

# KAUFHAUS \* BOZEN-BOLZANO

## **Bozen hat Riesenpotential!**

**„Wir haben es immer gesagt: Bozen hat ein Riesenpotential, um zu einer wichtigen Handelsstadt zu werden“, stellen die Verantwortlichen von SIGNA fest. Die Studie, die das unabhängige Institut GMA im Auftrag der Gemeinde Bozen erstellt hat, sei im Wesentlichen eine Bestätigung unserer eigenen Analysen, erklärt Heinz Peter Hager, Wirtschaftsprüfer und Berater der SIGNA in Bozen. Das SIGNA-Projekt „Kaufhaus Bozen – Bolzano“ sichere langfristig den Standort Bozen, schafft neue Arbeitsplätze und belebt die Wirtschaft.**

(SIGNA – Bozen, 8. April 2014) „SIGNA ist seit Jahren maßgeblich in der Entwicklung von zentralen Innenstadtlagen in Deutschland und in Österreich und betreibt mit dem Kaufhaus Tyrol ein sehr erfolgreiches Kaufhaus im Herzen von Innsbruck. Das heißt, SIGNA verfügt über eine große Expertise und ein professionelles Team und weiß zudem sehr genau welche Standorte erfolversprechend und attraktiv sind. Dass die Wahl für ein weiteres Projekt der SIGNA auf Bozen fiel, ist also kein Zufall“, erklärt Hager. Die SIGNA-Gruppe hat ein eigenes Kompetenzzentrum, das sich ausschließlich mit Standortanalysen, Marktstudien und allen Faktoren befasst, die für die Planungen eines attraktiven Innenstadt-Developments wichtig und notwendig sind.

Umso gespannter hat man demnach auch bei SIGNA auf die Ergebnisse der Studie gewartet, die von der Gemeinde Bozen beim renommierten deutschen Institut GMA in Auftrag gegeben wurde. Die nun vorgestellten Ergebnisse sind für SIGNA eine Bestätigung ihrer eigenen, monatelangen Vorarbeit: „Bozen steht im Wettbewerb mit Innsbruck und Verona – und kann sich derzeit weder im regionalen, noch im grenzübergreifenden Vergleich als bedeutende Shopping-Destination profilieren. Das heißt, wir haben hier ein großes Potential“, so Hager.

Besonders hervorstreichen ist die Herangehensweise der GMA, denn die Studie zeigt eindrucksvoll, wie professionell und seriös sie erstellt wurde: „Bozen wurde als Ganzes beleuchtet, also inklusive der Handelsflächen in den Gewerbebezonen und mit Unterscheidung zwischen Groß- und Detailhandelsflächen. Auch die Kaufkraftzu- und

-abflüsse wurden genau beleuchtet, wie man es bei modernen vergleichenden Studien durchführt“, so Hager.

In Bozen, insbesondere in der Altstadt, fehlen demnach größere Handelsformate, die als Magnete fürs das Publikum von außen wirken. Diese können derzeit auch nicht eingerichtet werden, da die historische städtebauliche Struktur nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten zulässt. Wichtig auch: Neben der Größe ist es auch bedeutsam, Handelskonzepte zu entwickeln, die bisher noch nicht in Bozen vertreten sind, weist die Studie eindeutig nach. „Da decken sich die Analyse der Studie und auch unsere eigenen Untersuchungen. Unser ganz klares Ziel ist es nämlich, nicht ein Mehr vom Gleichen, sondern neue Angebote, die Wettbewerb, aber auch Strahlkraft für neue Kunden bieten um nach Bozen zu fahren“, so Hager.

„Bozen soll seine Chancen nutzen. Das Schlimmste, was Bozen als Handelsstadt und Lebensraum passieren könnte, wären weitere Einkaufsstrukturen am Stadtrand, auf der grünen Wiese oder im nahen Umland. Hier ist schon seit einigen Jahren vieles entstanden – auch zum Schaden der bestehenden Handelsstrukturen in der Bozner Innenstadt“, erklärt Hager.

„Für uns ist die GMA-Studie ein weiterer Ansporn, unseren Weg konsequent weiterzugehen“, so Hager. „Wir wollen mit dem Kaufhaus Bozen – Bolzano eine Struktur entwickeln, die Bozen neue Strahlkraft verleiht und mit neuer Infrastruktur – etwa im Verkehr – auch mehr Lebensqualität. Wir wollen den Wirtschaftsstandort Bozen stärken, in dem wir den Handel und den Tourismus beleben und damit neue Arbeitsplätze schaffen – und eine neue Vielfalt für die Konsumenten bringen.“

## **über SIGNA**

Im fünfzehnten Jahr ihres Bestehens ist die SIGNA Unternehmensgruppe mit einem Immobilienvermögen von über EUR 6 Mrd. zu einer der führenden und erfolgreichsten Immobiliengesellschaften in Europa gewachsen. SIGNA ist es gelungen, in einem stark besetzten Marktsegment Fuß zu fassen und sich in diesem Umfeld kontinuierlich und erfolgreich zu einem Immobilieninvestor europäischen Formats weiterzuentwickeln.

Die Unternehmensgruppe umfasst im Wesentlichen vier zentrale Geschäftsbereiche. Dazu gehören neben der SIGNA Development das in Düsseldorf ansässige geschlossene Immobilienfondshaus SIGNA PROPERTY FUNDS sowie die in München beheimatete Investmentboutique SIGNA RECAP. Die SIGNA Prime Selection AG stellt seit Ende 2010 den vierten Kerngeschäftsbereich der SIGNA Unternehmensgruppe dar. Die SIGNA Prime Selection AG konzentriert sich auf die Investition und das langfristige Halten von außergewöhnlichen Immobilien in besten Innenstadtlagen europäischer Städte und ist unter anderem der größte private Eigentümer von Immobilien im Zentrum von Wien.

Die SIGNA hat in den letzten zwei Jahren für mehr als EUR 1,5 Mrd. ein Einzelhandelsportfolio bestehend aus 20 Warenhäusern in besten Innenstadtlagen Deutschlands erworben. Alle Objekte sind langfristig an Karstadt vermietet. Teil des Portfolios ist auch das legendäre Berliner „Kaufhaus des Westens“ KaDeWe. Mehr unter: [www.signa.at](http://www.signa.at)

### **Rückfragehinweis**

SIGNA

Robert Leingruber

Leiter Kommunikation

M: [r.leingruber@signa.at](mailto:r.leingruber@signa.at)

T: +43 664 4510361