



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Düsseldorf, 07. Juli 2021

Pressemitteilung

Westfield Centro

Centro Oberhausen wird erste Westfield Flagship-Destination Deutschlands

Unibail-Rodamco-Westfield (URW) krönt die 25-jährige Erfolgsgeschichte des Centro Oberhausen und macht Deutschlands größtes Shopping- und Erlebniszentrum zur bundesweit ersten Flagship-Destination der international renommierten Marke Westfield.

Das künftige Westfield Centro wird Teil eines Netzwerks von Flagship Shopping Centern in Europa und den USA, das insgesamt über eine Milliarde Kund*innen pro Jahr erreicht. Mit dem neuen Namen geht ein Qualitätskonzept einher, das Maßstäbe für erlebnisorientiertes Shopping setzt und eine hohe Anziehungskraft für außergewöhnliche Marken, Partner*innen und Events besitzt. Die Umbenennung in Westfield Centro erfolgt im September 2021 im Rahmen verschiedener erlebnisorientierter Events und rückt Oberhausen in eine Reihe mit Städten wie New York, London, Paris oder Stockholm.

Der Name Westfield ist als Teil von URW die weltweite Referenz für Shopping-Destinationen mit hohem Qualitätsanspruch im Einzelhandels-, Lifestyle-, Freizeit-, Unterhaltungs- und Gastronomieumfeld. Die Kombination aus dem internationalen Renommee der Marke Westfield und der langjährigen Erfahrung des Centro Oberhausen im Bereich des erlebnisorientierten Shoppings ist deutschlandweit einzigartig. Besucher*innen dürfen sich auf emotionale Events, unvergessliche Konzerte sowie Markenkooperationen und -erlebnisse freuen. Nationale und internationale Partner und aufstrebende Marken aus Handel, Gastronomie und Entertainment erwarten im Westfield Centro innovative Strukturen wie digital vernetzte Standorte und Kommunikation sowie Multiplattform-Marketing und gebündelte Kontaktpunkte zu potenziellen Kund*innen.

Stimmen zur Auszeichnung als Westfield-Destination

Ab September folgt nun dieser nächste Schritt auch für das künftige Westfield Centro, das damit als Teil einer europaweiten Marketing- und Werbekampagne in einer Reihe mit fünf weiteren gebrandeten Westfield-Destinationen auftritt: *„Das Rebranding verbindet die außergewöhnliche Geschichte dieses traditionellen Standorts mitten im Herzen des pulsierenden Ruhrgebiets und die Stärke der internationalen Marke Westfield, die für ihre einzigartigen Flagship-Destinationen und innovativen Shopping- sowie Erlebniskonzepte weltberühmt sind“*, sagt Andreas Hohlmann, Managing Director bei Unibail-Rodamco-Westfield Austria and Germany.

Constantin Wiesmann, Director of Leasing bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany, sieht in der Entscheidung einen Meilenstein in der Center-Strategie: *„Mitte 2019 haben wir durch eine Investition von 20 Millionen Euro die Vergrößerung und Modernisierung der Coca-Cola Oase vorgenommen und somit den zweitgrößten Food-Court in Europa installiert. Zudem haben wir uns als erster Ansprechpartner für die innovativsten Marken aus dem Online- und Technologiesektor etabliert, wie die Eröffnungen von Dyson und Huawei oder Mister Spex und BALR belegen.“*

„Wir sind stolz darauf, als erstes und zurzeit einziges Center in Deutschland den Namen Westfield tragen zu dürfen“, sagt Marcus Remark, Centermanager im Centro Oberhausen und künftig im Westfield Centro. „Es wird jetzt in einem Atemzug mit den besten Centern in Paris oder Barcelona genannt. Gleichzeitig bleibt aber die lokale und regionale Identität bestehen. Es bietet einen deutlichen Mehrwert für unsere Mieter und Gäste und wird uns helfen, das Westfield Centro in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.“

Neue Westfield Flagship Center auch in Frankreich, Spanien und Österreich

Neben dem künftigen Westfield Centro werden auch die URW-Destinationen La Part-Dieu in Lyon (Frankreich), La Maquinista und Glòries in Barcelona (Spanien) sowie das Donau Zentrum und die Shopping City Süd in Wien (Österreich) das Westfield Branding erhalten. Davon abgesehen, dass sie zu den wichtigsten Einzelhandelszentren in ihren jeweiligen Märkten gehören, haben die neuen Westfield Flagship Center eine Reihe von weiteren Merkmalen gemeinsam: Sie befinden sich in exzellenten Lagen mit unübertroffenen Verkehrsanbindungen, haben unverwechselbare architektonische und gestalterische Merkmale und verfolgen einen branchenführenden Ansatz in Bezug auf gesellschaftliches Engagement, soziale Verantwortung der Unternehmen und Nachhaltigkeit. In der zweiten Jahreshälfte 2023 wird das im Bau befindliche Westfield Hamburg-Überseequartier in der Hamburger HafenCity als zweite Westfield-Destination in Deutschland hinzukommen.

Flagship-Destination im Ruhrgebiet: das Westfield Centro in Oberhausen

Mit einer Gesamtfläche von 242.000 Quadratmetern wird das Westfield Centro in Oberhausen auch unter neuem Namen das größte Shopping- und Erlebniszentrum Deutschlands sein. Rund 250 Shops, darunter insgesamt 47 Gastronomie-Konzepte, eine Multifunktionshalle mit 12.500 Plätzen, das Legoland® Discovery Centre und ein Kino befinden sich auf dem Areal. Auf dem gesamten Gelände werden jährlich ca. 20 Millionen Besucher gezählt. Das direkte Umfeld im Stadtteil Neue Mitte bietet zudem die international bekannte Oberhausener Ausstellungslocation Gasometer, das größte Sealife Aquarium Deutschlands sowie ein Erlebnisschwimmbad. Durch direkte Autobahnanschlüsse sowie Straßenbahn- und Bushaltestellen unmittelbar vor der Tür ist das Westfield Centro optimal an die regionale und überregionale Infrastruktur angebunden.

Ansprechpartner für Pressefragen

Unibail-Rodamco-Westfield
Pressebüro Deutschland
c/o JDB MEDIA GmbH
Katharina Seher
Schanzenstraße 70
20357 Hamburg
T: 040/ 46 88 32 -636
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 56,3 Milliarden Euro (Stand: 31. Dezember 2020), davon 85% in Handelsimmobilien, 8% in Büroflächen, 5% in Tagungs- und Ausstellungszentren und 2% in Dienstleistungsbereichen. Die Gruppe hält derzeit 87 Shopping Center, die sie selbst betreibt. Darunter befinden sich 53 Flagship-Center in den dynamischsten Städten Europas und der USA. 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 22 Shopping Center, davon neun im eigenen Portfolio. Mit 3.100 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 Baa2 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) sowie [@Unibail-Rodamco-Westfield-Germany](https://www.linkedin.com/company/unibail-rodamco-westfield) und Instagram [@urw_group](https://www.instagram.com/urw_group)