

## PRESSEMITTEILUNG

### **28. GLAMOUR Shopping-Week vom 2. bis 11. Oktober: Shopping im ganzen Land: GLAMOUR und der Shopping-Center- Betreiber ECE kooperieren erstmals bei der GLAMOUR Shopping- Week**

**München, 3. September 2020.** Das Fashion- und Lifestyle-Magazin GLAMOUR und der Shopping-Center-Betreiber ECE kooperieren erstmals im Rahmen der diesjährigen GLAMOUR Shopping-Week, der erfolgreichsten Einzelhandelskooperation in der deutschen Medienlandschaft. Die ECE ist mit insgesamt 80 teilnehmenden Centern in ganz Deutschland dabei, in denen die Gutscheine und Rabatte der Aktion eingelöst werden können. Den Countdown zur 28. GLAMOUR Shopping-Week, die vom 2. bis 11. Oktober stattfindet, läutet die Oktoberausgabe von GLAMOUR ein, die ab dem 5. September inklusive Shopping-Card im Handel erhältlich ist. Bei 176 teilnehmenden Partnermarken können sich die GLAMOUR-Leserinnen und Leser auf zahlreiche Rabatte, Geschenke und Vorteile freuen und sich das Beste aus Fashion, Beauty, Food, Sport, Travel und Living sichern.

„Wir sind sehr stolz, die ECE als neuen Partner unserer GLAMOUR Shopping-Week gewonnen zu haben“, sagt Margit Färber, Executive Business Director GLAMOUR, „so haben unsere Leserinnen die Möglichkeit, in einem Shopping-Center in ihrer Nähe von vielen Vorteilen der GLAMOUR Shopping-Week zu profitieren und das an nur einem Ort.“ Rabatte, zusätzliche Geschenke, Center-Gutscheine, die den Einkauf belohnen und ein großes deutschlandweites Instagram-Gewinnspiel mit einem Hauptgewinn von 12.000 € Shopping-Budget erwartet die GLAMOUR-Leserin. Die Kundinnen und Kunden müssen nur die GLAMOUR Shopping-Card oder die GLAMOUR Shopping-App vorzeigen und ein Einkaufserlebnis der Extraklasse beginnt.

„Die GLAMOUR Shopping-Week hat in den vergangenen Jahren unter Shops und Kunden eine immer größere Bedeutung und Beliebtheit in unseren Centern erlangt. Da wir unser Centermarketing stets bestmöglich auf unsere Center, unsere Mieterpartner und unsere Kunden ausrichten und dabei aktuelle Themen und Trends berücksichtigen, entstand die Idee zu der jetzt umgesetzten Kooperation“, so Joanna Fisher, Geschäftsführerin für das Center Management bei der ECE. „Wir freuen uns sehr auf die deutschlandweite Aktion, mit der wir nach den herausfordernden Monaten im Handel wieder ein besonderes Shopping-Erlebnis und damit zusätzliche Besucherfrequenz in die Center bringen wollen, von der vor allem unsere Mieterpartner profitieren werden.“

GLAMOUR sorgt gemeinsam mit der ECE und allen teilnehmenden Partnermarken für Sicherheit und Einhaltung aller Hygienemaßnahmen und begegnet der anhaltenden Pandemie mit Bedacht. Die ECE hat in all ihren Centern ein umfassendes, von einem

unabhängigen Hygieneinstitut zertifiziertes Hygiene- und Präventivkonzept umgesetzt, um die Sicherheit von Besuchern, Kunden und Mitarbeitern in den Centern zu gewährleisten.

### **Über die GLAMOUR Shopping-Week**

*Das Fashion- und Lifestylmagazin GLAMOUR aus dem Hause Condé Nast inszeniert hochwertig und in opulenter Optik die aktuellen Mode- und Beauty-Trends. GLAMOUR ist die Begründerin des Pocket Formats und multimedial stark aufgestellt mit GLAMOUR.de, der GLAMOUR Shopping-App und auf Social Media. Die GLAMOUR Shopping-Week, die größte Einzelhandelskooperation der deutschsprachigen Medienlandschaft, findet in Deutschland seit 2006 statt und versetzt jährlich Modedefans in Shopping-Fieber. Mit dem Launch der GLAMOUR Shopping-App 2016 wird die GLAMOUR Shopping-Week zum Omnichannel-Shopping-Event. Im Frühjahr 2020 fand die GLAMOUR Shopping-Week aufgrund der Corona-Pandemie erstmal rein digital unter dem Motto "Stay safe. Shop online" statt. Im Herbst 2020 wird das Event unter Einhaltung der Corona-Hygienemaßnahmen auch wieder im stationären Handel umgesetzt.*

### **Über ECE**

*Die ECE entwickelt und betreibt Shopping-Center und realisiert Großimmobilien wie Konzernzentralen, Bürohäuser, Industriebauten, Logistikzentren, Hotels und Stadtquartiere. Mit rund 200 Einkaufszentren im Management und Aktivitäten in zwölf Ländern ist die ECE führend im Shopping-Center-Bereich in Europa. Täglich besuchen etwa 4 Mio. Kunden die Center der ECE, in denen ca. 20.000 Einzelhandelsmieter auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 7 Mio. m<sup>2</sup> einen Jahresumsatz von etwa 22,7 Mrd. Euro erwirtschaften. Darüber hinaus hat die ECE bereits rund 1,2 Mio. m<sup>2</sup> Büroflächen und mehr als 1,3 Mio. m<sup>2</sup> Logistikflächen sowie über 3.100 Hotelzimmer und mehr als 6.000 Wohnungen realisiert, geplant oder in Betrieb. 1965 von Versandhauspionier Professor Werner Otto (1909-2011) gegründet befindet sich die ECE bis heute im Besitz der Familie Otto und wird seit 2000 von Alexander Otto, dem Sohn des Firmengründers, geführt. Als langfristig orientiertes Familienunternehmen steht die ECE für dauerhafte Partnerschaften, nachhaltiges Wirtschaften und mitarbeiterorientiertes Arbeiten sowie vielfältiges gesellschaftliches Engagement. Mehr unter: [www.ece.de](http://www.ece.de)*

### **Pressekontakt:**

#### **Condé Nast Germany**

Pia Landgrebe  
PR Managerin  
Tel. 0176 643 757 87  
[pia.landgrebe@condenast.de](mailto:pia.landgrebe@condenast.de)

#### **ECE Projektmanagement**

Lukas Nemela  
Pressesprecher  
Telefon: +49 (40) 60606-6898  
[presse@ece.de](mailto:presse@ece.de)