

SHOPPINGCENTER KÖNNEN MEHR

Bei einem Besuch des Shoppingcenters geht es nicht allein um den Erwerb von Waren. Hier sind verschiedene Angebote aus den Bereichen Kino, Gastronomie oder Events möglich, die je nach Geschmack Entspannung oder Action versprechen. Diese Vielseitigkeit macht den Aufenthalt aus und birgt für die Zukunft enormes Potenzial. Durch Schlagwörter wie Digitalisierung, Service und Omnichannels wird der Einkauf immer mehr zum Erlebnis.

INTERVIEW: JAN TANNER

Herr Kubat, warum hat die Wincasa die Covid-19-Pandemie bisher besonders gut gemeistert?

Was würden Sie im Nachhinein anders machen?

Dank unserer dezentralen Struktur und dem hohen Digitalisierungsgrad konnten wir von Beginn an sehr rasch und unkompliziert auf die jeweiligen Herausforderungen der Pandemie reagieren. Ebenso waren und sind wir laufend mit allen involvierten Stakeholdern in engem Kontakt und stets bemüht, sowohl für die Mieter als auch für die Eigentümer zufriedenstellende Lösungen für deren Anliegen zu bieten. Bei Wincasa stehen die Kunden im Zentrum. Getreu unserer Mission «Convenience. Any room. Any time» setzten wir alles daran, Erreichbarkeit, Qualität und Effizienzen über operative und technologische Optimierungen zu gewährleisten – auch während der Krise. Auf Basis der erhaltenen Rückmeldungen konnten wir mit grosser Zufriedenheit feststellen, dass Wincasa sehr agil unterwegs war und alle Teams während dieser ausserordentlichen Zeit einen hervorragenden Job gemacht haben.

Was hat sich in Schweizer Shopping Center seit der Pandemie geändert? Was sind aus Ihrer Sicht positive oder auch negative Veränderungen?

Wir machen uns auch unabhängig von COVID-19 laufend über neue Konzepte und Innovationen



