-Store haben wir eine attraktive Marke hinzugewonnen, die schon heute Shopperlebnisse von morgen präsentiert. Uns ist es damit gelungen, das Profil des Centro als einzigartige Shopping-Destination noch weiter zu schärfen. Darauf wird auch weiterhin unser Fokus in der Vermietung liegen.“

Flagship-Shopping Destination im Ruhrgebiet: das Centro in Oberhausen

Mit einer Gesamtfläche von 242.000 Quadratmetern ist das Centro in Oberhausen das größte Shopping- und Erlebniszentrum Deutschlands. Rund 250 Shops, 20 Gastronomiekonzepte auf der Promenade, eine Multifunktionshalle mit 12.500 Plätzen, das Legoland® Discovery Centre und ein Kino befinden sich auf dem Areal. Das Centro selbst zieht jährlich mehr als 16 Millionen Besucher an. Das direkte Umfeld im Stadtteil Neue Mitte bietet zudem ein Theater, einen Trampolinpark, ein Aquarium sowie ein Erlebnisschwimmbad und das bekannte Oberhausener Ausstellungszentrum Gasometer.

Durch direkte Autobahnanschlüsse sowie Straßenbahn- und Bushaltestellen unmittelbar vor der Tür ist das Centro optimal an die regionale und überregionale Infrastruktur angebunden. Bis Sommer 2019 modernisiert Unibail-Rodamco-Westfield den Gastronomiebereich des Centers für mehr als 10 Millionen Euro. Noch in diesem Jahr soll zudem ein neues Konzept für den Centro-Freizeitpark entwickelt werden.

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)