



MEDIENMITTEILUNG

Ebikon, 8. April 2019

Mall of Switzerland

Die Mall ist auf Kurs – Centerleiter Peter Triner zieht positive Zwischenbilanz

Nach rund vier Monaten im Amt zieht Peter Triner, Centerleiter der Mall of Switzerland, eine positive Zwischenbilanz. Der Vermietungsstand hat sich seit der Eröffnung kontinuierlich verbessert, die Mall wird von der Bevölkerung zunehmend als Mehrwert empfunden und in der Region stehen mehrere für die Mall vorteilhafte Entwicklungen an. Sehr erfreulich ist zudem die Akzeptanz des Verkehrskonzeptes. So reist etwa die Hälfte der Besucher bereits heute mit dem ÖV, dem Fahrrad oder zu Fuss an – ein wichtiger Mosaikstein im zukunftsweisenden Konzept der Mall.

Vor rund vier Monaten übernahm Peter Triner die Leitung der Mall of Switzerland. Als Zentralschweizer fühlt sich Triner mit der Region verbunden und empfindet die Mall als «Herzensprojekt». Seiner neuen Aufgabe begegnet er mit Sorgfalt: «Wir haben zunächst einmal Zeit in die Kommunikation mit Kunden und Mietern investiert», resümiert Triner. Speziell freut ihn, dass gerade jene Teile unseres Konzeptes gut ankommen, in denen sich die Mall vom klassischen Einkaufszentrum unterscheidet, wie die Funktionsvielfalt und die ausgezeichnete Anbindung an das Bus- und Bahnnetz. Die Kunden schätzen die hohe Aufenthaltsqualität und die vielseitigen Möglichkeiten, welche die Mall bietet. Besonders gut laufen etwa Formate wie die Indoor-Surfwelt, das moderne Fitness-/Wellnesscenter, die breite Palette an Gastronomieangeboten, das moderne Kino oder die neu hinzugekommene Hausarztpraxis. Aber auch die Migros, als grösste Mieterin in der Mall, hat sich mehrfach sehr positiv zum ersten Jahr geäussert. Handfeste Bestätigung findet das Konzept der Mall auch insofern, als die Kunden tatsächlich überdurchschnittlich lange in der Mall verweilen und ihren Besuch offensichtlich als «gemütlichen Einkaufsbummel mit Erlebnisfaktor» empfinden – für Peter Triner gerade angesichts der steigenden Bedeutung des Onlinehandels ein wichtiges Element der Differenzierung.

Aus Sicht der Mall steht auch der Standort vor den Toren Luzerns inmitten einer positiven Entwicklung. Das gesunde Wachstum in der Region Luzern scheint nach wie vor

ungebrochen und gerade in den unmittelbar anliegenden Gemeinden des Rontals entstehen in den nächsten Jahren neuer, attraktiver Wohnraum und Arbeitsplätze. Und auch der für Ebikon wichtige Arbeitgeber Schindler setzt mit dem Ausbau seines Firmensitzes ein klares wirtschaftliches Signal. Im Dezember wird ausserdem die verlängerte Trolleybus-Linie 1 von Luzern zur Mall eröffnet, was die Anreise mit dem ÖV im 7.5-Minutentakt noch attraktiver macht. Und last but not least scheint sich auch eine moderate Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten abzuzeichnen. Peter Triner ist überzeugt, dass die Reaktion auf die veränderten Konsumgewohnheiten und Konsumentenbedürfnisse dem gesamten Detailhandel und der Arbeitsplatzsituation im Kanton Luzern zugute kommen wird.

Stabiler Vermietungsstand

Bezüglich der Vermietungssituation ist die Mall auf gutem Kurs. Seit der Eröffnung hat sich der Leerflächenanteil kontinuierlich verkleinert. Im Moment sind noch rund 15 Prozent unbelegt. Neu hinzugekommen sind seit dem einjährigen Jubiläum im November 2018 ein Superdry-Store, Roma Coiffeur-Bedarf und das französische Möbel- und Einrichtungshaus Maisons du Monde auf rund 1'000 Quadratmetern. Alle drei Formate sind erstmalig nunmehr auch in der Zentralschweiz vertreten. Mit der Eröffnung einer Hausarztpraxis der Luzerner MedCenter-Gruppe sowie einem Store der Bellevue Versicherungen konnte das Dienstleistungs- und Serviceangebot der Mall optimal erweitert werden. Seit Anfang Mai befindet sich zudem mit SwissGreenLine eine umweltfreundliche Fahrzeugreinigung direkt im Parkhaus.

