

# Shopping Silberturm

«Shopping on the way» –  
rascher, bequemer und ergiebiger einkaufen

Das ist aus dem  
Grossacker geworden

*Seite 4*

Wo finden  
Sie was

*Seite 11*

Profitieren zur  
Einweihungsfeier

*Seite 22*

**Einweihungsfeier**  
**12. bis 14. September 2013**

## Urbaner Markstein für die Stadt

«Zentrumsbildung auf dem Stangenlager» bezeichnete das St.Galler Tagblatt vom 29. April 1971 die Gutheissung des Überbauungsplans Grossacker durch den Gemeinderat (heutiges Stadtparlament) der Stadt St.Gallen. Damit legte das Stadtparlament den Grundstein für die Überbauung des Areals der Ortsbürgergemeinde St.Gallen. Bis zu diesem Zeitpunkt diente das Grundstück als Lager für Telefonstangen. Es war von Anfang an klar, dass hier mit einer städtebaulichen Massnahme eine Zentrumsbildung gefördert werden sollte.

Am 28. August 1975 wurde mit dem Einkaufszentrum die erste Etappe eröffnet. Mit dem durch Heinrich Graf eigenwillig konzipierten und architektonisch spannenden Baukörper entstand im Quartier St.Fiden zweifelsohne ein städtebaulicher Akzent. Er hat bis heute nichts an Attraktivität eingebüsst. Das moderne Hochhaus ist ein urbaner Markstein für die Stadt.

Durch diese städtebaulichen Massnahmen ist ein Verkaufs- und Dienstleistungszentrum entstanden, das heute nicht mehr wegzudenken ist. Ein abgestimmter Mix von Geschäften versorgt die Menschen im Quartier und der nahen Region. Sowohl die Arbeitsplätze als auch die Einkaufsmöglichkeiten sind gut erreichbar. Solche Zentren sind für eine Stadt wichtig. Sie sind Bestandteil der Attraktivität eines Quartiers, aber auch der Stadt insgesamt. Sie werden zu einem Anziehungspunkt für eine weitere Umgebung. Ich bedanke mich bei der Eigentümerschaft für die Gesamterneuerung des Zentrums. Sie trägt damit zu einer lebendigen und attraktiven Stadt bei.

Anlässlich der Eröffnung im Jahr 1975 gab es einen wahren Bevölkerungsansturm. Ralph A. Ottinger schrieb im St.Galler

Tagblatt: «Tausende haben jetzt gesehen, was der Grossacker alles zu bieten hat. Sie werden ihren Weg wohl wieder hierher finden – wenn auch nicht alle zur gleichen Zeit, hoffentlich!» Ich bin überzeugt, dass dies auch auf das nun erneuerte und wieder eröffnete Zentrum zutrifft und wünsche viel Erfolg!

Thomas Scheitlin  
Stadtpräsident





## Super sauber

Ihr Reinigungs-Service für Business und Privat – zuverlässig, günstig und super sauber.

- Unterhaltsreinigung
- Fassadenreinigung
- Spezialreinigungen
- Umzugsreinigung
- Fensterreinigung
- Teppichreinigung



**tempo**  
Reinigung und Hygiene mit System

**Tempo Reinigungen AG**  
Im Silberturm  
Rorschacherstrasse 152  
9006 St. Gallen  
**Telefon 071 244 33 33**  
[www.tempo-reinigungen.ch](http://www.tempo-reinigungen.ch)

St. Gallen
Zürich
Bern
Chur
Frauenfeld

## «Die Angebotsstärke liegt im profilierten Grundversorgungssortiment»

Am 12. September 2013 wird das ehemalige Einkaufszentrum Grossacker als «Shopping Silberturm» offiziell eingeweiht – nach einer aufwendigen und turbulenten Renovationsphase. Im Gespräch mit Peter Roland Wittwer, WMI Real Estate Marketing AG.



### **Peter Roland Wittwer, wann begannen sich die Probleme mit dem Grossacker abzuzeichnen?**

Geplant wurde diese Immobilienanlage Ende der 1960er Jahre. Der Grossacker zählt damit zur ersten Generation von Einkaufszentren in der Schweiz. Bei seiner Eröffnung 1975 gab es hierzulande erst etwa 20... Das Warenhaus Jelmoli im Osttrakt war Ankermieter und Hauptfrequenzbringer und prägte das architektonische Layout mit gegen 40 Prozent der gesamten Verkaufsfläche massgeblich.

