



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Düsseldorf, 17. November 2020

Pressemitteilung

Weitere Digitally Native Vertical Brand im Ruhr Park: Gewürzmanufaktur Ankerkraut eröffnet Store



Gewürz-, Tee- und Kräuterklassiker auf 56 Quadratmetern: Neuer Ankerkraut-Store im Ruhr Park Bochum (Bild: Ankerkraut)

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) Germany sorgt für eine weitere Differenzierung des Mietermixes im Ruhr Park in Bochum und begrüßt mit der Hamburger Gewürzmanufaktur Ankerkraut ein neues Lebensmittel- und Feinkostkonzept. Am 16. November eröffnete das aus der TV-Show „Die Höhle der Löwen“ bekannte Familienunternehmen dort seinen zweiten Store in einem Shopping Center überhaupt und den ersten im Portfolio von URW. Auf 56 Quadratmetern bereichern fortan Gewürz-, Tee- und Kräuter-Klassiker sowie spannende hausgemachte Mischungen das kulinarische Angebot im größten Open-Air-Shopping-Center Deutschlands. URW

bietet mit diesem Shop erneut einer ursprünglich online groß gewordenen Marke (Digitally Native Vertical Brand), die Möglichkeit, ihr Geschäft weiter auf den stationären Handel auszudehnen.

Bei dem Ankerkraut-Store im Ruhr Park handelt es sich erst um den fünften überhaupt im stationären Handel. Die anderen Stores befinden sich in Hamburg, Berlin, Köln sowie in der Region Frankfurt am Main. Das Start-up hatte zuvor branchenweit Maßstäbe im Onlinevertrieb gesetzt und dabei Unterstützung des Investors Frank Thelen erhalten, den das Inhaber-Ehepaar Anne und Stefan Lemcke 2016 bei dem TV-Format „Die Höhle der Löwen“ auf Vox von ihrem Konzept überzeugte. Mittlerweile beschäftigt Ankerkraut über 120 Mitarbeiter.

„Ankerkraut liefert ein exzellentes Beispiel für die Vernetzung von digitalen Kanälen und physischen Stores. Erfolgreiche Multichannelanbieter setzen einerseits auf Shops als physische Repräsentanten ihrer Brand, die emotionale Markenerlebnisse und -erfahrungen zu ermöglichen und andererseits auf attraktiven Online-Handel sowie digitale Markenauftritte, die in der Kombination dem Kunden eine ganzheitliche Markeninszenierung bieten. Wir freuen uns, dass der Ruhr Park in Bochum als beliebte Destination, die ihren Gästen in einem einzugsstarken Gebiet eine einzigartige Mieter- und Markenauswahl bietet, nun Teil der Erfolgsstory von Ankerkraut wird. Dies ist eine weitere Bestätigung unserer Strategie, das Beste aus der Online- und Offline-Welt miteinander zu verbinden“, sagt Constantin Wiesmann, Director of Leasing bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany.

Nur die besten Zutaten im Ankerkraut-Store

Ankerkraut legt in seinem 470 Produkte umfassenden Sortiment ein großes Augenmerk auf Spitzenqualität und nachhaltige Produktion und passt somit als Marke perfekt in das Portfolio des Ruhr Parks. Ab Mitte November können sich Feinschmecker, Gourmets und Hobbyköche selbst von der Qualität der hanseatischen Geschmacksmanufaktur überzeugen. Dabei wurde beim Ladenkonzept großer Wert auf eine nordische, moderne und gemütliche Atmosphäre mit hoher Erlebnis- und Aufenthaltsqualität gelegt. Gäste können in Ruhe stöbern, sich inspirieren lassen und vom kompetenten Team beraten werden.

Fester Bestandteil der Ankerkraut-Philosophie ist, dass nur hochwertige Rohstoffe und Produkte ohne Geschmacksverstärker, künstliche Aromen sowie Farb- und Konservierungsstoffe zum Einsatz kommen. Zusätzlich sind seit Anfang 2020 einige der Produkte mit dem Bio-Siegel versehen. Somit ist sichergestellt, dass alle verwendeten Rohstoffe über die gesamte Lieferkette hinweg aus kontrolliert ökologischem Anbau stammen und sowohl auf Gentechnik als auch auf synthetische Pestizide verzichtet wird.