Gleichzeitig haben im selben Zeitraum drei kleinere Geschäfte die Mall verlassen und bei den Pop-up-Stores findet ein reger Wechsel statt, denn diese Flächen sind im Sinn des Konzepts für eine zeitlich befristete Belegung vorgesehen. Die vereinzelt Abgänge bedauert Peter Triner, aber andererseits sei das auch keine untypische Erscheinung im Rahmen der Markteinführung eines Einkaufszentrums. «Während der ersten Betriebsphase passen sich Angebotsmix und Besucherstruktur gegenseitig an. So entsteht letztlich ein Angebot, das optimal auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt ist.» Für den Besucher der Mall haben die laufenden Veränderungen den Vorteil, dass der Angebotsmix immer wieder Neues bietet.

Events als Publikumsmagnet

Die lokale Bevölkerung beginnt, den Mehrwert der Mall für das Leben im Rontal zu entdecken. Da im ersten Betriebsjahr besonders der Sandstrand «Ebibeach» und das Eisfeld auf dem Ebi-square bei der lokalen Nachbarschaft wie auch bei Besuchern von ausserhalb grossen Anklang fanden, beschloss die Centerleitung, beide Angebote auch in diesem Jahr wieder anzubieten. Auch Aktivitäten wie gerade kürzlich der Osterwettbewerb oder anfangs Jahr die Kunstaussstellung mit Bildern und Skulpturen von Künstlern aus der Region wurden von den Besuchern geschätzt und sollen zukünftig noch stärker im Fokus stehen. Dazu hat die Centerleitung beschlossen, den grossen Innenraum im zentralen Eingangsbereich der Mall technisch aufzurüsten und vermehrt als Ort für Indoor-Aktivitäten zu nutzen.

Veränderung als Programm

«Es gibt immer Potenzial für Optimierung», sagt Peter Triner. «Wir sind mit unserem Management-Team gut aufgestellt und ich konnte in den letzten vier Monaten spannende Gespräche mit Mietern, Kunden, Nachbarn, Behörden und der Eigentümerschaft führen. Dieser Austausch und auch das Feedback auf unsere Kundenumfragen inspirieren uns

laufend zu neuen Attraktionen und Verbesserungen.» Einige Vorschläge und Erkenntnisse konnten bereits umgesetzt werden, weitere Massnahmen – namentlich im Bereich der Signalistik und Besucherführung – sind derzeit in Vorbereitung.

Insgesamt zieht Peter Triner ein positives Zwischenfazit. «Die Mall und ihr regionales Umfeld sind auf gutem Kurs. Die konstante Mieterzahl und die Verbindung von Shops, Gastronomie, Events, Sport-, Kultur- und Freizeitangeboten sind eine solide Basis für die Entwicklung zur führenden Freizeit- und Shopping-Destination der Zentralschweiz».

Foto Peter Triner



<https://cloud.creafactory.ch/index.php/s/05ZyRfigMFJtk81>

Weitere Informationen

(Unternehmen, Politik, Verkehr)

Creafactory AG
Werner Schaeppi
Gotthardstrasse 31, 6300 Zug
+41 79 691 92 45
werner.schaeppi@creafactory.ch
www.creafactory.ch

(Retail, Lifestyle, Mode, Events)

Compresso AG
Suzanne Nievergelt
Seestrasse 49, 8702 Zollikon
+41 43 488 86 34
pr@compresso.ch
www.compresso.ch

Mall of Switzerland

Mit 65'000 Quadratmetern Gesamtfläche ist die Mall of Switzerland das zweitgrösste Einkaufs- und Freizeitzentrum der Schweiz. Eine eigene Zug- und Bushaltestelle, ein Autobahnzubringer, der direkt ans Parkhaus führt, sowie eine grosse Veloeinstellhalle machen die Mall zu einem der am besten erschlossenen Einkaufszentren der Schweiz. Das zukunftsweisende Konzept vereint einen attraktiven Mix aus Shops, Gastronomiebetrieben, medizinischen Dienstleistungen sowie aussergewöhnlichen Freizeit- und Sportangeboten, darunter das grösste Kinderland eines Shopping Centers, die erste Indoor-Surfwelle der Schweiz, die grösste IMAX-Kinoleinwand der Schweiz und ein Multiplex-Kino mit 12 Sälen.

www.mallofswitzerland.ch