«Die Investitionen werten die Gebäudetrakte Shopping und Tiefgarage auf.»

### **Der Schliessung des Jelmoli 1997 war aber bereits eine stufenweise Reduktion der Ladenfläche vorausgegangen?**

Ja. Damals gab es in der Schweiz bereits etwa 90 Shoppingcenter. Wegen ausbleibender Investitionen sowohl in die alternde Bausubstanz als auch in geeignete Marketingprogramme verlor der Grossacker Jahr für Jahr Marktanteile im stetig rauer gewordenen Umfeld. Die Wettbewerbsdynamik zeigt sich u. a. darin, dass heute in der Schweiz 170 Einkaufszentren betrieben werden und die Verkaufsfläche weiter anwächst. Allein in den letzten zehn Jahren wurden im Durchschnitt 74 000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Jahr produziert... 17 neue Shoppingcenter sind geplant oder in Realisierung. Probleme für den Grossacker haben sich also bereits vor vielen Jahren abgezeichnet.

### **Für die Erneuerung wurden rund CHF 30 Mio. in Bausubstanz und Ladenausbauten investiert. Wird sich diese Investition lohnen?**

Die Investitionen werten die Gebäudetrakte Shopping und Tiefgarage und damit die gesamte Anlage auf. Indirekt profitiert auch das Hochhaus von diesen Erneuerungsmassnahmen. Die Architektur der Überbauung Grossacker/Silberturm geniesst eine besondere städtebauliche Bedeutung. Der Silberturm steht für Einzigartigkeit mit einem beachtlichen regionalen Bekanntheitsgrad. Rund 21 000 m<sup>2</sup> Verkaufs-, Dienstleistungs- und Lagerflächen sowie 500 Parkplätze stehen zur Verfügung. Etwa 600 Personen arbeiten an diesem Ort. Dass sich diese Investition

lohnt, zeigt die stetige Zunahme der Besucher- und Kundenfrequenz nach den ersten Teileröffnungen in der Ladenzone. Ein Verzicht auf diese Investitionen hätte fatale Auswirkungen nach sich gezogen.

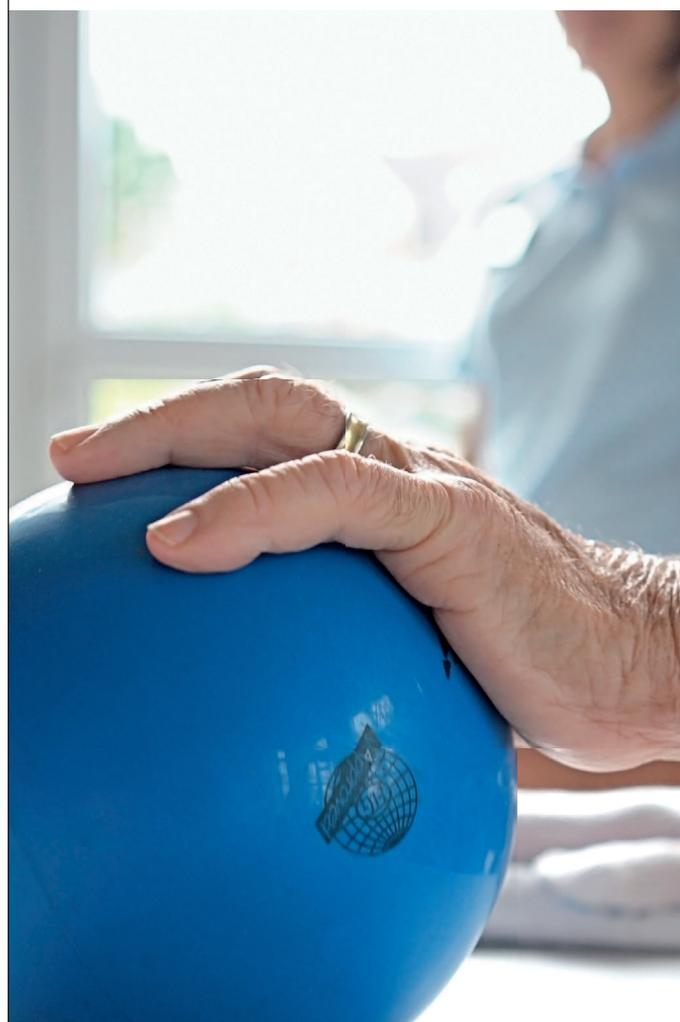
**Doch für eine bald 40-jährige Immobilienanlage dieser Grösse werden weitere Erneuerungsmassnahmen erforderlich sein.**

Natürlich. Im Vordergrund steht die Erneuerung des Vorplatzes Falkensteinstrasse in etwa zwei Jahren. Hier befindet sich ein attraktiver Aussenraum für Kunden, Besucher und Mitarbeitende.

