



SONAE SIERRA

Pressemeldung - 14-09-2007

10 Jahre Erfolg

Sonae Sierra und ING Real Estate präsentieren die Renovierungspläne für das Centro Colombo

- 31 Mio. EUR Investment
- Umsetzung der Maßnahmen bis November 2008
- Das Center bleibt vollständig im Betrieb
- 313 Millionen Besucher in 10 Jahren
- Verkehrswert von 816.5 Mio. EUR

Nach 10 Jahren bemerkenswertem Erfolg seit seiner Eröffnung am 16. September 1997 wird das Centro Colombo im Hinblick auf Architektur, Design und Ausstattung von dieser Renovierung profitieren. Ziel ist die Stärkung der außer Frage stehenden Qualität sowie die Wahrung und Förderung des enormen Erfolgs dieses Einkaufs- und Freizeitcenters.

Mit einem Investment von 31 Mio. EUR beginnt die erste Phase der Renovierung, die bis 2008 andauern und mit einem Minimum an Auswirkungen auf die mehr als 27 Mio. jährlichen Besucher sowie die 5.000 Angestellten in über 400 Shops durchgeführt wird.

Parallel hierzu wird die ursprüngliche Planung, der Bau zweier Bürohochhäuser, realisiert, welche zu einer architektonischen Balance des Gesamtprojektes beitragen wird.

“Wir sprechen nicht vom Bau eines neuen Centro Colombo - es ist derzeit hochprofitabel und attraktiv. Es handelt sich um Maßnahmen, das Center zu verbessern, es moderner und attraktiver zu gestalten durch fortschrittliche technische Lösungen und Bedingungen, die die neuen Trends und Ansprüche der Kunden berücksichtigen“, sagt Álvaro Portela, CEO von Sonae Sierra, dem Eigentümer und Manager des Centro Colombo.

Obwohl er das Centro Colombo keineswegs für überaltert hält, zumal es zum Zeitpunkt der Eröffnung seiner Zeit weit voraus war, erkennt der CEO Sonae Sierra's an, dass *„10 Jahre intensiver Aktivität ihren Tribut fordern und die mehr als 313 Mio. Besuche, die das Zentrum innerhalb der letzten 10 Jahre verzeichnen konnte, unser volles Engagement zur Verbesserung der Bedingungen fordern in Bezug auf Ästhetik, Sicherheit und Funktionalität“.*

PRESS RELEASE

Open Air-Erfahrung

Um diese Verbesserungen zu gewährleisten, werden sich die Renovierungspläne hauptsächlich auf den Food Court, die Parkplätze und den Funcenter-Bereich fokussieren. Für letzteren Bereich ist eine große qualitativ hochwertige Gartenfläche mit Freiluft-Terrassen geplant, die durch eine neue Straße direkt mit der Mall verbunden wird und das Center nach außen öffnen wird.

Nach Angaben von José Quintela, Sonae Sierra's verantwortlichem Architekt und Designer, ist der wichtigste Aspekt dieser Planungen, *„Besuchern die Möglichkeit zu bieten, Außenbereiche von hoher Qualität zu genießen“*.

Hervorzuheben ist, dass diese Arbeiten, *„den Charakter des Centers mit seinem Thema „Zeit der Entdecker“ respektieren werden“*, Architekt José Quintela unterstreicht, *„dass „die gesamte Planung das Center noch anspruchsvoller und einladender zu gestalten, zum Ziel hat“*.

Ohne Einzelheiten der Umbaupläne bekanntzugeben, betrifft die wichtigste Veränderung den Food Court (gemeinsamer Sitzfläche im Restaurant-Bereich), welcher umfassend renoviert wird. Verschiedene ansprechende Farben sowie landschaftliche Elemente, die die exotischen Ziele der Entdecker aufgreifen werden, sind ebenso geplant wie eine moderne und attraktive Einrichtung.

Ein neues Gesicht

Das Parkhaus - das größte seiner Art in einem Einkaufszentrum in Europa mit 6.326 Parkplätzen - wird ebenfalls einer umfassenden Sanierung unterzogen. Ziel ist es, die Lichtverhältnisse durch helle Farben zu verbessern sowie eine einfachere und übersichtliche Beschilderung zu implementieren, die sich im gesamten Center fortsetzen wird.

Im inneren der Mall wird das neue Design durch die Umgestaltung des graphischen Designs mit modernen Landschaftselementen und Möbeln durch die Verwendung einer neuen Farbpalette, angelehnt an die jetzige Farbgebung, umgesetzt.

Ebenso ist eine Veränderung an verschiedenen technischen Einrichtungen, wie z. B. im Bereich der vertikalen Erschließung (Rolltreppen) geplant. Hier wird die Förderleistung erheblich erhöht. Auch die Toilettenanlagen werden komplett saniert.

Laut Architekt José Quintela, *„wird das Centro Colombo den hohen und anspruchsvollen Standards des Unternehmens entsprechen, die bei Neuentwicklungen derzeit eingesetzt werden, um den bisherigen Erfolg auch in Zukunft zu garantieren“*.

