

Fotos: ICSC

Die Türkei räumt wieder ab

Seit 1975 zeichnet das ICSC bei seinen europäischen Jahreskongressen herausragende neue, bestehende und revitalisierte Shopping-Center mit den European Shopping-Centre Awards aus.

Anlässlich der diesjährigen Veranstaltung in London, an der insgesamt über 700 Delegierte teilnahmen, erhielten 6 Center in unterschiedlichen Kategorien die Auszeichnung. Attraktives Design und vor allem Besonderheiten bei der Kundenansprache in Form von nicht alltäglichen Dienstleistungen sind für die ICSC-Juroren Hauptgründe für die Vergabe der Awards. Bemerkenswert ist dabei auch, dass in diesem Jahr gleich zwei Designer Outlet Center unter den ausgezeichneten Handelsimmobilien waren. Hier die Preisträger:

New Development/Large (45.001-85.000 qm)

Akasya Acibadem, Istanbul

Bei dem im Herzen von Istanbul gelegenen Center liegt der Fokus auf Harmonie in dreierlei Hinsicht: Zur „Convenience“ trägt die sehr gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr bei, zum „Shopping & Leisure“ die nicht weniger als 273 Shops auf rd. 80.500 qm, darunter bekannte und exklusive Namen wie Zara, Massimo Dutti, Burberry's, Michael Kors, Bershka, Victorias's Secret sowie eines der größten LG-Imax Kinos in Europa, und zur „Ästhetik“ die nach Meinung der Jury besonders attraktiven Open-Air-Bereiche mit großzügigen Grün- und Wasserflächen.

Beaugrenelle, Paris

Das nur einen Steinwurf vom Eiffelturm entfernte Shopping-Center besticht nach Meinung der Preisrichter durch sein „High Quality Design“ mit einem beeindruckenden Blick auf die Seine und einem sehr guten Überblick im Center-Innenen über das Gesamt-

angebot. Elegante Architektur und schickes Pariser Design vereinigen sich hier auf einer Fläche von rd. 50.000 qm, auf der u. a. Filialen von Marks & Spencer, H&M, Zara, Hollister, Michael Kors, Adidas, Lacoste, Sephora und Guerlain anzutreffen sind.

New Developments/Specialty

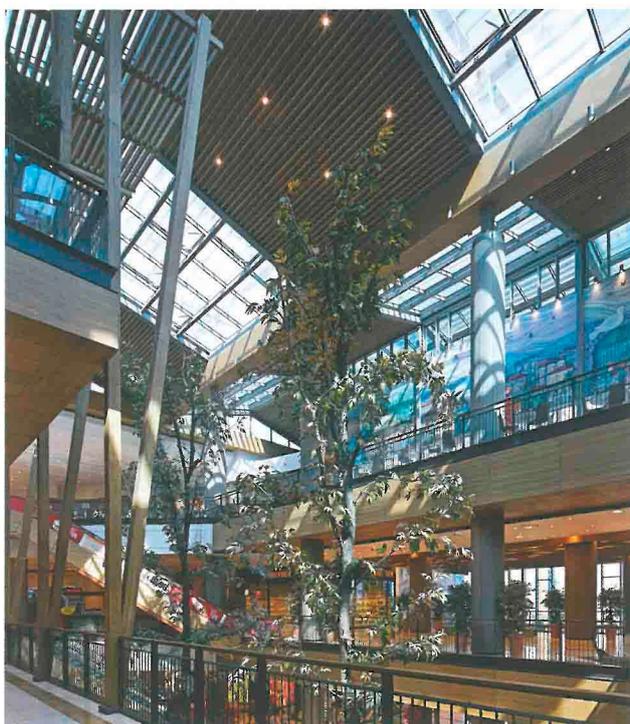
Designer Outlet, Neumünster

Das im September 2012 eröffnete Designer Outlet Neumünster präsentiert eine umfangreiche Auswahl von Designer- und Lifestyle-Marken zu ganzjährig reduzierten Preisen. Auf etwa 20.000 qm Fläche bieten 91 Shops internationale Brands wie Armani, Hugo Boss, Gucci, Polo Ralf Lauren, Lagerfeld, Tommy Hilfiger, Nike, Puma oder Esprit an. Das Designer Outlet ist in Anlehnung an die regionale Architektur im Stil eines Dorfes mit baumgesäumten Gassen und Plätzen angelegt. Restaurants und Cafés runden das Ensemble ab.

Vialand, Istanbul

Die Besonderheit von Vialand besteht darin, dass hier zum ersten Mal in der Türkei ein Themen-Park, ein Hotel und ein Shopping-Center an einem Standort miteinander verbunden wurden. Der exponierte Standort wird gern für Fernseh- und Filmproduktionen ausgewählt und nimmt daher auch nach Meinung der ICSC-Jury eine neue Dimension im Shopping-Center-Marketing ein.

Sowohl das Entertainment- als auch das Warenangebot im Center sind auf alle Alters- und Interessengruppen zugeschnitten. Neben bekannten Namen wie H&M, Zara oder Migros fin-



det man auf der 110.000 qm großen Handelsfläche auch die einzige außerhalb von Dubai betriebene Filiale von Address Dubai mit einem außergewöhnlichen Lebensmittel- und Getränkeangebot. Ein weiterer Höhepunkt ist das rd. 100.000 qm umfassende Vialand Exhibition Centre, das Platz für etwa 15.000 Besucher bietet.

Established Centers

Designer Outlet, Noventa di Piave

Als dieses Designer Outlet 2008 als viertes Outlet Center von McArthurGlen in Italien eröffnete, setzte das Noventa di Piave Outlet Centre ein Zeichen als erstes Designer Outlet mit einem auffallenden Luxus-Konzept. Nicht weit von Venedig und vom Marco Polo International Airport entfernt gelegen, wurde das Center zu einer wahren Touristen-Attraktion mit Kundschaft auch aus den Nachbarländern Österreich, Kroatien und Slowenien. Die Namen der Stores lesen sich wie ein Who's who internationaler Luxus-Labels, u.a. mit Namen wie Prada, Gucci, Valentino, Armani, Versace und Salvatore Ferragamo.

Ausschlaggebend für den Preis waren laut der Juroren vor allem das außergewöhnliche Design, die Kundenansprache, der beachtliche Marken- und Mietermix, innovative Serviceeinrich-

tungen sowie beeindruckende Leistungskennziffern, die sich besonders in den Umsatzzahlen widerspiegeln.

Refurbishments and/or Expansions

Armada Shopping Centre, Ankara

Bereits 1999 als Mixed-Use-Building für zahlreiche Büros und ein Shopping-Center errichtet, galt das Armada Center lange als Meilenstein dieser Art von Immobilien im Großraum der türkischen Hauptstadt. Mit der Flächenverteilung auf 3 Ebenen, 2 einzelnen, aber miteinander verbundenen Baukörpern und einem Inside-Car-Parking wusste das Center zu überzeugen.

Aufgrund der veränderten Marktsituation und veränderter Verbraucherwünsche waren aber auch hier Expansion und Refurbishment erforderlich, wobei die meisten Arbeiten 2011 und 2012 bei laufendem Betrieb erfolgten. Heute ist das Armada ein hochmodernes Shopping-Center mit 228 attraktiven Stores, darunter H&M, Marks & Spencer und ein Kipa-Hypermarkt, das aber auch zum Beispiel das Ankara Children's Museum und die Kinoanlage Cinemaximum Cinemas beherbergt. Besonders beeindruckt war die Jury von dem Mix aus Shops, Gastronomie und Dienstleistungen, der auf alle Altersgruppen zugeschnitten ist. (RP)