«Die Lösung komplexer Problemstellungen ist naturgemäss etwas sportlicher.»

**Sie befassen sich seit vielen Jahren mit Entwicklung, Redevlopment und Bewirtschaftung von Shoppingcentern. Was unterscheidet den Grossacker von anderen Centern?**

Ein wesentlicher Unterschied besteht in den hier herrschenden Eigentumsverhältnissen: So gibt es die Eigentümergemeinschaft Hochhaus, die Eigentümergemeinschaft Shopping und die Eigentümergemeinschaft Tiefgarage. Die Freigabe der Investitionen für die Gebäudetrakte Shopping und Tiefgarage hatte Einstimmigkeit erfordert. Diese herbeizuführen war ein schwieriges Unterfangen, denn die finanziellen Verhältnisse und die Interessenlagen der Stockwerkeigentümer sind sehr verschieden. Und



#### IHR AMBULATORIUM FÜR NEUROLOGISCHE UND ORTHOPÄDISCHE REHABILITATION

Ganzheitliches Behandlungs- und Rehabilitationskonzept  
Individuelle Betreuung und Therapie  
Breites Angebot an Physiotherapie, Ergotherapie,  
Sprachtherapie, Neuropsychologie  
und fachärztliche Konsilien für Neurologie

[www.rheinburg.ch](http://www.rheinburg.ch)

das wirkt sich auf die Entscheidungsprozesse, die Planungs- und Realisierungsdauer aus. Nach einer Planungsphase von etwa drei Jahren konnte am 23. März 2011 mit den Erneuerungsarbeiten begonnen werden, sie dauerten bis Ende August 2013. Die Lösung komplexer Problemstellungen ist naturgemäss etwas sportlicher. Gut Ding will Weile haben!

**Nach umfangreichen Erneuerungsmassnahmen steht das Einkaufszentrum vor der Einweihungsfeier. Was wurde alles gemacht?**

Grundlage für die Umbau- und Erneuerungsmassnahmen bildete die Marketingkonzeption der WMI Real Estate Marketing AG vom März 2008, die das Einkaufszentrum im kompetitiven Marktumfeld neu positioniert. Die Ladenzone und die Parkierungsanlage wurden architektonisch aufgewertet und damit für den Wettbewerb gewappnet. Zum Beispiel wurde im Osttrakt eine neue, doppelstöckige Eingangshalle mit attraktivem Bezug zum Aussenraum geschaffen. Und mit den neuen «Glas-Bubbles» bringen wir Naturlicht in die Ladenzone und machen damit vom Aussenplatz auf sie aufmerksam; ähnlich wie beim Louvre in Paris, wo auf das Geschehen im Untergeschoss mit Glasprismen auf dem Vorplatz aufmerksam gemacht wird.

**Eine besondere Aufwertung hat das Parking erfahren.**

Genau. Wir haben besonderen Wert auf Licht und Kundenführung gelegt. Aus den knapp bemessenen Parkplätzen der 1970er Jahre wurden – soweit es wirtschaftlich vertretbar war – zonenweise Parkfelder im Grossformat realisiert. Wir bezeichnen sie als Smiley-Parkplätze. Das Center ist mit diesen und anderen Massnahmen sehr viel attraktiver geworden.

**Welches Ziel wurde bei der Umgestaltung verfolgt?**

Das Hauptziel lag darin, das Konzept und die Bausubstanz aus der Periode Ende 1960er/Anfang 1970er Jahre mit den bereitgestellten finanziellen Mitteln bestmöglich an die heute vom Markt ge-

forderten Standards heranzuführen. Mit der Realisierung dieses Erneuerungsprojekts wurde eine sehr wichtige Voraussetzung für den zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg geschaffen.

**Die Shoppinggewohnheiten haben sich in den letzten 40 Jahren verändert. Wie sehen diese heute aus?**

Beeinflusst hat das Einkaufsverhalten u. a. die stetige Zunahme der konsumtiven Kaufkraft, verschiedene Einwanderungswellen aus anderen Kulturkreisen und die rasante Entwicklung der Mobilität. Absehbare gesellschaftspolitische und demografische Entwicklungen stellen für den Detailhandel eine spannende Herausforderung dar.

