



Auftrag & Problemstellung

Das Einkaufszentrum an der Rorschacherstrasse in St. Gallen wurde im Jahr 1972 erstellt. Es weist einen erheblichen Unterhalts- und Erneuerungsrückstau auf, welcher u.a. auf besondere Eigentumsverhältnisse zurückzuführen ist. Der Mietzins ertrag des Einkaufszentrums erodiert infolge zunehmender Umsatzeinbrüche der Detailhandelsunternehmen.

Das Einkaufszentrum Grossacker begegnet seinen Konsumenten seit Jahren mit einem demodierten Mall-Design, veralteten Ladenbauten, einer düsteren und nicht mehr zeitgemässen Parkieranlage.

Das Downgrading des Einkaufszentrums ist augenfällig und weit fortgeschritten. WMI übernehme den Auftrag der Eigentümergemeinschaften ein Redevlopmentkonzept für diese Immobilienanlage zu erarbeiten und die Umsetzung anschliessend im Sinne der Marketingleitung zu begleiten. Die Arbeiten für diesen Auftrag dauerten von 2008-2014.

- **Gebäudeversicherungswert CHF 96 Mio.**
- **CHF 30 Mio. für Umbau- und Erneuerungsmassnahmen**
- **Retail/Gastro 9'000 m²**
- **Dienstleistungs- und Büro 7'900m²**
- **Autoeinstellplätze 500**



WMI Real Estate Marketing AG
Burgerstrasse 19, CH -3063 Ittigen
T +41 31 310 16 16

Idee zur Marktpositionierung Anpassung des architektonischen Layouts, Nachweis der Wirtschaftlichkeit

Abgestützt auf den „WMI Marketing Process“ wird eine umfassende Redevelopment Marketingkonzeption erarbeitet. Diese beinhaltet, nebst allen notwendigen Analysearbeiten, die Erarbeitung einer wettbewerbsstarken, nachhaltigen und neuen Marktpositionierung, welche auf einer kunden- und marktorientierten Idee des „Convenience Shopping“ fundiert. Im Rahmen der Marketingstrategie für dieses Relaunchprojekt liegt ein Hauptaugenmerk auf der Produktgestaltung, d.h. in der Definition eines adäquaten Branchen- und Mietermixes und daraus resultierender Eingriffe in das architektonische Layout (z.B. die Umplatzierung bestehender Mieter).

Nach Vorgabe des WMI-Relaunchkonzeptes werden in Zusammenarbeit mit den Architekten und Bollhalder & Eberle AG und rlc AG z.B. die Gestaltung einer doppelstöckigen Eingangshalle Ost, von Lichtkuppen für die Passage, sowie eines kundenfreundlichen Parkings mit Komfortparkplätzen und neue Ladenlayouts konzipiert und realisiert.

Das erfolgreiche Redevelopment verlangt strategiekonforme Anpassungen im Branding. WMI kreiert mit „ShoppingSilberturm“ eine neue Marke. Dank der Symbiose aus Shopping und dem bestehenden, architektonischen Akzent Silberturm kann die Kommunikationspolitik von dessen Bekanntheitsgrad profitieren.

Entwicklungs- und Bewirtschaftungsszenarien werden bewertet und als Handlungsalternativen vergleichbar dargestellt. Die Investition für das vorgeschlagene Redevelopment-Projekt beziffert sich samt mieterseitigen Ausbauleistungen auf rund CHF 30 Mio.

„Grossacker goes ShoppingSilberturm“: Mitte Februar 2011 beginnt die Realisierung des Umbau- und Erneuerungsprojektes.

WMI ist verantwortlich für die Umsetzung und Durchsetzung des Marketingkonzeptes und wirkt im Projektmanagement mit.

Vermietungsmanagement Anker- und Hauptmieter

Die Verantwortlichkeit der Vermietung der Ladenflächen an Anker- und Hauptmieter Migros, Denner, CV Mode, Vögele Shoes, Takko Mode, digitec und Gastronomie lag bis Mitvertragsunterzeichnung (Redaktion Mietvertrag, Ausbaubeschrieb, Statuten Mieter-Werbegemeinschaft) bei WMI.

Das Vermietungsmanagement umfasste ebenfalls die Kreation und Erstellung aller notwendigen Vermarktungsinstrumente wie die Website, die Vermietungsdokumente etc.