



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Düsseldorf, 25. November 2020

Pressemitteilung

Snipes führt im Berliner Shopping Center Die Mitte deutschlandweit einzigartiges Shop-Konzept ein und stärkt dabei strategische Partnerschaft mit Nike



Mehr Fläche für innovative Markenkonzepte: Snipes vergrößert seinen Store am Berliner Alexanderplatz (Bild: URW)

Der Sneaker- und Streetwear-Händler Snipes erweiterte Mitte November 2020 seinen bestehenden Flagship-Store in Die Mitte am Berliner Alexanderplatz auf insgesamt fast 300 Quadratmeter. Auf der vergrößerten Mietfläche hat Snipes ein exklusives, deutschlandweit bisher einmaliges Konzept mit seinem strategischen Partner Nike umgesetzt. Berlin gehört als einzige Stadt in Deutschland zum exklusiven Kreis an internationalen Metropolen, in denen Nike und Snipes derartige Kollaborationen durchführen. Mit der Erweiterung verstärkt Handelsimmobilienentwickler und -betreiber Unibail-Rodamco-Westfield (URW) Germany den Fokus auf Mietpartner mit

innovativen und spannenden Shopping- und Erlebniskonzepten.

„Für Unibail-Rodamco-Westfield ist es ein zentrales Anliegen, Besucher an unseren Standorten mit spannenden Aktionen und innovativen Store-Konzepten zu begeistern und so den Erlebnisfaktor zu steigern. Durch die Erweiterung geben wir unserem Partner Snipes in der Fashionmetropole Berlin zusätzliche Möglichkeiten, mit kreativen Konzepten Besucher und Kunden zu begeistern, und unterstreichen unseren Anspruch, die beste Adresse für innovative Marken und Einzelhandelskonzepte zu sein“, erklärt Constantin Wiesmann, Director of Leasing bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany.

Der Store am Alexanderplatz ist auch für Snipes eine besondere Filiale. So wurden in der Vergangenheit Teile des Stores bereits zur Chicago-Bulls-Umkleidekabine umgewandelt oder es wurde ein Schnellimbiss-Stand auf der Fläche aufgebaut. „Wir freuen uns sehr über die neu hinzugewonnene Fläche. Der Snipes Store in Die Mitte am Berliner Alexanderplatz ist unser Aushängeschild und von großer strategischer Bedeutung. Mitte November erschien unsere neue Snipes-Kollektion. Dank des Umbaus kann diese noch besser und lebender in Szene gesetzt werden. Der Store ist unsere wichtigste Ladenfläche, wenn wir am Point of Sale innovative Kampagnen und neueste Shopkonzepte umsetzen“, sagt Christine Freihart, Head of Expansion bei Snipes.

Bereits in den Vorjahren hatte Snipes in seinem Store am Alexanderplatz Events mit seinem strategischen Partner Nike organisiert. Dazu gehörten ein Girls-Day, bei dem eigens Sneaker-Customs im Store hergestellt wurden. Berlin gehört dabei als einzige deutsche Stadt zum exklusiven Kreis an Städten, in denen Nike und Snipes derartige Kollaborationen durchführen. Neben den Eigenmarken und Nike steht auch die Marke Jordan Brand im Fokus.

Hierzu entsteht der Jordan Space – ein gesonderter Themenbereich nur für die Footwear und Apparel-Produkte von Michael Jordans Sport- und Lifestylemarke.

Für die Zukunft arbeitet Snipes an Konzepten, wie der neuen ‚Snipes App‘, um ein noch besseres Einkaufserlebnis zu bieten. Die App wird auch eine wesentliche Rolle bei der ‚Snipes Soundbooth‘ spielen. Im Store wird eine Ton-Aufnahmekabine installiert, in der aufstrebende Rap-Musiker ihre Parts aufnehmen können. In einer international angelegten Kampagne werden die Newcomer mit Musikern und Produzenten aus ganz Europa vernetzt. Als besonderes Highlight ist ein Event mit einem Berliner Deutschrapp-Act für das erste Quartal 2021 geplant.

Besondere Marken- und Einkaufserlebnisse

In den vergangenen Jahren hat URW verstärkt neue Miet- und Kooperationspartner präsentiert, die mit einzigartigen Marken- und Shopperlebnissen neue Anreize im Einzelhandel setzen. So hat URW ursprünglichen Onlinemarken, so genannten Digitally Vertical Native Brands (DNVBs), wie dem Fashion- und Lifestyle-Label BALR., dem Optiker Mister Spex oder der Uhrenmarke Daniel Wellington ermöglicht, neue physische Repräsentanzen im Portfolio von URW zu eröffnen. Zudem fand Mitte November die Einweihung des neuen Shops von Ankerkraut im Ruhr Park in Bochum statt. Die ebenso ursprünglich online gestartete Gewürzmanufaktur aus Hamburg eröffnet damit den erst fünften Standort in Deutschland und den erst zweiten in einem Shopping Center. Eine zusätzliche Erweiterung der Erfahrungen und Services in den von URW betriebenen Shopping Centern stellt die im Frühjahr 2020 gestartete Kooperation mit Zalando über deren Omnichannel-Plattform Connected Retail dar. Stationäre Einzelhändler können sich dadurch an die größte Online-Fashion-Plattform Europas anschließen. URW ist der erste Shopping-Center-Betreiber, der im Rahmen von Connected Retail mit Zalando kooperiert. Außerdem hat URW im Rahmen der Omnichannel-Strategie in den letzten Monaten die Kooperation mit dem Essenslieferdienst Lieferando erheblich ausgeweitet.

Die Mitte am Alexanderplatz

Die Mitte liegt mitten im Herzen von Berlin und ist eine zentrale Anlaufstelle am Alexanderplatz. In dem modernen und mit großen Glasfassaden ausgestatteten Einzelhandelsobjekt wird ein abwechslungsreicher Mix aus Multimedia, Mode und Nahversorgung angeboten. Ankermieter ist Saturn mit einer der größten Filialen in Deutschland. Neben dem Snipes-Shop befinden sich zudem unter anderen dm, JD Sports und New Yorker in Die Mitte. Aufgrund der Lage und der hervorragenden Verkehrsanbindung durch den Bahnhof Alexanderplatz ist der Standort optimal an die Berliner Infrastruktur angebunden. In Die Mitte verteilen sich insgesamt 10 Shops auf rund 20.000 Quadratmeter Fläche.

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 58,3 Milliarden Euro (Stand: 30. September 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.

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 BBB+ bei Standard & Poor's und in der Kategorie Baa1 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)