« Als Stadtteil-Center mit erstklassiger Erreichbarkeit, inmitten eines vielfältigen medizinischen Dienstleistungsangebotes, ist es neben Quartierbewohnern auch attraktiver Einkaufsort für Pendler, Patienten und Spitalbesucher.»

**Von grösster Bedeutung ist wohl der Vormarsch des Online-shoppings?**

Ganz klar. Einige Einzelhandelsunternehmen, etwa digitec.ch, bestätigen dies in aller Deutlichkeit. Onlineshopping wird hier mit dem herkömmlichen Einkauf im Laden geschickt kombiniert. Entscheidend für den Kunden ist die unmittelbare Verfügbarkeit des Produktes: Er will mit geringem Zeitaufwand das Produktesortiment präsentiert bekommen, und er will sofortige Erhältlichkeit – geliefert oder zur Selbstabholung im Laden. WMI befasst sich derzeit mit einem entsprechenden Marktforschungsprojekt, das nachhaltige, grosse Veränderungen erkennen lässt.



### ShoppingSilberturm ist nicht das einzige Einkaufszentrum in der Stadt St.Gallen.

Ja, das Center steht in einer sportlichen Ausgangslage. Eine Neu-positionierung des Grossackers war zwingend erforderlich. Das Center wird sein Einzugsgebiet in St.Gallen ausbauen. «Grossacker goes ShoppingSilberturm», mit dieser Namensänderung wird ein erster Baustein dazu gelegt. Denn der Silberturm geniesst einen hohen Bekanntheitsgrad im Grossraum St.Gallen und lokalisiert seine Lage augenfällig.

### Mit seiner bescheidenen Grösse kann ShoppingSilberturm die Konkurrenz aber kaum wirksam angreifen?

Im Vergleich zur City oder zu den grossen Einkaufszentren kann hier rascher und bequemer und im Verhältnis zur eingesetzten Zeit besser, ergiebiger eingekauft werden. Denn ShoppingSilberturm verfügt über eine bequeme Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Und die Parkingeinfahrt ShoppingSil-

«Ein «Abfüllen» des Centers ist nicht zielführend.»

berturm schliesst direkt an die stark frequentierte Ausfallachse Rorschacherstrasse an. Die Autobahnausfahrt liegt in zwei Minuten Entfernung... Als Stadtteil-Center mit erstklassiger Erreichbarkeit, inmitten eines vielfältigen medizinischen Dienstleistungsangebotes, ist es neben Quartierbewohnern auch attraktiver Einkaufsort für Pendler, Patienten und Spitalbesucher – Shopping on the way eben.

### Shops und Dienstleistungen im Gesundheitswesen sind im ShoppingSilberturm vereint. Wie würden Sie den Angebotsmix umschreiben?

Die Angebotsstärke liegt in profilierten Grundversorgungsortimenten des täglichen und periodischen Bedarfs, mit Migros, Denner, Charles Vögele Mode, Takko Fashion, Vögele Shoes, Silberturm Apotheke und Kiosk/Presse sowie digitec.ch, die ein wettbewerbsstarkes Sortiment im IT-Bereich bereithält. Vier Gastronomiebetriebe und weitere Ergänzungssortimente runden das Angebot ab. ShoppingSilberturm steht dabei auch für hohe Preiswürdigkeit. Vielfältige medizinische Dienstleistungen im Hochhaus und das attraktive Sortiment von Spiess + Kühne AG, nämlich Produkte der Orthopädie- und Rehabilitationstechnik, sind Bereiche, welche die Einzigartigkeit von ShoppingSilberturm unterstreichen.

### Es sind aber noch nicht alle Läden vermietet.

Aus verschiedenen Gründen: Einerseits besitzen einige Eigentümer Exklusivrechte für Warensortimente. Das hat zur Folge, dass z.B. die Bereiche Drogerie oder Schuhe nicht gestärkt werden können. Andererseits gab es während der Erneuerungsarbeiten aus verschiedenen Gründen mehrmals Unterbrüche und Verzögerungen, weshalb die Vermietungsaktivitäten immer wieder eingestellt werden mussten. Und schliesslich legen wir besonderen Wert auf die Etablierung wirklich passender und erfolgsversprechender Angebotsbereiche. Ein rasches «Abfüllen» des Centers ist nicht zielführend.