10 Jahre Aktivität

Das Centro Colombo hat mit seiner Eröffnung am 16. September 1997 hinsichtlich seines Konzeptes und seiner Größe den Einzelhandelsmarkt in Portugal revolutioniert als größte Entwicklung seiner Art auf der Iberischen Halbinsel und eines der größten Center in Europa.

Als ein moderner Ort mit großem Freizeitangebot und Serviceeinrichtungen für Besucher, ist das Centro Colombo das erste Beispiel für das von Sonae Sierra entwickelte Einzelhandels- und Freizeitkonzept und war ausschlaggebend für den Erfolg des Unternehmens, heute eines der führenden in Europa in diesem Sektor. Das Centro Colombo wurde partnerschaftlich mit ING Real Estate (50/50) entwickelt.

Ein breitgefächertes Angebot und umfangreiche Serviceleistungen für die Ansprüche des modernen Konsumenten waren und sind die wichtigsten Eigenschaften des Centro Colombo, einer Entwicklung auf einer Grundstücksfläche von mehr als 408.000 m² und einer vermietbaren Fläche von 120.000 m² (GLA) auf 3 Ebenen für 413 Mieteinheiten. Das Investitionsvolumen betrug 380 Mio. EUR.

Weit beeindruckender sind die Fakten, die den Erfolg des Centro Colombo im Hinblick auf die Besucherzahlen und den Umsatz dokumentieren. Das Einkaufs- und Freizeitzentrum in bester Lage mit ausgesprochen guter Verkehrsanbindung deckt ein Einzugsgebiet mit mehr als 2,6 Mio. Einwohnern in einem 20-minütigen Radius ab. Wenngleich sich die Besucherzahlen bei 27,4 Mio. im Jahre 2006 stabilisiert haben (entspricht dreimal der Bevölkerung des gesamten Landes), so ist der Umsatz und die Nutzung des Parkhauses weiter gestiegen. Im Jahr 2006 lag der Umsatz bei 451,6 Mio. EUR und es wurden 5,5 Mio. Autos gezählt.

So ist es kein Wunder, dass der Marktwert des Centro Colombo 10 Jahre nach seiner Eröffnung bei 816,5 Mio. EUR liegt, welches einer Wertsteigerung von 100 % entspricht.

Umwelt zertifiziertes Einkaufs- und Freizeitzentrum

Umweltaspekte genossen die besondere Aufmerksamkeit des Centers, um die Anforderungen des 1997 von Sonae Sierra entwickelten Umweltmanagementsystems zu erfüllen. Belohnt wurden diese Bemühungen im Jahre 2005 mit der Zertifizierung gemäß ISO 14001 Standard.

Einbindung in die Umgebung

Ein Großteil des Erfolges ist der Fähigkeit des Centro Colombo zuzuschreiben, über den eigentlichen Einkauf hinaus auch täglich Freizeitaspekte und -aktivitäten für die ganze Familie bieten zu können.

Weiterhin ist es dem Centro Colombo gelungen, sich durch Hunderte von Events sowie Freizeit-, Kultur- und soziale Veranstaltungen in die Umgebung zu integrieren.

Hervorzuheben sind zahllose Marketingaktivitäten aus den Bereichen der Corporate Responsibility des Unternehmens wie Wohltätigkeits-, Gesundheits- und Umweltveranstaltungen, von denen viele einen hohen Informationswert für Kunden und Mieter beinhalten.

Internationale Anerkennung

Als Beweis für den großen Erfolg des Centro Colombo stehen eine Reihe internationaler Auszeichnungen durch angesehenen nationale und internationale Institutionen, die - auch heute noch - in dieser Entwicklung ein Fallbeispiel auf internationaler Ebene sehen.

Zum Beispiel wurde das Center 1998 mit Preisen der MIPIM in Cannes, dem ICSC in Paris, 1999 mit dem Prix EUROPEAN Procos in Paris und dem ICSC Design and Development Award in Las Vegas und in 2006 mit dem ICSC Merit Award Advertising ausgezeichnet.

Sonae Sierra (www.sonaeierra.com) ist der internationale Spezialist für Einkaufszentren. Mit Leidenschaft bringen wir Innovation und Spannung in die Einkaufs- und Freizeitwelt. Das Unternehmen ist Eigentümer oder Miteigentümer von 45 Einkaufszentren in Portugal, Spanien, Italien, Deutschland, Griechenland, Rumänien und Brasilien mit einer vermietbaren Gesamtfläche (GLA) von über 2 Mio. m². Zurzeit entwickelt das Unternehmen 45 weitere Projekte in Deutschland, Spanien, Portugal, Griechenland und Brasilien mit einer Bruttomietfläche von mehr als 550.000 m². Im Jahr 2006 verzeichneten die Einkaufszentren des Unternehmens mehr als 402 Millionen Besuche.