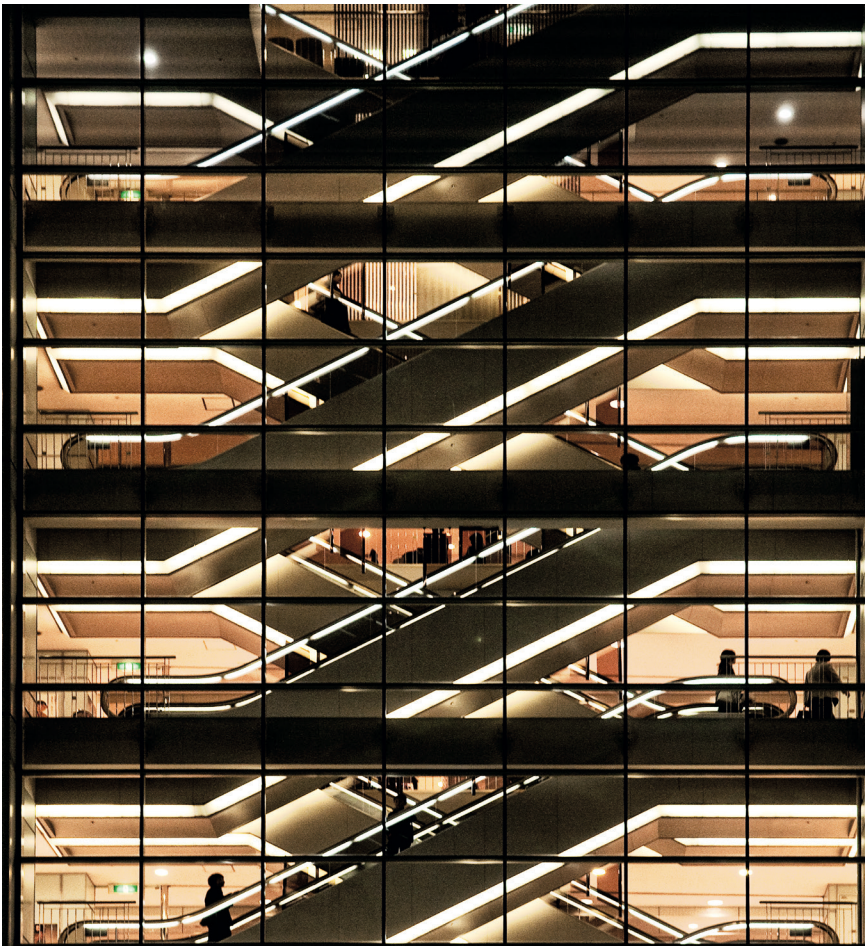


Felix Kubat ist Geschäftsleitungsmitglied bei Wincasa und Bereichsleiter Center & Mixed-Use Site Management.

Gedanken. Die Pandemie hat ja nicht grundsätzlich neue Themen aufgezeigt, sondern ganz einfach eine Beschleunigung von bekannten Marktentwicklungen erzeugt. Zudem hat die Corona-Krise mit ihren verschiedenen Phasen sicher dazu beigetragen, dass alle Stakeholder noch enger zusammenarbeiten und auch gemeinsam nach Lösungen unterschiedlichster Herausforderungen suchen.

Wie wirkt Wincasa diesen Veränderungen im Bereich Center Management entgegen?

Die Konsumentinnen und Konsumenten haben verstärkt das Bedürfnis nach sozialer Interaktion beim Einkaufen. Aber auch nach Angeboten, die zum Erleben und Verweilen einladen, wie Events, Kinos oder Gastronomie. Ein Shoppingcenter kann weit mehr, als nur die unmittelbaren Be-



dürfnisse der Kunden zu befriedigen. Dieses Potential gilt es zu nutzen, um auch in Zukunft bestehen zu können. Es geht darum, ein Erlebnis und umfassende Dienstleistungen mit Einkaufsmöglichkeit zu kreieren.

Was sind für Sie die MEGATRENDS 2025?

Zu den Megatrends zähle ich sicherlich die Digitalisierung – ein Schlagwort, das zurzeit in aller Munde ist. Es ist unabdingbar, auf allen Ebenen weiter darin zu intensivieren, um das Einkaufserlebnis signifikant zu verbessern. Weiter gehören Omichannel-Modelle zu den Trends, welche die physischen Läden verändern werden: Diese entwickeln sich punktuell mehr zu Showrooms. Aber auch die Serviceleistungen werden künftig an Wichtigkeit gewinnen. Dazu gehören unter anderem Angebote für personalisiertes Shopping, Home-Delivery, Parkplatz

Reservierungen oder Pick-up-Stationen. Einen weiteren Trend sehe ich in der Entwicklung zur Neuausrichtung unterschiedlicher Nutzungen der Shopping Center-Flächen. Von Pop-up-Konzepten beispielsweise, bis hin zu Mixed-Use-Nutzungen. Nicht zuletzt werden auch Themen wie Mieterbetreuung und Leerstands-Management weiter an Bedeutung gewinnen.

Was sind Ihre Erwartungen an das dies-jährige Shopping Center Forum?

Wie jedes Jahr freue ich mich auf interessante Referate, dieses Jahr jedoch ganz besonders, die gesamte Shopping Center Community wieder einmal «live» zu treffen. Es ergeben sich immer wieder spannende Begegnungen und Diskussionen mit den unterschiedlichsten Spezialisten aus demselben Fachgebiet. —

NICE TO KNOW

Wincasa ist der führende integrale Immobilien-Dienstleister der Schweiz und bietet seinen Kunden ein umfassendes, lebenszyklus-übergreifendes Dienstleistungsportfolio – mit der Expertise von 1000 Spezialisten an 31 Standorten. Wincasa verfügt über Experten für jede Phase des Lebenszyklus einer Immobilie. Das Know-how umfasst alle Themen in den Bereichen Bewirtschaftung, Center- und Mixed-Use Site Management, Construction und Facility Management aber auch Vermarktung und Innovation.