Einmaliges Shopping- und Freizeiterlebnis im Ruhr Park

Mit 115.000 Quadratmetern Mietfläche und über 160 Geschäften zählt der Ruhr Park Bochum zu den größten Shopping Centern Deutschlands. Rund elf Millionen Besucher zieht der Open-Air-Standort jährlich an. Der Mieter- und Markenmix wurde in den letzten Jahren kontinuierlich optimiert und ausdifferenziert. Anfang November weihte H&M seine vergrößerte Fläche, sein überarbeitetes Shopkonzept sowie die rundum neue H&M HOME-Abteilung ein. Der Shop im Ruhr Park ist der erst fünfte von H&M in Deutschland, der das neue Designkonzept der schwedischen Marke umgesetzt hat. Bereits im Oktober eröffnete Tommy Jeans und verstärkt den Modeschwerpunkt im Ruhr Park. Zudem fand im November die Eröffnung des Rituals-Pop-up-Stores statt, der den bestehenden Shop bis in den Januar hinein ergänzt. Zum aktuellen Angebot im Center zählen Marken wie Zara, Mango, Scotch & Soda oder Superdry sowie Media Markt, Karstadt, dm, Kaufland und Lidl. Zudem befindet sich eine UCI Kinowelt im Center.

Als erste DNVB im Ruhr Park hat Mister Spex eine Filiale eröffnet. Auch das Fashion- & Lifestyle-Label tigha, das mit einem Shop im Ruhr Park vertreten ist, ist zunächst durch Online-Vertrieb eine bekannte und sehr erfolgreiche Marke geworden. Zudem zeigten als Onlinebrands bereits Barboza, ein Anbieter von nachhaltiger Sportmode, sowie der Beetique Concept Store der bekannten Influencerin Dagi Bee jeweils in temporären Pop-ups für circa drei Monate ihre Markenwelten im Ruhr Park.

Ein weiterer Fokus im Center liegt auf dem Gastronomieangebot: Die Via Bartolo sowie die weiteren Restaurants und Cafés zeichnet ein Mix aus nationalen und internationalen Marken aus. Mit Blick auf Serviceleistungen und Aufenthaltsqualität stellt der Ruhr Park stets das Wohlbefinden seiner Kunden in den Vordergrund. Dieser Qualitätsanspruch wurde von URW mit einem 4-Sterne Gütesiegel zertifiziert, dass die Prüfung von 684 Hygiene-, Sauberkeits- und Sicherheitskriterien widerspiegelt. Der Ruhr Park Bochum ist bequem mit dem Auto, unter anderem über die A40, sowie über diverse Buslinien zu erreichen und verfügt über circa 4.500 kostenfreie Parkplätze.

Ansprechpartner für Pressefragen

Unibail-Rodamco-Westfield
Pressebüro Deutschland
c/o JDB MEDIA GmbH
Simon Wensing
Schanzenstraße 70
20357 Hamburg
T: 040/ 46 88 32 -613
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-Destinationen mit einem Portfolio im Wert von 60,4 Milliarden Euro (Stand: 30. Juni 2020), davon 86% in Handelsimmobilien, 7% in Büroflächen, 5% in Tagungs- und Ausstellungszentren und 2% in

Dienstleistungsbereichen. Die Gruppe hält derzeit 89 Shopping Center, die sie selbst betreibt. Darunter befinden sich 55 Flagship-Center in den dynamischsten Städten Europas und der USA. Insgesamt ziehen die Center jährlich rund 1,2 Milliarden Besucher an. Aktiv auf zwei Kontinenten und in 12 Ländern, bietet Unibail-Rodamco-Westfield eine einmalige Plattform für Retailer und Marken-Events sowie einzigartige und stetig neuentwickelte Kundenerlebnisse. In Deutschland betreibt die Gruppe aktuell 23 Shopping Center, davon neun im eigenen Portfolio.

Mit 3.400 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 eine Development-Pipeline mit einem Gesamtvolumen von 6,2 Milliarden Euro (Stand: 30. Juni 2020).

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 Kategorie A- bei Standard & Poor's und in der Kategorie A3 bei Moody's.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.urw.com

Besuchen Sie unsere Medien-Bibliothek unter: <https://mediacentre.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)