### Das braucht seine Zeit.

Natürlich. Derzeit stehen wir in Verhandlungen mit potentiellen Detailhandelsmietern. Der Fokus liegt darin, das Gastronomieangebot auszubauen und ein namhaftes Unternehmen mit attraktivem Sportangebot zu gewinnen. Ich bin zuversichtlich, dass dieses Ziel in drei bis sechs Monaten erreicht werden kann.

### Sie haben auf den harten Wettbewerb für Shopping-Center hingewiesen. Wie beurteilen Sie seine Marktchancen?

Dem revitalisierten ShoppingSilberturm räume ich mit der Neu-positionierung sehr gute Marktchancen ein. Es wird sich zu einem attraktiven Ort für «shopping on the way» entwickeln. Im aktuellen Wettbewerbsumfeld müssen selbstverständlich wirksame Werbe- und Promotionsmassnahmen durchgeführt werden. Ich bin zuversichtlich, dass das attraktive Angebot im ShoppingSilberturm viele neuen Kunden anziehen wird. Nach einer engagierten Markteinführungsphase von ein bis zwei Jahren wird der Erfolg messbar sein.

Peter Roland Wittwer ist Betriebsökonom MBA/Marketingsspezialist und Geschäftsleitungsmitglied der WMI Real Estate Marketing AG in Bern. Er befasst sich seit rund 25 Jahren mit der Entwicklung, Bewirtschaftung und Vermarktung von Einkaufszentren und Geschäftshäusern. Sein Engagement für ShoppingSilberturm lag in der Erarbeitung des Redevolving- und Marketingkonzeptes sowie der Begleitung von dessen Umsetzung.



## Attraktiver denn je

Einkaufen in der Raumstation – damit war vor 38 Jahren das Shopperlebnis im Einkaufszentrum Grossacker (heute «ShoppingSilberturm») gemeint. Die Raumstation ist geblieben, das Innenleben hat sich verändert.



Nach einer dreijährigen Planungsphase und anschliessend zwei Jahren Umbau- und Erneuerungsarbeiten ist es am 12. bis 14. September 2013 endlich soweit: Das runderneuerte Shopping Silberturm mit interessantem Shop- und Dienstleistungsmix wird eingeweiht. Die Liegenschaft wurde für rund CHF 30 Millionen saniert, verschönert und auf den neusten Shoppingstandard gebracht. Entstanden ist ein attraktiver Marktplatz.

### Architektonischer Akzent im Quartier

Der «Silberturm» profitierte von Beginn weg von der besonderen, identitätsstiftenden Architektur mit hohem Aufmerksamkeitsfaktor und von der stark frequentierten Rorschacherstrasse. Als vor 38 Jahren das Einkaufszentrum Grossacker eröffnet wurde, strömten Hunderte Schaulustige durch die Mall. In der Zwischenzeit verblasste aber der futuristische Glanz von damals nach und nach.

Der geschwungene Bau dominiert nach wie vor das Bild von St.Fiden. Die Architektur mit der auffälligen Aluminiumfassade stammt von Heinrich Graf. Die Bauten des 2010 verstorbenen St.Galler Architekten prägen St.Gallen. Seinen Entwürfen entsprungen sind auch die Sporthalle Kreuzbleiche und die Hochhäuser im Achslenquartier. Die Architekturhistorikerin Katrin Eberhard beschrieb Graf so: «Ein Charakterkopf, ein Architekt alter Schule, Einzelkämpfer und Generalist, der polarisierte, aber auch wertvolle Diskussionen auslöste. Er sprach über Baukultur nicht nur, sondern er praktizierte sie auch. Es gibt keinen Heinrich-Graf-Stil. Keine seiner Bauten gleicht der andern. Und doch gibt es etwas, was sie miteinander verbindet: der Wille, für jede Aufgabe die angemessene Antwort zu finden.»

### Im Wandel

Mit dem Silberturm hat Heinrich Graf 1975 gezeigt, dass auch ein Einkaufszentrum überraschend und unverwechselbar gestaltet werden kann. Mit Formen, die futuristisch anmuteten und es auch heute noch tun. Mit einer metallenen Fassade, die im Sonnenlicht glänzt und dem Einkaufszentrum nun neu auch den Namen gibt: ShoppingSilberturm. Die Materialwahl der Fassade war nicht nur namengebend, sondern auch äusserst wetterbeständig und robust. Sie musste in all den Jahren nie erneuert werden, lediglich abgewaschen und frisch versiegelt.